

# RASIONALITAS SEMU DAN ANOMALI DALAM PERILAKU EKONOMI<sup>1</sup>

Rahmat Hidayat

*Homo oeconomicus* dalam teori-teori ekonomi neo-klasik adalah makhluk yang rasional (Lea, Tarpay & Webly, 1987), dalam arti bahwa tindakan-tindakan mereka senantiasa dilandasi oleh keinginan untuk memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya (*maximising utility*). Mereka adalah pribadi-pribadi yang *selfish*, yang mengedepankan kepentingan diri pribadi di atas segala-galanya, bahkan pada tindakan-tindakan yang di mata orang lain terlihat altruistik. Menurut teori ekonomi neo-klasik, di balik tindakan seperti itu selalu tersembunyi niatan untuk mendapatkan manfaat langsung ataupun tidak langsung dari orang yang ditolongnya, atau orang-orang yang melihat tindakannya.

Di sisi kemampuan berpikir, *Homo oeconomicus* dianggap tidak pernah mengalami kebingungan dan ketidakajegan dalam menentukan pilihan. Mereka dianggap mampu menyerap dan mengkalkulasi setiap informasi yang tersedia; memiliki urutan prioritas yang ajeg, tidak pandang situasi dan waktu. Dengan demikian mereka sanggup memperhitungkan setiap sisi keuntungan dan kerugian yang mungkin ditimbulkan dari setiap pilihan. Walhasil senantiasa selalu sampai pada pilihan yang terbaik dilihat dari kepentingan mereka. Secara ringkas, *Homo oeconomicus* dalam teori-teori ekonomi neo-klasik digambarkan sebagai pribadi yang memiliki rasionalitas tak terbatas (*unbounded rationality*), dorongan bertindak yang murni untuk kepentingan pribadi (*pure self-interest*), dan *complete self-control* atau memiliki kendali diri yang sepenuhnya atas tindakan-tindakannya (Jolls, Sunstein & Thaler, 1998).

Sekilas pandang asumsi-asumsi tersebut terlihat tidak mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Pertanyaan yang kemudian muncul adalah bagaimana sebuah teori yang dibangun atas asumsi-asumsi yang tidak realistis dapat bertahan sekian lama, dan bahkan memiliki pengaruh yang semakin kuat? Pertama perlu disadari bahwa

---

<sup>1</sup> Naskah ini merupakan hasil perbaikan atas makalah dengan judul yang sama, yang dipresentasikan pada forum seminar yang diselenggarakan oleh Fakultas Psikologi UGM, 25 Januari 2003.

asumsi-asumsi tersebut dibangun secara deduktif, bukan melalui proses penelitian empirik. Kesahihan asumsi dipertahankan atas dasar manfaat, dan teori yang dibangun kemudian dipertahankan atas apa yang disebut sebagai kesahihan *prescriptive* dan *normative*.

Makna dari kedua konstruksi kesahihan tersebut dapat digambarkan dalam analogi pasien, dokter, dan saran medik berikut ini. Layaknya seorang pasien, nasihat dan resep yang diberikan oleh dokter harus dilaksanakan dengan taat bila yang bersangkutan ingin sehat dan panjang umur. Saran dan resep tersebut didasarkan atas norma perilaku sehat, yang benar atau tidaknya diukur berdasarkan standar *normative*, sedangkan tepat atau tidaknya nasihat dan resep yang diberikan mencerminkan kesahihan *prescriptive*. Dalam konteks perilaku ekonomi, contoh tersebut setara dengan pentingnya seseorang bertindak rasional di pasar. Bila seorang pedagang, sebagai contoh, menjual dagangannya di bawah batas keuntungan yang layak, atau seorang konsumen berbelanja terlalu royal, maka *ceteris paribus* dalam jangka panjang keduanya akan bangkrut. Ketidakrasionalan itu akan dimanfaatkan oleh perilaku lain di pasar demi keuntungan masing-masing. Dengan demikian motif mengambil keuntungan sebesar-besarnya, atau *maximising utility*, berfungsi menjaga pasar dalam kondisi ekuilibrium; di sisi lain pasar juga berfungsi untuk mendisiplinkan setiap pelaku ekonomi agar bertindak rasional demi kepentingan mereka sendiri. Fakta bahwa ekonomi pasar lebih berkembang dibanding jenis-jenis ekonomi yang lain, misalnya ekonomi tradisional dan ekonomi sosialis, menjadi pendukung *homo oeconomicus* sebagai konstruksi deskriptif tentang perilaku ekonomi individu (Heilbroner & Milgron, 1998).

Jalinan antara asumsi tentang sifat dasar manusia yang lugas, model kuantitatif yang anggun, dan cakupan penerapan yang meliputi area-area persoalan kritis setiap kelompok masyarakat menjadi modal bagi ekspansi teori ekonomi ke dalam persoalan-persoalan sosial dan kebijakan strategis organisasi dari lingkup terkecil masyarakat sampai pada tata hubungan yang bersifat global. Di bidang politik, teori ekonomi digunakan untuk mendesain sistem pemilihan terhadap anggota legislatif. Di bidang penegakan hukum dan ketertiban, model ekonomi dimanfaatkan untuk menghitung bobot *punishment* yang memiliki efek *deterent* tertinggi. Konsepsi tentang mekanisme pasar kini tidak hanya digunakan untuk menjelaskan hubungan transaksional-moneteris. Masalah-masalah perceraian, kriminalitas, *addiction* baik pada zat-zat adiktif maupun jenis lain seperti kecanduan kerja atau menonton televisi, kini menjadi area penjelajahan teori ekonomi (Becker, 1996).

Namun, di balik hegemoni *mainstream* teori ekonomi neo-klasik yang seolah tak tergoyahkan, kritik terhadap asumsi-asumsi dasar mereka tentang manusia makin menguat dan makin mendapatkan tempat dalam percaturan akademis. Penyimpangan dari asumsi-asumsi rasionalitas telah ditemukan baik dalam konteks eksperimen di laboratorium maupun secara empirik di pasar. Karena penyimpangan tersebut mengindikasikan adanya fakta yang tidak bisa dijelaskan oleh teori, maka fakta-fakta itu disebut sebagai anomali. Dewasa ini laporan-laporan akademis tentang anomali sering dijumpai di berbagai jurnal ilmiah berbobot<sup>2</sup>.

Untuk memberikan gambaran ringkas, makalah ini akan memaparkan beberapa contoh anomali berdasarkan beberapa kriteria. Yang pertama adalah kasus yang mengandung kontradiksi mendasar dengan aksioma teori ekonomi. Disamping pilihan yang strategis untuk perekonomian. Sebuah kerangka alternatif, *quasi-rational agent*, kemudian dipaparkan, diikuti oleh uraian tentang *prospect theory*, sebuah teori tentang pengambilan keputusan dalam situasi yang berisiko yang dianggap sebagai alternatif teori tentang pengambilan keputusan klasik. Keseluruhan paparan pada makalah ini diharapkan untuk memberikan gambaran tentang perlunya, dan telah dilakukannya, integrasi antara ilmu ekonomi dan ilmu psikologi, terutama psikologi kognitif.

### **ANOMALI ATAS PRINSIP INVARIANCE**

Salah satu prinsip dasar dalam teori ekonomi tentang pengambilan keputusan dalam teori ekonomi, *principle of invariance*, menyatakan bahwa sebuah keputusan tidak tergantung pada kerangka, atau *frame*, bagaimana pilihan-pilihan yang ada dikemas. Dengan demikian misalnya dua pilihan atas prosedur medik, dengan masing-masing konsekuensi, akan menghasilkan keputusan yang sama, tidak pandang apakah konsekuensi itu dinyatakan dalam bentuk sekian persen pasien tetap hidup (*survival frame*) atau sekian persen pasien meninggal (*mortality frame*).

Sebuah eksperimen untuk menguji prinsip ini dilakukan oleh McNeil dkk. (dalam Tversky & Kahneman, 1986). Dua kelompok responden diberi data statistik yang sama tentang dampak dua jenis metode perawatan kanker paru-paru. Namun, data tersebut dikemas dalam frame yang berbeda: *mortality frame* untuk kelompok pertama,

<sup>2</sup> Pembaca yang tertarik untuk menggali temuan-temuan tentang *anomaly* dalam teori ekonomi dipersilahkan merujuk pada Schoemaker (1982), Camerer (1995) dan Starmer (2000). Untuk referensi yang kurang bersifat teknis, pembaca dipersilahkan merujuk pada "The Winner's Curse" yang diedit oleh Richard Thaler (1992a). buku ini merupakan kumpulan dari artikel-artikel tentang *anomaly* yang dipublikasikan pada *The Journal of Economic Perspectives*, selama kurun waktu hampir 10 tahun.

*survival frame* untuk kelompok lainnya. Para responden kemudian diminta untuk menentukan pilihan metode A atau metode B. Gambaran materi eksperimen adalah sebagai berikut:

**Perlakuan 1** (*survival frame*,  $N = 247$ )

*Metode pembedahan*: dari 100 orang yang dirawat dengan metode ini, 90 orang tetap hidup melewati tahap operasi/rawat inap, 68 orang tetap hidup sampai akhir tahun pertama, dan 34 orang tetap hidup sampai akhir tahun kelima [82%].

*Metode radiasi*: dari 100 orang yang dirawat dengan metode ini, semuanya selamat melewati tahap radiasi/rawat inap, 77 orang tetap hidup sampai akhir tahun pertama dan 22 orang tetap hidup sampai akhir tahun kelima [18%].

**Perlakuan 2** (*mortality frame*, [ $N = 336$ ])

*Metode pembedahan*: dari 100 orang yang dirawat dengan metode ini, 10 orang meninggal dalam tahap operasi/rawat inap, 32 orang telah meninggal di akhir tahun pertama, dan 66 orang telah meninggal di akhir tahun kelima [56%].

*Metode radiasi*: dari 100 orang yang dirawat dengan metode ini, tidak ada satu pun yang meninggal dalam tahap radiasi/rawat inap, 33 orang telah meninggal akhir tahun pertama, dan 78 orang telah meninggal di akhir tahun kelima [44%].

*Frame* yang tampaknya sepele ternyata mengakibatkan kenaikan respon terhadap pilihan metode radiasi dari 18% pada *survival frame* menjadi 44% pada *mortality frame*. Temuan ini menjadi salah satu dasar dirumuskannya konsep *framing effect* yang menunjukkan bahwa cara penyajian pilihan akan mempengaruhi keputusan individu (Thaler, 1980; Kahneman & Tversky, 1984; Thaler, 1999a).

Lantas apa manfaat dari *framing effect*? Salah satu contoh langkah bisnis yang didasarkan pada psikologi pengambilan keputusan ekonomi ini adalah lobby yang dilakukan oleh para petinggi *consumer banking* ketika kongres Amerika hendak menerapkan aturan pajak bagi debitur yang menggunakan kartu kredit. Pajak tersebut diberi nama *credit surcharge*, namun ini berimplikasi *framing* pada nasabah bahwa mereka harus membayar lebih untuk setiap transaksi yang dilakukan. Karena itu para eksekutif itu *meminta* agar istilah tersebut diganti dengan *cash discount* (Thaler, 1980), yang seolah-olah berarti mereka yang membayar secara tunai mendapatkan potongan (padahal pemakai kartu kredit tetap membayar pajak, dan pengguna uang tunai tidak mendapatkan diskon). Keberhasilan *lobby* ini menunjukkan pelanggaran

terhadap prinsip ilmu ekonomi yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan sikap terhadap *opportunity cost* dan biaya sebenarnya yang telah dilakukan.

Ilustrasi lain dari penerapan *framing effect* dapat ditemukan pada dunia *direct marketing* pada umumnya program-program *multi level marketing* menyarankan anggotanya untuk mengkonsumsi produk yang dipasarkannya; yang pada umumnya dijual lebih dari 30% harga pasar untuk produk dengan spesifikasi sejenis (di atas 30%, karena anggota mendapatkan diskon 30%, di luar margin keuntungan yang diambil oleh perusahaan dan distributor). Jelas bahwa hal itu merupakan pengeluaran yang ekstra mahal, karenanya beberapa pengelola mengindoktrinasi istilah *investment* untuk belanja pribadi tersebut yang diiming-imingi *gain* berupa diskon pribadi. Dengan demikian biaya *out-of-pocket* dapat disamakan sebagai *opportunity cost*, di mana *opportunity* itu hanya akan terealisasi bila ada lebih banyak orang yang bisa dipengaruhi dengan cara serupa.

Cerita tentang pegawai jaman kolonial Belanda yang harus memungut pajak pada masyarakat Samin Blora membeikan ilustrasi penutup tentang anomali prinsip *invariance* dan kegunaan teknik *framing*. Sifat egalitarian yang menjadi ciri dasar 'Orang Samin' membuat mereka tidak mau membayar pajak kepada pemerintah. Karena itu 'pajak' yang dikonotasikan 'pungutan', yang menempatkan mereka dalam posisi lebih di bawah, diubah menjadi 'sumbangan' bagi pelaksanaan roda pemerintahan. *Frame* baru ini lebih cocok dengan psikologi 'Orang Samin' yang unik. Mungkin pendekatan serupa dapat diambil oleh pemerintah jaman sekarang untuk mengkomunikasikan kebijakan-kebijakan baik di bidang fiskal maupun moneter.

### MENTAL ACCOUNTING DAN FENOMENA 'TERLANJUR BASAH'

Sebuah contoh anomali yang lain adalah yang disebut sebagai *sunk cost*. Fenomena ini dipilih karena di satu sisi sangat banyak ditemukan pada kehidupan sehari-hari, di sisi lain fenomena ini jelas menunjukkan bahwa *homo oeconomicus* tidaklah serasional yang diasumsikan teori ekonomi. Untuk alasan yang akan dijelaskan kemudian, fenomena ini diterjemahkan secara bebas sebagai fenomena 'terlanjur basah.'

Untuk memahami fenomena ini, cobalah tentukan sikap Anda dalam situasi-situasi berikut ini. Seandainya seorang teman memberi hadiah tiket pertunjukkan monolog Butet Kartaredjasa di Purna Budaya. Kebetulan pada saat mau berangkat hujan turun tiada terkira lebatnya. Apakah Anda akan meneruskan pergi menonton? Bagaimana seandainya tiket itu tidak didapatkan secara gratis, misalnya Anda

membeli seharga 50 ribu atau 100 ribu? Mana lebih kuat keinginan untuk berangkat, ketika tiket itu berharga lebih murah atau lebih mahal?

Ketika membeli tiket pertunjukan tersebut seolah-olah kita membuka sebuah *account* yang berisi catatan pengeluaran untuk biaya menonton pertunjukan. Proses *mental accounting* ini serupa dengan proses pembukuan yang seumumnya, yakni *account* itu baru ditutup setelah mendapatkan pemasukan atau dinyatakan rugi. Ketika mendapat tiket gratis, *account* tersebut berjumlah nol, atau setidaknya-tidaknya jumlah tertentu yang berupa *opportunity* untuk menikmati pertunjukkan. Namun hujan deras, yang berarti masukan negatif, dengan mudah menyisakan jumlah angka 0 atau bahkan negatif bila ternyata pertunjukkan itu tidak menarik. Sebaliknya, menutup pengeluaran 50 atau 100 ribu jelas menunjukkan adanya saldo negatif, yang jelas akan menimbulkan perasaan tidak enak dalam diri kita.

Fenomena terlanjur basah beserta konsekuensi ekonominya barangkali akan lebih jelas pada contoh berikut. Sepatu yang Anda beli di Bandung, yang ketika dicoba di toko terasa begitu nyaman, ternyata ujungnya terlalu kecil sehingga membuat jari Anda terasa sakit. Apakah Anda termasuk orang yang memilih tindakan-tindakan berikut ini? (1) Makin mahal harga sepatu ini, makin lama Anda memaksakan diri memakainya (tindakan ini hanya rasional bila sepatu itu hanya bisa digantikan oleh yang lebih mahal harganya). (2) Akhirnya Anda pun memutuskan untuk tidak memakainya lagi. Namun, makin mahal harga sepatu itu, makin lama anda menyimpannya (tindakan ini tidak mungkin dirasionalkan, kecuali bila makin mahal sepatunya maka makin kecil ukurannya). (3) Ketika sepatu itu benar-benar sudah berdebu, barulah Anda membuangnya atau memberikan pada orang lain. Ketika itu Anda merasa bahwa uang yang Anda keluarkan telah tergantikan.

Fenomena terlanjur basah dapat membawa implikasi yang jauh lebih dahsyat dari yang digambarkan di atas bila terjadi pada aktivitas-aktivitas investasi. Pada kadar yang tidak terlalu besar adalah kecenderungan para investor pribadi untuk cepat-cepat melepas ketika harga-harga saham naik (*profit taking*), namun terlalu lambat melego saham ketika harga-harga turun. Yang lebih dahsyat adalah ambruknya Bank Duta dan Bank Barring, salah satu bank tertua di Inggris, oleh trader valas mereka (Dicky Iskandar Dinata dan Nick Leeson). Proses yang terjadi pada kedua peristiwa tersebut adalah serupa, yakni posisi *loss* itu tidak segera ditutup karena mereka khawatir akan ketahuan oleh rekan atau supervisor mereka. Padahal, dalam jumlah yang wajar kerugian merupakan hal yang biasa dalam transaksi valuta asing. Namun mereka berharap bahwa kerugian itu bisa ditutup dalam transaksi berikutnya. Karena dalam prinsip makin tinggi sebuah spekulasi akan makin memberikan keuntungan yang

makin besar, namun dengan *probability* yang makin kecil keduanya pun makin nekat. Walhasil terjadi akumulasi kerugian dalam jumlah yang tidak terkira besarnya. Jauh lebih besar dari kemampuan kedua bank tersebut untuk *menomboki*.

Fenomena terlanjur basah tidak hanya ditemui pada tingkat individu maupun perusahaan, melainkan juga pada proyek-proyek pemerintah. Contoh yang sangat terkenal adalah proyek River Dam oleh negara bagian New York pada tahun 1860-an, yang tetap dilanjutkan sekalipun memakan biaya yang berlipat-lipat sekalipun manfaat ekonominya kecil. Kasus-kasus mega-proyek baik oleh pemerintah maupun swasta Indonesia kalau dicermati mungkin juga mengandung unsur-unsur proses *sunk cost*.

Bagaimana menerapkan prinsip ini di dunia pemasaran? Pada prinsipnya, makin tinggi nilai barang yang dibeli, makin tinggi keinginan orang untuk mendapatkan penguatan bahwa apa yang didapatkan setimpal dengan jumlah yang dibayar. Karena itu salah satu taktik yang dipakai oleh Lee Iacoca, ketika masih menjadi tenaga pemasar di Ford Corporation adalah menelepon pembeli mobil sebulan kemudian. Yang ditanyakan bukanlah apakah Anda puas dengan mobil yang baru Anda beli, melainkan: "Apa komentar rekan-rekan terhadap mobil yang baru Anda beli?" (Iacoca & Novak, 1989). Sekalipun tidak puas, kecil kemungkinan pembeli akan mengakui adanya respon negatif dari teman-temannya, karena itu berarti menambah catatan kerugian pada *account* pribadinya. Sebaliknya, mungkin dia akan meyakinkan mereka bahwa dia puas dengan mobil yang baru dibeli, karena bila ada yang turut membeli maka akan memberikan *feedback* positif pada dirinya.

## **ANOMALI DI PASAR: BEHAVIOURAL FINANCE DAN KUTUKAN BAGI SI PEMENANG**

Sekalipun jumlahnya sangat banyak, contoh-contoh anomali seperti di atas tidak cukup meyakinkan para ekonom bahwa pelanggaran atas asas rasionalitas oleh individu itu berpengaruh signifikan terhadap dinamika pasar. Sebagaimana yang telah dipaparkan di bagian pembukaan, sebagian ekonom berpendapat bahwa kekuatan pasar akan mengoreksi ketidakrasionalan tersebut, sehingga pasar tetap berada pada *equilibrium* atau pun pada *disequilibrium* yang dinamis.

Pada bagian ini akan diuraikan beberapa contoh anomali yang terjadi pada pasar. Contoh yang paling kuat, dan yang secara teoritis paling penting maknanya, adalah anomali yang ditentukan pada pasar modal. Pasar ini paling mendekati ciri-ciri pasar yang efisien di antara jenis institusi pasar yang lain, mengingat *transaction cost* yang rendah, informasi terbuka, dan adanya perantara yang aktif. Karena itu anomali pada

pasar modal dapat menjadi indikasi serius terhadap validitas asumsi-asumsi dasar teori ekonomi.

Dalam paper-nya yang singkat Thaler (1999b) mengemukakan lima hal yang menyimpang dari prediksi pasar efisien. Yang pertama adalah volume perdagangan yang sedemikian besar di pasar-pasar keuangan, kurang lebih 700 milyar saham per hari di New York Stock Exchange, atau senilai 1,25 trilyun US dollar per hari pada bulan Mei 1996 (Henwood, 1997). Hal ini merupakan sesuatu yang janggal karena bila setiap orang tahu bahwa pedagang lain bertindak rasional:

*“...saya tahu bahwa Anda rasional, Anda tahu kalau saya rasional, dan saya tahu bahwa Anda mengetahui bahwa saya rasional, maka bila saya berniat membeli saham Anda dan Anda berniat menjualnya pada saya, maka saya harus hati-hati informasi apa yang kira-kira Anda miliki yang saya tidak tahu. Jangan-jangan perusahaan yang sahamnya Anda genggam akan bankrut. Sebaliknya, Anda pun harus hati-hati menjual, jangan-jangan ada prospek yang tidak Anda ketahui yang membuat saya berminat membeli saham Anda...”*

Bila memang para *trader* bertindak dalam kadar rasionalitas seperti diasumsikan teori, maka volume perdagangan di pasar modal tidak akan setinggi yang selama ini terjadi.

Anomali ke dua menyangkut gejolak harga-harga saham yang sangat berlebihan. Dalam sebuah pasar yang rasional, harga akan berubah mengikuti perubahan pada *intrinsic value* (misalnya nilai dari deviden yang akan dibagikan oleh perusahaan). Namun data dari berbagai pasar modal menunjukkan bahwa gejolak harga-harga saham dan surat hutang lebih tinggi dari yang diprediksikan oleh teori pasar efisien.

Tiga area kejanggalan yang lain meliputi anomali sekitar kebijakan pembagian deviden (terkait dengan isu pajak dan respon pasar), perbedaan *return* antara surat hutang dan saham (*the equity premium puzzle*), dan prediktabilitas pergerakan harga di pasar modal. Terkait dengan anomali yang terakhir adalah pergerakan musiman di pasar modal, misalnya *the January effect*, efek akhir dan awal minggu, dan efek jam awal dan akhir pembukaan pasar. Secara keseluruhan anomali tersebut tidak dapat dijelaskan oleh model teori yang konvensional, dan karena mengundak masuknya teori-teori keuangan yang mempertimbangkan unsur-unsur kognitif dan perilaku pasar.

Contoh terakhir yang layak disebutkan adalah apa yang dijumpai pada lembaga-lembaga pelelangan, sebagai sekedar informasi, volume transaksi melalui mekanisme

lelang sangatlah besar. Objek yang dilelangkan mulai dari benda-benda antik dan hasil karya seni (seperti pada balai lelang Christy dan Sotheby di London), surat hutang pemerintah dan swasta yang bernilai trilyunan per hari, kontrak eksplorasi minyak dan bahan tambang, dan aset-aset bergerak dan tak bergerak. Ciri utama mekanisme pasar lelang adalah adanya asimetri informasi antara penjual dan pembeli: penjual tidak tahu seberapa bernilai objek yang dilelangnya bagi pembeli, sebaliknya pembeli tidak memiliki informasi secara persis nilai intrinsik dari objek yang dilelang. Selain itu, lelang pada umumnya dilakukan untuk objek-objek yang tidak bisa mendapatkan penilaian yang wajar dari mekanisme pasar yang umum.

Teori normatif tentang pelelangan yang optimal, dari sudut pandang pelelang, disebut sebagai *Risk Neutral Nash Equilibrium* (McAfee & Mc Millan, 1987; Milgrom, 1989). Untuk meraup uang dalam sebuah pelelangan yang *fair* seseorang harus melakukan pemotongan estimasi nilai dua kali. Yang pertama untuk menghindari *overestimation*, perkiraan nilai yang lebih tinggi dari nilai yang sebenarnya; dan yang ke dua untuk memberikan margin keuntungan yang diharapkan. Bila seluruh peserta lelang mengikuti prosedur ini maka secara teoritis tidak ada peserta lelang yang mengalami kerugian, karena nilai lelang objek yang dimenangkannya masih lebih tinggi dari *reservation value* yang ditentukannya.

Data lapangan dan berbagai eksperimen, di lain pihak, menunjukkan hal yang sebaliknya. Sementara rata-rata penawaran peserta lelang di bawah nilai objek, pemenang lelang pada umumnya mengajukan penawaran yang melebihi nilai objek. Karena itu pemenang lelang mengalami kerugian, sehingga seolah-olah mendapatkan kutukan atas kemenangannya (*the winner's curse*). Istilah ini pertama kali dikemukakan oleh Capen, Clapp dan Campbell (1971) para insinyur ARCO, yang melaporkan kerugian perusahaan-perusahaan minyak dalam pelelangan kontrak eksplorasi minyak di teluk Meksiko. Bukti-bukti yang mendukung klaim ini cukup kuat, baik dari penelitian eksperimental (misal Kagel & Levin, 1986; Lind & Plott, 1991) dan data lapangan, misalnya pelelangan bank yang bangkrut (Giliberto & Varaiya, 1989).

### **DARI HOMO OECONOMICUS KE HOMO SAPIENS: RASIONALITAS SEMU**

Bukti-bukti tentang tidak terpenuhinya asumsi-asumsi rasionalitas dalam perilaku ekonomi individu mendorong Thaler (2000) meramalkan bahwa di masa depan figur manusia dalam teori ekonomi akan bergeser ke konstruksi *homo sapiens*. Bila *homo oeconomicus* dalam teori ekonomi neo-klasik diasumsikan sebagai makhluk rasional, *homo sapiens* bercirikan rasionalitas semu (mungkin ini bukan terjemahan yang pas

untuk *quasi rationality*). Mereka berusaha keras untuk bertindak rasional, namun mereka tetap membuat kesalahan-kesalahan yang sistematis ketika mengambil keputusan. Sebagai akibatnya adalah perilaku mereka secara sistematis melanggar aksioma-aksioma teori ekonomi (Thaler, 1985). Individu yang kuasi-rasional memiliki tiga keterbatasan, yakni: *bounded rationality*, *bounded willpower*, dan *bounded self-interest* (Jolls, Sustain & Thaler, 1998; Mulainathan & Thaler, 2000).

*Bounded rationality* pertama kali dikemukakan oleh Herbert Simon (1955). Konsep ini merujuk pada bukti-bukti bahwa kapasitas kognitif manusia tidaklah tak terbatas. Tanda-tanda dari keterbatasan kognisi tersebut terlihat pada proses *judgement* dan pengambilan keputusan. Tidak sebagaimana yang diasumsikan teori ekonomi individu menggunakan sejumlah *rule-of-thumbs* atau *heuristics* dalam melakukan penilaian terhadap objek tindakan (Tversky & Kahneman, 1974). Di sisi lain, psiko-fisiologi manusia turut berperan dalam pengambilan keputusan, sebagaimana tercermin pada *value function* yang berbentuk asimetris antara ranah *gains* dan *losses* (Kahneman & Tversky, 1979; 1982; 1984).

*Bounded willpower* merujuk pada fakta-fakta bahwa individu seringkali bertindak sesuatu yang dia tahu bahwa hal itu tidak menguntungkannya dalam jangka panjang (Thaler & Shefrin, 1981). Dalam perilaku menabung, misalnya, sekalipun individu mampu memperhitungkan jumlah yang perlu disimpan dalam tahun ini untuk memaksimalkan *utility* sepanjang hidupnya, dia tidak mungkin menahan godaan untuk menghamburkan uang. Secara nasional ini terlihat pada tendensi kaum muda dan kelompok usia lanjut yang mengkonsumsi terlalu sedikit, sementara kelompok usia menengah terlalu banyak berbelanja (Thaler, 1992b). *Bounded willpower* juga terlihat dari tingkat tabungan pribadi yang rendah pada masyarakat Amerika Serikat (Thaler, 1994).

*Bounded self-interest* mencerminkan fakta penting tentang fungsi utilitas kebanyakan orang di hampir setiap situasi, di mana mereka bersedia membantu orang lain (atau seolah bertindak untuk membantu orang lain), sekalipun itu orang yang baru pertama kali dikenal. Pernyataan ini didukung oleh temuan-temuan dari eksperimen *ultimatum game* dan *public goods* (Thaler, 1992c; Thaler and Dawes, 1992), yang seharusnya memancing subjek untuk bertindak *selfish*. Secara umum, temuan-temuan eksperimental menunjukkan bahwa orang memiliki kemauan untuk saling memantau dan bertindak etis dalam keputusan-keputusan ekonomi yang mereka ambil.

Agar diskusi kita berimbang, perlu disampaikan bahwa bukti-bukti di atas tidak mengarahkan kesimpulan bahwa individu tidak pernah bertindak secara rasional sebagaimana diprediksikan oleh teori ekonomi. Kadang-kadang pasar memang

mengarahkan seseorang untuk bertindak sebagaimana disarankan oleh teori ekonomi (Jolls, Sunstein, Thaler, 1998). Di dalam *future trading*, misalnya, pasar memiliki kekuatan yang cukup untuk membuat tiga batasan di atas tidak relevan dijadikan dasar prediksi apa yang akan dilakukan oleh para pedagang. Karenanya, tantangan di masa depan adalah untuk mengenali secara persis kapan kekuatan pasar bisa mengarahkan individu untuk berperilaku sebagaimana yang digambarkan oleh asumsi-asumsi rasional.

### **PROSPECT THEORY DAN MODEL PROSES KOGNITIF**

Adalah sesuatu yang wajar bila perilaku seseorang dalam satu dan lain kondisi menyimpang dari kaidah rasionalitas. Karena itu kuantitas dan variasi anomali tidak dapat digunakan sebagai tolok ukur yang memadai tentang perlunya pengembangan teori ekonomi, kecuali bila bisa dibuktikan bahwa penyimpangan tersebut terjadi secara sistematis. Hal yang terakhir inilah yang berhasil dicapai oleh dua psikolog dari Amerika, Kahneman dan almarhum Tversky, melalui karya-karya monumental mereka (Tversky & Kahneman, 1974; Kahneman & Tversky, 1979), sehingga penghargaan Nobel tahun 2002 dianugerahkan kepada Daniel Kahneman. Mengingat di satu sisi teori telah demikian populer dan berpengaruh<sup>3</sup>, di sisi lain teori itu belum terlalu dikenal secara luas di Indonesia, maka bagian ini dimaksudkan untuk memberikan pengenalan singkat tentangnya.

*Prospect Theory* (PT) dimaksudkan sebagai alternatif teori untuk mendeskripsikan proses pengambilan keputusan individual dalam situasi-situasi yang mengandung unsur risiko. Di antara keunggulan-keunggulan yang lain, PT mampu mendemonstrasikan dan menerangkan efek pengkerangkaan pilihan pada keputusan individu<sup>4</sup>. Sebuah pilihan yang sama dapat dikemas dengan cara yang berbeda; dan cara yang berbeda akan mengarahkan individu pada keputusan yang berbeda pula. Dengan demikian sebagaimana disinggung di depan, *framing effect* melanggar prinsip *invariance* dari *expected utility theory* (teori dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam teori ekonomi). Di dalam PT, *framing effect* dijelaskan sebagai akibat adanya proses dua tingkat dalam pengambilan keputusan, yaitu: *editing* dan evaluasi (Kahneman & Tversky, 1979). Namun PT tidak memberikan model yang

---

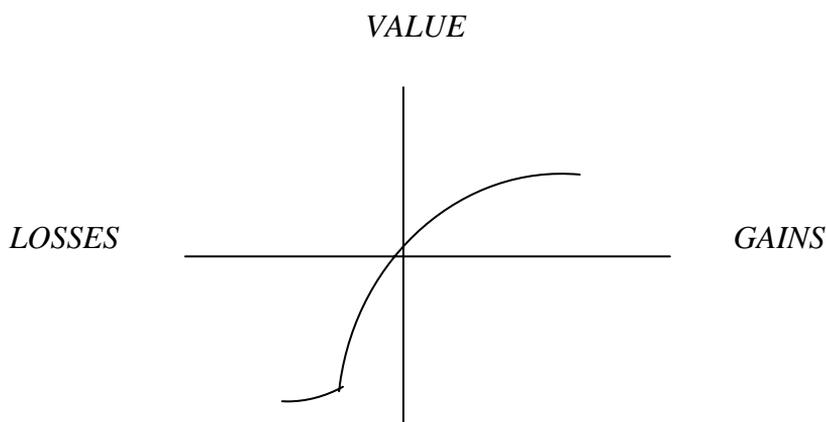
<sup>3</sup> Teori ini menjadi salah satu faktor pendorong berkembangnya disiplin *Behavioural Economics* dan *Economic Psychology*. Di samping itu teori ini juga mendapat perhatian dalam disiplin-disiplin *international relations*, *behavioural law*, dan *medical decision making*.

<sup>4</sup> Pembaca yang berminat disarankan untuk merujuk pada Kahneman Dan Tversky (1982, 1984), Tversky dan Kahneman (1981), dan Kahneman (1986) untuk uraian dari sudut pandang psikologi.

memadai tentang bagaimana proses *editing* dan evaluasi ini dijalankan dalam proses berpikir individu. Thaler (1980, 1985, 1999a) menawarkan *mental accounting* sebagai model yang dimaksudkan. Kedua bagian teori tersebut akan diuraikan satu persatu.

### THE VALUE FUNCTION

Perbedaan yang mendasar antara PT dengan *expected utility theory* dapat dilihat dari *value function* yang berbeda. Di dalam PT *value function* (sebuah ‘alat’ untuk mengukur sejauh mana kemanfaatan sebuah pilihan/aset yang telah dimiliki) dianggap sebagai representatif dari mekanisme persepsi individu tentang kenikmatan (*pleasure*) atau ketidaknikmatan (*pain*) yang dirasakan sebagai sebuah pilihan/tindakan. Fungsi sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1 itu memiliki beberapa atribut dasar.



**Gambar 1.** A hypothetical value function (kahneman and Tversky, 1979)

Yang pertama adalah *value function* itu ditentukan berdasarkan keuntungan atau kerugian, yang kedua hal itu diukur dari sebuah titik rujukan. Sebagai ilustrasi, mendapatkan uang Rp. 100.000 sangat besar bagi orang miskin, namun tidak ada artinya bagi mereka yang tinggal di *real estate* mewah. Titik rujukan dalam contoh ini adalah kekayaan yang telah dimiliki. Contoh lain, pengurangan hukuman selama 6 bulan oleh Pengadilan Tinggi akan dirasakan tidak signifikan oleh mereka yang divonis 12 tahun, namun dirasakan sebaliknya oleh yang mendapatkan vonis 12 bulan. Dalam contoh ini titik rujukan adalah jarak dari kebebasan.

Cara pendefinisian *value function* ini sejalan dengan prinsip psikofisik manusia yang terbiasa mengukur segala sesuatu dari perubahan dan bukan dari besaran yang absolut. Sebagai contoh, penelitian-penelitian psikobiologis menunjukkan bahwa manusia mengukur sifat-sifat terangnya cahaya, kerasnya bunyi, panas atau dinginnya suhu udara dari referensi sensasi yang dialami sebelumnya. Setelah terbiasa dengan air dingin, subjek akan mengatakan air hangat sebagai air panas; sebaliknya air yang sama dikatakan dingin oleh yang tangannya lebih dahulu dimasukkan ke air panas.

Ke dua, baik fungsi keuntungan maupun kerugian menunjukkan penurunan makna sejalan dengan penambahan tingkat yang ada. Gagasan ini dapat ditelusuri balik pada Daniel Bernoulli (1937/1954), yang juga berpengaruh pada Fechner ketika merumuskan hukum psikofisiknya. Secara matematis, *value function* untuk penambahan 'harta' bersifat cembung terhadap titik rujukan ( $v''(x) < 0$ , for  $x > 0$ ) dan fungsi untuk penurunan harta adalah cekung ( $v''(x) > 0$ , for  $x < 0$ ). Ini berarti makna penambahan atas harta yang telah dimiliki makin menurun sejalan dengan makin besarnya harta yang sebelumnya dimiliki. Sebagai ilustrasi, diskon Rp. 100,- dari harga semula Rp. 1.000,- dirasakan lebih menarik daripada dari harga dasar Rp. 10.000,-

Ciri ke tiga adalah prinsip "kehilangan lebih menyakitkan dari mendapatkan" (*loss aversion*). Pada umumnya orang merasa lebih sedih kehilangan uang Rp. 10.000,- daripada tingkat emosi positif yang dirasakan ketika menemukan uang Rp. 10.000,- prinsip ini tercermin dari tingkat kecembungan yang berbeda pada kurva *value function*, di mana fungsi untuk kehilangan lebih curam daripada fungsi pendapatan, kurang lebih dalam rasio 2:1 (Tversky and Kahneman, 1991).

Prinsip-prinsip tersebut mampu menerangkan anomali besar perilaku manusia yang seolah-olah kebiasaan untuk membeli asuransi sekaligus membeli lotere adalah wajar. Ketika orang mengasuransikan hartanya maka orang tersebut sebenarnya takut pada risiko yang kecil untuk kemungkinan kehilangan yang besar. Sebaliknya, dengan membeli lotere sebenarnya orang menyukai risiko yang besar untuk kehilangan sejumlah uang, dibandingkan kemungkinan yang sangat kecil untuk mendapatkan hadiah. Model *expected utility* tidak bisa memberikan penjelasan yang memadai tentang hal ini, sekalipun pada kenyataannya baik industri asuransi maupun bandar-bandar lotere tetap mengeruk keuntungan yang besar dari bisnisnya.

### **MENTAL ACCOUNTING**

*Mental accounting* merujuk pada serangkaian operasi kognitif yang dilakukan oleh individu untuk mengelola dan membuat catatan tentang aktivitas keuangannya. Konsep ini meliputi tiga proses: (1) bagaimana hasil sebuah keputusan dimengerti dan dirasakan, yang selanjutnya mengarah pada sebuah keputusan dan evaluasi, (2) pencatatan kegiatan ke dalam *accounts* tertentu, dan (3) frekuensi di mana *accounts* tersebut dievaluasi.

Contoh sebuah proses pembukuan mental terungkap dari kasus hipotesis berikut: “Bayangkan bahwa Anda akan membeli sebuah jaket seharga [125 ribu] / [15 ribu] dan sebuah kalkulator seharga [15 ribu] / [125 ribu]. Penjual kalkulator memberitahu Anda bahwa kalkulator tersebut sedang diobral seharga [10 ribu] / [120 ribu] di toko lain yang berjarak 20 menit dengan kendaraan dari toko tersebut. Apakah Anda akan memilih pindah membeli ke toko tersebut?”

Eksperimen yang dilakukan Tversky dan Kahneman (1981) menunjukkan bahwa responden lebih memilih perjalanan ke toko lain untuk menghemat 5 ribu ketika kedua barang itu berharga 15 ribu dibandingkan 125 ribu.

Thaler (1999) menjelaskan bahwa ada tiga cara hasil sebuah tindakan bisa dievaluasi: *minimal account*, *topical account*, dan *comprehensive account*. Dengan *minimal account* seseorang hanya memperhatikan perbedaan keuntungan dari dua pilihan, dalam kasus di atas adalah penghematan 5 ribu rupiah, dan mengabaikan semua hal lain yang mungkin terkait. Dengan demikian bila seseorang menganggap 5 ribu itu bermakna, maka tak pandang penghematan itu berasal dari 15 ribu atau 1 juta rupiah, dia akan tetap pergi ke toko yang lain, tak pandang untuk membeli jaket atau kalkulator. Cara evaluasi, yang disukai oleh teori ekonomi, jelas tidak dilakukan oleh kebanyakan orang.

Demikian pula *comprehensive account*, di mana seorang memperhitungkan segenap aspek untung-rugi dari tindakan, dan mengukur pula dari tingkat kekayaan yang dimiliki. Bila kalkulasi tersebut menyimpulkan bahwa penghematan 5 ribu itu bermakna, maka tindakan yang akan dilakukan adalah sebagaimana dalam *minimal account*.

Sebaliknya kasus di atas menunjukkan bahwa manusia cenderung pada *topical account*, di mana berbagai atribut sosial digunakan sebagai referensi pembanding. Perbedaan 5 ribu mungkin dipandang signifikan untuk harga kalkulator, yang variasi harga untuk spesifikasi yang sama tidak terlalu tinggi, sebaliknya tidak untuk sebuah

jaket yang sangat bervariasi harganya. Demikian penghematan 1/3 akan dirasakan berbeda dengan penghematan 1/25 dari harga sebelumnya.

Ada sejumlah model *mental accounting* yang sekalipun memiliki relevansi tinggi namun tidak bisa diuraikan di sini, misalnya prinsip penggabungan atau pemisahan *rewards* atau *punishment*. Prinsip segregasi ini tidak saja relevan untuk diterapkan pada problem-problem ekonomi, namun mungkin pula untuk efektivitas sebuah terapi, terutama terapi-terapi perilaku.

## **PENUTUP**

Beberapa hal patut dicatat dari uraian di atas. Pertama adalah perlunya kolaborasi interdisipliner, dalam kasus ini adalah antara psikologi dengan ekonomi. Di satu sisi ilmu psikologi, terutama psikologi kognitif, telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ilmu ekonomi. Kontribusi itu telah cukup diterima dalam status yang layak, sebagaimana tercermin pada publikasi pendekatan psikologi di jurnal-jurnal ekonomi ternama, serta dianugerahkannya hadiah nobel untuk dua orang psikolog, yaitu Herbert Simon dan Daniel Kahneman.

Kedua, seluruh kasus yang berasal dari laporan penelitian yang digunakan dalam tulisan ini berasal dari penelitian di Eropa atau Amerika. Ini bukan berarti bahwa masalah-masalah tersebut tidak ditemukan atau tidak relevan untuk Indonesia. Namun itu menunjukkan bahwa pendekatan interdisipliner ini belum terlalu dipraktikkan di negara kita tercinta ini.

Sebagai penutup, uraian pada makalah ini bersumber dari khasanah *economic psychology*, *behavioural decision making*, dan *behavioural economic*. Bidang-bidang ini, sepanjang pengalaman penulis yang masih sempit, belum terlalu populer dikaji di Indonesia. Mengingat relevansi yang tinggi bagi masalah-masalah perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di negara yang sedang membangun ini, penulis berharap agar makalah sederhana ini sedikit memberikan informasi untuk memancing minat ke arah berkembangnya penelitian perilaku ekonomi dengan konteks keindonesiaan yang khas.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Becker, G.S. 1996. *Accounting for Tastes*. Cambridge-MA: Harvard University Press.  
Bernoulli, D. 1738/1954. Exposition of a New Theory on the Measurement of Risk. *Econometrica*. 22:1, 23-36.

- Camerer, C.F. 1995. Individual decision making. Dalam Kagel, J. & Roth, A.E. (eds.) *Handbook of Experimental Economics*. Princeton: Princeton University Press.
- Capen, E., Clapp, R., Campbell, W. 1971. Competitive bidding in high-risk situations. *Journal of Petroleum Technology*, 23, 641 – 653.
- Giliberto, S.M., Varaiya, N.P. 1989. The Winner's curse and bidder competition in acquisitions: Evidence from failed bank auction. *The Journal of Finance*, 44, 59 – 75.
- Heilbroner, R., Milberg, W. 1998. *The Making of Economic Society*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Henwood, D. 1997. *Wall Street: How It Works and for Whom*. London: Verso.
- Iacocca, L., Novak, W. 1989. *Iacocca: An Autobiography* (terjemahan P. Suratno). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Jolls, C., Sunstein, C.R., Thaler, R.H. 1998. A Behavioral Approach to Law and Economics. *Stanford Law Review*. 50,1471 – 1550.
- Kagel, J.H., Levin, D. 1986. The winner's curse and public information in common value auctions. *The American Economic Review*, 76, 894 – 920.
- Kahneman, D., Tversky, A. 1979. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*. 47:2, 263 – 291.
- Kahneman, D., Tversky, A. 1982. The Psychology of Preferences. *Scientific American*. 246:1, 136 – 142.
- Kahneman, D., Tversky, A. 1984. Choices, Values, and Frames. *American Psychologist*. 39:4, 341 – 350.
- Lea, S.E.G., Tarpy, R.M., Webley, P. 1987. *The Individual in the Economy. A Survey of Economic Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lind, B., Plott, C.R. 1991. The winner's curse: Experiments with buyers and with sellers. *The American Economic Review*, 81, 335 – 346.
- McAfee, R.P., McMillan, J. 1987. Auctions and bidding. *Journal of Economic Literature*, 25, 699 – 738.
- Milgrom, P. 1989. Auctions and Bidding: A Primer. *Journal of Economic Perspectives*. 3,3 – 22.
- Mullainathan, S., Thaler, R.H. 2000. Behavioral Economics. *NBER Working Paper Series. Working Paper No. 7948*.
- Schoemaker, P.J. 1982. The Expected Utility Model: Its Variants, Purposes, Evidence and Limitations. *Journal of Economic Literature*. 20, 529 – 563.

- Simon, H.A. 1955. A Behavioral Model of Rational Choice. *Quarterly Journal of Economics*. 69, 99 – 118.
- Starmer, C. 2000. Developments in non-expected utility theory: The hunt for a descriptive theory of choice under risk. *Journal of Economic Literature*, 38, 332 – 382.
- Thaler, R.H. 1980. Toward a Positive Theory of Consumer Choice. *Journal of Economic Behavior and Organization*.. 1, 39 – 60.
- Thaler, R.H. 1985. Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science*. 4: 3, 199 – 214.
- Thaler, R.H. 1992a. *The Winner's Curse*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Thaler, R.H. 1992b. Savings, Fungibility, and Mental Accounts. In R.H. Thaler (editor). *The Winner's Curse*. . Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Thaler, R.H. 1992c. The Ultimatum Game. In R.H. Thaler (editor). *The Winner's Curse*. . Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Thaler, R.H. 1994. Psychology of Savings Policies. *The American Economic Review*. 84: 2, 186 – 192.
- Thaler, R.H. 1999a. Mental Accounting Matters. *Journal of Behavioral Decision Making*. 12, 183 – 206.
- Thaler, R.H. 1999b. The end of Behavioral Finance. *Financial Analysts Journal*. November / December, 12 – 17.
- Thaler, R.H. 2000. From Homo Economicus to Homo Sapiens. *Journal of Economic Perspectives*. 14: 1, 133 – 141.
- Thaler, R.H., Dawes, R.M. 1992. Cooperation. In R.H. Thaler (editor). *The Winner's Curse*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Thaler, R.H., Shefrin, H.M. 1981. An Economic Theory of Self-Control. *The Journal Political Economy*. 89: 2, 392 – 406.
- Tversky, A., Kahneman, D. 1974. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*. 185, 1124 – 1131.
- Tversky, A., Kahneman, D. 1981. The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. *Science*. 211, 453 – 458.
- Tversky, A., Kahneman, D. 1986. Rational Choice and the Framing Decision. *Journal of Business*. 59: 4, 5251 – 5278.
- Tversky, A., Kahneman, D. 1991. Loss Aversion in Riskless Choice: A Reference-Dependent Model. *The Quarterly Journal of Economics*. 106: 4, 1039 – 1061.