



Financial Management Behavior

Pandangan Teoritis dan Praktis



Andi Amri S.E., M.M., AWPS., CSFE.
& Rahmi Fitria Malik, S.E., BBA., M.M.

FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR: **PANDANGAN TEORITIS DAN PRAKTIS**

Andi Amri, S.E., M.M., AWPS., CSFE
Rahmi Fitria Malik, S.E., BBA., M.M

Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf I untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR: PANDANGAN TEORITIS DAN PRAKTIS

Andi Amri, S.E., M.M., AWPS., CSFE
Rahmi Fitria Malik, S.E., BBA., M.M



FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR: **PANDANGAN TEORITIS DAN PRAKTIS**

©2026 Pijar Pendar

Penulis: Andi Amri, S.E., M.M., AWPS., CSFE

Rahmi Fitria Malik, S.E., BBA., M.M

Layouter: Risky Fitria Harini

ISBN : 978-634-7545-02-2

234 hlm.; 15,5 x 23

Diterbitkan oleh

CV. Pijar Pendar Pustaka

Anggota IKAPI 400/JTI/2024

pijarpendarofficial@gmail.com

www.pijarpendar.com

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga buku berjudul *Financial Management Behavior: Pandangan Teoritis dan Praktis* ini dapat disusun dan disajikan kepada para pembaca. Buku ini disusun sebagai upaya untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai perilaku keuangan (*financial management behavior*) baik dari sisi konseptual, psikologis, maupun aplikatif dalam kehidupan sehari-hari. Buku ini disusun berdasarkan pengalaman pribadi penulis dan dikombinasikan dengan berbagai referensi yang berasal dari Indonesia dan beberapa negara sehingga kami bisa memastikan buku ini sangat aplikatif.

Buku ini membahas perilaku keuangan sebagai bagian penting dalam pengambilan keputusan ekonomi individu, yang tidak hanya dipengaruhi oleh rasionalitas semata, tetapi juga oleh faktor psikologis, emosional, sosial, dan lingkungan. Pembahasan diawali dengan pengenalan konsep dasar perilaku keuangan, sejarah perkembangannya, serta ragam definisi yang berkembang dalam literatur ekonomi dan keuangan. Selanjutnya, buku ini menguraikan berbagai perspektif psikologi yang mendasari perilaku keuangan, seperti *Theory of Planned Behavior*, *Transtheoretical Model of Change*, *Prospect Theory*, *Regret Theory*, *Decision Affect Theory*, dan *Mental Accounting Theory*, yang menjelaskan bagaimana bias, emosi, dan proses kognitif memengaruhi keputusan keuangan individu.

Selain pendekatan teoretis, buku ini juga menyajikan implikasi praktis perilaku keuangan dalam konteks manajemen keuangan personal, investasi, konsumsi, serta pengelolaan keuangan di era digital. Dengan mengaitkan teori dan fenomena nyata, buku ini diharapkan mampu membantu pembaca memahami mengapa keputusan keuangan sering kali bersifat tidak sepenuhnya rasional, serta bagaimana perilaku keuangan yang lebih terencana dan terkendali dapat mendukung stabilitas dan kesejahteraan finansial jangka panjang.

Buku ini ditujukan bagi mahasiswa, akademisi, peneliti, praktisi, serta masyarakat umum yang ingin memperdalam pemahaman mengenai perilaku keuangan dan penerapannya dalam kehidupan nyata. Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan untuk penyempurnaan di masa mendatang. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna dalam pengembangan ilmu dan praktik manajemen keuangan berbasis perilaku.

Selamat membaca.

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB 1 Perilaku Keuangan	1
BAB 2 Perspektif Psikologi Perilaku Keuangan.....	14
BAB 3 Perilaku Manajemen Keuangan.....	33
BAB 4 Model Perilaku Penggunaan dan Pengelolaan Uang.....	43
BAB 5 Model Perilaku Keputusan Investasi	55
BAB 6 Model Perilaku Kredit dan Permasalahan Hutang.....	88
BAB 7 Model Perilaku Asuransi.....	121
BAB 8 Model Perilaku Perencanaan Pensiun	146
BAB 9 Model Perilaku Perpajakan	162
BAB 10 Model Perilaku Keuangan Perbankan Syariah.....	180
BAB 11 Perencanaan Keuangan.....	190
BAB 12 Manajemen Keuangan dalam Perspektif Islam	203
GLOSARIUM.....	214
DAFTAR PUSTAKA.....	218
TENTANG PENULIS	233

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ilustrasi Perilaku Keuangan Sehari-hari.....	2
Gambar 1.2 Ilustrasi Sejarah Perilaku Keuangan.....	6
Gambar 1.3 Ilustrasi Black Monday Tahun 1987.....	7
Gambar 1.4 Ilustrasi Teori Perilaku Keuangan.....	10
Gambar 1.5 Ilustrasi Dampak Perilaku Keuangan Individu.....	11
Gambar 2.1 Ilustrasi Perspektif Psikologi Perilaku Keuangan.....	16
Gambar 2. 2 Ilustrasi Faktor Penyebab Intensi Seseorang	17
Gambar 2. 3 Ilustrasi Model Teori Perubahan Perilaku	18
Gambar 2.4 Ilustrasi Prospect Theory	21
Gambar 2.5 Ilustrasi Regret Theory	22
Gambar 2.6 Ilustrasi Decision Affect Theory	24
Gambar 2.7 Ilustrasi Mental Accounting Theory	25
Gambar 2.8 Ilustrasi Faktor Pendukung Perilaku Keuangan.....	27
Gambar 3.1 Ilustrasi Contoh Perilaku Manajemen Keuangan (1).....	34
Gambar 3.2 Ilustrasi Contoh Perilaku Manajemen Keuangan (2).....	36
Gambar 3.3 Ilustrasi Contoh Perilaku Manajemen Keuangan (3).....	37
Gambar 3.4 Hambatan dalam Perilaku Manajemen Keuangan.....	40
Gambar 4.1 Ilustrasi Uang.....	44
Gambar 4.2 Ilustrasi Manajemen Uang	52
Gambar 5.1 Ilustrasi Real Assets dan Financial Assets	56
Gambar 5.2 Ilustrasi Perilaku Investasi	65
Gambar 5.3 Ilustrasi Motif Investasi	66

Gambar 5.4 Ilustrasi Faktor Psikologis	68
Gambar 5.5 Ilustrasi Definisi Disposition Effect.....	73
Gambar 5.6 Ilustrasi Penyebaran Informasi	77
Gambar 5.7 Ilustrasi Perilaku Herding saat Pandemi	81
Gambar 5.8 Ilustrasi Diversifikasi Resiko	85
Gambar 6.1 Ilustrasi Pilihan Kredit Konsumen	89
Gambar 6.2 Ilustrasi Hipotik KPR.....	93
Gambar 6.3 Ilustrasi Berbagai Jenis Kartu Kredit.....	96
Gambar 6.4 Ilustrasi Siklus Kehidupan Manusia	100
Gambar 6.5 Ilustrasi Pengambilan Keputusan Kredit.....	101
Gambar 6.6 Ilustrasi Stress Memikirkan Hutang	103
Gambar 6.7 Ilustrasi Seseorang Terlilit Hutang	108
Gambar 6.8 Ilustrasi Pelunasan Hutang.....	112
Gambar 6.9 Ilustrasi Perlindungan Konsumen.....	114
Gambar 6.10 Ilustrasi Seseorang yang Bebas dari Hutang.....	116
Gambar 6.11 Salah satu contoh Kredit Mikro di Indonesia	118
Gambar 7.1 Ilustrasi Manfaat Asuransi.....	122
Gambar 7.2 Berbagai Bentuk Asuransi	126
Gambar 7.3 Contoh Iklan Asuransi di Indonesia.....	129
Gambar 7.4 Preferensi Asuransi Indonesia.....	132
Gambar 7.5 Banjir Bandang di Indonesia.....	136
Gambar 7.6 Mekanisme Prasangka Status Quo dalam Asuransi	138
Gambar 7.7 Contoh Perlindungan Risiko oleh Nasabah Asuransi ...	141
Gambar 7.8 Gambaran Sederhana Moral Hazard	143

Gambar 8.1 Ilustrasi Perencanaan Pensiun.....	147
Gambar 8.2 Ilustrasi Kesadaran Pensiun dan Motivasi.....	150
Gambar 8.3 Salah Satu Produk JHT di Indonesia	153
Gambar 8.4 Perencanaan Pensiun Berbasis Peristiwa Kehidupan..	160
Gambar 9.1 Ilustrasi Gambaran Perpajakan di Indonesia.....	163
Gambar 9.2 Ilustrasi Pajak, Norma Sosial, dan Motivasi Psikologis	167
Gambar 9.3 Ilustrasi Psikologi Perilaku Pajak	170
Gambar 9.4 Penampakan Gedung Direktorat Jenderal Pajak.....	174
Gambar 9.5 Ilustrasi Keadilan & Kesenjangan dalam Pajak.....	177
Gambar 10.1 Ilustrasi Transaksi Perbankan Syariah.....	181
Gambar 10.2 Ilustrasi Perilaku Keuangan Perbankan Syariah	184
Gambar 10.3 Ilustrasi Kinerja dan Keberlanjutan Bank Syariah.....	187
Gambar 11.1 Rencana Kebebasan Keuangan	193
Gambar 11.2 Ilustrasi Siklus Proses Perencanaan	195
Gambar 11.3 Ilustrasi Rasio Kesehatan Keuangan.....	198
Gambar 11.4 Instrumen Perencanaan Keuangan Purnabakti	199
Gambar 11.5 Perencanaan Keuangan Generasi Milenial	201

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Faktor Kesuksesan dan Kegagalan dari Herding	83
--	----



BAB 1

Perilaku Keuangan

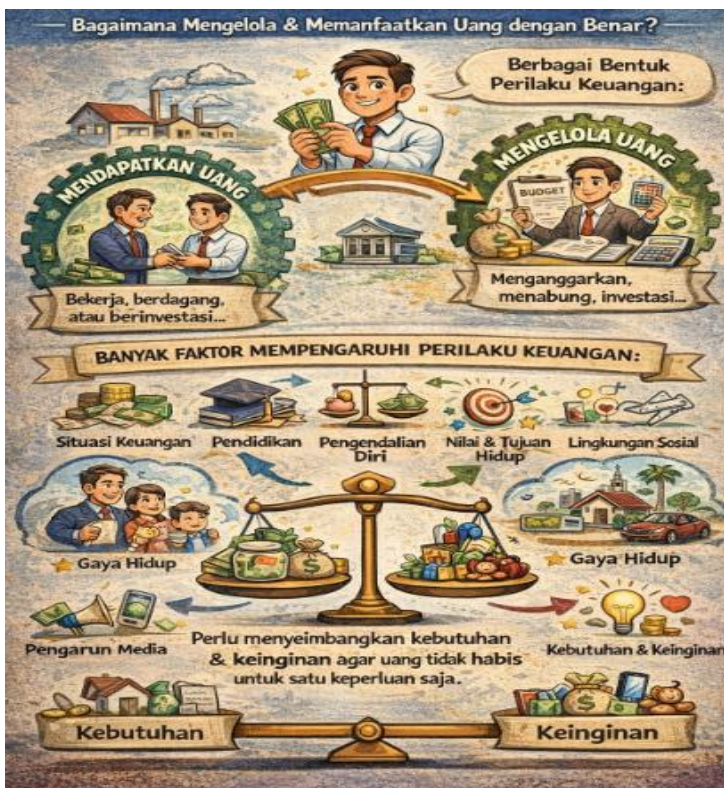
Dalam kehidupan modern yang ditandai oleh kemajuan teknologi, globalisasi, dan kemudahan akses terhadap berbagai produk serta layanan keuangan, individu dihadapkan pada semakin banyak pilihan dalam mengelola sumber daya finansialnya. Kondisi ini menuntut kemampuan pengambilan keputusan keuangan yang tidak hanya didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan budaya. Oleh karena itu, pemahaman mengenai perilaku keuangan menjadi sangat penting untuk menjelaskan bagaimana individu memperoleh, mengelola, dan menggunakan uang dalam berbagai situasi. Kajian mengenai perilaku keuangan memberikan perspektif yang lebih realistis dalam memahami keputusan finansial manusia, sekaligus menjadi dasar untuk menganalisis dinamika keuangan baik pada tingkat individu maupun dalam konteks ekonomi yang lebih luas.

A. KONSEP DASAR PERILAKU KEUANGAN

Mencari materi dan memperkaya diri melalui aktivitas keuangan adalah hal yang lumrah terjadi saat ini. Kemajuan teknologi dan globalisasi mendorong setiap individu untuk mendapatkan kepuasan dalam keuangan yang paling maksimal. Untuk mendapatkan kepuasan material tersebut, tentu saja dimanifestasikan dalam bentuk perilaku keuangan. Perilaku keuangan yang baik bisa mengarahkan seseorang pada pencapaian maksimal tersebut, namun jika proses tersebut tidak dilakukan dengan baik bisa sangat merugikan orang tersebut. Housel (2020) menggambarkan bahwa pengelolaan uang yang baik tidak ada kaitannya dengan

kecerdasan, namun pengelolaan uang berkaitan dengan perilaku. Dan perilaku sukar untuk diajarkan, bahkan kepada orang pintar sekalipun.

Perilaku keuangan dijelaskan sebagai bentuk perilaku individu yang berkaitan dengan manajemen uang. Cara seseorang dalam mendapatkan uang, cara seseorang dalam mengelola uang tersebut, sampai pada cara seseorang dalam memanfaatkan uang tersebut merupakan bagian yang penting dalam perilaku keuangan. Jika seseorang menghabiskan uang yang dimiliki untuk satu keperluan saja, maka ia perlu memperhatikan situasi lain yang membuat uang tersebut tidak habis dan hanya fokus pada satu kebutuhan saja. Perilaku keuangan dipengaruhi oleh banyak situasi, sehingga untuk mendapatkan hasil yang maksimal perlu diperhatikan banyak hal.



Gambar 1.1 Ilustrasi Perilaku Keuangan Sehari-hari

Dalam kehidupan sehari-hari, perilaku keuangan ditunjukkan melalui aktivitas seperti membayar kebutuhan dengan uang, meminjam uang pada pihak tertentu, sampai pada menyimpan uang untuk keperluan di masa depan. Hal ini pernah dibahas Maison (2019a) bahwa dalam ekonomi konvensional, keputusan keuangan seseorang seperti menabung, berutang, dan berasuransi sebagai keterkaitan langsung dengan pendapatan atau kondisi materi seseorang. Maka dapat disimpulkan bahwa itu semua merupakan bagian dari perilaku keuangan. Sebagai contoh, ketika kita akan menyimpan uang yang dimiliki untuk keperluan di masa depan, maka secara personal kita telah membangkitkan komponen personal kita meliputi apakah menyimpan uang itu baik atau tidak, dimana tempat yang baik untuk menyimpan uang, berapa besaran uang yang akan kita simpan, sampai pada kapan kita akan menggunakan simpanan uang tersebut. Semua aktivitas tersebut merupakan bagian dari perilaku keuangan.

Perilaku keuangan tidak akan jauh dari manajemen keuangan, karena perilaku keuangan yang baik diciptakan karena seseorang mempunyai manajemen yang baik pula saat mengelola keuangan mereka. Perilaku keuangan yang baik seringkali ditunjukkan oleh stabilitas antara tabungan dan pengeluaran. Pada hakikatnya, orang akan berusaha untuk meningkatkan simpanan uang mereka dan mengurangi pengeluaran mereka. Namun, dalam beberapa kondisi ketidakseimbangan tersebut tidak bisa dicapai ketika pengeluaran seseorang lebih banyak dibandingkan pendapatan yang mereka peroleh. Menyimpan uang secara rutin bisa meningkatkan simpanan kita sehingga yang harus dilihat adalah bagaimana cara kita untuk mengelola pengeluaran itu sebaik mungkin.

Perilaku keuangan mencerminkan cara individu memperoleh, mengelola, dan menggunakan sumber daya keuangan dalam kehidupan sehari-hari, yang dipengaruhi tidak hanya oleh tingkat pendapatan, tetapi juga oleh sikap dan kebiasaan terhadap keuangan. Perilaku keuangan yang baik berperan dalam menjaga keseimbangan antara pendapatan, pengeluaran, dan tabungan guna mendukung kesejahteraan finansial yang berkelanjutan. Sebaliknya, perilaku keuangan yang tidak terencana dapat menimbulkan

ketidakseimbangan dan berdampak negatif bagi kondisi keuangan individu.

B. SEJARAH PERILAKU KEUANGAN

Perilaku keuangan atau lebih dikenal dengan *financial behavior*, berasal dari persimpangan teori ekonomi dengan psikologi. Jika awalnya teori ekonomi hanya menekankan pada prinsip rasionalitas dan efisiensi pasar, namun dimulai tahun 1970 an muncul kesadaran bahwa manusia sering kali tidak bertindak sepenuhnya secara rasional. Pandangan ini menjadi titik awal lahirnya sebuah ilmu baru yang mencoba menjelaskan fenomena keuangan dan mempertimbangkan aspek psikologis, sosial, dan budaya. Kemunculan ilmu perilaku keuangan menjadi sebuah kisah revolusioner yang menentang fondasi ekonomi konvensional. Selama puluhan tahun, dunia ekonomi meyakini bahwa pasar selalu efisien dan investor adalah sepenuhnya individu yang rasional. Namun gagasan ini mulai runtuh berkat keberanian beberapa pemikir yang melihat anomali dibalik angka - angka pasar.

Berdasarkan ringkasan sejarah dari bukunya Suriani (2022b), hal ini dimulai oleh Robert J. Shiller seorang profesor dari Universitas Yale. Pada tahun 1981 Shiller merilis penelitian fenomenal, ia menunjukkan bahwa harga saham bergerak terlalu “liar” (*excess volatility*) dan tidak bisa dibenarkan hanya oleh perubahan fundamental perusahaan. Penelitiannya memicu perdebatan sengit. Disinilah peran istrinya, seorang mahasiswa doktoral psikologi di Universitas Daleware. Ia menginspirasi Shiller untuk menjelaskan fenomena pasar yang tak rasional itu dengan pendekatan ilmu sosial, meskipun ide tersebut sempat mendapatkan ejekan. Ejekan secara tertulis pun ia dapatkan oleh G.William Schwert seorang pendukung teori pasar efisien memberikan julukan “Sosiolog Amatiran” untuk Shiller.

Disaat yang sama orang yang memiliki peran terhadap perilaku keuangan adalah seorang profesor ekonomi dan ilmu keprilaku di Universitas Chicago yaitu Richard H Thaler. Thaler menjadi pendukung utama perilaku keuangan sehingga ia dianggap sebagai anomali karena menentang pemikiran arus utama yang dianut oleh

rekan akademisnya. Pada tahun 1991, Thaler dan Shiller mulai bekerja sama, mengoordinasikan sebuah workshop di *National Bureau of Economic* (NBER). Kolaborasi ini menjadi pendorong utama yang membuat penelitian tentang perilaku keuangan berkembang pesat. Jurnal - jurnal keuangan ternama seperti *The Journal of finance*, mulai mempublikasikan hasil penelitian di bidang ini, menandakan pergeseran cara pandang di kalangan akademisi.

Puncak revolusi ini terjadi pada tahun 2002, Daniel Kahneman seorang psikolog, dianugerahi Nobel Ekonomi atas karyanya yang berhasil mengintegrasikan ilmu psikologi ke dalam analisis ekonomi. Kontribusinya paling signifikan teori prospek (*Prospect Theory*), secara meyakinkan menunjukkan bahwa manusia mengambil keputusan bukan berdasarkan rasionalitas mutlak, melainkan dipengaruhi oleh bias psikologis, seperti kecenderungan untuk lebih takut pada kerugian daripada mengejar keuntungan. Dengan demikian, lahirnya perilaku keuangan adalah hasil dari keberanian para ilmuwan untuk menembus batas disiplin ilmu. Mereka berhasil membuktikan bahwa dibalik pergeseran pasar yang kompleks, terdapat faktor manusia yang sering kali tidak rasional. Perilaku keuangan kini menjadi kerangka berpikir yang lebih realistis dan humanis, mengubah cara kita memahami dan menganalisis keputusan finansial, baik dalam skala individu maupun global.

Dalam konteks manajemen keuangan, perilaku keuangan memberikan wawasan tentang bagaimana seorang manajer, investor, maupun konsumen sering membuat keputusan yang dipengaruhi oleh bias seperti *overconfidence*, *herd behavior*, dan *loss aversion*. Hal ini bertentangan dengan asumsi klasik bahwa setiap perilaku keuangan selalu berorientasi pada optimalisasi keuntungan. Padahal sebaliknya, faktor psikologis, sosial dan budaya memiliki peran besar dalam menentukan strategi dan hasil keputusan. Saat ini sesuai dengan perkembangan teknologi digital, juga mendorong munculnya dimensi baru dalam perilaku keuangan. Kemunculan *fintech*, *e-commerce*, memperlihatkan bagaimana interaksi sosial, *fear of missing out* (FOMO) serta opini di media sosial mampu berdampak pada pengambilan keputusan seseorang. Hal ini menggambarkan bahwa

perilaku keuangan memiliki hubungan perilaku manusia yang penuh dengan keterbatasan, emosi, dan konteks sosial.

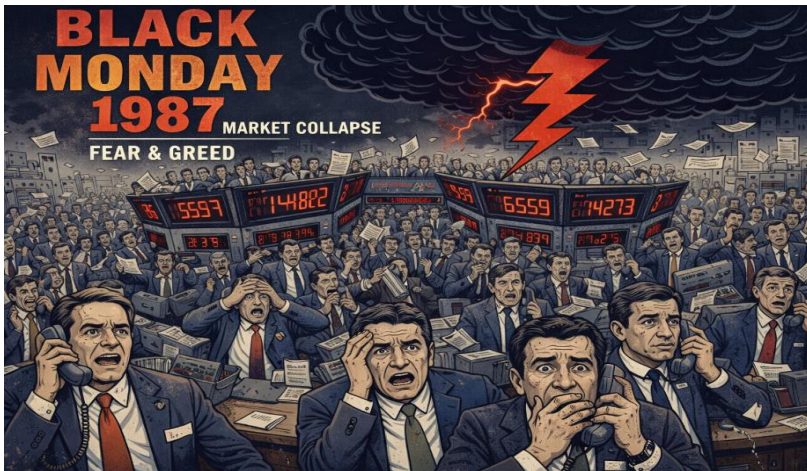


Gambar 1.2 Ilustrasi Sejarah Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan berkembang sebagai respons terhadap keterbatasan asumsi rasionalitas dan efisiensi pasar dalam ekonomi konvensional dengan mengintegrasikan pendekatan psikologi. Tokoh-tokoh seperti Robert J. Shiller, Richard H. Thaler, dan Daniel Kahneman menunjukkan bahwa faktor psikologis dan sosial berperan penting dalam pengambilan keputusan keuangan. Seiring dengan digitalisasi, kajian perilaku keuangan semakin meluas dan menggambarkan kompleksitas keputusan finansial manusia yang tidak sepenuhnya rasional.

C. EVOLUSI TEORI KEUANGAN KEPRILAKUAN

Suriani (2022b) menjelaskan pada evolusi teori keuangan keprilakuan digambarkan bahwa pilar teori keuangan konvensional didirikan berdasarkan asumsi ideal tentang investor bertindak sebagai *Homo Economicus* atau yang selalu membuat keputusan dengan rasional mutlak, memiliki informasi yang transparan dan lengkap serta mementingkan keuntungan pribadi secara maksimal. Namun, sudut pandang ini menuai kritik tajam karena jauh dari realita perilaku manusia. Karena kenyataannya mustahil bagi investor untuk terus menerus mendapatkan data pasar secara utuh, dan keputusan mereka sering dipengaruhi oleh faktor emosional dan sosial. Salah satu peristiwa *Black Monday* 1987, dimana pasar saham anjlok akibat kepanikan kolektif. Faktor pendorong utama dibalik penurunan drastis tersebut adalah aspek psikologis investor, yakni ketakutan dan keserakahan. Peristiwa ini akhirnya mendorong para akademisi untuk mengintegrasikan aspek non ekonomi (psikologi) dalam studi pengambilan keputusan investasi.



Gambar 1.3 Ilustrasi Black Monday Tahun 1987

Fokus pada aspek psikologi melahirkan perilaku keuangan (*behavioral finance*). Pendekatan ini berfungsi sebagai kritik sekaligus pelengkap terhadap teori keuangan konvensional. Landasan utamanya adalah teori prospek, dimana teori ini menemukan bahwa

dampak emosional kerugian dirasakan jauh lebih besar daripada dampak keuntungannya. Sehingga investor sering kali memilih untuk mengambil resiko tinggi demi menghindari kerugian. Behavioral finance menguak kelemahan pada teori standar lain seperti CAPM (*Capital Asset Pricing Model*) metode yang digunakan untuk menentukan tingkat pengembalian aset yang diharapkan berdasarkan resiko sistematisnya dan EMH (*Efficient Market Hypotesis*) hipotesis yang menyatakan bahwa harga aset di pasar modal sudah mencerminkan semua informasi yang tersedia secara sempurna, sehingga investor tidak bisa mengalahkan pasar secara konsisten.

Financial behavior menawarkan model - model baru terkait BAPM (*Behavioral Asset Pricing Model*) model penetapan harga aset alternatif yang dikembangkan oleh behavioral finance untuk memasukkan faktor perilaku investor (seperti *noise trader*) kedalam perhitungan harga aset dan BPT (*Behavioral Portfolio Theory*) yang secara eksplisit mengakui peran pebisnis tidak rasional (*noise trader*) dan faktor sentimen dalam mekanisme pasar. Singkatnya, *Behavioral finance* berusaha menjelaskan anomali - anomali pasar dengan menjadikan perilaku manusia dan bias kognitif sebagai elemen sentral dalam memahami keputusan investasi.

Perkembangan teori keuangan keprilaku mencerminkan perubahan paradigma dari pandangan rasionalitas sempurna menuju pengakuan terhadap keterbatasan kognitif dan emosional investor dalam proses pengambilan keputusan keuangan. Peristiwa *Black Monday* 1987 menjadi bukti bahwa faktor psikologis, seperti rasa takut dan keserakahan, berperan penting dalam membentuk dinamika pasar. Melalui pendekatan behavioral finance, teori-teori keuangan konvensional, seperti CAPM dan EMH, diperkaya dengan model-model alternatif yang mengakomodasi unsur perilaku dan sentimen investor, sehingga menghasilkan kerangka analisis yang lebih komprehensif dan realistis dalam menjelaskan anomali pasar serta keputusan investasi.

D. RAGAM DEFINISI PERILAKU KEUANGAN

Dalam menjelaskan definisi perilaku keuangan, penulis telah memaparkan pada bagian pengantar bagaimana kontekstualisasi

perilaku keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Namun pada bagian ini akan disajikan beberapa definisi ahli tentang perilaku keuangan.

1. Xiao (2008) menjelaskan perilaku keuangan sebagai perilaku manusia yang berkaitan dengan bagaimana cara dia dalam mengelola uang.
2. Pompian (2012) perilaku keuangan mengarahkan seseorang pada tujuan finansial, yaitu kondisi keuangan yang terarah dan tercukupi.
3. Baker & Nofsinger (2010) perilaku keuangan merupakan ilmu yang menggabungkan prinsip psikologi dan ekonomi untuk menjelaskan mengapa manusia membuat keputusan keuangan.
4. Mulyani & Indriasih (2021) menyimpulkan bahwa perilaku keuangan adalah ilmu yang mempelajari bagaimana psikologi memengaruhi keputusan keuangan pada praktisi dan dampaknya terhadap pasar. Bahkan saat membuat keputusan finansial, seseorang biasanya akan mempertimbangkan tiga hal: dari mana uang didapatkan, berapa biaya utang yang harus dibayar, dan apa keuntungan yang bisa diperoleh dari pembiayaan tersebut.
5. Subroto & Endaryati (2024) berpendapat bahwa pada teori ekonomi konvensional mengasumsikan bahwa manusia selalu berpikiran rasional dalam mengambil keputusan finansial. Sebaliknya teori perilaku keuangan menggabungkan ekonomi dan psikologi untuk menjelaskan emosi dan bias kognitif manusia memengaruhi pilihan keuangan mereka.
6. Wibowo (2023) menggambarkan bahwa perilaku keuangan mencakup cara manusia mengelola uang, seperti pendapatan, pengeluaran, utang, tabungan, dan asuransi. Perilaku ini bisa berdampak positif atau negatif pada kondisi finansial seseorang.



Gambar 1.4 Ilustrasi Teori Perilaku Keuangan

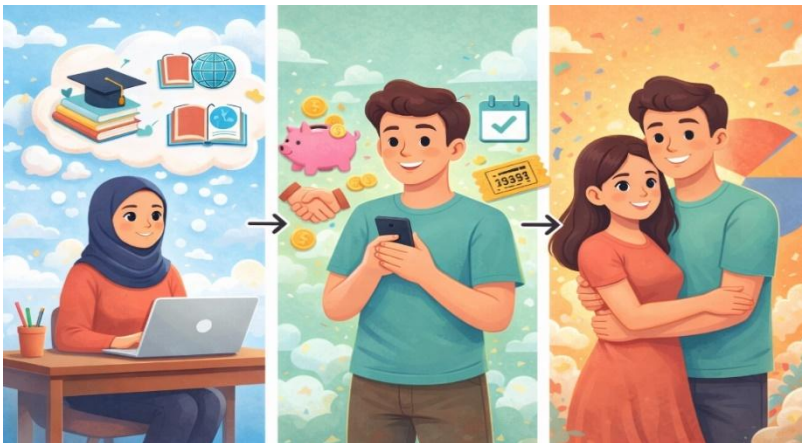
Perilaku keuangan mempelajari gabungan prinsip ekonomi dan psikologi untuk memahami mengapa manusia membuat keputusan terkait uang, seperti cara mengelola pendapatan, pengeluaran, utang, dan tabungan. Berbeda dari teori ekonomi konvensional yang mengasumsikan manusia secara rasional, bidang ini mengakui bahwa faktor - faktor seperti emosi, bias kognitif, dan pengaruh sosial memainkan peran besar dalam pilihan finansial. Dengan kata lain, perilaku keuangan menjelaskan mengapa seseorang mungkin membeli barang mahal karena tren atau takut ketinggalan (FOMO) daripada memilih opsi yang lebih terjangkau dan logis, sehingga membantu kita memahami keputusan keuangan yang terkadang tidak rasional.

Jadi dapat didefinisikan secara umum perilaku keuangan merupakan suatu disiplin yang menggabungkan perspektif ekonomi dan psikologi untuk memahami bagaimana individu mengelola sumber daya keuangan dan membuat keputusan finansial. Dalam proses tersebut, keputusan yang diambil dipengaruhi oleh faktor emosional, bias kognitif, serta konteks sosial, sehingga tidak selalu

bersifat rasional dan berimplikasi pada kondisi keuangan individu maupun perkembangan pasar.

E. IMPLIKASI PRAKTIS PENGEMBANGAN PERILAKU KEUANGAN

Kemajuan teknologi saat ini membawa kehidupan manusia pada era yang lebih cepat, sehingga segala kebutuhan yang kita inginkan bisa diperoleh dalam waktu yang cepat bahkan dengan biaya yang terjangkau. Hal tersebut juga akan mendorong perilaku keuangan seseorang menjadi lebih intens. Perilaku keuangan yang intens namun tepat sasaran itu adalah yang diharapkan dalam kehidupan, namun seringkali perilaku keuangan itu menjadi tidak terencana sehingga menimbulkan kerugian bagi individu tersebut. Banyak manfaat baik yang akan diperoleh individu ketika melakukan perencanaan keuangan yang baik. Pada bagian ini, kami akan sajikan implikasi praktis yang bisa diperoleh individu ketika mampu melakukan pengelolaan perilaku keuangan yang baik.



Gambar 1.5 Ilustrasi Dampak Perilaku Keuangan Individu.

1. Menetapkan tujuan masa depan yang lebih baik

Dengan mempelajari dan mengendalikan perilaku keuangan yang sistematis dan terencana, maka individu akan memetakan kehidupan mereka di masa depan dengan lebih terkontrol. Hal-hal yang tidak diprediksikan di masa depan bisa diantisipasi

melalui kegiatan investasi dan menabung. Contoh: Seorang dosen bernama Fitra ingin melanjutkan pendidikan ke jenjang S3 di luar negeri 5 tahun lagi. Ia tahu biaya kuliah dan hidup akan tinggi. Dengan perencanaan keuangan, Fitra mulai menyisihkan 20 % dari penghasilan kerjanya setiap bulan untuk dana pendidikan dan menginvestasikannya di reksa dana saham. Ia juga membuat dana darurat untuk mengantisipasi biaya tak terduga, seperti biaya kesehatan. Dengan merencanakan keuangan, Ia dapat memetakan masa depan dengan lebih jelas dan mengantisipasi hal yang tidak terduga.

2. Memperkuat kondisi sosial ekonomi individu

Perilaku keuangan yang terencana memberikan pondasi yang lebih baik bagi seseorang untuk melaksanakan fungsi mereka sebagai makhluk sosial dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang normal. Aktivitas kehidupan seseorang tidak akan terlepas dengan uang bahkan dalam kegiatan sekecil apapun, sehingga dengan perencanaan dan pengetahuan keuangan yang baik, maka akan memperkuat kondisi ekonomi mereka. Contoh : Irfan merupakan seorang karyawan swasta, selalu mencatat pengeluaran dan membuat rencana anggaran bulanan. Dengan demikian, ia tahu persis berapa uang yang bisa ia belanjakan untuk kebutuhan sehari - hari, berapa yang harus ia tabung, dan berapa yang bisa ia alokasikan untuk kegiatan sosial. Saat temannya membutuhkan bantuan dana, Irfan dapat memberikan pinjaman tanpa mengganggu keuangan pribadinya. Ia juga bisa ikut serta kegiatan komunitas atau bersama teman - temannya menonton konser yang dia suka tanpa merasa terbebani secara finansial. Perencanaan keuangan membantu Irfan memiliki dasar ekonomi yang kuat untuk menjalani kegiatan sosial dan ekonomi.

3. Menjaga stabilitas keuangan masa kini

Perilaku keuangan yang ditumbuhkan sejak awal akan mampu menjaga stabilitas keuangan individu dalam menjalani kehidupannya. Hal-hal yang biasa dilakukan dan tidak dilakukan selama pengeolalannya dilakukan dengan baik, bisa digunakan untuk pemenuhan kebutuhan mereka dan kepuasan

mereka dalam menggunakan uang. Contoh: Fuji adalah seorang istri yang menerapkan aturan 50/30/20 untuk gajinya dan suaminya. 50% untuk kebutuhan, 30% untuk keinginan, dan 20% untuk tabungan investasi. Dengan disiplin ini, Fuji memiliki dana yang cukup untuk membayar tagihan bulanan tepat waktu dan tetap memenuhi kebutuhan dasar keluarganya. Ketika ia ingin membeli barang yang bukan kebutuhan pokok, ia menggunakan dana dari alokasi 30% sehingga tidak mengganggu stabilitas keuangan keluarga secara keseluruhan. Perilaku keuangan yang terencana yang dilakukan Fuji membantu menjaga keuangan tetap stabil dari hari ke hari, sehingga kebutuhan dan kepuasan Fuji terpenuhi.

Pengelolaan perilaku keuangan secara terencana memberikan kontribusi nyata dalam perumusan tujuan masa depan, penguatan kondisi sosial ekonomi, serta menjaga kestabilan keuangan individu. Perilaku keuangan yang dikelola dengan baik memungkinkan individu mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya finansial secara efektif dan adaptif, sehingga mendukung tercapainya kesejahteraan keuangan yang berkelanjutan.



BAB 2

Perspektif Psikologi Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan erat kaitannya dengan dimensi psikologis yang membentuk cara individu berpikir, merasakan, dan bertindak dalam menentukan keputusan finansial. Berbagai fenomena di bidang keuangan mengindikasikan bahwa keputusan terkait pengelolaan uang tidak selalu didasarkan pada rasionalitas semata, melainkan turut dipengaruhi oleh faktor emosional, keyakinan, pengalaman, serta konteks sosial. Oleh sebab itu, pendekatan psikologis menjadi landasan penting untuk memahami perilaku keuangan secara lebih menyeluruh. Bab ini menguraikan beragam perspektif dan teori psikologi dalam *behavioral finance* yang menjelaskan peran proses kognitif dan emosional dalam membentuk perilaku keuangan individu, khususnya dalam pengambilan keputusan keuangan dan investasi.

A. PERSPEKTIF PSIKOLOGI PERILAKU KEUANGAN

Menurut Xiao (2008) dalam *Handbook of Consumer Finance Research* dijelaskan bahwa setidaknya ada 2 perspektif perilaku yang mendorong seseorang untuk berperilaku keuangan. Pertama berkaitan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dan kedua mengacu pada *Transtheoretical Model of Change* (TTM) dari (Prochaska & Prochaska, 2019). Kedua teori ini sangat erat kaitannya dengan bagaimana perilaku keuangan seseorang itu bisa muncul. Wibowo (2023) menjelaskan bahwa banyak profesional yang ingin meningkatkan kesejahteraan ekonomi konsumen perlu memahami

perilaku keuangan mereka. Dengan pemahaman ini, mereka bisa membantu konsumen mengadopsi kebiasaan finansial yang lebih baik. Ada berbagai teori dalam literatur ilmiah yang bisa digunakan untuk tujuan ini. Misalnya, teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) dan model perubahan perilaku transteoritis (*Transtheoretical Model of Change*) telah banyak diterapkan dalam penelitian untuk memahami dan mengubah perilaku keuangan konsumen.

Yuniningsih (2020) menambahkan *prospect theory*, *regret theory*, *decision affect theory*, *mental accounting theory*. Karena *behavior finance* merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana seorang berpikir dan berperilaku dalam membuat suatu keputusan apakah sebagai investor individu atau investor lembaga atau institusi. Banyak faktor terutama dari psikologi ataupun sosiologi yang bisa mempengaruhi tindakan atau perilaku seseorang dalam membuat suatu keputusan. Sehingga berbagai macam teori *behavior finance* membahas bagaimana peran psikologi seorang investor dapat menentukan keberanian dalam risk taking sebuah keputusan terutama keputusan berinvestasi.

Perspektif psikologi berperan krusial dalam memahami perilaku keuangan individu. Beragam teori, antara lain *theory of planned behavior*, *transtheoretical model of change*, *prospect theory*, *regret theory*, *decision affect theory*, dan *mental accounting theory*, menegaskan bahwa pengambilan keputusan keuangan tidak semata-mata didasarkan pada rasionalitas ekonomi, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial. Pemahaman terhadap kerangka teoretis tersebut menyediakan dasar konseptual yang komprehensif untuk menjelaskan peran sikap, niat, emosi, dan proses kognitif dalam membentuk perilaku keuangan, sekaligus menjadi pijakan dalam mendorong individu agar mampu mengambil keputusan keuangan dan investasi secara lebih reflektif dan bertanggung jawab.



Gambar 2.1 Ilustrasi Perspektif Psikologi tentang Perilaku Keuangan

B. TEORI-TEORI BEHAVIOR FINANCE

1. Theory of Planned Behaviour

Tujuan utama dari teori ini adalah untuk memprediksi dan memahami perilaku pada manusia. Mengacu pada teori ini, perilaku seseorang ditentukan oleh intensi perilaku tersebut, semakin sering kemunculan dari perilaku tersebut artinya itu menunjukkan bahwa perilaku tersebut memang melakat pada

orang tersebut. Sementara itu, intensi berperilaku seseorang juga disebabkan oleh tiga hal, sesuai gambar dibawah:



Gambar 2. 2 Ilustrasi Faktor Penyebab Intensi Seseorang

Dalam pengaplikasian teori ini dalam perilaku keuangan bisa dilihat dari konteks perilaku konsumen. Perilaku konsumen meliputi berbagai Tindakan yang dilakukan seseorang dalam memutuskan proses konsumsi atau menggunakan barang atau jasa yang dibutuhkan. Contoh dalam kehidupan misalnya, adalah dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi, tindakan penggadaian, atau konseling penggunaan kartu kredit. Selain itu, teori *Planned Behaviour* ini juga relevan dengan signifikansi teknologi saat ini, dimana banyak dari individu yang berbelanja online melalui *platform e-commerce*. Contoh-contoh tersebut merupakan aplikasi nyata dari teori ini dalam perilaku keuangan.

Sebagai contoh, saat kita akan membeli barang melalui platform online, maka hal tersebut akan tergantung pada pengalaman dan seberapa sering kita menggunakan itu. Semakin sering kita melakukan belanja online maka perilaku keuangan kita akan semakin terlihat.

Intensitas dalam membeli barang online itu sangat bergantung pada sikap positif kita terhadap ekspektasi dan konsekuensi dari perilaku yang kita lakukan. Jika kita menganggap bahwa membeli online itu mudah, menguntungkan dan juga sebagai hiburan, maka itu menjadi faktor yang menggambarkan perilaku keuangan. Sementara peran norma akan sangat bergantung pada sejauhmana kita memahami norma itu dalam konteks baik atau buruk, dan tentu saja kontrol kita terhadap apa yang akan kita lakukan juga sangat menunjukkan perilaku keuangan itu terjadi.

2. *Transtheoretical Model of Change*

Teori ini berasumsi bahwa setiap perilaku yang akan ditunjukkan itu bisa dirubah dan dimodifikasi sesuai dengan konsep dasar yang dimiliki setiap orang. Teori ini juga seringkali disebut sebagai teori perubahan. Di dalamnya menegaskan tentang perubahan perilaku yang bisa dicapai, proses perubahan perilaku, keyakinan akan diri untuk berubah, dan keseimbangan dari keputusan berubah yang diambil. Dengan teori ini sangat dimungkin suatu perilaku keuangan seseorang bisa diarahkan pada konteks yang lebih baik. Secara ilustratif, teori ini bisa dilihat pada gambar dibawah:



Gambar 2. 3 Ilustrasi Model Teori Perubahan Perilaku

Jika melihat pada gambar, perilaku keuangan itu ditunjukkan sebagai suatu proses untuk berubah lebih matang. Dimulai dari tahap *precontemplation*, akan muncul hasrat kesadaran seseorang untuk melakukan sesuatu. Hal tersebut didorong untuk keinginan yang besar untuk merubah perilakunya. Pada tahap tersebut juga, muncul dinamika kepercayaan yang membuat seseorang menjadi bimbang dengan apa yang akan dipilihnya. Kemudian *contemplation*, lingkungan sekitar mereka akan memberikan efek penguat sebagai evaluasi lanjutan dari apa yang akan dilakukan dan juga pada akhirnya akan membuat seseorang melakukan evaluasi diri mereka. Lalu *preparation*, dimana tahap ini seseorang bersiap untuk melakukan pematangan diri bahwa mereka akan berubah. Berikutnya adalah *maintenance* atau bisa disebut juga sebagai *action*. Pada tahap tersebut, perilaku mulai dipertahankan dan dikuatkan dengan berbagai aktivitas penguat, mulai dari manajemen perilaku tersebut, mengontrol hasil positif dari perilaku tersebut sampai pada merasakan manfaat dari perilaku tersebut. Pada tahap akhir yaitu *all stages*, individu mulai mengembangkan perilaku tersebut pada tataran interaksi sosial dan lingkungan.

Pada kehidupan nyata, teori ini bisa digunakan dan diterapkan pada setting program yang bertujuan untuk mengarahkan perilaku keuangan seseorang lebih terkontrol. Misalnya dengan melakukan sosialisasi atau pelatihan keuangan yang rutin, diskusi ahli untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang konsekuensi penggunaan platform keuangan. Selain itu juga, bisa menjadi strategi tepat dalam bidang pendidikan keuangan sehingga memberikan kesiapan yang lebih baik bagi individu untuk mengatur perilaku keuangan mereka.

Dalam perspektif lain, perilaku keuangan menekankan pada kontrol diri sebagai bagian personal yang paling penting dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini penting karena akan menentukan bagaimana pengelolaan keuangan dan juga fokus pada jangka panjang yang bersifat menjaga masa pensiun atau

masa depan. Kontrol diri adalah sebuah variabel psikologi yang tentu saja penting tidak hanya dalam mengarahkan perilaku pada hal yang lebih baik namun membantu individu dalam mempersiapkan tujuan jangka panjang.

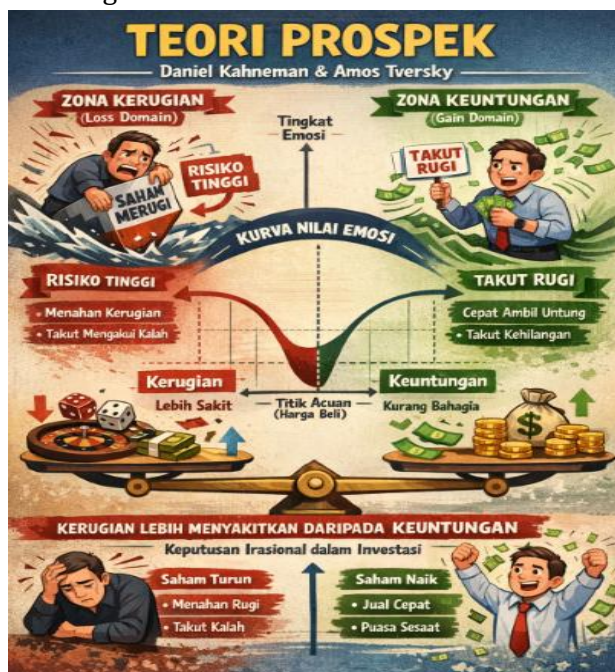
Model lain yang juga digunakan dalam menjelaskan perilaku keuangan adalah *dual-systems models*. Model ini membahas pada dua aspek penting tubuh manusia dalam mengelola keuangan. Aspek pertama adalah *the planner* dan aspek kedua adalah *the doer*. Aspek pertama menjelaskan bahwa individu mempunyai kecenderungan untuk memertahankan masa depan mereka lebih baik, sehingga mereka akan berhati-hati dalam mengambil keputusan dan menjaga tabungan masa depan. Sementara itu, aspek kedua berbicara tentang kecenderungan seseorang tentang apa yang akan dirasakan dan diinginkan masa sekarang sebagai bentuk penghargaan terhadap diri mereka. Dalam hal eksekusi, *the planner* akan mengatur apa yang harus dikontrol (van Raaij, 2016).

3. Prospect Theory

Teori Prospek (*Prospect Theory*) adalah bukti bahwa kita tidak selalu rasional, terutama saat berhadapan dengan uang. Teori ini dikembangkan oleh Daniel Kahneman dan Amos Tversky, teori ini menantang model ekonomi lama yang meyakini manusia selalu logis. Sebaliknya, teori prospek menunjukkan bahwa emosi dan bias kita memainkan peran utama, terutama saat kita menghadapi dua “medan pertempuran” psikologis : keuntungan dan kerugian. Tujuan dari teori prospek yaitu bagaimana seseorang membuat suatu keputusan pilihan dari prospek yang mengandung resiko. Teori prospek dikatakan sebagai teori yang membahas tentang bagaimana tindakan yang tidak rasional seseorang dalam memutuskan suatu investasi. Pada dasarnya, kita adalah makhluk yang “tidak seimbang”. Di medan kerugian (*loss domain*) kita berubah menjadi sangat berani dalam mengambil resiko. Kita cenderung menahan saham yang sedang merugi,

berharap harga akan naik kembali. Mengakui kerugian terasa sangat menyakitkan bukan hanya secara finansial, tetapi juga emosional. Ada perasaan malu, menyesal dan merasa gagal.

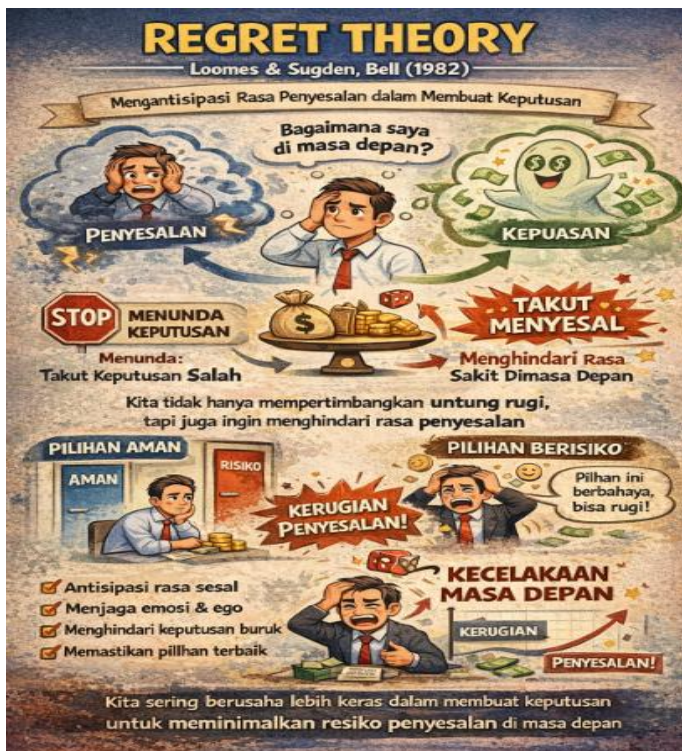
Sebaliknya di medan keuntungan (*gain domain*), kita menjadi sangat takut resiko. Kita buru - buru menjual saham begitu melihat sedikit keuntungan, didorong oleh rasa puas dan takut kehilangan apa yang sudah didapat. Perasaan bangga ini terasa lebih manis daripada potensi keuntungan yang jauh lebih besar dimasa depan. Teori ini mengajarkan bahwa keputusan investasi kita tidak hanya ditentukan oleh data dan analisis, tetapi juga oleh titik acuan (*reference point*) yaitu harga beli saham. Garis kurva nilai dari teori prospek menunjukkan bahwa rasa sakit karena kerugian jauh lebih dalam daripada kebahagiaan karena keuntungan. Ini menjelaskan mengapa kita lebih sering terjebak dalam dilema yang tidak rasional : terus menahan saham rugi karena tidak ingin mengakui kekalahan, dan cepat - cepat ingin menjual saham untung karena ingin merasa menang.



Gambar 2.4 Ilustrasi Prospect Theory

4. *Regret Theory*

Regret theory adalah teori yang dikembangkan oleh Loomes & Sugden, Bell pada tahun 1982. Teori ini merupakan salah satu teori perilaku keuangan yang menjelaskan bahwa dalam membuat keputusan, manusia sangat dipengaruhi olehantisipasi terhadap emosi dimasa depan, terutama rasa penyesalan (*regret*). pada intinya, kita membuat keputusanhari ini bukan hanya untuk mendapat keuntungan, tetapi juga untuk menghindari atau menimalisir yang mungkin kita rasakan nanti. *Regret theory* mengajarkan bahwa manusia bukanlah makhluk yang hanya mempertimbangkan untung rugi secara material. Kita adalah makhluk emosional yang juga berusaha melindungi diri dari rasa penyesalan di masa depan. Kita akan melakukan apapun, bahkan menunda keputusan, untuk memastikan pilihan kita adalah yang terbaik, dan meminimalkan resiko penyesalan.



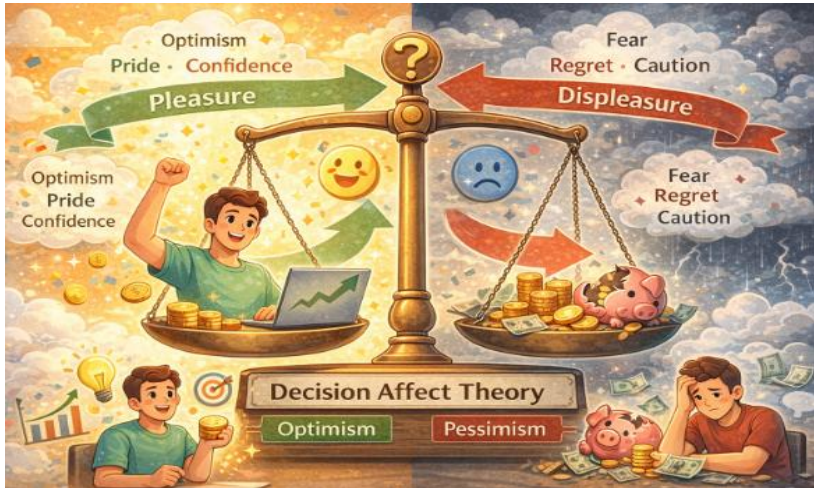
Gambar 2.5 Ilustrasi Regret Theory

5. *Decision Affect Theory*

Decision affect theory adalah salah satu dari dalam behavioral finance yang menjelaskan bagaimana emosi yang muncul setelah suatu tindakan dapat mempengaruhi keputusan di masa depan. Teori ini menegaskan bahwa setiap hasil (apakah itu kemenangan atau kekalahan) tidak hanya berdampak finansial, tetapi juga emosional dan emosi inilah yang membentuk perilaku kita selanjutnya. Emosi bisa bersifat positif ataupun negatif, yang dapat mempengaruhi sikap seseorang dalam segala tindakan terutama pengambilan keputusan. Ketika seorang investor membuat keputusan yang menghasilkan keuntungan mereka akan merasakan emosi positif seperti kebanggaan, kesenangan, dan kegembiraan. Emosi ini yang disebut dengan *pleasure*, akan meningkat seiring dengan besarnya keuntungan yang didapat. Pengalaman positif ini kemudian memengaruhi keputusan mereka dimasa depan. Investor yang sedang berada dalam siklus *pleasure* cenderung berpikir lebih optimis, tidak terburu-buru dan merasa lebih mampu dalam mengambil keputusan. Mereka cenderung mengulang tindakan yang berhasil, percaya bahwa keputusan serupa akan menghasilkan hasil positif lagi.

Namun sebaliknya, saat keputusan investasi berakhir dengan kerugian, investor akan merasakan emosi negatif seperti kekecewaan dan penyesalan, yang disebut *displeasure*. Semakin besar kerugiannya, maka semakin tinggi tingkat *displeasure* yang dirasakan. Emosi negatif ini akan memengaruhi perilaku mereka, sering kali membuat mereka menjadi lebih hati-hati, pesimis, atau bahkan takut untuk mengambil keputusan lagi. *Displeasure* yang parah bisa menciptakan spiral negatif dimana investor menjadi terlalu takut mengambil resiko, atau sebaliknya, mengambil resiko yang lebih besar secara impulsif untuk mencoba menutupi kerugian sebelumnya. *Decision affect theory* mengajarkan bahwa emosi adalah respons langsung dari hasil keputusan kita. Emosi positif akan mendorong perilaku yang optimis dan percaya diri, sementara emosi negatif akan memicu reaksi

yang lebih berhati-hati atau bahkan irasional. Oleh karena itu, kemampuan mengelola emosi meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan yang positif sangat krusial bagi seorang investor untuk bisa membuat keputusan yang rasional di masa depan.

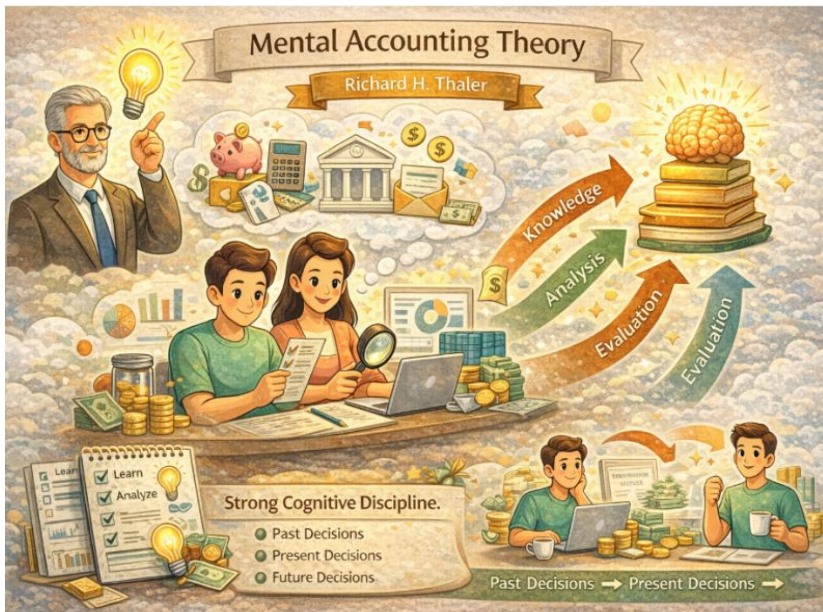


Gambar 2.6 Ilustrasi Decision Affect Theory

6. Mental Accounting Theory

Mental accounting theory diperkenalkan oleh Richard H. Thaler, menjelaskan bagaimana kita secara kognitif mengelola, menganalisis, dan mengevaluasi aktivitas keuangan kita. Pada dasarnya, teori ini mengatakan bahwa pentingnya pengetahuan dan ilmu yang kita miliki. Semakin tinggi tingkat pengetahuan dan pemahaman kita, semakin baik kita dalam menganalisis dan mengevaluasi masalah keuangan. Ini mendorong kita untuk bertindak lebih hati-hati dan mempertimbangkan sebab akibat dari setiap keputusan. *Mental accounting* menekankan bahwa perilaku keuangan yang baik sangat bergantung pada proses kognitif terus menerus diarahkan. Investor harus selalu menambah pengetahuan mereka, menganalisis informasi dengan teliti, dan mengevaluasi setiap keputusan baik yang sudah lalu, saat ini, maupun yang akan datang. Semakin tinggi pengetahuan kita,

semakin rasional yang kita buat. Sehingga, pengelolaan keuangan yang sukses bukanlah sekadar keberuntungan, melainkan hasil dari disiplin kognitif yang kuat dan terus menerus.



Gambar 2.7 Ilustrasi Mental Accounting Theory

Berbagai teori dalam *behavioral finance* menunjukkan bahwa perilaku keuangan terbentuk melalui interaksi yang kompleks antara aspek kognitif, emosional, dan sosial individu. *Theory of planned behaviour* dan *Transtheoretical model of change* menekankan peran niat, kontrol diri, serta tahapan perubahan dalam membentuk perilaku keuangan, sedangkan *prospect theory*, *regret theory*, *decision affect theory*, dan *mental accounting theory* menegaskan pengaruh emosi, bias kognitif, serta cara individu menafsirkan uang terhadap keputusan finansial. Secara menyeluruh, teori-teori tersebut menyediakan kerangka konseptual yang kuat untuk menjelaskan penyimpangan keputusan keuangan dari asumsi rasionalitas ekonomi, sekaligus menjadi landasan penting dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan dan investasi individu.

C. FAKTOR-FAKTOR YANG MENDUKUNG PERILAKU KEUANGAN

Perilaku keuangan memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat karena berkaitan erat dengan cara individu mengelola sumber daya keuangan yang dimilikinya, mulai dari pengaturan pendapatan, pengambilan keputusan konsumsi, kegiatan menabung, investasi, hingga juga perencanaan jangka panjang untuk masa depan. Meskipun sering dipandang sebagai hasil dari pertimbangan rasional, pada kenyataannya keputusan keuangan tidak dapat dilepaskan sepenuhnya dari pengaruh aspek psikologis. Emosi, kebiasaan, pengalaman masa lalu, serta pola pikir individu secara tidak langsung membentuk dan mempengaruhi cara seseorang memahami dan menggunakan uang.

Aspek psikologis menjadi faktor kunci dalam menjelaskan perbedaan perilaku keuangan antar individu, di mana sebagian orang mampu mengelola keuangan secara bijak, sementara yang lain cenderung bertindak impulsif atau mengambil risiko yang berlebihan. Sikap, persepsi, tingkat kontrol diri, kondisi emosional, serta keyakinan terhadap kemampuan diri berperan penting dalam membentuk keputusan keuangan. Berbagai kajian dalam bidang psikologi dan *behavioral finance* menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan keuangan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor kognitif dan afektif dibandingkan semata-mata oleh tingkat literasi atau informasi keuangan yang dimiliki.

Berbagai literatur seperti Maison (2019) , Pompian (2012), serta Baker & Nofsinger (2010) menunjukkan berbagai faktor yang berkaitan dengan perilaku keuangan seperti *loss aversion, self control, mental accounting*. Van Raaij (2016) menambahkan *reference point, self regulation, time preference, overestimate small probabilities, risk preference, confidence, perceptual biases*. Perilaku keuangan tidak bisa dilihat hanya dari satu sudut pandang saja. Banyak perspektif lain di luar teori utama yang bisa menjelaskan perilaku dan proses keuangan seseorang. Pendekatan teoritis dalam memahami perilaku keuangan didasarkan pada prinsip yang ada dan juga letak urgensi kenapa perilaku keuangan tersebut bisa muncul.



Gambar 2.8 Ilustrasi Faktor Pendukung Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan tidak hanya berlandaskan pada pertimbangan rasional semata, melainkan dipengaruhi oleh interaksi berbagai faktor psikologis. Unsur emosional, sikap, persepsi, pengalaman, serta proses kognitif seperti kontrol diri, preferensi risiko, dan cara individu menafsirkan uang memiliki peran signifikan dalam pembentukan keputusan keuangan. Berbagai kajian dalam literatur menegaskan bahwa pemahaman terhadap faktor-faktor psikologis tersebut menjadi dasar penting untuk menjelaskan variasi perilaku keuangan antar individu, sekaligus sebagai pijakan dalam merancang strategi pengelolaan keuangan yang lebih efektif dan adaptif.

Adapun penjelasan detail tiap-tiap faktor pendukung perilaku keuangan sebagai berikut:

1. **Reference Point**

Konsep ini seringkali disebut sebagai titik referensi. Titik referensi ini mengacu kepada dasar pengambilan keputusan yang digunakan seseorang dalam melakukan evaluasi dan perbandingan terkait hasil yang akan diperoleh, keuntungan yang bisa didapatkan sampai kerugian yang menyertainya. Konsep ini digunakan oleh seseorang dalam mengidentifikasi prospek yang akan terjadi di kemudian hari. Munculnya titik referensi ini bisa dikarenakan pengalaman pribadi seseorang, perbandingan sosial yang ada di sekelilingnya dengan ekspektasi yang diharapkannya.

2. **Loss Aversion**

Konsep ini muncul ketika investor akan melakukan investasi yang diinginkannya. Dalam teori utamanya, ini mengacu kepada bias perilaku investor yang akan merasa bahwa potensi kerugian yang dialaminya dianggap lebih besar dibandingkan dengan keuntungan sepadan dari investasi serupa. Dia menganggap bahwa kerugian tersebut harus diminimalisir agar dana yang dikeluarkan masih tetap terjaga, sehingga biasanya proporsi investasinya akan cenderung sama saja.

3. **Mental Accounting**

Konsep psikologi ini menjelaskan bagaimana proses dan cara seorang dalam menyimpan, membelanjakan dan menginvestasikan uang. Kondisi ini sering dipandang negative karena akan mengarahkan seseorang perilaku keuangan yang kurang baik. Sebagai contoh, seseorang yang memiliki tabungan dalam jumlah tertentu akan cenderung mengalihkan uangnya ke rekening yang lain karena adanya anggapan bahwa jumlah uang itu akan sama jika disimpan. Justru sebaliknya, yang ideal itu adalah uang yang ada tersebut bisa diinvestasikan dalam bentuk lain sehingga jumlahnya terus bertambah dan meningkat. Jika seseorang berada pada kondisi *mental accounting* ini, maka ada beberapa kemungkinan yang terjadi, diantaranya adalah membatasi orang tersebut terhadap kondisi keuangan mereka, mereka pula akan cenderung membelanjakan barang yang mahal karena anggapan dana

mereka masih banyak, serta contoh lainnya adalah kehilangan berinvestasi dan mendapatkan keuntungan dari uang yang sudah mereka peroleh.

4. *Self-Control dan Self-Regulation*

Dua konsep psikologi cenderung memiliki urgensi yang hampir sama dalam membentuk dan mengolah perilaku seseorang menjadi terkendali. Regulasi diri merupakan cerminan keadaan internal diri. Hal ini menyangkut bagaimana seseorang mengenali dan mengatur emosi yang terjadi, baik itu yang positif maupun yang negatif. Sementara itu, kontrol diri di dalamnya ada pengaturan diri dengan tetap berfokus pada respons yang akan terjadi ketika menanggapi suatu peristiwa. Kontrol diri sama seperti bagaimana respon kita terhadap apa yang terjadi, harus bisa dikendalikan sesuai dengan kapasitasnya. Di dalam perilaku keuangan sendiri, cara seseorang untuk menghabiskan uang mereka untuk kebutuhan atau gaya hidup sangat bergantung pada regulasi diri dan kontrol diri mereka. Jika mereka mampu mengatur keduanya dengan baik, maka perilaku keuangan yang ditunjukkan mungkin menguntungkan mereka juga.

5. *Time Preference*

Ini disebut juga sebagai preferensi waktu yang menunjukkan kecenderungan seseorang untuk menunjukkan perilaku keuangan berdasarkan waktu yang mereka anggap penting. Waktu dalam hal ini menunjukkan kemungkinan masa pemanfaatan uang. Banyak orang yang menganggap bahwa uang saat ini sebaiknya digunakan juga untuk kebutuhan sekarang, tetapi mereka lupa bahwa harus memikirkan juga waktu untuk kebutuhan masa depan. Sama seperti *mental accounting* yang sebaiknya dihindari, preferensi waktu ini juga menjadikan seseorang menjadi bias akan keuangan mereka, sehingga mereka lebih memilih memuaskan kebutuhan sekarang sehingga melupakan apa yang akan terjadi di masa depan. Oleh karena itu, penting untuk melakukan manajemen waktu keuangan sehingga bisa menjadi kondisi seseorang lebih stabil.

6. *Overestimate Small Probabilities*

Konsep ini seringkali digunakan dalam tatanan investasi, dimana seorang investor cenderung mempunyai taksiran yang terlalu tinggi akan keberhasilan investasinya. Munculnya situasi ini salah satunya terjadi karena dasar psikologis seseorang yang terlalu percaya diri (*overconfidence*) terhadap apa yang dimiliki dan akan terjadi pada dirinya. Situasi tersebut jika tidak dilandasi dengan strategi dan pertimbangan lainnya yang matang bisa mengakibatkan seseorang terlalu tinggi dalam menargetkan apa yang akan diraihinya, sehingga ketika hal tersebut tidak bisa tercapai bisa membuat situasi negatif bagi psikologis orang tersebut. Di sisi lainnya, orang yang terlalu tinggi menaksir akan kehilangan kesempatan untuk berpikir kritis dan melihat situasi yang lebih komprehensif, sehingga hal-hal kecil yang dia anggap tidak penting mungkin akan diabaikannya.

7. *Risk Preference*

Jika mengacu pada teori perilaku keuangan, faktor ini terjadinya karena adanya kecenderungan seorang investor untuk memilih pilihan yang beresiko misalnya adalah investasi yang memberikan keamanan pada nilai yang setara atau lebih rendah dari yang diharapkan.

8. *Confidence*

Ini mengacu kepada kepercayaan diri yang dimiliki oleh seseorang terkait perilaku atau langkah yang akan mereka ambil kedepannya. Faktor ini sangat penting, karena akan mendorong seseorang untuk aktif melakukan penataan terhadap perilaku keuangannya. Kepercayaan diri yang baik terhadap masa depan juga sangat ditentukan oleh sejauhmana individu mampu menetapkan apa yang harus dan tidak dia lakukan kedepannya. Namun jika kepercayaan diri itu terlalu tinggi bahkan melewati batas, bisa jadi mereka akan mendapatkan ketidakpuasaan yang merugikan manakala target yang sudah ditentukan tidak tercapai.

9. *Perceptual Biases*

Faktor psikologis ini sangat memberikan pengaruh yang begitu besar terhadap pengambilan keputusan seseorang dalam berperilaku keuangan. Sifat dan kepribadian yang melekat pada seseorang akan memberikan pengaruh terhadap bagaimana dia menyikapi kondisi keuangannya. Sebagai contoh, ada perbedaan yang cukup signifikan antara masing-masing tipikal kepribadian seseorang dalam berperilaku. Orang dengan kepribadian terbuka cenderung akan menilai target di depannya sebagai sesuatu yang realistis dan penuh tantangan, sementara mereka yang punya kepribadian pencemas, akan cenderung menutup rapat segala kemungkinan yang merugikan dan cenderung lebih takut untuk berperilaku.

Beberapa faktor yang sudah dijelaskan sebelumnya, menjadi bagian yang tidak terpisahkan antara satu dan yang lainnya. Perilaku keuangan yang ditunjukkan oleh seseorang tentu saja tidak semata-mata terjadi karena satu faktor saja. Pengalaman dan berbagai indikator lainnya akan memperkuat bagaimana cara seseorang menggunakan uang bagi kehidupan mereka. Ini artinya, perilaku keuangan yang ditunjukkan oleh seseorang tidak ada yang bersifat mutlak benar, karena tergantung kebutuhan dan cara kerja mereka sehari-hari. Orang yang punya pendapatan yang tinggi mungkin akan beranggapan bahwa uang yang mereka habiskan setiap harinya untuk makan di mall adalah biasa, sementara bagi sebagian orang itu sangat merugikan. Atau contoh lain, adanya anggapan orang bahwa menyimpan uang itu lebih baik di rumah dan jangan di bank, tapi jika di rumah saja dan tidak diinvestasikan maka jumlah uang tersebut cenderung tidak akan bertambah. Sehingga pada intinya, perilaku keuangan seseorang itu menarik dan kita hanya bisa percaya bahwa pengelolaan uang seseorang itu berbeda.

Perilaku manusia memang bersifat kompleks sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap pengambilan keputusan keuangan mereka. Ada banyak faktor yang berpengaruh terhadap perilaku keuangan seseorang, mulai dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi nilai budaya yang dianut oleh seseorang,

sikap, kepercayaan, pengetahuan, keterampilan dan pengalaman yang akan menjadi sumber finansial personal. Sementara itu, untuk faktor eksternal meliputi inflasi, angka pengangguran, situasi pasar, krisis ekonomi dan faktor lingkungan lainnya yang akan ikut berpengaruh. Dalam sejarah literatur mengenai perilaku ekonomi manusia, Hira (2012) mengatakan bahwa manusia cenderung berperilaku tidak rasional dalam pengambilan suatu keputusan dan hasil dari keputusan tersebut kadang menjadi tidak optimal. Hal inilah yang kemudian juga berpengaruh terhadap penentuan keputusan mereka dalam mengelola keuangan.

Perilaku keuangan dapat dipahami sebagai hasil dari keterkaitan berbagai faktor psikologis, antara lain titik referensi, kecenderungan menghindari kerugian, mental accounting, kontrol dan regulasi diri, preferensi waktu, persepsi terhadap risiko, tingkat kepercayaan diri, serta bias persepsi. Faktor-faktor tersebut tidak beroperasi secara independen, melainkan secara kolektif membentuk pola pengambilan keputusan keuangan yang dipengaruhi oleh pengalaman, karakteristik individu, serta lingkungan sosial dan ekonomi. Kerumitan ini menjelaskan keberagaman perilaku keuangan antar individu yang kerap menyimpang dari asumsi rasionalitas, sehingga pemahaman terhadap dimensi psikologis menjadi landasan penting dalam upaya meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan dan kualitas keputusan finansial yang lebih bijaksana dan adaptif.



Perilaku Manajemen Keuangan

Perilaku manajemen keuangan semakin memperoleh perhatian penting seiring dengan bertambahnya kompleksitas kondisi ekonomi, perubahan dinamika sosial, serta kemajuan teknologi yang memengaruhi pola pengelolaan keuangan individu dan organisasi. Pengambilan keputusan keuangan tidak lagi dapat dipandang semata-mata sebagai hasil pertimbangan rasional, melainkan sebagai suatu proses yang dibentuk oleh interaksi antara faktor psikologis, sosial, dan konteks lingkungan. Dengan demikian, kajian mengenai perilaku manajemen keuangan menjadi krusial untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh terkait ruang lingkup, berbagai hambatan yang dihadapi, serta strategi yang dapat diterapkan guna mewujudkan pengelolaan keuangan yang lebih efektif, adaptif, dan berkelanjutan, baik pada level individu maupun organisasi.

A. RUANG LINGKUP PERILAKU MANAJEMEN KEUANGAN

Perilaku manajemen keuangan merujuk pada cara individu maupun organisasi mengelola sumber daya keuangan melalui berbagai keputusan yang mencakup perencanaan, penganggaran, pengeluaran, investasi, hingga penyimpanan dana. Berbeda dengan pendekatan manajemen keuangan tradisional yang berfokus pada rasionalitas dan analisis kuantitatif, perilaku manajemen keuangan menekankan bahwa keputusan finansial tidak terlepas dari pengaruh faktor psikologis, emosional, serta kebiasaan yang terbentuk dalam diri individu. Oleh karena itu, pemahaman terhadap aspek perilaku menjadi penting untuk menjelaskan adanya kesenjangan antara

pengetahuan keuangan yang dimiliki dengan perilaku aktual dalam pengambilan keputusan.

Dalam penerapannya, pengambilan keputusan keuangan sering kali dihadapkan pada interaksi antara pertimbangan rasional dan dorongan emosional, baik pada tingkat individu maupun organisasi. Bias kognitif, persepsi terhadap risiko, tingkat kepercayaan diri, serta pengaruh lingkungan sosial dan tekanan eksternal dapat memengaruhi objektivitas keputusan keuangan. Kondisi tersebut berpotensi mendorong perilaku impulsif, pengambilan risiko yang berlebihan, atau keputusan jangka pendek yang mengabaikan keberlanjutan jangka panjang. Dengan demikian, kajian perilaku manajemen keuangan menjadi relevan sebagai upaya untuk membantu individu dan organisasi dalam mengambil keputusan finansial yang lebih bijaksana, adaptif, dan berorientasi pada tujuan jangka panjang.



Gambar 3.1 Ilustrasi Contoh Perilaku Manajemen Keuangan (1)

Dijelaskan oleh Suriani (2022) perilaku manajemen keuangan adalah studi tentang bagaimana individu membuat keputusan keuangan. Ilmu ini menggabungkan prinsip - prinsip keuangan tradisional dengan wawasan dari psikologi untuk menjelaskan mengapa orang terkadang membuat pilihan yang tampaknya tidak rasional. Ringkasnya, ini tentang memahami motivasi dan kebiasaan di balik cara kita mengelola uang.

Contoh perilaku manajemen keuangan adalah Fattah yang merupakan pengusaha muda, secara teori Fattah sangat paham bagaimana cara mengelola keuangannya. Seperti tujuan berinvestasi jangka panjang dan memahami pentingnya menabung. Namun, suatu hari Fattah pergi ke acara *Gaikindo Indonesia International Auto Show* (GIIAS) dan melihat promo mobil sport mewah Ford Mustang. Mobil sport yang sudah lama dia impikan. Promo tersebut memicu emosi yang kuat, seperti rasa bangga dan keinginan untuk memilikinya. Walaupun Fattah tahu membeli mobil itu akan menguras tabungan daruratnya dan akan menghambat tujuan berinvestasinya, Fattah tetap membelinya. Keputusan ini bukanlah keputusan yang rasional dari sudut pandang keuangan, namun ini adalah perilaku manajemen keuangan yang dipengaruhi oleh emosi dan psikologi.

Perilaku manajemen keuangan dapat diilustrasikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengelola uangnya sehari - hari. Mencakup merencanakan, menganggarkan, memeriksa, mengendalikan, dan menyimpan dana agar tujuan keuangan tercapai. Sadalia & Butar-Butar (2016) berpendapat perilaku manajemen keuangan adalah kemampuan seseorang dalam mengelola dana pribadinya, yang mencakup kegiatan seperti merencanakan, membuat anggaran, memeriksa, mengendalikan, mencari, dan menyimpan uang. Intinya, konsep ini menggambarkan bagaimana individu membuat keputusan finansial yang menyelaraskan motivasi pribadi mereka dengan tujuan perusahaan atau organisasi.

Perilaku manajemen keuangan merupakan pembahasan yang berfokus pada bagaimana individu maupun sebuah organisasi dalam mengambil keputusan dengan mempertimbangkan faktor rasional dan emosional. Jika manajemen keuangan lebih menitikberatkan pada analisis kuantitatif dan optimalisasi keuntungan, maka pada

perilaku manajemen keuangan mencoba untuk memahami bagaimana dinamika psikologis mempengaruhi pengambilan sebuah keputusan. Seperti persepsi akan sebuah resiko, tingkat kepercayaan diri dan pengaruh lingkungan sosial.

Pada sebuah organisasi, seorang manajer keuangan memiliki peran penting dalam menentukan arah kebijakan sebuah perusahaan, mulai dari keputusan investasi, pendanaan, hingga pembagian keuntungan. Salah satu bias yaitu over confidence atau terlalu percaya diri, hal ini mungkin karena pernah berhasil terhadap kebijakannya di masa lalu. Contoh Amanda adalah sebuah manajer keuangan di PT XYZ, Amanda sukses di beberapa investasi sebelumnya. Sehingga Amanda menjadi terlalu percaya diri, saat perusahaan menjadi dana lebih, ia mengabaikan analisis resiko yang mendalam dan juga menolak saran timnya untuk mendiversifikasi investasi.

Pada akhirnya, proyek tersebut gagal, dan perusahaan mengalami kerugian besar. Ini adalah contoh perilaku manajemen keuangan oleh seorang manajer yang dipengaruhi oleh bias yaitu terlalu percaya diri. Keputusan yang seharusnya didasarkan pada data dan strategi yang matang, namun yang terjadi adalah dipengaruhi oleh bias psikologi individu.



Gambar 3.2 Ilustrasi Contoh Perilaku Manajemen Keuangan (2)

Selain bias individual dari seorang manajer, faktor eksternal juga mempengaruhi perilaku manajemen keuangan, situasi pasar, kondisi ekonomi global, bahkan opini publik dapat menjadi pertimbangan manajer dalam membuat keputusan. Contohnya, saat krisis ekonomi, banyak perusahaan mengambil keputusan defensif seperti biaya - biaya besar besaran meskipun langkah tersebut justru mengurangi daya saing jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku manajemen keuangan tidak bisa dilepaskan dari konteks makroekonomi dan sosial.

Seperti pada COVID -19, salah satu perusahaan ritel yaitu PT Bunga Department Store, di saat pandemi perilaku manajemen keuangan Bunga yaitu melakukan penutupan gerai yang tidak menguntungkan, negosiasi ulang sewa dengan pemilik mall, dan meningkatkan penjualan secara daring. Contoh kasus Bunga merupakan bagaimana faktor external yang masif seperti pandemi memaksa manajer keuangan untuk mengesampingkan strategi pertumbuhan jangka panjang demi kelangsungan hidup. Keputusan yang diambil didorong oleh tekanan besar dari pasar, ketidakpastian dan kebutuhan mendesak untuk menjaga likuiditas.



Gambar 3.3 Ilustrasi Contoh Perilaku Manajemen Keuangan (3)

Seiring akan perkembangan zaman, teknologi digital turut memberikan perubahan terhadap perilaku manajemen keuangan. Analisis data besar (*big data*), kecerdasan buatan, serta algoritma keuangan, memberikan manajer akses ke informasi yang lebih luas. Tetapi, meski teknologi dapat membantu mengurangi bias, keputusan akhir tetap berada pada manusia yang tidak terlepas dari pengaruh psikologis. Oleh karena itu, integrasi antara analisis teknologi dan pemahaman perilaku tetap penting.

Dapat disimpulkan bahwa perilaku manajemen keuangan merupakan kombinasi kompleks antara teori ekonomi, psikologi individu, dan dinamika sosial. Pemahaman atas aspek ini adalah hal yang penting, pada individu memahami perilaku manajemen keuangan dapat membantu menjadi lebih bijaksana dalam membuat keputusan. Ini berarti tidak hanya tahu cara menabung, tetapi juga menguasai diri dari godaan impulsif. Sehingga individu dapat membangun fondasi finansial yang kuat untuk masa depan mereka. Perilaku manajemen keuangan pada organisasi, memiliki peran penting untuk dipelajari, dikarenakan keputusan manajemen keuangan tidak hanya memberikan dampak pada kinerja perusahaan, tetapi juga pada stabilitas pasar dan kesejahteraan masyarakat luas. Oleh karena itu, penguasaan perilaku manajemen keuangan dapat membantu manajer menjadi lebih bijaksana dan dapat beradaptasi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

Perilaku manajemen keuangan menegaskan pentingnya pemahaman terhadap keterkaitan antara pertimbangan rasional dan aspek psikologis dalam proses pengambilan keputusan keuangan, baik pada level individu maupun organisasi. Keputusan finansial tidak semata-mata didasarkan pada analisis kuantitatif, melainkan turut dipengaruhi oleh emosi, bias kognitif, persepsi terhadap risiko, tingkat kepercayaan diri, serta tekanan lingkungan dan faktor eksternal lainnya. Kompleksitas tersebut menunjukkan bahwa perilaku manajemen keuangan bersifat dinamis dan kontekstual, sehingga pemahamannya menjadi esensial dalam membantu individu mengelola keuangan secara lebih bijak dan berorientasi jangka panjang, sekaligus mendukung organisasi dan manajer keuangan

dalam merumuskan kebijakan yang adaptif, berkelanjutan, dan responsif terhadap perubahan kondisi ekonomi dan sosial.

B. HAMBATAN DALAM MEMBANGUN PERILAKU MANAJEMEN KEUANGAN

Membangun perilaku manajemen keuangan yang efektif tidak terlepas dari berbagai hambatan yang berasal baik dari faktor internal maupun eksternal individu dan organisasi. Hambatan-hambatan ini sering kali menyebabkan individu maupun manajer keuangan mengambil keputusan yang tidak optimal, meskipun secara teoritis mereka memahami prinsip-prinsip keuangan yang benar.

Pertama, bias kognitif menjadi salah satu hambatan utama dalam perilaku manajemen keuangan. Bias kognitif seperti *overconfidence*, *loss aversion*, dan *present bias* mempengaruhi cara individu memandang risiko dan keuntungan. Menurut Haryono (2025) Bagaimana bias kognitif, kondisi emosional, dan pengaruh sosial membentuk cara individu dalam mengambil keputusan keuangan, baik secara personal maupun ketika individu berada dalam konteks kelompok dan lingkungan sosial tertentu.

Kedua, pengaruh media sosial dan lingkungan sosial turut memperkuat perilaku konsumtif. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai alat pembentuk gaya hidup dan standar sosial. Lingkungan pergaulan dan paparan gaya hidup di media sosial dapat mendorong individu untuk berperilaku konsumtif dan meningkatkan kecenderungan pengeluaran yang tidak terkontrol (Mulyani & Indriasih, 2021).

Ketiga, tantangan sistemik dalam dunia finansial juga menjadi penghambat perilaku manajemen keuangan yang sehat. Ketidakmerataan akses terhadap layanan keuangan, rendahnya literasi keuangan, serta kompleksitas produk keuangan sering kali membuat individu kesulitan dalam mengambil keputusan yang tepat. Dalam konteks organisasi, tekanan pasar, ketidakpastian ekonomi, dan tuntutan pemangku kepentingan dapat memaksa manajer mengambil keputusan jangka pendek yang berisiko bagi keberlanjutan jangka panjang.

Hambatan dalam pembentukan perilaku manajemen keuangan yang efektif memiliki karakter yang kompleks dan saling berinteraksi, baik yang berasal dari faktor internal maupun eksternal. Bias kognitif dan dinamika emosional individu, pengaruh lingkungan sosial serta media, hingga kendala struktural seperti keterbatasan akses dan rumitnya sistem keuangan, secara simultan memengaruhi kualitas pengambilan keputusan finansial sehingga sering kali menghasilkan keputusan yang kurang optimal. Oleh karena itu, pengembangan perilaku manajemen keuangan yang sehat menuntut pendekatan yang menyeluruh, tidak hanya berfokus pada peningkatan literasi dan pengetahuan keuangan, tetapi juga pada penguatan pengelolaan aspek psikologis serta penciptaan lingkungan dan sistem pendukung yang mampu mendorong pengambilan keputusan keuangan yang lebih rasional, berkelanjutan, dan bertanggung jawab.



Gambar 3.4 Hambatan dalam Perilaku Manajemen Keuangan

C. STRATEGI DALAM MEMBANGUN PERILAKU MANAJEMEN KEUANGAN

Dengan memahami beberapa hambatan, kita dapat lebih bijak dalam menyusun strategi dalam membangun perilaku manajemen keuangan. Pengetahuan ini tidak hanya melindungi kita dari jebakan - jebakan finansial yang merugikan, tetapi juga memperkuat pondasi kita dalam membangun perilaku manajemen keuangan. Ini sangat penting agar kita bisa mengelola uang dengan lebih cerdas dan adaptif, terutama ditengah arus budaya dan sistem sosial yang sangat mendorong pola konsumsi berlebihan. Dengan demikian, kita bisa membangun perilaku manajemen keuangan yang lebih baik untuk masa depan.

Untuk mengatasi berbagai hambatan tersebut, diperlukan strategi yang komprehensif dan berkelanjutan dalam membangun perilaku manajemen keuangan. Strategi ini harus mencakup peningkatan kesadaran individu, penguatan literasi keuangan, serta penciptaan sistem pendukung yang kondusif. Pertama, peningkatan literasi keuangan menjadi fondasi utama dalam membangun perilaku manajemen keuangan yang baik. Edukasi keuangan yang mencakup pemahaman tentang penganggaran, pengelolaan utang, tabungan, dan investasi dapat membantu individu membuat keputusan yang lebih rasional dan terinformasi. Literasi keuangan juga berperan dalam mengurangi dampak bias kognitif dalam pengambilan keputusan. Kemampuan keuangan dapat dipahami sebagai hasil integrasi antara literasi keuangan dan perilaku keuangan yang berperan dalam mendukung tercapainya kesejahteraan finansial individu (Wibowo, 2023).

Kedua, penerapan disiplin dan pengendalian diri melalui perencanaan keuangan yang jelas dan realistis. Penetapan tujuan keuangan jangka pendek dan jangka panjang, disertai evaluasi berkala, dapat membantu individu dan organisasi menjaga konsistensi perilaku keuangan. Pengelolaan keuangan yang efektif memerlukan adanya perencanaan keuangan yang terstruktur sebagai sarana untuk mencapai tujuan finansial, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Suriani, 2022).

Ketiga, pemanfaatan teknologi keuangan (*financial technology*) secara bijak dapat menjadi strategi pendukung dalam membangun perilaku manajemen keuangan. Aplikasi pengelolaan keuangan, analisis data, dan sistem pendukung keputusan berbasis teknologi dapat membantu meminimalkan kesalahan manusia. Namun demikian, teknologi harus diimbangi dengan pemahaman perilaku agar keputusan akhir tetap mempertimbangkan aspek etika dan keberlanjutan.

Keempat, dalam konteks organisasi, penguatan tata kelola dan budaya keuangan yang sehat menjadi strategi penting. Pengambilan keputusan berbasis data, mekanisme pengawasan internal, serta diskusi kolektif dalam tim manajemen dapat mengurangi dominasi bias individu. Dengan demikian, perilaku manajemen keuangan dapat diarahkan untuk mendukung tujuan strategis organisasi secara berkelanjutan.

Pengembangan perilaku manajemen keuangan yang efektif memerlukan penerapan strategi yang komprehensif dan berkelanjutan, baik pada level individu maupun organisasi. Peningkatan literasi keuangan, penguatan disiplin serta pengendalian diri melalui perencanaan keuangan yang sistematis, dan pemanfaatan teknologi keuangan secara tepat menjadi faktor utama dalam mendukung pengambilan keputusan finansial yang lebih rasional dan berbasis informasi. Selain itu, penguatan tata kelola dan pembentukan budaya keuangan yang sehat dalam organisasi memiliki peran strategis dalam menekan bias individual serta menjaga konsistensi dan keberlanjutan keputusan. Integrasi antara aspek pengetahuan, perilaku, dan sistem pendukung tersebut memungkinkan terciptanya pengelolaan keuangan yang lebih adaptif, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kesejahteraan jangka panjang.



Model Perilaku Penggunaan dan Pengelolaan Uang

Sebagian besar individu menyadari bahwa uang merupakan bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun keluarga. Namun, cara orang menggunakan dan mengelola uang seringkali berbeda-beda, dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, pengalaman hidup, dan latar belakang budaya. Perbedaan ini menimbulkan beragam pola perilaku, mulai dari kecermatan dalam pengeluaran, kebiasaan menabung, hingga strategi investasi. Oleh karena itu, bab ini hadir untuk membahas model perilaku penggunaan dan pengelolaan uang, dengan tujuan memberikan pemahaman tentang bagaimana individu mengatur, mengontrol, dan memanfaatkan sumber daya keuangannya secara efektif. Pertanyaan utama yang ingin dijawab adalah bagaimana perilaku penggunaan dan pengelolaan uang terbentuk, faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta bagaimana model-model yang ada dapat diterapkan untuk mendukung pengambilan keputusan keuangan yang bijaksana.

A. PERILAKU PENGGUNAAN UANG

Penggunaan uang, suatu perilaku yang menjadi topik pembahasan yang hangat saat ini. Bahkan menjadi topik yang sering dibicarakan dan diminati oleh para akademisi untuk diteliti. Para investor menjadikan perilaku penggunaan uang menjadi bagian dari analisis pola-pola tingkah laku yang mengena dari investor untuk belajar. Sudah banyak studi yang dilakukan di berbagai negara dalam

melihat sudut pandang perilaku terhadap penggunaan uang yang dimiliki oleh seseorang. Hal ini pula, menarik perhatian penulis untuk menelusuri lebih lanjut model-model perilaku penggunaan uang yang sering terjadi disekitar kita.

Foster (2001) dalam penelitiannya, mengemukakan bahwasanya perilaku penggunaan uang sering didefinisikan sebagai usaha dan motivasi untuk memiliki uang. Uang yang dimiliki oleh seseorang akan memiliki perlakuan yang berbeda antara orang satu dengan orang lainnya. Hal ini, tentu disebabkan oleh keinginan yang berbeda, tujuan yang berbeda, dan maksud yang juga tidak sama. Sehingga berdampak pula kepada penggunaan uang tersebut apakah mau dibelanjakan sesuai kebutuhan atau keinginan. Lebih lanjut, penggunaan uang yang dimiliki oleh setiap individu, tentu dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor tersebut menjadi satu kesatuan yang meliputi jenis kelamin, pengalaman hidup, gaya hidup yang berkaitan dengan rencana jangka pendek maupun jangka panjang, dan juga yang terpenting adalah kebutuhan yang harus dipenuhi.



Gambar 4.1 Ilustrasi Uang
(Sumber: www.djkn.kemenkeu.go.id)

Perilaku penggunaan uang untuk seseorang yang beranjak dewasa akan berbeda dengan seseorang yang sudah dewasa. Orang dewasa pun juga akan berbeda, baik yang masih lajang maupun yang sudah menikah. Seseorang yang sudah menikah tentu memikirkan

biaya dari kebutuhan yang akan dihadapinya setelah menikah bukan hanya untuk dirinya sendiri, namun juga istri dan anaknya (sudut pandang bapak). Istri yang bekerja tentu akan membantu suaminya, namun hal ini bukanlah suatu kewajiban, dikembalikan kepada diskusi yang terjadi didalam rumah tangga tersebut. Namun yang terpenting adalah ketika seseorang yang sudah memiliki buah hati, yaitu anak, maka orang tua tersebut mau tidak mau, suka maupun duka harus memberikan biaya untuk anak mereka.

Orang tua akan memberikan yang terbaik buat anaknya, memikirkan biaya sekolah, biaya kesehatan, dan biaya-biaya lainnya yang akan di gunakan di masa mendatang, terutama yang berkaitan dengan pendidikan yang lebih tinggi. Sikap seperti ini tentu akan mempengaruhi sudut pandang seseorang terkhusus orang tua dalam menggunakan uang yang dimilikinya. Seseorang yang sudah menikah akan cenderung menggunakan uang yang dimilikinya dengan lebih berhati-hati, sebab uang yang dia miliki bukannya miliki sendiri, namun juga harus dibagikan kepada istri dan anaknya. Inilah tugas utama yang harus dimiliki suami. Apalagi dalam Islam maupun agama lainnya mengajarkan, suami memiliki tanggungjawab penuh dalam memberikan kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Sehingga memang suami memiliki pertimbangan yang matang dalam menggunakan uang dengan dibantu oleh istrinya. Tujuannya demi keberlangsungan hidup dimasa depan lebih terjaga.

Namun pola perilaku penggunaan uang ini akan berbeda dengan seseorang yang belum menikah. Hal ini dikarenakan orang yang belum menikah tidak memiliki tanggungjawab penuh seperti layaknya orang yang sudah menikah. Walaupun begitu, seseorang yang belum menikah juga ada yang menjadi *tulang punggung* keluarga untuk membantu orang tuanya atau adeknya. Namun, kecenderungan yang sering terjadi, orang tersebut akan menghabiskan uang yang dimilikinya hanya untuk keperluan pribadi. Keperluan pribadi ini apakah akan digunakan untuk jangka pendek maupun jangka panjang akan dikembalikan kembali kepada manajemen pengelolaan keuangannya. Penulis akan mendeskripsikan beberapa teori berkenaan perilaku penggunaan uang yang sering terjadi didalam kehidupan sehari-hari.

Lim & Teo (1997) dalam penelitiannya mengelompokkan perilaku penggunaan uang. Mereka mengelompokkan adanya indikator-indikator penilaian dari perilaku penggunaan uang yang terdiri dari *Obsession*, *Power*, *Budget*, *Achievement*, *Evaluation*, *Anxiety*, *Retention*, dan *Non Generous*. Adapun indikator yang di kemukakan oleh Lim & Teo (1997) ini dijelaskan lebih lanjut oleh Handi & Mahastanti (2012) yang mendeskripsikan sebagai berikut:

1. *Obsession*

Indikator pertama ini lebih tertuju kepada seseorang yang menghalalkan segala cara untuk mendapatkan uang. Apapun dilakukannya baik itu positif maupun negatif yang terpenting tujuan utamanya adalah menghasilkan uang untuk hidup tanpa memikirkan boleh dilakukan atau legal tidaknya. Sehingga orang seperti ini memiliki obsesi yang tinggi terhadap uang dan membuat perilaku penggunaan uangnya tidak patut di contoh.

2. *Power*

Indikator kedua ini menunjukkan sikap bahwasanya dengan adanya uang akan menjadi kekuatan utama dalam membantunya untuk mencapai keinginan dan mempengaruhi orang lain. Sehingga memiliki uang sudah tertanam dalam dirinya untuk dimiliki dalam mencapai tujuan.

3. *Budget*

Indikator ini menekankan kepada sikap seseorang yang lebih menyukai menyimpan uang yang dimilikinya daripada membelanjakannya. Perilaku penggunaan uang seperti ini cenderung menggunakan uang sesuai kebutuhan dan pastinya ia adalah orang yang jago menawar dengan harga terbaik sesuai yang ia inginkan. Jadi perilakunya hampir sama dengan ibu-ibu yang selektif dalam berbelanja.

4. *Achievement*

Indikator ini menekankan kepada seseorang yang menjadikan pencapaian prestasi melalui materi yang dia peroleh. Materi ini berupa uang, gaji, dan pendapatan yang dia miliki menjadi tolak ukur kesuksesan dan menunjukan keberhasilannya dalam menjalani proses kehidupan. Semakin besar materi yang

dimiliki membuat orang tersebut semakin bahagia dan puas dengan apa yang sudah diperoleh.

5. *Evaluation*

Indikator ini menjadikan uang sebagai tolak ukur untuk mengukur, mengevaluasi, mawas diri dalam menjalankan kehidupan. Bahkan membandingkan hasil evaluasi untuk memperoleh kesimpulan terbaik. Penilaian yang utama memang uang menjadi sumber utama dalam memperlihatkan pola perilaku pengguna uang.

6. *Anxiety*

Indikator ini memperlihatkan sikap seseorang yang tertutup ketika ditanyai tentang keuangan yang dia miliki. Orang ini termasuk kepada tipe yang pencemas dan tidak percaya diri dengan kekhawatiran yang hanya dia dan Tuhan yang tahu. Seseorang seperti ini biasanya dilingkungan sosial merasa minder dan rendah diri ketika dihadapkan kepada orang yang memiliki keuangan yang jauh lebih baik darinya.

7. *Retention*

Orang yang masuk dalam indikator ini memiliki tipe hati-hati dalam mengeluarkan uang, karena dia memiliki rasa ketakutan dalam menggunakan uang yang dimiliki, Tentu orang seperti ini juga berpengaruh kepada pengambilan keputusan. Keputusan yang diambil cenderung sulit dan lama, karena masih melakukan pertimbangan apakah uangnya akan disimpan atau tidak. Menurut hemat penulis, tipe seperti ini ada bagusnya dan ada jeleknya juga. Bagusnya dia termasuk orang yang antisipasi, namun jeleknya kadang lama dalam mengambil keputusan.

8. *Non Generous*

Indikator terakhir ini adalah seseorang yang tidak suka memberikan sesuatu yang dia miliki, termasuk dalam hal uang. Sikap seperti ini mempengaruhi pola pikir mereka untuk menekankan tidak memberikan bantuan kepada orang lain, tidak ada rasa kepedulian terhadap sesama, bahkan tindakan untuk berbagi juga tidak ada. Artinya orang seperti ini cenderung menjalankan kehidupan hanya untuk dirinya sendiri.

Model perilaku penggunaan uang bisa juga dilihat melalui paradigma jenis kelamin dan kesulitan keuangan. Perilaku penggunaan uang berdasarkan jenis kelamin dan kesulitan keuangan yang pernah dialami seseorang juga ikut berimbas. Ketika seseorang akan menggunakan uang yang mereka miliki ada dua faktor yang ikut mempengaruhinya. Faktor tersebut adalah faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. Faktor intrinsik adalah faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti jenis kelamin, emosional, dan kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Selain itu, faktor ekstrinsik berupa keadaan perekonomian dan kesulitan keuangan yang pernah dialami (Furnham & Argyle, 1998). Selain itu, beberapa teori juga menyatakan bahwa perbedaan perilaku penggunaan uang ini dipengaruhi juga oleh motivasi, seperti status, kepuasan pribadi, keamanan yang diinginkan, dan kepuasan akan kebutuhan (Lingdgreen, Knight dalam Pompian, 2012).

Menurut Koonce et al (2008) dan Jacobsen dalam Capon et al., (1996) menyatakan bahwa jenis kelamin yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi pola perilaku mereka dalam menggunakan uang. Hal ini juga didukung oleh Cook dalam Carroll (1997) yang mengemukakan bahwa perbedaan perilaku penggunaan uang berdasarkan jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh yang besar. Laki-laki memiliki perilaku penggunaan uang yang berbeda dari Wanita. Wanita cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan uang yang dimiliki, sebab cenderung memikirkan kehidupan masa depan ketimbang kondisi yang terjadi sekarang (Lim & Teo, 1997). Pernyataan ini bukanlah asumsi belaka karena juga didukung oleh Koonce et al. (2008) menemukan bahwa seorang perempuan lebih menyukai menyimpan uang sebagai aset bila dibandingkan dengan laki-laki.

Wanita yang telah memiliki keluarga cenderung kurang leluasa menggunakan uang yang dimilikinya dibandingkan dengan pria, sebab seorang wanita haruslah memikirkan pengeluaran keluarga, pendidikan anak, kebutuhan akan makanan dan pakaian dan lain sebagainya terkait dengan rencana masa depan keluarga. Maka jangan heran kalau kita lihat ibu-ibu mampu mengelola uang dengan baik, seperti layaknya ibu-ibu yang ada di Ranah Minang (Sumatera Barat)

yang mengelola uang yang dimiliki melalui investasi emas, bahkan hewan ternak seperti sapi dan kerbau. Tujuan utamanya tentu mengefektifkan dan mengefesiensi penggunaan uang.

Namun hal yang berbeda ditunjukkan manakala wanita tersebut juga mempunyai penghasilan seperti seorang pria. Biasanya wanita yang memiliki penghasilan tujuan awalnya adalah untuk mencari kesibukan dan juga mendukung kondisi keuangan keluarga. Perempuan pekerja atau biasa dikenal wanita karir yang memiliki penghasilan tentu uang yang dimiliki adalah untuk dirinya sendiri. Suami tidak memiliki hak atas uang tersebut karena uang istri adalah uang untuk dirinya sendiri sementara uang suami adalah uang istri dan anak-anaknya. Konsep ini tentu sudah mengakar dengan baik dalam tataran budaya timur dan agama Islam. Namun walaupun begitu, biasanya wanita kebanyakan juga membantu suami dengan konsep awal adalah untuk memenuhi kebutuhan. Inilah yang terjadi jika suami dan istri sama-sama bekerja.

Selain jenis kelamin, kesulitan keuangan yang pernah dialami juga membuat perbedaan cara pandang terhadap perilaku penggunaan uang. Ketika seseorang didalam kehidupannya pernah mengalami kesulitan keuangan, maka ia akan lebih berhati-hati ketika menggunakan uang yang ia miliki. Hal tersebut dikarenakan adanya pengalaman masa lalu tentang kesulitan keuangan yang mempengaruhi perilaku seseorang terhadap uang yang dimiliki. Orang yang dulunya pernah mengalami kesulitan keuangan akan lebih matang dalam menggunakan uang. Uang yang dimiliki akan digunakan berdasarkan konsep kebutuhan, bukan konsep keinginan. Ketika melibatkan konsep kebutuhan yang terjadi adalah memaksimalkan uang yang dimiliki. Artinya penghematan yang dilakukan untuk digunakan pada masa depan. Hemat bukan berarti menjadi seseorang yang kikir/pelit. Jadi pahami kembali konsep hemat itu seperti apa.

Berangkat dari keseluruhan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku penggunaan uang merupakan fenomena kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, sosial, demografis, dan pengalaman hidup individu. Penggunaan uang tidak semata-mata ditentukan oleh jumlah pendapatan, tetapi juga oleh tujuan hidup, nilai yang dianut, kondisi keluarga, jenis kelamin, serta

pengalaman menghadapi kesulitan keuangan. Beragam indikator perilaku penggunaan uang seperti *obsession, power, budget, achievement, evaluation, anxiety, retention*, dan *non generous* menunjukkan bahwa setiap individu memiliki cara pandang dan pola pengambilan keputusan yang berbeda terhadap uang. Selain itu, perbedaan peran sosial antara laki-laki dan perempuan, status pernikahan, serta pengalaman masa lalu terkait keuangan turut membentuk sikap kehati-hatian, prioritas kebutuhan, dan orientasi jangka panjang dalam pengelolaan uang. Dengan demikian, pemahaman terhadap perilaku penggunaan uang menjadi penting tidak hanya bagi individu dalam mengelola keuangan secara bijak, tetapi juga bagi akademisi dan praktisi untuk merancang edukasi, kebijakan, dan strategi keuangan yang lebih relevan dan berkelanjutan.

B. PERILAKU PENGELOLAAN UANG

Model perilaku penggunaan uang telah dibahas oleh penulis pada bagian sebelumnya. Selanjutnya, pembahasan diarahkan pada model perilaku pengelolaan keuangan. Meskipun perilaku manajemen keuangan telah dikaji secara lebih mendalam dalam Bab 4, pada bagian ini pembahasan difokuskan secara khusus pada model-model yang menjelaskan perilaku pengelolaan keuangan. Secara sederhana, perilaku pengelolaan keuangan dapat diartikan sebagai kebiasaan individu dalam melakukan perencanaan, pengorganisasian, serta pengendalian terhadap pengeluaran dan penggunaan sumber daya keuangan. Berbagai ahli telah memberikan definisi terkait konsep ini, namun perhatian utama dalam pembahasan ini difokuskan pada model perilaku pengelolaan keuangan yang dikemukakan oleh Hilgert & Hogarth (2003). Menurut mereka, perilaku pengelolaan keuangan terdiri atas empat aspek utama. Keempat model tersebut meliputi:

1. Manajemen kas

Manajemen kas, salah satu bagian dari keilmuan manajemen keuangan yang mengelola kas dengan jangka waktu tertentu, baik secara jangka panjang maupun jangka pendek dengan tujuan menghasilkan laba. Kegiatan utama yang sering terjadi dalam pengelolaan kas terkait dengan pemasukan dan

pengeluaran kas yang meliputi kepemilikan rekening giro, pembayaran tagihan tepat waktu, penyusunan anggaran, dan pencatatan pengeluaran.

2. Manajemen kredit

Manajemen kredit adalah suatu pengelolaan kredit yang dijalankan oleh lembaga keuangan dalam proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan juga pengawasan yang kontinyu sesuai dengan kesepakatan yang telah dilakukan diawal antara pihak lembaga keuangan dengan konsumen dengan azas suka sama suka sehingga dapat berjalan dengan baik. Biasanya yang terjadi dalam manajemen kredit, kegiatan yang berhubungan dengan kepemilikan kartu kredit pada sebuah perbankan, pembayaran tagihan kredit secara penuh, atau peninjauan laporan kredit.

3. Tabungan

Tabungan adalah simpanan atas uang yang sudah dihasilkan dan disisihkan melalui proses atau kegiatan sehingga menghasilkan pendapatan. Hal-hal yang terkait dengan tabungan adalah kepemilikan akun bank, dana darurat, asuransi, penyesihan uang dari pendapatan yang diperoleh, tabungan untuk tujuan jangka panjang, dan juga kepemilikan atas sertifikat deposito.

4. Investasi

Investasi adalah suatu aktivitas menanamkan modal, baik langsung maupun tidak langsung, dengan tujuan utama suatu saat memperoleh keuntungan dari hasil penanaman modal tersebut. Kegiatan yang sering terjadi dalam investasi seperti diversifikasi investasi, kepemilikan akun investasi (termasuk reksadana, saham, obligasi, dan sebagainya), serta perencanaan dana pensiun, dana haji-pun tidak luput dari bagian investasi.



Gambar 4.2 Ilustrasi Manajemen Uang
(Sumber: www.djkn.kemenkeu.go.id)

Dalam penelitian Hankinson (2000) menyebutkan salah satu kunci kesuksesan dalam strategi bisnis untuk usaha kecil yang dijalankan dapat ditingkatkan kinerjanya melalui hubungan baik dengan pihak pemberi dana (bank, koperasi, dan sejenisnya) yang berkaitan dengan faktor permodalan (fasilitas kredit). Aspek permodalan dari perbankan kepada pengusaha kecil seperti UKM, merupakan salah satu kunci supaya sukses dalam pengembangan UKM. Hal ini menunjukkan pola hubungan yang saling menguntungkan antara pengusaha selaku debitur dengan bank selaku kreditor. Kalau dilihat dari sudut pandang berbeda, penelitian Hankinson ini menyampaikan bahwa model pengelolaan keuangan dapat dilakukan dengan kerjasama yang saling menguntungkan. Selain itu, Bourdieu (1991) yang merupakan seorang intelektual dan sosiolog dari Perancis (1930 – 2000) membuat suatu teori baru yang bernama *general theory of practice*. Dalam teorinya tersebut menyatakan bahwa perilaku sosial seseorang itu ditentukan oleh kebiasaan (*habitus*), yang kemudian diperkuat oleh modal (*capital*) yang dia miliki, sesuai medan (*field*) yang ditempati. Sehingga formula yang dihasilkan adalah:

PRACTICE = (HABITUS X CAPITAL) + FIELD

Melalui formula tersebut dapat didefinisikan bahwa *habitus* seseorang dibentuk oleh *personal history* orang tersebut dan pengalaman-pengalaman atau kejadian (struktur) dalam hidupnya yang mempengaruhi bagaimana dia bertindak dan menempatkan diri. Medan (*field*) yang dimaksud Bourdieu, bukanlah medan yang statis dan tanpa perjuangan, melainkan sebuah medan yang dinamis. Medan atau ranah yang memiliki 'perjuangan' didalamnya, perjuangan untuk 'menang' dan menempati sebuah posisi, mendapatkan sebuah pengakuan.

Menurut Bourdieu, capital didefinisikan ke dalam empat kategori, yaitu material/ekonomi, *cultural*, *social*, dan *symbolic*. Modal material adalah modal berupa uang, atau aset lain yang dapat ditukar dengan uang, karenanya disebut modal ekonomi. Modal *cultural* adalah modal yang bersifat pengalaman dan pengetahuan, baik yang diperoleh secara implisit maupun eksplisit. Modal *social* adalah modal yang dimiliki dalam bentuk jaringan atau hubungan-hubungan kerja, persahabatan yang telah terbina dan diperoleh pelaku sesama hidupnya. Modal yang terakhir yakni modal simbolik adalah modal berupa nama baik atau reputasi, yaitu kepercayaan dari orang lain yang telah diperoleh pelaku selama proses pekerjaan atau usahanya.

Modal-modal yang dikembangkan oleh Bourdieu ini menjadi bagian dari perilaku pengelolaan keuangan yang bisa saling ditukar. Dari keempat jenis modal ini, modal simbolik menempati posisi tertinggi, paling berpengaruh dan diakui. Oleh karenanya, setiap partisipan akan mencari strategi dan berusaha berperilaku, untuk menambah akumulasi modal sebanyak-banyaknya, terutama modal simbolik (Purboyo et al., 2012). Selain itu, model pengelolaan keuangan juga bisa dilihat dari pengelolaan pendapatan, pengeluaran, pinjaman, tabungan, dan proteksi. Ini dikemukakan oleh Sadalia & Andrani (2016) yang memang cukup berbeda dengan model-model lainnya, terutama dalam model yang dia kembangkan proteksi masuk kedalam bagian prioritas. Proteksi disini berkaitan dengan asuransi,

baik asuransi diri pribadi maupun asuransi harta yang menjadi bagian pengelolaan keuangan.

Merujuk pada keseluruhan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku pengelolaan keuangan merupakan suatu proses yang sistematis dan dipengaruhi oleh kebiasaan, pengetahuan, pengalaman hidup, serta sumber daya yang dimiliki individu. Model yang dikemukakan oleh Hilgert & Hogarth (2003) menunjukkan bahwa perilaku pengelolaan keuangan tercermin melalui empat aspek utama, yaitu manajemen kas, manajemen kredit, tabungan, dan investasi, yang secara terpadu membentuk pola pengambilan keputusan keuangan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Di sisi lain, perspektif Bourdieu memperkuat pemahaman bahwa pengelolaan keuangan tidak hanya bersifat teknis, melainkan juga merupakan praktik sosial yang dibentuk oleh habitus, kepemilikan modal (ekonomi, budaya, sosial, dan simbolik), serta medan sosial tempat individu berinteraksi. Temuan-temuan lain turut menegaskan bahwa pengelolaan keuangan yang efektif dapat diperkuat melalui relasi yang saling menguntungkan dengan lembaga keuangan serta penetapan prioritas, termasuk aspek proteksi seperti asuransi. Oleh karena itu, perilaku pengelolaan keuangan tidak hanya mencerminkan kemampuan mengatur arus keuangan, tetapi juga menggambarkan strategi individu dalam mengelola risiko dan mengupayakan keberlanjutan kesejahteraan di masa depan.



Model Perilaku Keputusan Investasi

Keputusan investasi merupakan salah satu aspek penting dalam manajemen keuangan yang tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional dan perhitungan ekonomi semata, tetapi juga oleh faktor psikologis dan perilaku individu investor. Dalam praktiknya, investor sering dihadapkan pada kondisi ketidakpastian, keterbatasan informasi, serta risiko yang beragam, sehingga proses pengambilan keputusan menjadi kompleks dan dinamis. Oleh karena itu, pemahaman mengenai model perilaku keputusan investasi menjadi penting untuk menjelaskan bagaimana investor menentukan pilihan investasi, merespons informasi pasar, serta mengelola risiko dan emosi dalam mencapai tujuan keuangan. Bab ini membahas secara komprehensif konsep keputusan investasi dan perilaku investasi dengan menekankan keterkaitan antara faktor fundamental, psikologis, dan lingkungan pasar dalam membentuk perilaku investor.

A. KEPUTUSAN INVESTASI

Membuat keputusan investasi yang tepat adalah cara yang dilakukan oleh seorang investor. Investasi bisa didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang menanamkan sejumlah uang pada berbagai jenis aktiva, baik itu aktiva lancar dan atau aktiva tetap dengan tujuan menghasilkan keuntungan dimasa mendatang. Aktiva tetap bisa berupa lahan, mesin, gedung, kendaraan, dan peralatan yang sifatnya berwujud dan juga ada paten, *copyright*, hak cipta, lisensi, *franchise*, dan lain-lain yang sifatnya tidak berwujud. Sementara aktiva lancar

bisa dalam bentuk kas, sekuritas jangka pendek, piutang ataupun persediaan. Penjelasan lebih lengkap terkait jenis-jenis aktiva ini bisa dilihat pada mata kuliah Pengantar Akuntansi, namun yang pasti investasi tersebut bisa dalam bentuk *financial asset* maupun *real asset*. Sehingga investor diharapkan bisa menentukan apakah akan berinvestasi di *financial asset* atau *real asset*. Hal ini otomatis akan mempengaruhi perilaku dalam pengambilan keputusan.



Gambar 5.1 Ilustrasi Real Assets dan Financial Assets
(Sumber: www.vecteezy.com)

Keputusan investasi dalam bentuk *financial asset* maupun *real asset* ini dikemukakan oleh Yuniningsih (2020b). Mereka mengemukakan kalau investor yang berinvestasi dalam berbagai bentuk, tentu sudah memiliki tujuan. Tujuan yang utama adalah mengharapkan mendapatkan *return*, baik dalam bentuk *financial reward* ataupun keuntungan/*gain* atas sejumlah dana yang sudah ditanamkan. Selain itu, tujuan lainnya adalah memperoleh kepuasan dan kebahagiaan ketika memperoleh keuntungan. Dalam mencapai tujuan-tujuan tersebut, maka seorang investor dituntut untuk mengambil keputusan dengan hati-hati dan tepat supaya terhindar dari kerugian dan resiko yang tidak diinginkan. Investor dalam membuat keputusan harus melewati tahapan-tahapan yang sudah teruji. Adapun tahapan-tahapan tersebut, *pertama* investor harus menentukan tujuan investasi dengan jelas. Tentukan tujuan jangka

pendek maupun tujuan jangka panjang, apakah memilih *financial asset* ataukah *real asset*. Hal ini perlu dipikirkan dengan matang dan penuh kehati-hatian, karena jika salah dalam menentukan tujuan akan berdampak pada langkah-langkah yang akan dilakukan selanjutnya.

Kedua, investor harus menentukan kebijakan investasi yang tepat sasaran. Kebijakan investasi di spesifikasikan dari segi pendanaan yang tersedia dan juga ketepatan informasi. Apakah nantinya informasi yang diperoleh valid baik pengetahuan maupun pemahaman akan informasi tersebut. Jumlah dana yang tersedia juga akan menentukan jenis investasi, melalui *financial asset*-kah atau *real asset*. Tergantung kepada ketersediaan dana yang akan dipilih, mengingat jenis investasi tersebut memiliki sifat yang berbeda dan penanganan yang berbeda pula.

Financial asset terutama dalam bentuk sekuritas cenderung mempunyai sifat yang lebih *likuid* dibandingkan *real asset*. Selain itu, ketika berinvestasi di *financial asset* cenderung tidak membutuhkan pendanaan yang besar secara langsung dan berapa jumlah dana yang diinvestasikan sesuai dengan dana yang dimiliki dibandingkan dengan *real asset*. Hal ini tentu berbeda dengan investasi *real asset* yang memang diawal sudah membutuhkan dana yang besar. Karena dalam investasi ini dalam bentuk aktiva tetap seperti gudang, rumah, pabrik, tanah, dan lain sebagainya.

Selanjutnya selain pendanaan yang perlu diperhatikan adalah informasi yang diperoleh. Ketika berinvestasi melalui *financial asset* akan lebih mudah mendapatkan informasi yang umum hingga informasi yang lebih spesifik dibandingkan dengan investasi *real asset*. Karena berinvestasi melalui *financial asset* untuk mendapatkan informasi khususnya perusahaan-perusahaan yang sudah *go public* lebih mudah didapatkan dengan cara *online*, tidak perlu waktu yang lama. Informasi tersebut bisa diambil melalui laporan keuangan yang sudah tersedia rapi di *website* setiap perusahaan-perusahaan tersebut, bahkan yang lebih spesifik ada *website* yang bernama *idx* (*Indonesia Stock Exchange*) tepatnya www.idx.co.id yang merupakan *website* berisikan informasi penting terkait bursa efek indonesia. Melalui *website* ini, akan diperoleh informasi detail terkait laporan keuangan, mulai dari perusahaan apa saja yang sudah *go public*,

perusahaan apa saja yang kontinyu melaporkan keuangannya per triwulan, per semester, bahkan per tahun. Selain itu, juga bisa mengetahui berapa dividen yang dibagikan setiap tahun, berapa laba yang diperoleh setiap tahun, apakah mengalami peningkatan atau penurunan tiap tahun semuanya bisa diperoleh dengan baik. Masalah hutang perusahaan juga bisa dilihat dan nantinya bisa dibandingkan dengan aktiva yang dimiliki sehingga setiap orang bisa mengetahui berapa tingkat solvabilitas dan juga likuiditas dari perusahaan. Hal ini bisa dilakukan dengan lancar tergantung kepada kemampuan untuk terus mengulik, menelusuri, atau bahasa kerennya *searching* sedetail-detailnya, sehingga semua data-data yang diperlukan terkait perusahaan-perusahaan yang sudah *go public* akan mudah diperoleh, semua orang mudah mengakses sesuai dengan kebutuhan. Inilah keunggulan dari *financial asset* dan memang data-data ini sering kali digunakan oleh akademisi keuangan yang ingin memperoleh data sekunder dengan cepat tanpa mengeluarkan biaya.

Informasi yang diperlukan dan dibutuhkan secara langsung dengan *online* adalah kondisi yang terjadi di *financial asset*. Walaupun begitu sebenarnya beberapa informasi yang tidak bisa dijangkau dengan *online* ini, masih perlu melakukan konfirmasi langsung dengan pihak-pihak tertentu yang berkaitan dengan investasi. Sehingga informasi yang diperoleh utuh, lengkap, dan detail. Sementara kalau berinvestasi pada *real asset* maka seorang investor tidak bisa menilai secara keseluruhan dengan informasi yang sama. Informasi yang di butuhkan di investasi *real asset* berbeda-beda tergantung kepada produk yang dipilih, karena informasi tanah akan berbeda dengan informasi gedung, rumah, gudang, dan lain sebagainya sehingga hal ini tidak dapat diperoleh dengan mudah layaknya informasi tentang saham yang cukup dengan *online* mudah didapatkan. Menurut Yuniningsih (2020b) informasi pada *real asset* terkhusus dalam lelang, itu membutuhkan informasi yang jeli, lengkap dan bahkan sangat spesifik. Aset lelang membutuhkan informasi berupa harga setiap aset yang ditawarkan, tempat atau wilayah, aturan birokrasi dalam suatu wilayah dimana aset itu berada dan faktor lainnya. Hal ini tentu menjadi perbedaan utama dalam memperoleh informasi dengan *real asset* pada umumnya.

Selain itu, seorang investor dalam memilih investasi terbaik, apakah memilih saham maupun *real asset* dengan keputusan yang tajam, meliputi pertimbangan, pemahaman, dan evaluasi dengan berbagai informasi yang sudah dikumpulkan. Maka tidak salahnya juga mempertimbangkan *stakeholder*. *Stakeholder* ini adalah pihak-pihak yang berkepentingan dan sudah mempunyai pengalaman yang baik dalam lembaga keuangan, biasanya dalam bentuk jasa konsultan keuangan. Pihak-pihak ini diharapkan dapat memberikan arahan, pandangan, serta saran dalam berinvestasi dengan berbagai pilihan investasi. Pengambilan keputusan yang sudah dijelaskan diawal adalah pengambilan keputusan dari perspektif faktor fundamental. Namun pengambilan keputusan tersebut tidak hanya sampai disitu, perlu adanya perspektif lain yang menjadi penentu final, yaitu faktor psikologi yang dimiliki oleh masing-masing investor. Faktor psikologi ini lebih kepada kepribadian dari masing-masing investor. Apakah investor ini memiliki jiwa petarung dan pemberani dalam melakukan investasi atau malahan memiliki sifat keragu-ruguan. Faktor ini tentu juga ikut mempengaruhi keputusan investasi yang akan diambil.

Ketiga, memiliki strategi yang tepat dalam memilih portofolio investasi. Pemilihan portofolio investasi memang harus dipahami sedari awal, sehingga dalam melakukan tahapan ini maka jenis aset investasi baik *financial asset* maupun *real asset* dapat dilakukan dengan baik, tanpa ada rasa keraguan sama sekali. Calon investor yang akan berinvestasi dalam *financial asset* harus melakukan pemilihan saham, apakah yang berasal dari satu industri yang sama atau dengan industri yang berbeda. Jika dalam satu industri ataupun berbeda industri dengan berbagai macam saham, maka yang perlu dilakukan adalah pilih perusahaan yang sudah memiliki kinerja yang bagus. Adapun indikator perusahaan yang bagus tersebut bisa dilihat dari kinerja keuangan, salah satunya melalui perhitungan rasio profitabilitas dari tahun ke tahun. Melalui rasio profitabilitas ini akan terlihat perusahaan mengalami peningkatan ataupun tidak. Misalnya salah satu jenis yang ada dalam profitabilitas adalah ROA (*return on asset*) dimana jika nilainya lebih dari satu maka termasuk mempunyai kinerja yang bagus, dalam artian lain perusahaan cenderung mengalami keuntungan di tahun tersebut. Lalu informasi lainnya juga

bisa dilihat dari kemampuan perusahaan untuk dapat membayar hutangnya, baik secara jangka pendek maupun jangka panjang. Hal ini dapat dilihat melalui rasio likuiditas dan solvabilitas dimana kondisi ideal dibawah satu hasil perhitungannya. Maknanya adalah jika dibawah satu maka perusahaan masih mampu membayar hutang dengan modal atau aktiva yang dimiliki. Inilah informasi yang dibutuhkan dan dipertimbangkan.

Penanganan berbeda ketika berinvestasi melalui *real asset*, dimana dalam kondisi ini portofolio yang dilihat adalah penentuan pada jenis aset bergerak atau tidak bergerak. Salah satu pertimbangan diawal yaitu dengan mempertimbangkan aset tersebut bisa terjual dengan cepat atau tidak, karena berkaitan dengan kondisi aset tersebut kedepannya. Semakin lama terjual maka balik modal dan keuntungan juga tertunda, bahkan kondisi aset juga akan mengalami perubahan. Selain itu, barang aset yang tidak bergerak misalnya rumah, tanah, pabrik, gedung, gudang, dan lain-lain disamping mempertimbangkan cepat tidaknya terjual, maka yang juga harus diperhatikan terkait kelengkapan surat menyurat kepemilikan sehingga tidak memperlama proses penjualan aset. Pertimbangan selanjutnya yang tidak kalah penting yaitu adanya penambahan dana untuk memperbaiki atau melengkapi aset tersebut, sehingga memiliki nilai yang lebih tinggi ketika di jual nanti. Misalnya memperhatikan model rumah kekinian, bahan baku yang digunakan berkualitas tinggi, wilayah yang mudah diakses dan berada pada kondisi aman dan berkembang, atau bisa jadi untuk memperoleh sumber mata air yang jernih membutuhkan biaya yang besar untuk pengeboran yang dalam. Jadi ketika berinvestasi pada aset tetap tidak bergerak tentu membutuhkan pertimbangan dan informasi yang lebih spesifik setiap aset yang akan dibeli.

Investasi aset pada investasi tetap yang bergerak seperti motor, mobil, perlengkapan kantor, dan lain sebagainya tidak serumit dalam mempertimbangkannya dengan aset tetap tidak bergerak. Setelah melalui pertimbangan yang matang maka diputuskan apakah investasi ditetapkan apakah pada *financial asset* saja atau *real asset* saja atau antara *financial asset* dan *real asset*. Investasi pada *financial asset* apakah dilakukan investasi dengan berbagai macam saham dari

berbagai emiten baik dalam satu industri atau pada industri yang berbeda. Jika strategi investasi dilakukan pada *real asset* apakah hanya dilakukan pada aset tetap tidak bergerak saja ataukah hanya investasi pada aset bergerak saja ataukah kedua-duanya. Pemilihan strategi portofolio dalam berinvestasi memang disarankan untuk dilakukan dengan diversifikasi investasi dibandingkan hanya berinvestasi pada satu aset saja. Strategi portofolio dari Markowitz (1952) menyatakan bahwa investor sebaiknya melakukan diversifikasi investasi dengan berbagai jenis investasi. Hal ini disebabkan kalau investor melakukan diversifikasi investasi akan mengurangi risiko. Jika terjadi kerugian pada satu atau lebih investasi, maka kerugian tersebut bisa di ditutupi dengan keuntungan dari investasi yang lain.

Tahapan terakhir adalah melakukan evaluasi kinerja portofolio dari investasi yang akan dilakukan. Setiap kinerja perusahaan yang dijadikan portofolio dalam berinvestasi maka harus dilakukan evaluasi. Evaluasi ini akan menghasilkan keputusan layak atau tidak layak dalam melakukan pilihan tersebut. Dalam investasi *financial asset*, misalnya pemilihan saham maka untuk mengetahui layak tidak layaknya dapat dilihat dari kinerja keuangan perusahaan yang dianalisis dari laporan keuangan perusahaan. laporan keuangan perusahaan ini bisa diketahui dari laporan neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas. Sementara data yang dibutuhkan tergantung dari masing-masing investor, apakah ingin mengetahui dan atau menganalisis saja. Misalnya investor akan menganalisis kinerja perusahaan atau kinerja keuangan bisa dianalisis dengan menggunakan tingkat profitabilitas baik dengan menggunakan *return on asset* (ROA), *return on equity* (ROE), *Return on Investment* (ROI) dan lain-lain (Yuniningsih, 2020b). Kinerja keuangan perusahaan bisa diketahui dengan jelas melalui rasio-rasio lainnya, seperti likuiditas, solvabilitas, dan aktivitas. Hal ini juga harus dilakukan juga pada investasi *real asset* dengan melihat beberapa aspek misalkan harga beli, mudah tidaknya dalam pengurusan surat-surat yang dibutuhkan yang ada kaitannya dengan birokrasi di wilayah tersebut. Hal lain yang perlu dilakukan pada investasi *real asset* terkait semua biaya yang harus dikeluarkan saat dilakukan pembelian maupun saat penjualan kembali dan hal-hal lain.

Investor dalam membuat keputusan investasi dihadapkan pada banyak faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor tersebut bisa dalam bentuk eksternal maupun internal. Faktor eksternal biasanya bersifat mikro ataupun makro. Mikro misalnya tentang harga aset, penawaran dan permintaan, laporan keuangan, pajak dan peraturannya, dan lain sebagainya. Sedangkan faktor makro misalkan tingkat pertumbuhan inflasi, deflasi, tingkat suku bunga, dan lain-lain. Sementara faktor internal biasanya berasal dari faktor psikologis seseorang baik dalam sisi kognitif, afektif maupun psikomotorik. Adanya pengaruh psikologis dalam perilaku keuangan seorang investor cenderung akan menggeser perilaku yang rasional menjadi tidak rasional karena berada dalam kondisi ketidakpastian. Hal ini dibuktikan dari pernyataan Bari et al. (2024) yang menjelaskan bahwa investor cenderung berperilaku bias yang mendorong seseorang untuk melakukan kesalahan sistematis dalam membuat keputusan investasi. Penjelasan tersebut menerangkan bahwa seseorang akan berbuat kesalahan yang diulang-ulang dan dianggap sebagai kebiasaan karena adanya pengaruh psikologis yang sangat kuat untuk berbuat seperti itu. Dorongan psikologis merupakan dorongan dari dalam individu dan kadang akan membentuk karakter seseorang dalam bertindak saat menghadapi suatu permasalahan yang harus segera diputuskan. Pendapat ini juga didukung oleh Mittal (2011) yang menyatakan seseorang dalam membuat keputusan investasi sangat dikendalikan oleh keinginan, tujuan, bias prasangka maupun emosi.

Seseorang yang mempunyai keinginan dan tujuan yang sangat kuat dan selama dalam kerangka yang benar dan tidak merugikan orang lain serta dapat mengelola emosi dengan baik dan sudah direncanakan jauh-jauh hari maka cenderung bertindak lebih rasional dalam bertindak. Tetapi akan jadi permasalahan lain jika keinginan, tujuan yang kuat, tindakan tidak terencana secara matang, serta diliputi dengan bias prasangka yang berlebihan dan tidak bisa mengendalikan emosi yang berlebihan maka akan cenderung bertindak irrasional. Penjelasan ini didukung langsung oleh Mittal (2010) bahwa seorang investor yang berperilaku bias dan cenderung irrasional dalam membuat suatu keputusan karena sangat

dipengaruhi oleh emosi yang ada saat itu. Keadaan emosi seseorang merupakan salah satu faktor dari sekian banyak faktor psikologis yang sangat berpengaruh dalam membentuk perilaku baik secara rasional ataukah irrasional (Yuniningsih, 2020b). Kondisi yang memberikan kepastian akan menghasilkan perilaku yang cenderung rasional dan sebaliknyaa kondisi yang memberikan ketidakpastian cenderung membentuk perilaku yang cenderung tidak rasional (Yuniningsih, 2020b).

Contoh jika kondisi atau keadaan ketidakpastian dalam hal pengetahuan maupun informasi yang dimiliki dan yang dibutuhkan maka akan cenderung membentuk perilaku yang irrasional. Perilaku yang irrasional tersebut misalkan seseorang yang terlalu berani melakukan investasi meskipun investasi tersebut berisiko mengalami kerugian. Kerugian tersebut diakibatkan salah satunya adalah terjadi penurunan harga antara harga beli dan harga jual maka tindakan investor tersebut adalah tidak cepat untuk menjual tetapi malah akan menahan investasi yang dimiliki tersebut. Banyak alasan kenapa investor tersebut menahan investasinya, salah satunya menunggu harga aset tersebut naik kembali yang lebih besar dari harga beli atau minimal mengalami harga normal, adanya perasaan malu jika diketahui oleh investor lain karena mengalami kerugian, takut mengalami penyesalan yang terlalu besar dan berlarut-larut.

Kondisi lain yang terjadi adalah adanya kecenderungan seseorang yang tidak berani mengambil risiko atau malahan takut risiko disaat investasi yang dimiliki ada kenaikan harga maka pilihan yang dia lakukan dengan cepat-cepat melakukan penjualan. Hal tersebut dilakukan dengan cara menjual secara cepat aset yang dimiliki meskipun hanya terjadi kenaikan yang tidak begitu besar karena adanya kekhawatiran akan adanya penurunan harga jual yang akan menyebabkan kerugian. Hal lainnya karena adanya kekhawatiran pengurusan birokrasi yang berbeda dan berbelit jika tindakan tersebut tidak dilakukan dengan segera terutama pada investasi di *real asset*. Sehingga banyak faktor yang perlu dipertimbangkan dan informasi yang harus didapatkan dari asset tersebut. Sehingga diharapkan dengan semua faktor tersebut bisa dipahami, dianalisis maupun dievaluasi dengan baik maka hal-hal

yang ada di faktor internal yang berasal dari diri pribadi bisa berjalan dengan baik juga. Faktor internal dalam diri pribadi ini terutama menyangkut faktor psikologis apakah dari sisi kognitif, afektif maupun psikomotorik yang dominan mempengaruhi perilaku dan tindakan. Contoh faktor-faktor psikologis tersebut seperti *loss aversion*, *regret aversion*, *overconfidence*, literasi keuangan, *illusion of control bias*, *herding*, *overreaction*, *underreaction*, dan lain-lain.

Investor yang akan melakukan investasi harus dihadapkan pada suatu risiko yaitu tidak tercapainya dari apa yang diharapkan. Seorang investor akan terhindar dalam menghadapi suatu risiko, jika ditentukan oleh mampu tidaknya mengelola informasi dengan baik dan benar, mampu tidaknya mengelola faktor psikologi dalam membuat suatu keputusan dan lain-lain. Kemampuan pengelolaan faktor-faktor tersebut akan menentukan tipe seseorang dalam berinvestasi apakah sebagai *risk seeking*, *risk averter* atau *risk averse* ataupun sebagai *risk neutral* dari setiap investor. Seorang investor dikatakan sebagai *risk seeking* dalam menghadapi risiko berinvestasi jika investor tersebut berani mengambil keputusan berisiko. *Risk averter* atau *risk averse* adalah golongan investor yang kurang berani mengambil risiko dalam berinvestasi karena ketakutan dan penyesalan yang begitu dalam jika terjadi kerugian. Sedangkan *risk neutral* adalah orang yang sangat berhati-hati dalam berinvestasi, Tindakannya adalah jika menguntungkan akan melakukan investasi tapi jika dipandang merugikan maka tidak akan melakukan investasi.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa proses pengambilan keputusan investasi merupakan aktivitas yang kompleks, dipengaruhi oleh kombinasi antara pemahaman teknis terhadap jenis aset, informasi yang tersedia, strategi portofolio, kondisi ekonomi, dan faktor psikologis investor. Pilihan antara financial asset maupun real asset menuntut perencanaan yang matang, penentuan kebijakan investasi yang tepat, diversifikasi portofolio, serta evaluasi kinerja secara berkelanjutan untuk meminimalkan risiko dan mengoptimalkan keuntungan. Selain faktor fundamental, pengaruh psikologis seperti emosi, bias kognitif, dan sikap terhadap risiko juga memiliki peran penting dalam membentuk perilaku investor, sehingga keputusan yang diambil dapat menjadi

rasional atau irasional, tergantung pada kondisi ketidakpastian yang dihadapi. Oleh karena itu, kemampuan seorang investor dalam mengelola informasi, memahami risiko, serta mengendalikan faktor psikologis akan menentukan tipe perilaku investasinya apakah cenderung *risk seeking*, *risk averse*, atau *risk neutral* dan pada akhirnya memengaruhi keberhasilan pencapaian tujuan keuangan jangka panjang.

B. PERILAKU INVESTASI

Dalam memahami model perilaku keputusan investasi, tentu diawali terlebih dahulu dengan keputusan investasi seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Pada pembahasan kali ini lebih spesifik lagi terkait dengan perilaku investasi. Perilaku investasi didasarkan kepada ketidakpastian tentang masa depan dan resiko yang terjadi. Adanya keterbukaan informasi melalui berita dan rumor serta kecepatan dari media cetak maupun media elektronik memiliki peran yang sangat penting di pasar investasi. Selain itu, ketergantungan risiko, preferensi risiko, dan sikap adalah konsep utama dalam menjelaskan perilaku investasi. Investor menggunakan bias dan heuristik dalam keputusan mereka untuk berinvestasi atau tidak dan juga melihat berapa banyak yang harus diinvestasikan. Faktor lainnya adalah kecenderungan orang untuk meniru dan mengikuti investor lain. Hal ini dikarenakan kurangnya informasi yang relevan dan dapat diandalkan serta kurangnya keberanian untuk berperilaku berbeda.



Gambar 5.2 Ilustrasi Perilaku Investasi
(Sumber: www.forka.id)

1. Motif Investasi

Berbicara tentang perilaku investasi maka tidak terlepas dengan yang namanya motif untuk berinvestasi, apakah di saham, obligasi, atau sejenisnya. Adapun motif tersebut adalah 1) menabung untuk kebutuhan anak-anak dan persiapan pensiun, 2) menjadi kaya, 3) menjaga kekayaan keluarga, 4) menjadikan investasi sebagai hiburan, dan 5) mendukung *green investment* yang artinya investasi yang berkelanjutan dan memperhatikan lingkungan. Investasi dapat dilihat sebagai risiko, meskipun dalam jangka panjang dengan rentang 5-10 tahun, tetapi dengan cara ini efektif untuk meningkatkan kekayaan. Dalam jangka panjang, pengembalian investasi lebih besar daripada pengembalian tabungan. Hal ini dilakukan sebagai permainan untuk menghindari kerugian, mendapatkan keuntungan, dan mencoba untuk mendapatkan pengembalian yang lebih tinggi dari standar.



Gambar 5.3 Ilustrasi Motif Investasi
(Sumber: www.jabar.tribunnews.com)

Beberapa investor berinvestasi dalam perusahaan yang sudah dikenal baik dan memiliki pengetahuan yang jelas terkait perusahaan tersebut sehingga investor dapat mendukung perusahaan tersebut secara langsung tanpa hambatan. Banyak investor individu yang lebih memilih untuk membeli saham perusahaan dari negara asal investor, sebut saja misalnya saham PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk yang dimiliki oleh

pengusaha Indonesia. Alasannya investor memahami dengan baik perusahaan-perusahaan ini daripada perusahaan asing. Alasan lainnya adalah investor-investor ini ingin mendukung perusahaan-perusahaan dari negara asal mereka dengan alasan nasionalis atau kecintaan terhadap negaranya. Ada juga alasan yang unik, mungkin membeli saham perusahaan yang sudah populer seperti *Apple*, *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*. Semua alasan-alasan ini tujuannya adalah menciptakan *green investment*. Investasi dalam perusahaan dengan produk-produk yang berkelanjutan dan perusahaan yang tidak terlibat dalam produksi militer. Perusahaan-perusahaan ini memiliki nilai-nilai yang sama dengan investor yang disebut dengan *Value Congruence*. Investor seperti ini tidak hanya ingin pengembalian investasi mereka, tetapi juga ingin mendukung perusahaan dengan nilai-nilai yang sesuai dan mirip dengan kehendak investor.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa motif investasi sangat beragam dan dipengaruhi oleh tujuan pribadi maupun nilai-nilai yang dipegang oleh investor. Investor tidak hanya berfokus pada pengembalian finansial jangka panjang, tetapi juga mempertimbangkan aspek sosial, lingkungan, dan kesesuaian nilai dengan perusahaan (*value congruence*). Pilihan investasi dapat dipengaruhi oleh pengetahuan terhadap perusahaan, loyalitas terhadap perusahaan lokal, atau ketertarikan pada perusahaan populer dengan reputasi global. Dengan demikian, perilaku investasi mencerminkan kombinasi antara strategi untuk meningkatkan kekayaan dan keinginan untuk mendukung perusahaan yang sejalan dengan prinsip serta nilai yang diyakini oleh investor, termasuk dalam konteks investasi berkelanjutan atau *green investment*.

2. Faktor Psikologis

Pembahasan tentang perilaku investor telah dibahas dalam berbagai buku yang telah dikenal sejak beberapa dekade, terutama yang berfokus lebih eksplisit pada 'psikologi

investasi'. Para ahli yang sudah terlibat seperti Lifson & Geist (1999), Shefrin & Nicols (2014), Wäneryd (2001), Nofsinger (2017), dan Baker & Ricciardi (2014) adalah beberapa ahli yang relevan dengan perilaku investasi. Dalam riset yang sudah mereka lakukan menunjukkan pengambilan keputusan keuangan dengan berbagai pertimbangan, literasi keuangan juga ikut mempengaruhi. Kebanyakan orang memiliki pengetahuan dasar dan tahu tentang komposisi bunga, inflasi, dan nilai uang dengan baik. Namun, sangat sedikit yang mampu memahami perbedaan antara saham dan obligasi, hubungan antara harga obligasi dan suku bunga, dan juga terkait dasar-dasar diversifikasi risiko (Fred van Raaij, 2016). Orang-orang yang memiliki literasi rendah jarang berinvestasi dengan saham. Hal ini disebabkan karena ketidakmampuan dalam membuat keputusan yang bijaksana dan bahkan bersikap mengambil keuntungan yang besar dari pasar saham. Selain itu, kebanyakan berfokus membuat keputusan tentang menginvestasikan kekayaan pensiun yang mereka miliki, namun tingkat keterampilan keuangan yang masih rendah menjadi penyebab portofolio yang kurang beragam dan risiko-risiko lainnya tidak maksimal.



Gambar 5.4 Ilustrasi Faktor Psikologis
(Sumber: www.freepik.com)

Menurut Glaser et al. (2004) kepercayaan yang berlebihan ternyata sangat relevan dalam pengambilan keputusan keuangan dengan mengambil risiko-risiko yang ada. Dengan meningkatnya pengalaman dan keakraban, pembuat keputusan cenderung berfokus pada kemampuan dan kesuksesan mereka sendiri daripada memahami pengaruh situasi atau kondisi. Pengambil keputusan seperti ini sering kali terpaksa dengan rutinitas dan penilaian masa lalu yang pernah mereka jalankan dan ketika dihadapkan dengan situasi pilihan maka yang terjadi adalah mereka tidak memproses semua informasi yang relevan dan bermakna. Sebagai hasil dari kepercayaan mereka yang berlebihan ini, mereka cenderung meremehkan risiko yang sebenarnya dengan melebih-lebihkan kemampuan mereka untuk mengatasi masalah yang belum pernah terjadi sebelumnya. Dengan demikian, mereka meremehkan potensi risiko yang terjadi, mengingat situasi dimasa dahulu sebenarnya tidak bisa disamakan dengan kondisi dimasa sekarang. Namun karena rasa kepercayaan yang sangat tinggi ini malahan keputusan yang diambil tidak relevan lagi.

Hasil penelitian yang dilakukan Barber & Odean (2001) menemukan bahwa investor laki-laki lebih percaya diri daripada investor perempuan, dan pria 45% lebih banyak daripada wanita yang melakukan perdagangan saham. Investor yang terlalu percaya diri dalam perdagangan saham sangat banyak. Hal ini ditandai dengan biaya perdagangan mengurangi pengembalian bersih dimana pria sebesar 2,65% per tahun dibandingkan dengan wanita hanya 1,72%. Artinya, wanita adalah investor yang lebih baik karena tingkat perdagangan dan biaya yang lebih rendah. Selain itu, sikap terlalu percaya diri sebenarnya tidak bagus dalam pengambilan keputusan investasi. Menurut Weinstein (1980), Langer (1975), Svenson (1981), dan Fischhoff et al. (1978) sikap *overconfidence* ini dapat ditampilkan dalam beberapa cara, yaitu:

- a. Orang yang terlalu percaya diri, percaya bahwa pengetahuan mereka lebih akurat daripada yang sebenarnya;
- b. Orang yang terlalu percaya diri, percaya bahwa kemampuan mereka di atas rata-rata;
- c. Orang yang terlalu percaya diri, percaya bahwa mereka memiliki ilusi keberhasilan yang berlebih dan secara selektif mengingat keberhasilan pribadi;
- d. Orang yang terlalu percaya diri, percaya bahwa mereka memiliki ilusi kontrol;
- e. Orang yang terlalu percaya diri, percaya bahwa mereka menjadi terlalu optimis tentang masa depan;
- f. Orang yang terlalu percaya diri, tidak percaya dengan keakuratan informasi dan meremehkan ketidakpastian (bisa disebut juga dengan *miscalibration*).

Kepercayaan yang berlebihan adalah sesuatu yang irasional. Menurut Friedman (1953) investor yang tidak rasional akan mengalami kerugian perdagangan yang tinggi dan itu pada akhirnya akan mendorong mereka keluar dari pasar. Oberlechner & Osler (2012) menemukan bahwa pedagang mata uang (*trading forex*) yang berpengalaman dan tidak berpengetahuan sama-sama terlalu percaya diri. Kepercayaan yang berlebihan ini tidak harus menjadi karakteristik negatif. Mengingat bisa membantu untuk bertahan hidup di pasar perdagangan mata uang dan dapat menyebabkan trend baru dan pembalikan trend. Pedagang yang terlalu percaya diri mengalami banyak risiko dan dengan demikian dia akan memperoleh pengembalian yang lebih tinggi (Fred van Raaij, 2016). Ilusi keberhasilan mereka dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk menemukan peluang *trading* yang menguntungkan (Taylor & Brown, 1988). Selain itu, kepercayaan yang berlebihan mungkin diperlukan juga untuk bertahan hidup dalam profesi perdagangan yang mengalami stress ketidakpastian.

Mencari sensasi adalah penyebab lain dari perdagangan saham yang berlebihan. Mencari sensasi terkait dengan OSL (*optimum stimulation level*) yang tinggi atau bahasa lainnya

adalah keinginan yang lebih besar untuk mengambil risiko dan juga spekulasi yang terjadi. Investor ini memiliki preferensi untuk saham dengan pembayaran seperti lotre yang memiliki risiko. Preferensi waktu sangat relevan untuk keputusan keuangan yang berkaitan dengan masa depan dengan rentang 30-40 tahun ke depan, seperti kredit pemilikan rumah (KPR), keterlibatan dalam rencana pensiun, dan menyimpan atau berinvestasi untuk dihari tua dan pensiun. Orang-orang yang memiliki preferensi saat ini, mereka hanya berfokus pada kondisi saat ini dan lebih suka menghabiskan uang mereka pada masa sekarang daripada dimanfaatkan untuk dimasa mendatang (Frederick et al., 2002). Sementara orang dengan preferensi masa depan lebih cenderung menunda kepuasan untuk memiliki produk dan layanan yang diinginkan dimasa sekarang. Mereka lebih suka menyimpan uang untuk masa depan dan menahan pengeluaran yang tidak terduga. Istilah lainnya adalah *'flash sale'* yang akan digunakan dimasa depan. Artinya orang seperti ini memiliki sifat yang visioner untuk kebutuhan dimasa mendatang.

Dalam pengambilan keputusan yang hasilnya tidak sesuai harapan bahkan ditemukan buruk atau salah akan menimbulkan rasa penyesalan. Penyesalan ini dapat diartikan emosi yang lahir dalam pengambilan keputusan keuangan yang memiliki risiko. Ketika konsumen memutuskan untuk menginvestasikan semua tabungannya di pasar saham, mereka dapat membayangkan kemungkinan krisis pasar saham dan kehilangan investasi mereka. Hal ini dapat dibandingkan dengan situasi dimana jika tabungan yang mereka miliki ditempatkan dengan aman di rekening tabungan tanpa menimbulkan risiko. Dalam menghadapi kondisi seperti ini, konsumen sudah seharusnya mengantisipasi supaya penyesalan dalam pengambilan keputusan tidak terjadi dengan berpikir dan menganalisis ulang tentang krisis pasar saham dan kehilangan uang yang bisa saja terjadi. Proses berpikir ini diharapkan dapat mendorong mereka untuk tidak mengambil pilihan dengan keputusan yang salah. Konsumen mungkin

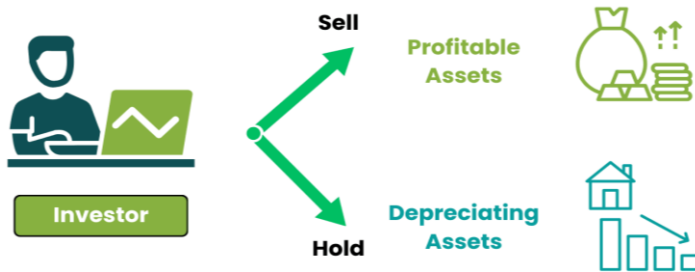
merasa menyesal ketika sudah jelas membuat keputusan yang salah. Namun semua ini bisa diantisipasi sejak awal. Penyesalan akan menimbulkan emosi negatif yang signifikan karena keputusan keuangan konsumen sering didasarkan pada informasi dan harapan yang tidak pasti tentang masa depan dan keputusan keuangan dapat memiliki dampak signifikan pada kekayaan dan gaya hidup masa depan mereka. Oleh karena itu, keputusan sangat penting akan menyebabkan penyesalan yang lebih *intens* jika hasil akhirnya salah. Sehingga memang setiap keputusan perlu berpikir dan analisis mendalam.

Faktor psikologis selanjutnya adalah pengalaman hidup. Ternyata pengalaman kehidupan seseorang juga memiliki pengaruh pada perilaku investasi. Malmendier & Nagel (2011) menemukan bahwa generasi yang mengalami *return* saham yang rendah, misalnya pada saat terjadinya *Great Depression* maka kurang bersedia mengambil risiko keuangan dan mungkin enggan berpartisipasi di pasar saham. Jika pun mereka berpartisipasi, mereka hanya menginvestasikan sebagian kecil aset di saham dan memiliki rasa pesimis (keyakinan yang rendah) dalam memperoleh tingkat pengembalian/keuntungan saham di masa depan. Hal ini tentu dilakukan karena memiliki pengalaman yang akan mempengaruhi dalam risiko yang akan diterima nantinya.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis memiliki peran yang sangat penting dalam perilaku investasi. Keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh literasi keuangan, tetapi juga oleh sifat *overconfidence*, preferensi risiko, pencarian sensasi, orientasi waktu, emosi penyesalan, serta pengalaman hidup sebelumnya. Sifat-sifat psikologis ini dapat mempengaruhi sejauh mana investor bersedia mengambil risiko, memilih instrumen investasi, dan mengelola portofolionya. Dengan memahami faktor psikologis, investor dapat membuat keputusan yang lebih rasional, menyeimbangkan antara potensi keuntungan dan risiko, serta mengantisipasi pengaruh emosional yang dapat

menimbulkan kesalahan dalam pengambilan keputusan keuangan.

3. *Disposition Effect*



Gambar 5.5 Ilustrasi Definisi Disposition Effect
(Sumber: www.wallstreetmojo.com)

Istilah *disposition effect* pertama kali di kemukakan oleh Shefrin & Statman (1985) dalam artikel mereka yang berjudul “The Disposition to Sell Winners Too Early and Ride Losers Too Long: Theory and Evidence”. Mereka mendefinisikan *disposition effect* sebagai keengganan investor untuk menjual aset yang merugi, serta kemungkinan lebih besarnya untuk menjual aset yang sudah menghasilkan keuntungan meski baru mengalami keuntungan yang sedikit. Artinya adanya kecenderungan investor untuk terus memiliki saham yang memberikan kerugian (*losing stocks*) terlalu lama dan kecenderungan investor untuk menjual saham yang memberikan keuntungan (*winner stocks*). Hal ini dilakukan karena dipengaruhi oleh *prospect theory* dan *mental accounting* sehingga menciptakan sebuah gap (*spread*) antara nilai fundamental saham dan *market price* dengan kecenderungan harga menunjukkan reaksi *underreaction* terhadap informasi yang tersedia (Fred van Raaij, 2016).

Fenomena ini juga terjadi karena tiga masalah investor yang sangat lazim terjadi, yaitu ketakutan akan kerugian (*loss aversion*), penghindaran penyesalan (*regret avoidance*), dan akuntansi mental (*mental accounting*). Dalam *disposition effect*

adanya rasa yang berbau antara rasa takut dan rasa pengharapan, *fear and hope*. Perilaku yang dialami ini membuat seorang investor atau *trader* mengalami rasa ketakutan merugi dan berharap pula harga saham akan berbalik naik lagi, sehingga terus menerus mempertahankan saham yang harganya merosot. Namun, ketika harga mengalami kenaikan, ia takut kehilangan profit maka yang terjadi adalah buru-buru menjual sahamnya. Singkatnya, bias ini membuat *trader* mengambil keputusan investasi yang tidak rasional.

Faktanya, tren pasar historis membuktikan bahwa investasi yang berkinerja baik akan cenderung berkinerja baik terus. Sedangkan investasi yang berkinerja buruk akan cenderung semakin buruk. Tetapi *disposition effect* membuat *trader* dan investor menganggap kebalikannya, yaitu seolah-olah *trend* naik hanya berlangsung sementara dan *trend* menurun pasti berbalik naik. Seseorang yang mengalami *disposition effect* ini tentu akan mengakibatkan kinerja portofolio investor menjadi memburuk. Portofolio dapat dengan cepat dipenuhi oleh saham-saham nyangkut akibat keenggannya untuk *cut loss*. Sebaliknya, keuntungan yang diperoleh justru minimal karena ia terlalu cepat *take profit*. Dengan situasi seperti ini, investor tidak akan mampu mengoptimalkan keuntungan investasinya secara konsisten dalam jangka panjang.

Sikap *dispositon effect* ini tentu bagian dari perilaku investasi yang perlu dihindari. Cara menghindarinya tentu harus memahami dulu penyebabnya. Berdasarkan penjelasan yang sudah dilakukan, maka ada empat faktor yang mempengaruhi *disposition effect* ini, yaitu:

a. Menghindari Rugi

Pada tahun 1979, Amos Tversky dan Daniel Kahneman menelusuri penyebab bias disposisi hingga menemukan “teori prospek”. Teori tersebut menyatakan bahwa ketika seseorang diberikan dua pilihan yang sama, satu dijelaskan dari perspektif kemungkinan keuntungan dan yang lainnya

dari perspektif kemungkinan kerugian, orang tersebut akan lebih cenderung memilih opsi pertama, meskipun keduanya dapat membawa hasil ekonomi yang sama. Teori tersebut memprediksi para *trader* merasakan sakitnya kerugian dua kali lebih kuat daripada kegembiraan karena untung, walau nilai nominalnya setara. Alhasil kita berupaya menghindari rugi dengan segala cara, termasuk *hold* saham-saham yang sudah jelas babak belur.

b. Menolak Menyesal

Ketika melakukan jual rugi (*cut loss*), seorang investor atau *trader* secara tidak langsung mengakui bahwa ia salah prediksi atau salah masuk saham. Demi tidak menyesali kesalahan seperti itu, banyak orang memilih untuk *hold* saham saja. Ia menutup mata dengan keyakinan seolah-olah investasinya tidak akan rugi selama ia tidak *cut loss*, meskipun harga saham sudah anjlok drastis. Sikap seperti ini tidak rasional, tetapi banyak sekali orang yang melakukannya. Padahal sebenarnya ketika kita *hold* saham nyangkut yang tidak memberikan dividen ataupun *capital gain*, kita juga mengalami kerugian berupa *opportunity cost* karena tidak bisa menggunakan dana yang terkunci di situ untuk berinvestasi saham lain yang lebih menguntungkan.

c. Perhitungan Mental

Menurut Shefrin dan Statman, *trader* cenderung membuat “perhitungan mental” baru untuk setiap investasi. Dengan cara ini, mereka berfokus pada kinerja setiap saham secara terpisah dan bukannya kinerja portofolio secara keseluruhan. Inilah yang membuat orang jadi semakin susah *cut loss*. Padahal jika ia mau *cut loss*, ia mungkin akan bisa membeli saham lain yang berkinerja lebih baik dan lebih sesuai bagi portofolionya.

d. Kendali Diri

Setelah memahami beragam faktor yang memicu *disposition effect* beserta mindset seperti apa yang lebih tepat untuk dipakai dalam berinvestasi. Namun, hanya mengetahui saja tidak cukup. Banyak investor memahami tindakannya tidak

rasional, tetapi tetap saja mengambil keputusan yang tidak rasional itu dengan dalih “insting”. Hal ini berhubungan dengan kendali diri. Kita mungkin tidak bisa sepenuhnya menghapus kebiasaan tahan di atas dan jual murah, tetapi setidaknya berupayalah untuk meminimalkan *disposition effect* dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Berdasarkan faktor-faktor yang sudah dijelaskan diatas dan mengetahui dengan jelas penyebabnya, selanjutnya yang perlu dilakukan adalah menghindari *disposition effect*. *Dispositon effect* ini berkaitan dengan kondisi psikologis yang melahirkan emosi dari seorang individu investor. Solusi yang paling tepat adalah dengan mengutamakan logika daripada emosi. Ketika sudah menjalankan logika tentu perilaku dengan memutuskan untuk menjual saham yang mengalami keuntungan, atau merasa ketakutan yang berlebihan ketika profit yang masih sedikit hilang, dan mengabaykan saham-saham yang mengalami kerugian itu tidak akan terjadi lagi. Atasi semua tersebut dengan membuat pendekatan yang lebih saintifik berisikan rencana *trading*, rencana investasi yang jelas, kapan menjual dan kapan membeli, melakukan perencanaan profit yang diharapkan. Artinya ketika logika sudah dijalankan ketimbang emosi, maka analisis fundamental dan teknikal akan mudah dilakukan dengan matang. Selanjutnya lakukan hal ini dengan konsisten dan disiplin.

4. Informasi, Berita, dan Rumor

Seorang investor dipengaruhi oleh representasi harga dan patuh pada ilusi uang. Shafir et al. (1997) dan Svedsäter et al. (2007) melakukan eksperimen tentang bagaimana reaksi investor dalam menghadapi pengumuman tentang peningkatan atau penurunan keuntungan. Eksprimen menghasilkan temuan bahwa ketika harga saham nominal tinggi, investor mengharapkan sedikit perubahan harga saham daripada ketika harga nominal rendah. Investor tampaknya percaya bahwa harga saham nominal yang tinggi, kurang dipengaruhi oleh

perubahan faktor fundamental yang mendasarinya, seperti keuntungan perusahaan yang terlibat. Hal ini juga penting apakah harga dinyatakan dalam *Euro* atau *Swedish crowns* (SEK), apalagi dalam Rupiah. Angka-angka lebih tinggi dalam *Swedish crowns* (SEK) dan investor percaya bahwa saham dengan harga SEK kurang dipengaruhi oleh fundamental seperti perubahan keuntungan. Harga saham yang rendah tampaknya terkait dengan kinerja komersial yang buruk dan harga saham yang tinggi dengan kinerjanya yang baik.



Gambar 5.6 Ilustrasi Penyebaran Informasi
(Sumber: www.djkn.kemenkeu.go.id)

Perusahaan kadang-kadang menggunakan *stock splits* atau *reverse stock splits* untuk memulihkan nilai nominal saham setelah kenaikan atau penurunan harga saham yang berkelanjutan. Pemilik saham kemudian menerima lebih banyak (atau kurang) saham untuk investasi uang yang diberikan. Setelah pembagian saham, saham kembali ke kategori saham murah. Telah ditemukan bahwa setelah pemisahan saham (nilai nominal yang lebih rendah), pembeli dan penjual lebih bersedia untuk berdagang, mungkin karena biaya saham. Setelah pembagian terbalik (nilai nominal yang lebih tinggi), ada kurang keinginan untuk perdagangan. Menurut Svedsäter et al. (2007), alasan untuk peningkatan/penurunan perdagangan ini tidak sepenuhnya

jelas. Pembagian saham dapat menjadi sinyal kenaikan harga atau berita membuat investor lebih sadar tentang saham.

Seorang investor dalam mengambil keputusan ini dipengaruhi oleh berita dan membuat investor beraksi untuk membeli saham yang ada di berita tersebut. Misalnya adanya pemberitaan tentang pembagian saham, volume perdagangan abnormal yang tinggi, dan atau saham dengan pengembalian harian yang ekstrem (Barber & Odean, 2001). Perilaku yang terjadi pada investor ini dikarenakan investor kesulitan dalam mencari dan membandingkan ribuan bahkan jutaan saham yang tersedia, sehingga keputusan berfokus kepada saham yang diberitakan. Saham yang di beritakan telah menarik perhatian investor, menjadi penentu pertimbangan, dan pilihan untuk memilih saham mana yang harus dibeli.

Saat ini informasi yang tersedia sangat mudah, hal ini tentu mempengaruhi seorang investor dalam memeriksa nilai portofolio dari saham yang mereka miliki secara kontinyu setiap minggu atau bahkan setiap hari. Setiap perubahan nilai yang kecil dapat memiliki pengaruh yang kuat pada perdagangan saham. Biaya transaksi dan pajak perdagangan yang berlebihan menjadi tinggi dan berdampak negatif pada pengembalian investasi investor tersebut. Menurut Barber et al. (2009) yang mempelajari sejarah perdagangan investor di Taiwan, menemukan temuan bahwa investor ini secara sistematis kehilangan karena adanya perdagangan aktif dan berlebihan serta perintah yang agresif. Namun sebaliknya, pemilik utama perusahaan menghasilkan keuntungan, baik melalui perdagangan agresif maupun perdagangan yang pasif.

Fenomena yang terjadi terkait berita dan rumor di pasar keuangan ini tidak menyebar ke satu arah. Artinya semua trader, wartawan, majalah, bulletin, dan berbagai sosial media terlibat dalam pola sirkuler penyediaan dan pemrosesan informasi pasar. Oberlechner & Osler (2012) memandang bahwa trader menilai kecepatan dan ketersediaan berita yang begitu cepat menimbulkan dampak bagi peserta pasar lebih penting daripada akurasi yang dirasakan. Bagaimana berita dan

rumor dirasakan dan ditafsirkan oleh peserta pasar, dan apa dampaknya pada perkembangan pasar? Trader mencoba untuk memprediksi bagaimana trader lain akan bereaksi terhadap berita dan rumor, dan bagaimana tren baru, perkembangan, dan *hypes* akan dibuat. Dalam artian trader sangat menantikan sesuatu hal yang lebih spesifik. Ada sebuah pernyataan "Semakin banyak berita yang anda dapatkan, semakin tidak keyakinanyang akan anda lakukan". Pernyataan ini tentu menjadi renungan bahwa seorang investor ataupun trader harus bisa memilih berita yang sesuai dengan keilmuan, makanya setiap informasi dan rumor yang berasal dari berita jangan di telan mentah-mentah, perlu analisis mendalam supaya tidak menyebablan kekacauan dan ketidakstabilan di pasar keuangan.

Pada bagian ini memberikan pemahaman bahwa informasi, berita, dan rumor memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku investor. Investor cenderung bereaksi terhadap harga nominal saham, pengumuman perusahaan, dan berita populer karena keterbatasan dalam menganalisis seluruh pasar secara menyeluruh. Fenomena ini memicu perdagangan yang lebih aktif dan kadang berlebihan, yang dapat menurunkan pengembalian investasi jika tidak diimbangi dengan analisis rasional. Selain itu, penyebaran berita dan rumor di pasar keuangan bersifat sirkuler, di mana persepsi terhadap kecepatan dan relevansi informasi sering lebih berpengaruh daripada akurasi faktualnya. Oleh karena itu, investor perlu selektif dan kritis dalam memproses informasi agar keputusan investasi lebih rasional, meminimalkan risiko kesalahan, serta menjaga stabilitas portofolio dan pasar secara keseluruhan.

5. *Herding Behavior*

"Ikut-ikutan" atau *Herding* memiliki sejarah panjang dalam Psikologi Massa. Istilah psikologinya adalah *Crowd Psychology* yang berarti proses perilaku dan pemikiran baik dari anggota massa maupun massa itu sendiri. Veblen (2017) menjelaskan bahwa *herding behavior* merupakan perilaku

ekonomi dalam hal pengaruh sosial yang disebut “emulasi” dimana konsumen meniru terus dengan status yang lebih tinggi. Levine et al. (2010) juga menjelaskan *herding behavior* sebagai ‘cascades’ pengeluaran. Ini diibaratkan seperti seseorang yang meniru orang-orang populer seperti artis K-pop, penyanyi terkenal dan lain sebagainya di mulai dari cara makan, berpakaian maupun berbicara. Kalau didalam investasi ini cenderung kepada seseorang investor yang meniru investor lain di pasar saham. Hal ini disebut dengan *herding behavior*. Misalnya *trend* pasar saham yang signifikan sering dimulai dengan periode pembelian, sementara *trend* pasar saham sering berakhir dengan periode penjualan. Kebodohan membeli atau menjual ini adalah kasus perilaku ikut-ikutan atau *Herding Behavior*, yang didorong oleh keserakahan untuk mendapatkan keuntungan dan menghindari kerugian. Seorang investor melakukan perbuatan meniru investor lain secara tergesa-gesa untuk dapat masuk atau keluar dari pasar. Contoh lain ketika nilai sebuah saham meningkat, para investor berbondong-bondong membeli saham tersebut tanpa melakukan analisis mendalam. Kasus yang paling jelas terkait dengan fenomena ini adalah jatuhnya harga saham pada perusahaan berbasis internet pada tahun 1990-an hingga awal 2000-an merupakan contoh utama dari konsekuensi herd behavior dalam pertumbuhan dan ledakan berikutnya dari gelembung industri tersebut. Shiller (2006) mengidentifikasi perilaku ini tidak berdasarkan akal dan penalaran (irrasionalitas) kolektif dari seorang investor sehingga ikut-ikutan terjadi dalam pengambilan keputusan.



Gambar 5.7 Ilustrasi Perilaku Herding saat Pandemi
(Sumber: www.news.republika.co.id)

Bikhchandani & Sharma (2000) memberikan gambaran bahwa penelitian tentang *Herding Behavior* di pasar keuangan dan juga menggambarkan berdasarkan rumor dan informasi yang salah. Jika investor menemukan bahwa telah membuat keputusan yang salah, berarti investor mengumpulkan ke arah yang berlawanan. Hal dilakukan dalam rangka pemeliharaan reputasi dengan mengikuti saran dari para ahli, bulletin, atau sosial media dengan reputasi tinggi. Walaupun analisis dan saran dari sumber-sumber ini tidak selalu benar. Namun informasi pasar saham dipenuhi dengan pendapat, saran, rekomendasi, dan kesimpulan yang menarik. Perhatikan bahwa perilaku ini didasarkan kepada informasi kebanyakan yang diikuti investor secara bersamaan. Ini disebut dengan *spurious herding* dan merupakan hasil yang tidak efisien dari pasar. Bikhchandani dan Sharma (2000) menyimpulkan bahwa perilaku ikut-ikutan ini sering kali terjadi pada pasar yang masih baru dengan pelaporan yang masih lemah, standar akuntansi yang lebih rendah, penegakan peraturan yang tidak kuat, dan juga pengumpulan informasi yang mahal.

Hey & Morone (2004) mengembangkan model perilaku *herding* dalam konteks pasar. Banyak investor hanya diinformasikan tentang nilai saham melalui harga (*increase or*

decrease). Biasanya investor ini memiliki reaksi berlebihan terhadap perubahan harga yang kecil dan melalui pembelian dan penjualan mereka meningkatkan jarak perubahan harga masing-masing menjadi harga saham yang lebih tinggi atau lebih rendah (De Bondt & Thaler, 1985). Investor bertindak berdasarkan informasi pribadi dan (publik) pengetahuan tentang perilaku investor lain. Perilaku *herding* ini mungkin disebabkan oleh penggunaan informasi publik yang berlebihan, termasuk rumor, dan kurangnya penggunaan informasi pribadi.

Herding didasarkan pada apa yang dilakukan orang lain (konsensus heuristik) dan bukan pada analisis fundamental dari nilai saham atau mata uang (*in the case of currency and foreign exchange speculation*). Apa yang dilakukan orang lain mungkin didasarkan pada analisis yang benar, dan kemudian meniru bukanlah taktik yang buruk dari lonjakan atas penilaian orang lain (*spurious herding*). Jika orang lain juga tidak diinformasikan, meniru adalah taktik yang buruk, bahkan merugikan semua orang. Jika perilaku *herding* terbukti salah, lebih mudah bagi seorang investor untuk membenarkan kesalahan mereka, karena perilaku seperti ini sudah menjadi tren dan banyak diikuti oleh orang daripada bertindak berbeda melawan *trend*. Ya, bahasa lainnya mending menjadi orang kebanyakan dari pada menjadi diri sendiri yang memiliki perbedaan.

Perhatikan tabel 1 yang menunjukkan adanya empat pilihan. Ada pengaruh yang tidak merata dari yang menjadi benar atau salah. Dalam kasus perilaku *herding*, kegagalan dapat dikaitkan secara eksternal, dimana alasan bahwa orang lain melakukan kesalahan yang sama. Jika tidak mengikuti kumpulan yang sama (*herd*), kegagalan hanya dapat dikaitkan dengan diri sendiri (*internally*). Tidak ada alasan yang menyakinkan dalam kasus ini.

Tabel 5.1 Faktor Kesuksesan dan Kegagalan dari Herding

Keterangan	Kesuksesan	Kegagalan
Mengikuti <i>trend/crowd</i> (<i>herd behavior</i>)	<i>Self-fulfilling prophecy</i> (proses dimana harapan yang awalnya palsu mengarah pada konfirmasinya sendiri), dalam kasus <i>trend</i> positif (faktor eksternal yang bias)	Maaf bahwa orang lain juga banyak yang salah (faktor eksternal)
Pertentangan <i>trend/crowd</i>	Pemikiran yang <i>independent</i> (faktor internal)	Kegagalan yang berdasarkan pada diri sendiri (faktor internal)

Perilaku *herding* dapat menyebabkan gejolak dan kerusakan pada pasar saham. Hal ini terjadi pada Tulipmania di Belanda pada abad ke-17, dimana harga tulip yang sangat tinggi dengan puncak tertinggi pada tahun 1637 dan juga gelombang internet pada tahun 2000 adalah contoh perilaku *herding* dalam arah overevaluasi saham atau produk tertentu. Krisis hipotek subprima Amerika Serikat (2004) dan krisis kredit (2007-2008) adalah contoh perilaku *herding* palsu yang menyebabkan penurunan nilai saham bank dan perusahaan asuransi. Contoh perilaku *herding* di Indonesia dimana *panic buying* saat awal pandemi COVID-19 dimana masyarakat memborong masker, hand sanitizer, beras, dan mie instan, meski sebenarnya stok masih cukup. Inilah contoh-contoh perilaku *herding* di beberapa negara yang sering kali terjadi.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa *herding behavior* atau perilaku “ikut-ikutan” merupakan fenomena psikologis yang umum terjadi di pasar keuangan, di mana investor cenderung meniru tindakan orang lain tanpa analisis fundamental yang mendalam. Perilaku ini dapat muncul

karena pengaruh sosial, rumor, informasi publik, atau keinginan untuk mempertahankan reputasi di antara investor lain. *Herding behavior* dapat bersifat *spurious*, terutama pada pasar yang baru, dengan pelaporan yang lemah dan pengawasan yang minim, sehingga keputusan kolektif seringkali irasional. Fenomena ini dapat menghasilkan konsekuensi serius, seperti gelembung aset dan kerugian besar, sebagaimana terlihat pada Tulipmania, gelembung internet tahun 2000, krisis subprima, maupun panic buying selama pandemi COVID-19. Dengan demikian, pemahaman terhadap perilaku *herding* penting bagi investor untuk menghindari keputusan emosional dan menjaga stabilitas portofolio serta pasar secara keseluruhan.

6. Diversifikasi Risiko

Diversifikasi risiko adalah cara untuk mengurangi risiko investasi. Investor tidak harus mengalokasikan semua sumber daya mereka ke satu jenis saham, tetapi mendiversifikasi portofolio ke dalam sejumlah saham yang berbeda dari industri dan negara yang berbeda. Kerugian dari satu jenis saham kemudian dapat dikompensasi dengan keuntungan pada jenis saham lainnya. Sekali lagi, berbagai pilihan bawaan cenderung diikuti oleh investor naif. Investor naif disini maksudnya adalah investor yang melakukan transaksi saham tanpa memiliki ilmunya, tidak ada mempertimbangkan analisis, tanpa mempertimbangkan *return* dengan baik dan hanya memiliki pengetahuan yang minim serta hanya melihat pergerakan harga dari *chart*. Diversifikasi adalah hal yang baik untuk mengurangi risiko, tetapi investor harus terlebih dahulu memikirkan berapa banyak risiko yang harus diambil dan kemudian mengalokasikan dana ke berbagai opsi (Markowitz, 1952). Dalam alokasi ini, stok harus dipilih yang pengembaliannya *not covary* (naik atau turunnya secara bersamaan). Jika investor tidak ingin mengambil risiko, mereka harus mengalokasikan lebih banyak ke obligasi daripada saham. Diversifikasi risiko harus menjadi strategi yang bertujuan berdasarkan situasi dan tujuan investor.



Gambar 5.8 Ilustrasi Diversifikasi Resiko
(Sumber: www.okocenews.com)

Informasi sering diberikan dalam kategori. Kategori dapat memiliki efek yang kuat pada pilihan dan diversifikasi. Misalnya, jika kategori investasi yang berbeda ditawarkan, orang cenderung membagi jumlah investasi mereka secara merata di antara kategori. Ketika disajikan dua kategori saham, misalnya Amerika Utara (Canada, Amerika Serikat) dan Amerika Selatan (Argentina, Brasil, Chile, Uruguay, dan Venezuela), investor kemungkinan akan berinvestasi lebih banyak di saham AS daripada ketika disajikan dengan daftar negara lain (Bardolet et al., 2011).

Orang sering menganggap kategorisasi informasi saat ini sebagai budak. Menurut Benartzi & Thaler (1995), banyak investor berinvestasi dalam jumlah yang sama dalam berbagai jenis saham atau dalam jumlah yang sama dalam obligasi dan saham. Ini dikenal sebagai aturan $1/n$. Dalam kasus di mana n opsi diberikan kepada investor naif, mereka mendistribusikan dana mereka dalam n bagian yang sama untuk n opsi tersebut. Misalnya, jika 40% opsi adalah saham dan 60% adalah obligasi, investor naif akan mengalokasikan 40% dari dana mereka ke saham dan 60% ke obligasi. Oleh karena itu, penyampaian informasi saham kepada investor sangat penting.

Menurut Shefrin & Statman (1985) *Behavioral Portfolio Theory* adalah teori alokasi investasi yang didasarkan pada perilaku investor dan perilaku keuangan. Diversifikasi risiko dan menghindari kovariansi saham adalah bagian penting dari itu. Investor dapat memisahkan (partisi) portofolio mereka menjadi *mental accounts* dengan tingkat risiko yang bervariasi (Benartzi & Thaler, 1995). Pembagian yang paling sederhana adalah bebas risiko versus berisiko. Risiko bebas didorong oleh pencegahan kerugian dan pemeliharaan kekayaan. Risiko didorong untuk mencapai *gain* dan keuntungan. Dalam portofolio ini dengan tingkat risiko yang bervariasi, kovariansi tidak boleh diabaikan. *Covariation* adalah konsep yang sulit bagi investor. Banyak investor percaya bahwa mengambil berbagai saham dari industri dan negara yang berbeda cukup untuk mengurangi risiko. Hedesström et al. (2006) mempelajari kelalaian kovariansi dalam investasi dana. Mereka menemukan bahwa instruksi untuk meminimalkan risiko atau untuk mendiversifikasi risiko membantu orang untuk beralih dari diversifikasi risiko yang naif ke yang efektif.

Mitchell & Utkus (2002) mendiskusikan keuntungan dan kerugian memiliki saham perusahaan dalam perencanaan pensiun yang disponsori oleh majikan. Banyak perusahaan besar menawarkan karyawan mereka untuk berinvestasi dalam saham perusahaan dengan harapan mereka dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Setelah menjadi "pemilik" perusahaan, karyawan merasa memiliki tanggung jawab yang lebih besar atas keuangan perusahaan. Meskipun demikian, saham perusahaan tidak selalu meningkatkan diversifikasi portofolio.

Pada bagian ini dapat dipahami bahwa diversifikasi risiko merupakan strategi penting dalam investasi untuk mengurangi potensi kerugian dan menyeimbangkan pengembalian portofolio. Investor yang bijaksana harus mempertimbangkan alokasi dana berdasarkan tujuan dan toleransi risiko, memilih aset dengan pengembalian yang tidak berkorelasi, serta menghindari konsentrasi pada satu jenis saham atau sektor.

Meskipun diversifikasi sederhana seperti aturan $1/n$ dapat membantu investor naif, strategi yang lebih cermat melibatkan pemisahan portofolio ke dalam mental accounts dengan tingkat risiko yang berbeda, serta mempertimbangkan kovarians antar aset. Dengan demikian, diversifikasi risiko tidak hanya membantu melindungi kekayaan investor, tetapi juga mendukung pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional dan terstruktur.



Model Perilaku Kredit dan Permasalahan Hutang

Kredit merupakan salah satu cara yang sering digunakan konsumen untuk membeli barang atau jasa saat ini tanpa harus menunggu menabung terlebih dahulu. Salah satu kelebihanannya adalah konsumen dapat memiliki kartu kredit yang menyediakan fasilitas pinjaman yang bisa digunakan kapan saja. Namun, penggunaan kredit juga berpotensi memicu perilaku impulsif, yaitu tindakan yang dilakukan tanpa mempertimbangkan akibatnya dan cenderung dilakukan secara berulang. Perilaku ini seringkali membuat seseorang kesulitan mengendalikan diri. Fenomena ini masuk dalam ranah faktor psikologis, yang menjelaskan mengapa sebagian orang menyalahgunakan kredit sehingga berisiko menghadapi masalah keuangan.

A. KREDIT KONSUMEN

Fenomena kredit ini sudah menjadi bahan pembicaraan yang tidak asing di berbagai negara. Sebagian besar negara-negara yang kaya, menjadikan kredit sebagai cara untuk membiayai konsumsi, artinya secara tidak langsung kredit diterima baik di negara-negara maju. Bahkan generasi muda diberikan kemudahan akses untuk mendapatkan kredit dan orang-orang telah menjadikan utang bagian yang dimaklumi. Yi-Wen & DeVaney (2001) menggambarkan masyarakat kontemporer (modern/masa kini/kekinian) sebagai masyarakat yang membudayakan hutang. Artinya menggunakan kredit itu adalah sesuatu yang biasa-biasa saja dan bahkan tidak

pinjaman yang harus dilakukan oleh debitur (Clark, 1999). Meminjam uang untuk kebutuhan belajar/pendidikan, membeli rumah dan membayar hutang bagian dari kehidupan manusia, hal ini sesuai dengan model siklus hidup (Modigliani, 1966). Tidak hanya mahasiswa yang menggunakan pinjaman, tetapi konsumen secara umum ingin memiliki pinjaman dan membeli barang-barang yang tahan lama yang mereka butuhkan sehingga berfungsi dalam kelompok sosial mereka dan partisipasi dalam masyarakat saat ini. Kebutuhan pribadi dan sosial untuk produk tertentu seperti rumah, mobil, dan *smartphone* tampaknya lebih penting untuk dibeli daripada membeli barang yang murah karena hal ini sudah mempertimbangkan pendapatan diskresi.

Kredit konsumen adalah pinjaman uang dari bank atau lembaga keuangan lainnya (peminjam) dengan kontrak untuk membayar kembali uang yang dipinjam dan bunga selama periode tertentu, misalnya, dengan sejumlah pembayaran bulanan. Seseorang juga dapat meminjam uang dari kerabatnya, yang merupakan pilihan pertama di banyak budaya termasuk Indonesia, tetapi ini budaya hutang seperti ini tidak terdaftar dan dihitung sebagai kredit konsumen. Ada beberapa jenis barang yang dapat menjadi potongan kredit, di mana pembelian barang tertentu, misalnya, mobil atau perahu, dibiayai oleh bank dan barang tersebut digunakan sebagai jaminan untuk bank. Jika peminjam tidak dapat melunasi hutang (*defaults on the loan*), pemberi pinjaman akan mendapatkan jaminan dan dapat menjual jaminan untuk mendapatkan pengembalian utang. Dengan kredit tunai, risiko untuk bank lebih rendah dan karenanya tingkat bunga lebih rendah.

Adapun jenis-jenis kredit konsumen yang dapat diberikan antara lain:

1. Pinjaman Mahasiswa: Digunakan untuk biaya kuliah, membeli buku, pakaian, dan kebutuhan hidup sehari-hari.
2. Pinjaman Pembelian Rumah (Hipotek): Kredit untuk membeli rumah dengan sistem cicilan.
3. Hipotek Rumah Kedua: Digunakan untuk membiayai transaksi atau kebutuhan lain dengan rumah kedua sebagai jaminan.

4. Pinjaman Pribadi dengan Pembayaran Tetap: Pinjaman yang dibayar secara cicilan tetap setiap bulannya.
5. *Revolving Kredit*: Fasilitas kredit yang tersedia pada rekening bank dengan batas tertentu, yang dapat digunakan ulang setelah dilunasi.
6. Pinjaman Hari Bayaran (*Payday Loan*): Pinjaman pribadi yang digunakan sebelum gaji diterima, dengan durasi beberapa minggu dan pelunasan dilakukan saat gaji dibayarkan.
7. Kartu Kredit dan "*In the Red*": Memungkinkan pembayaran bunga jika saldo jatuh tempo tidak dilunasi selama masa tenggang. Suku bunga tahunan berkisar 15–20%, dan masa tenggang biasanya berlangsung 21–25 hari sejak tanggal penagihan, memberikan waktu tambahan untuk melunasi saldo tanpa dikenakan bunga.
8. Kredit dari Perusahaan Pos atau Ritel: Penundaan atau penyebaran pembayaran dari waktu ke waktu, dengan tingkat bunga hingga 20%.
9. Kredit Instalasi: Digunakan untuk membeli barang tahan lama seperti mobil, produk fesyen berkualitas tinggi, atau peralatan dapur, yang dibayar secara cicilan bulanan ditambah bunga hingga 15% per tahun.
10. Pinjaman dengan Jaminan Barang (*Pawnbroker*): Barang disimpan sebagai jaminan, dan pinjaman dikembalikan beserta bunga dalam jangka waktu tertentu, misalnya enam bulan. Barang akan dikembalikan setelah pinjaman lunas.
11. Kredit untuk Penyewaan Mobil: Kartu kredit digunakan tidak hanya untuk membayar harga sewa dan premi asuransi, tetapi juga sebagai jaminan terhadap pencurian atau kerusakan kendaraan. Dalam hal ini, kredit berfungsi sebagai jaminan bagi perusahaan penyewaan mobil.

Pembagian kredit secara umum ada dua, yaitu kredit konsumen dan kredit bisnis. Kredit konsumen sudah dijelaskan di awal yang mana digunakan untuk konsumsi sementara kredit dalam bisnis digunakan sebagian besar untuk melakukan investasi. Dalam pembahasan ini lebih mengkhhususkan kepada kredit konsumen yang

terkait dengan konsumsi barang-barang berkelanjutan seperti mobil, produk fesyen berkualitas tinggi, dan layanan seperti perawatan medis dan perjalanan liburan. Nilai barang yang paling tahan lama menurun seiring waktu. Pengecualian adalah penggunaan hipotek untuk membeli rumah yang mungkin dihargai secara nilai. Ketika harga rumah naik, hipotek dapat disebut sebagai jenis kredit investasi konsumen.

Kredit bahkan dapat digunakan untuk investasi, jika orang membeli saham dengan uang pinjaman (*Legio Lease Case*). Hal seperti ini mungkin bisa saja menguntungkan jika siklus bisnis meningkat dan tingkat pengembalian investasi lebih tinggi dari bunga yang dibayarkan untuk uang yang dipinjamkan. Ketika menjalankan kredit untuk investasi yang terjadi bisa saja perilaku keuangan yang menghancurkannya, jika siklus bisnis menurun dan tingkat pengembalian saham juga menurun di bawah tingkat bunga uang yang dipinjamkan.

Kredit diperlukan untuk pertumbuhan ekonomi. Kredit memungkinkan pembelian barang dan jasa yang diperlukan secara terbatas, bahkan ketika ekonomi mengalami kemunduran. Sebuah rumah tangga, kredit memungkinkan fleksibilitas pribadi. Jika terjadi kecelakaan, mobil rusak, atau barang rusak atau dicuri, kredit akan memungkinkan untuk perbaikan atau penggantian barang. Perhatikan bahwa dana darurat juga disimpan untuk keadaan darurat pada saat itu terjadi. Kredit tersedia jika tabungan tidak mencukupi atau jika konsumen tidak ingin menggunakan tabungan mereka untuk tujuan ini. Kelemahan dari kredit adalah bahwa beberapa rumah tangga membebani diri mereka sendiri dengan melakukan pinjaman yang terlalu banyak sehingga utang yang terlalu tinggi pada kartu kredit mereka. Pendapatan yang mereka peroleh mungkin tidak mencukupi untuk membayar pinjaman ini. Sehingga menggunakan kredit haruslah dipikirkan dengan persiapan yang matang dengan analisis mendalam.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kredit konsumen telah menjadi bagian penting dalam kehidupan modern, memungkinkan masyarakat untuk membiayai konsumsi, pendidikan, rumah, dan kebutuhan lainnya meskipun dana pribadi

terbatas. Kredit tidak hanya memfasilitasi fleksibilitas finansial dan partisipasi dalam masyarakat, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi dengan mendorong pembelian barang dan jasa tahan lama. Namun, penggunaan kredit harus dilakukan dengan bijaksana, karena utang yang berlebihan dapat menimbulkan risiko finansial bagi konsumen. Oleh karena itu, perencanaan yang matang, analisis kemampuan membayar, dan pemahaman terhadap jenis-jenis kredit menjadi kunci agar kredit konsumen dapat dimanfaatkan secara efektif tanpa menimbulkan beban finansial yang merugikan.

B. MORTGAGE

Dalam bahasa Indonesia, hipotek sering disebut sebagai *mortgage*. Hipotek adalah jenis utang yang memberikan pemberi pinjaman hak untuk menanggung properti peminjam sebagai jaminan atas pembayaran utang. Dengan hipotek, peminjam tetap memiliki hak untuk menggunakan atau memanfaatkan properti tersebut. Tanggungan akan properti tersebut nantinya akan gugur apabila utang atau kewajibannya sudah dibayar lunas.



Gambar 6.2 Ilustrasi Hipotik KPR
(Sumber: www.usmortgage.com)

Seseorang atau pelaku bisnis sering menggunakan hipotek untuk membeli properti jika mereka tidak memiliki cukup uang. Mereka tidak perlu membayar properti secara penuh di muka. Sebaliknya, peminjam harus membayar utang selama periode

tertentu, biasanya bertahun-tahun, ditambah bunga pinjaman. Peminjam akan dibebaskan jika hutang sudah dilunasi, dan properti dapat diambil kembali secara keseluruhan. Karena hipotek juga merupakan hak atau klaim atas properti, peminjam akan menggunakan properti tersebut sebagai jaminan saat meminjam uang. Dengan demikian, pemberi pinjaman memiliki hak untuk menyita properti yang dijadikan jaminan apabila peminjam gagal membayar utangnya atau berhenti membayar hipotek.

Menurut Časta (2025), hipotek merupakan salah satu jenis utang yang jaminannya adalah properti. Dalam kebanyakan kasus, hipotek berkaitan dengan kepemilikan rumah. Jika anda tidak memiliki cukup uang untuk membeli rumah, pinjaman ini bisa membantu anda. Secara sederhana, hipotek atau *mortgage* biasanya ada dalam KPR (Kredit Pemilikan Rumah). Peminjam menjamin properti yang mereka beli kepada bank sebagai aset atas pinjaman KPR. Properti tersebut akan menjadi milik peminjam kredit sepenuhnya setelah masa kredit selesai.

Hipotek juga disebut sebagai "hak properti" atau "hak properti." Bank dapat menyita properti yang bersangkutan jika peminjam berhenti membayar hipotek. Dalam hipotek perumahan, seorang pembeli rumah berkomitmen untuk memberikan rumahnya kepada bank. Jika pembeli rumah tidak memenuhi syarat untuk membayar hipotek, bank memiliki klaim atas rumah tersebut. Bank, dalam kasus penyitaan, dapat mengeluarkan penyewa rumah dan menjualnya, menggunakan uang yang diperoleh dari penjualan untuk mengurangi utang hipotek. Dengan tingkat bunga tetap, sebagian besar hipotek memiliki jangka waktu 15 hingga 30 tahun. Dengan pinjaman hipotek, kita dapat membayar rumah dengan angsuran. Pemberi pinjaman hipotek akan memiliki properti hingga kita membayar cicilan setelah kita mengajukan permohonan hipotek. Kamu masih dapat menempati properti yang seolah-olah milik kita sendiri selama masa cicilan.

Penyediaan rumah melalui KPR atau yang dikenal dengan bahasa *mortgage* di Indonesia sendiri sudah sangat familir. Masyarakat yang ingin memiliki rumah dengan cepat tetapi terkendala dengan uang maka ini menjadi pilihan terbaik. Bahkan masyarakat yang berada di kota-kota besar menjadikan KPR adalah

solusi tempat tinggal terbaik. Melihat kondisi ini, lembaga perbankan di Indonesia berlomba-lomba menyediakan perumahan dengan berbagai bentuk, type, serta harga yang beragam. Salah satunya adalah PT Bank Tabungan Negara Tbk (BTN) yang berusaha menjadi *best mortgage* di Indonesia.

Hal ini tentu bukan asumsi penulis, namun berdasarkan berita yang disampaikan di jawapos yang dipublish pada 9 februari 2023 dengan judul 'Incar *Best Mortgage Bank*, Siap Biaya 1,32 Juta Rumah 5 Tahun ke Depan' (Asikin, 2023). Memberikan pemahaman bahwa BTN mengincar posisi terbesar sebagai bank yang fokus pada penyaluran kredit perumahan di Asia Tenggara. Bahkan BTN menjadikan perseroan ini terus berinovasi memberikan pelayanan terbaik dalam menciptakan ekosistem perumahan yang terintegrasi dengan *digital mortgage ecosystem*. Ini kondisi yang terjadi pada BTN, belum lagi bank-bank lain seperti Bank Sinarmas juga menyediakan fasilitas yang sama melalui SimobiPlus-nya, Bank Mayapada dengan program myHOME Loan-nya, Bank UOB dengan program *mortgage* master-nya, termasuk juga lembaga-lembaga keuangan mandiri dengan berbagai programnya, bahkan ada yang menyebutkan berbasis syariah. Hal ini tentu salah satu model perilaku kredit yang sudah banyak terlihat dilingkungan masyarakat kita.

Jadi dapat dipahami hipotek atau mortgage merupakan instrumen kredit yang memungkinkan masyarakat memiliki properti, terutama rumah, meskipun dana pribadi terbatas. Dengan hipotek, peminjam tetap dapat menempati atau menggunakan properti tersebut, sementara pemberi pinjaman memiliki hak jaminan atas properti hingga utang lunas. Instrumen ini tidak hanya memfasilitasi kepemilikan rumah secara bertahap, tetapi juga mendorong pertumbuhan sektor properti dan inklusi keuangan di masyarakat. Di Indonesia, hipotek telah menjadi solusi utama bagi masyarakat perkotaan yang ingin memiliki rumah dengan cepat, dan lembaga perbankan berlomba-lomba menyediakan berbagai program mortgage yang inovatif, termasuk layanan berbasis digital dan syariah, untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam.

C. KARTU KREDIT

Dalam praktiknya, manusia cenderung mengharapkan pendapatan yang lebih tinggi di masa depan, sehingga mereka merasa mampu mengambil kredit dan melunasinya ketika pendapatan meningkat. Menurut Webley & Nyhus (1998), harapan peningkatan pendapatan ini biasanya bersifat jangka menengah, bukan jangka pendek. Pihak pemberi kredit, seperti perbankan, perlu menaruh kepercayaan penuh kepada konsumen. Kepercayaan ini penting karena dapat mendorong konsumen untuk mengambil lebih banyak kredit. Dengan demikian, terciptalah prospek positif yang diperlukan dalam bisnis kredit. Namun, selama resesi ekonomi, utang rumah tangga cenderung meningkat akibat penurunan nilai saham dan properti. Kondisi ini membuat masyarakat terbiasa berhutang. Di sisi lain, ketika prospek ekonomi menjadi pesimis, orang cenderung berusaha mengurangi kredit dengan melunasi pinjaman mereka, terutama jika mereka memiliki dana yang tersedia.



Gambar 6.3 Ilustrasi Berbagai Jenis Kartu Kredit
(Sumber: www.tuwaga.id)

Memberikan kredit dengan tingkat bunga yang rendah, merupakan salah satu faktor didalam bank yang memiliki peran yang sangat penting. Jika seseorang diberikan kemudahan untuk mendapatkan kredit, membuat orang-orang tergoda dalam menggunakan kredit tersebut. Apakah nantinya diperuntukan untuk

konsumsi saat ini atau pun pembelian barang yang tahan lama, tergantung kepada orang tersebut. Pemberian kredit yang mudah didapatkan, akan memberikan kesan bahwa menggunakan kredit adalah cara berhutang yang lazim diterima secara umum dan sering digunakan dalam proses pembelian (Peñaloza & Barnhart, 2011). Perusahaan perbankan sering kali memberikan kartu kredit secara gratis, bahkan kita sering kali melihat mereka menawarkan kartu-kartu kredit tersebut dipusat perbelanjaan modern seperti mall. Mereka menawarkan berbagai jenis promo yang diperoleh ketika kita menggunakan kartu kredit, tentu hal ini dilakukan rangka menarik calon pemegang kartu kredit. Ketika sudah menggunakan kartu kredit, biasanya mereka menetapkan syarat pengembalian yang ketat. Jika tidak mematuhi syarat tersebut biasanya akan diberikan denda keterlambatan pembayaran sehingga nilai tagihan menjadi lebih tinggi. Konsumen yang sudah terlibat memang harus dituntut disiplin dalam menggunakan kartu kredit, kalau tidak tagihan akan terus membengkak yang tidak diikuti dengan pola hidup yang sehat. Maka pemberian kartu kredit secara gratis diawal-awal memang menarik untuk diikuti, namun perlu adanya antisipasi akan mudaratnya.

Perusahaan kartu kredit saat ini sudah menawarkan mekanisme pembayaran yang mudah dan bisa dilakukan dimana saja. Negara maju sekelas Amerika Serikat sejak tahun 2004 sudah menggunakan 1,4 miliar kartu kredit yang digunakan oleh 164 juta orang Amerika. Ini adalah 8.5 kartu untuk setiap pengguna kartu kredit. Rata-rata rumah tangga Amerika memiliki hutang kartu kredit sekitar \$ 12.000. Kemudahan membayar dengan kartu kredit (tidak ada uang tunai dan tidak perlu datang ke kantor) cenderung meningkatkan pengeluaran (Prelec & Simester, 2001; Soman & Zhao, 2011). Lalu bagaimana kondisi di Indonesia? Meskipun penggunaan kartu kredit di Indonesia tidak sebesar di Amerika Serikat, tren pertumbuhannya terus meningkat dalam dua dekade terakhir. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa jumlah kartu kredit beredar pada tahun 2023 mencapai lebih dari 17 juta kartu dengan nilai transaksi yang terus tumbuh setiap tahunnya. Namun, tingkat penetrasi kartu kredit masih relatif rendah dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia yang mencapai lebih dari 270 juta jiwa (Fajarihza, 2025). Hal ini disebabkan

oleh beberapa faktor, antara lain masih rendahnya inklusi keuangan, preferensi masyarakat terhadap pembayaran tunai, serta adanya persyaratan ketat dalam pengajuan kartu kredit.

Konsumen yang sudah terlibat dengan kartu kredit, saat melakukan transaksi mereka tidak menyadari jumlah uang yang mereka bayar dengan kartu tersebut kadang kala bisa membengkak. Mereka lebih fokus pada mengetik kode PIN yang benar di mesin-mesin perbelanjaan, restoran, dan berbagai keinginan yang tidak diiringi dengan kebutuhan. Kartu kredit ini tampaknya sudah disalahgunakan dan seharusnya digunakan untuk kebutuhan-kebutuhan mendesak dan masa depan. Kartu kredit membuat konsumen kesulitan untuk mengendalikan diri dalam menggunakan kartu tersebut, tentu akan mempengaruhi kepada pembayaran yang sudah ditetapkan terus membengkak. Menurut Soman & Zhao (2011) mereka cenderung menganggap limit kredit pada kartu kredit tersebut sebagai cara konsumen untuk membelanjakan sampai batas limit maksimal dan membuat mereka cenderung menghabiskannya. Hal ini tentu tidak bagus, karena secara psikologis orang cenderung kalau sudah enak, akan mencoba lagi sampai pada batas limit terakhir. Kalau sudah sampai ke tahap maksimal, barulah menyesal. Intinya penggunaan kartu kredit haruslah bijak, harus tahu dulu apa tujuan menggunakan kartu kredit. Apakah untuk kebutuhan mendesak, kebutuhan masa depan dan lain sebagainya. Kalau tidak bisa mengendalikan mending tidak usah menggunakan kartu kredit.

Berdasarkan pembahasan dapat disimpulkan bahwa kartu kredit merupakan instrumen kredit konsumen yang memudahkan transaksi tanpa menggunakan uang tunai, memberikan fleksibilitas finansial, dan dapat mendorong pertumbuhan konsumsi. Namun, kemudahan ini juga menimbulkan risiko perilaku, seperti pengeluaran berlebihan dan kesulitan mengendalikan pembayaran, terutama jika konsumen tidak disiplin. Efektivitas penggunaan kartu kredit sangat bergantung pada kesadaran dan pengelolaan diri konsumen, termasuk pemahaman terhadap bunga, limit kredit, dan tujuan penggunaan. Dengan demikian, kartu kredit sebaiknya digunakan secara bijak dan hanya untuk kebutuhan yang jelas, agar tidak menjadi

beban finansial dan tetap berperan sebagai alat yang mendukung manajemen keuangan yang sehat.

D. SIKLUS KEHIDUPAN DAN KREDIT

Sebelumnya sudah dibahas secara umum kredit dan penggunaannya pada kartu kredit. Pada pembahasan ini berbicara tentang siklus kehidupan dan kredit, dimana hutang identik dengan orang miskin. Orang miskin biasanya memaksa dirinya untuk dapat berhutang dikarenakan tidak memiliki keuangan yang cukup dalam menghadapi pengeluaran yang tidak terduga, namun dibutuhkan saat itu. Misalnya kebutuhan uang untuk bayar biaya rumah sakit yang tiba-tiba, membayar biaya pendidikan anak, dan sebagainya. Rumah tangga yang berpendapatan rendah lebih cenderung berhutang, namun tidak menutup kemungkinan rumah tangga dengan pendapatan tinggi juga berhutang, karena pengeluaran yang terlalu tinggi biasanya memiliki kredit yang tinggi.

Lalu kalau dilihat secara gender, pria lebih suka berhutang daripada wanita. Karena pria adalah sumber utama penghasilan disamping kepala keluarga sehingga menuntut dirinya untuk dapat mengambil risiko keuangan dan selalu optimis tentang pendapatan masa depan daripada wanita. Maksudnya disini, pria mengambil risiko berhutang dalam rangka menjalankan bisnis dengan begitu akan berpengaruh pula kepada pendapatan yang dihasilkan lebih tinggi. Kemudian, orang muda juga lebih cenderung berhutang, karena mereka berada dalam tahap siklus hidup dimana pada masa ini lagi membutuhkan banyak dana untuk keluarga barunya dan juga mempersiapkan untuk membuat rumah impian, salah satunya melalui KPR. Selain itu, peristiwa kehidupan yang tidak diinginkan seperti kehilangan pekerjaan, perceraian, kecelakaan, dan penyakit (biaya medis yang tinggi dan pendapatan yang lebih rendah) dapat memaksa orang-orang untuk mengambil kredit. Artinya penggunaan kredit tidak selalu jelek, malahan akan memberikan pengalaman belajar tentang cara menggunakan kredit dan cara menghindari utang.



Gambar 6.4 Ilustrasi Siklus Kehidupan Manusia
(Sumber: www.zapfinance.co.id)

Menurut Duesenberry (1949) ada istilah model pendapatan relatif yang bermakna individu dan rumah tangga dapat mengalami deprivasi relatif, ketika mereka membandingkan situasi konsumsi mereka dengan individu dan keluarga lain. Hal ini dapat menyebabkan mereka memilih untuk mengambil kredit dalam rangka memenuhi kebutuhan rumah tangga dengan kondisi yang sama dengan keluarga lain bahasa lainnya supaya setara walaupun dengan cara berhutang. Model pendapatan relatif ini membuat beberapa orang menghabiskan terlalu banyak uang, namun penghematan yang lebih sedikit bahkan tidak sama sekali dalam mengambil kredit untuk konsumsi.

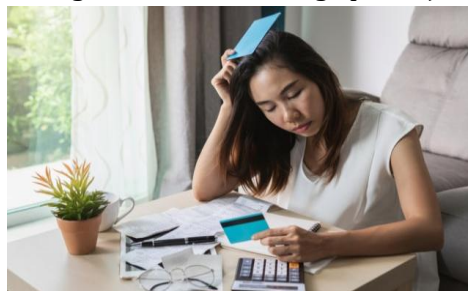
Menurut Friedman (1953) ahli model pendapatan permanen dan Modigliani (1966) ahli model siklus kehidupan menyatakan bahwa konsumen dan rumah tangga mencoba untuk mendapatkan tingkat konsumsi yang merata dan lancar dari waktu ke waktu. Ini berarti bahwa selama periode ketika pendapatan jatuh di bawah pengeluaran konsumsi, konsumen akan meminjam, dan selama periode di mana pendapatan lebih tinggi dari pengeluaran konsumsi, konsumen akan menghemat dan membayar utang. Biasanya diluar negeri, siswa yang akan melanjutkan pendidikan tinggi akan diberikan pinjaman. Siswa tersebut akan membayar pinjaman pendidikan mereka, setelah memiliki pekerjaan dan gaji yang lebih tinggi. Hal ini berarti, konsumen berhutang untuk membiayai pengeluaran awal kehidupan, terutama untuk perumahan dan sekolah, lalu membayar

utang selama periode penghasilan yang lebih tinggi di kemudian hari. Dengan demikian, model siklus hidup menjelaskan tabungan dan pinjaman selama siklus kehidupan.

Sederhananya bisa di pahami bahwa penggunaan kredit sangat dipengaruhi oleh tahap siklus kehidupan, pendapatan, dan kondisi sosial individu. Kredit tidak selalu bersifat negatif, karena sering digunakan untuk membiayai kebutuhan penting seperti pendidikan, perumahan, atau pengeluaran tak terduga, terutama pada tahap awal kehidupan atau ketika pendapatan belum stabil. Model siklus hidup menjelaskan bahwa konsumen cenderung meminjam saat pengeluaran melebihi pendapatan dan menabung atau melunasi utang saat pendapatan meningkat. Selain itu, faktor gender, pengalaman hidup, dan tekanan sosial juga memengaruhi kecenderungan berhutang. Dengan demikian, kredit dapat menjadi alat manajemen keuangan yang efektif jika digunakan secara bijak sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan membayar di masa mendatang.

E. PENGAMBILAN KEPUTUSAN KREDIT

Keputusan seseorang untuk mengambil kredit biasanya berkaitan dengan informasi yang lengkap dan juga perbandingan dengan berbagai lembaga peminjam. Calon konsumen mengumpulkan informasi dan membandingkan tingkat bunga, serta berbagai manfaat menggunakan kredit tersebut sebelum membuat keputusan dari salah satu alternatif tersebut. Pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan cara ‘cepat’ dan ‘rasional’ atau dengan heuristik. Biasanya proses yang sederhana dan relatif mudah menjadi pilihan teman untuk memilih berbagai alternatif lembaga peminjam.



Gambar 6.5 Ilustrasi Pengambilan Keputusan Kredit

(Sumber: www.kumparan.com)

Dalam penentuan kredit tentu harus mengetahui tingkat suku bunga yang menjadi penentu pengambilan keputusan. Ada istilah yang disebut dengan APR (*Annual Percentage Rate*). Biasanya, APR digunakan untuk menghitung suku bunga beserta biaya lain yang harus dibayar saat seseorang melakukan pinjaman. Makin rendah jumlah APR, banyaknya bunga yang harus dibayar pun akan lebih sedikit. Jika setiap tahun pinjaman dikenakan suku bunga tahunan tetap sebesar 12,5 persen, dan saldo pinjaman yang belum dilunasi berkurang karena pelunasan, maka APR yang sebenarnya adalah 26 persen. Oleh karena itu, APR dapat menyesatkan. Jumlah total bunga yang dibebankan harus ditampilkan untuk memberi tahu konsumen tentang biaya kredit yang sebenarnya. *Credit Card Accountability Responsibility and Disclosure Act* (CARD) tahun 2010 di Amerika Serikat mengharuskan lembaga keuangan untuk mencantumkan waktu yang dibutuhkan untuk melunasi kartu kredit dan berapa banyak bunga yang akan dikenakan ketika konsumen hanya membayar pembayaran minimum yang diwajibkan (Fred van Raaij, 2016).

Sebagian besar konsumen berfokus pada jumlah pembayaran bulanan dan memeriksa apakah pembayaran ini dapat dilakukan dengan mempertimbangkan pendapatan mereka yang tidak tetap. Jangka waktu pinjaman dapat dipilih berdasarkan perjanjian. Pinjaman yang lebih pendek memiliki total biaya bunga yang lebih rendah tetapi pembayaran bulanan yang lebih tinggi. Pinjaman yang lebih panjang memiliki total biaya bunga yang lebih tinggi tetapi (seringkali) pembayaran bulanan yang lebih rendah. Meskipun pinjaman yang lebih pendek lebih murah daripada pinjaman yang lebih panjang, konsumen dapat memilih pinjaman yang lebih panjang karena pembayaran bulanan yang lebih rendah. Stango & Zinman (2006) memberikan bukti bahwa banyak konsumen di Amerika Serikat memiliki bias pembayaran/bunga. Mereka secara sistematis meremehkan tingkat bunga dan durasi pembayaran pinjaman. Inilah salah satu contoh yang sering terjadi dalam pengambilan keputusan kredit dan biasanya tiap negara memiliki kebijakan yang hampir sama walaupun ada perbedaan yang tidak signifikan.

Pengambilan keputusan kredit dipengaruhi oleh informasi yang tersedia, perbandingan antar lembaga peminjam, serta pemahaman konsumen terhadap biaya dan risiko yang terkait, termasuk suku bunga dan APR. Konsumen sering kali menggunakan kombinasi proses rasional dan heuristik dalam menentukan pilihan kredit, dengan fokus utama pada kemampuan membayar cicilan bulanan. Pilihan jangka waktu pinjaman juga dipengaruhi oleh preferensi untuk pembayaran bulanan yang lebih rendah atau total bunga yang lebih rendah. Dengan demikian, pengambilan keputusan kredit yang bijak memerlukan pemahaman menyeluruh terhadap biaya, durasi, serta kemampuan finansial individu, agar penggunaan kredit dapat mendukung kebutuhan tanpa menimbulkan beban berlebihan di masa depan.

F. FAKTOR PSIKOLOGIS DAN KREDIT

Meminjam dalam banyak hal merupakan kebalikan dari menabung. Dengan menabung, pembayaran dapat dilakukan pada saat pembelian, sedangkan dengan kredit, pembayaran dilakukan setelah pembelian. Pembayaran di muka memberikan lebih banyak emosi positif terkait konsumsi, dibandingkan dengan pembayaran setelahnya. Konsumen lebih puas dengan produk atau layanan ketika mereka membayar di muka daripada ketika mereka membayar setelahnya (pascabayar) (Fred van Raaij, 2016). Hal ini tentu terjadi karena adanya faktor-faktor psikologis yang terlibat.



Gambar 6.6 Ilustrasi Stress Memikirkan Hutang
(Sumber: www.ifepack.id)

Ada faktor-faktor psikologis yang serupa dan ikut berperan dalam menabung dan meminjam, seperti literasi keuangan, kontrol diri, preferensi waktu, dan penundaan kepuasan. Orang yang mengambil kredit secara konsumtif (berlebihan), lebih memilih belanja dan mengkonsumsi sekarang daripada di masa depan, dan tidak menerima penundaan kepuasan atas dirinya. Orang yang menyalahgunakan kredit, sering kali mengalami masalah keuangan dan tidak memiliki kemampuan mengelola uang dan juga pengendalian diri (Ngo et al., 2025). Orang dengan tingkat literasi keuangan yang rendah lebih cenderung menggunakan kredit berbiaya tinggi seperti kredit pemilikan rumah (KPR), berutang pada lembaga kredit diluar pengawasan OJK, dan berbagai pinjaman yang beresiko bagi dirinya. Selain itu, ada faktor psikologis lain yang berhubungan erat dengan utang yaitu preferensi waktu, pengaturan diri, dan cara mengatasi tekanan keuangan yang buruk. Beberapa faktor psikologis dapat menjadi penyebab, sementara faktor lainnya dapat menjadi konsekuensi dari utang yang bermasalah.

Haultain et al. (2010) menghasilkan penemuan dalam sebuah studi di kalangan mahasiswa Selandia Baru dimana sikap terhadap utang bukanlah sebuah dimensi pro atau anti utang yang sederhana, tetapi terdiri dari dua dimensi sikap yang independent yaitu utilitas utang dan rasa takut terhadap utang. Pertama, utilitas utang (*prodebt*, sisi positif dari utang) mencakup aspek-aspek seperti: tidak mengubah gaya hidup, menikmati hidup, membayar kemudian, mengambil pinjaman karena bebas bunga, dan mengambil pinjaman baik saat butuh ataupun tidak butuh. Kedua, takut akan utang (*antidebt*, sisi negatif dari utang) mencakup aspek-aspek seperti: berhutang atau kekurangan uang sebagai aspek negatif dari sebuah pendidikan di universitas; mengkhawatirkan utang dan utang mahasiswa dapat membuat orang tidak melanjutkan pendidikan di universitas. Utilitas utang terdengar agak kognitif, tetapi mencakup pernyataan emosional seperti kenikmatan. Ketakutan akan utang terdengar agak emosional, tetapi mencakup pernyataan kognitif seperti menunda pendidikan di universitas. Ketika mengambil kredit dan menikmati manfaatnya, dimensi utilitas utang dapat mendominasi. Namun, saat membayar utang dengan susah payah,

dimensi ketakutan akan utang dapat mendominasi. Ketakutan akan utang bersifat antisipatif, ketakutan yang diantisipasi akan utang dapat mencegah orang untuk mengambil kredit. Sikap berutang tidak hanya menentukan pengambilan utang, tetapi juga dapat mengakomodasi tingkat utang yang sebenarnya sehingga menghindari atau "mengurangi" disonansi kognitif (Festinger, 1962). Disonansi ialah kondisi berhutang dan membenci hutang pada saat yang bersamaan. Orang dengan tingkat utang yang lebih tinggi akan mengembangkan sikap yang lebih positif terhadap utang dan "mengurangi" disonansi kognitif (Davies & Lea, 1995). Dua dimensi sikap ini juga berlaku untuk sisi positif dan negatif dari penggunaan kartu kredit dimana kegunaan kartu kredit dapat memudahkan pembayaran dan rasa takut yang ditimbulkan adalah akibat menggunakan kartu kredit sehingga bersikap antisipasi terhadap hutang (Fred van Raaij, 2016).

Ketika mahasiswa yang akan melanjutkan pendidikan disebuah perguruan tinggi, penggunaan kredit menjadi pilihan terbaik bagi mahasiswa karena adanya kredit akan membantu membiayai studi mereka. Namun setelah mereka menyelesaikan studinya, maka timbullah kondisi yang tidak menyenangkan, dimana mereka harus melunasi pinjaman yang dilakukan secara kredit tersebut. Menurut Boddington & Kemp (1999) menemukan hubungan antara hutang yang dilakukan mahasiswa dengan pembelian *impulsive* yang menunjukkan bahwa kecerobohan dalam keuangan bukanlah penyebab utamanya utang mahasiswa. Artinya penyebab utamanya adalah kondisi pembelian *impulsive* yang dilakukan oleh mahasiswa. Pembelian *impulsive* adalah perilaku atau sebuah keputusan yang tidak terencana untuk membeli produk atau jasa.

Masalah utang sering kali memiliki efek pembelajaran di masa depan. Orang-orang yang berhasil mengatasi tekanan keuangan ketika dia sudah mengalami peristiwa penting dalam hidupnya, misalnya, setelah kelahiran bayi, seseorang akan memiliki kinerja yang lebih baik setelahnya (Walker, 1996). Peningkatan manajemen keuangan adalah efek dari peristiwa kehidupan, situasi ketika berhutang, dan berhasil menyelesaikan masalah keuangan dengan menemukan keseimbangan pendapatan dan pengeluaran yang baru dan dapat

diterima. Menurut de Bruijn & Antonides (2020) menemukan bahwa tidak harus memiliki pengalaman pribadi tentang tekanan keuangan, tetapi mengetahui kerabat atau teman yang memiliki atau dan menyelesaikan masalah keuangan juga dapat membantu seseorang untuk menghindari hutang dan masalah keuangan.

Preferensi waktu adalah orientasi terhadap waktu sekarang atau masa depan. Manfaat pinjaman saat ini dinilai terlalu tinggi, sementara biaya utang di masa depan dinilai terlalu rendah. Baik teori prospek maupun model diskonto waktu hiperbolik memperhitungkan tingkat diskonto yang tidak stabil dan diskonto biaya masa depan. Meier & Sprenger (2010) menemukan bahwa preferensi yang bias saat ini berkorelasi dengan penggunaan kartu kredit. Orang yang memiliki preferensi masa kini lebih cenderung memiliki utang kartu kredit dan juga memiliki jumlah utang kartu kredit yang lebih tinggi.

Beberapa orang yang memiliki tabungan yang cukup di rekening untuk membeli sebuah mobil baru, biasanya mereka tidak menggunakan uang tersebut. Lebih memilih melakukan pinjaman untuk membeli mobil baru tersebut. Hal ini tidak rasional, karena suku bunga tabungan jauh lebih rendah daripada suku bunga pinjaman. Namun demikian, orang-orang mengatakan bahwa menyimpan tabungan secara terpisah dari kredit akan lebih mudah untuk mengontrol dan memastikan bahwa tabungan akan tetap terjaga. Orang mungkin juga merasa bahwa mereka tidak memiliki kemauan atau pengaturan diri untuk menabung lagi. Kalau dilihat secara mental *accounting*, memang kurang ekonomis dibandingkan dengan menggunakan tabungan untuk membiayai pembelian mobil, namun tetap dilakukan untuk mengendalikan pengeluaran dan menjaga agar tabungan tetap utuh. Mengambil kredit merupakan suatu bentuk komitmen awal dimana bank akan memaksa peminjam untuk melunasi hutangnya, sementara tabungan mereka tetap utuh.

Orang membutuhkan kontrol diri untuk mengatasi pengeluaran yang berlebihan dan utang yang melebihi batasan anggaran mereka. Meskipun banyak orang yang menghindari utang, meluasnya pinjaman konsumen dan kemudahan mendapatkan pinjaman pribadi memfasilitasi pengeluaran uang di masa depan dan di masa sekarang (Alrasheedi, 2025). Pada banyak negara, tingkat tabungan rendah atau

bahkan negatif. Rendahnya tingkat tabungan dan tingginya tingkat kredit merupakan salah satu faktor yang menyebabkan krisis kredit dan membuat krisis ekonomi semakin sulit diatasi. Banyak konsumen harus (kembali) belajar menabung dan memperhitungkan kemungkinan kondisi ekonomi dan keuangan di masa depan. Gathergood (2012) menemukan pengaruh yang kuat dari kurangnya kontrol diri terhadap utang yang berlebihan. Apakah pengendalian diri dapat dipelajari? Hal ini hanya bisa dipelajari dengan melatih kemauan dan keterampilan finansial, serta menghindari godaan. Tidak terpapar godaan termasuk tidak berbelanja secara berlebihan dan menghindari dihadapkan pada produk dan layanan yang menarik. Pembatasan ketersediaan kredit di tempat pembelian dan menunda akses ke dana adalah cara lain untuk mengendalikan pengeluaran impulsif dan mengurangi masalah pengendalian diri konsumen.

Faktor psikologis memiliki peran penting dalam penggunaan kredit. Berhutang berbeda dengan menabung karena pembayaran dilakukan setelah konsumsi, yang dapat menimbulkan stres atau kepuasan yang berbeda. Literasi keuangan, kontrol diri, preferensi waktu, dan kecenderungan penundaan kepuasan memengaruhi perilaku peminjam. Sikap terhadap utang memiliki dua dimensi: utilitas utang (sisi positif) dan ketakutan akan utang (sisi negatif), yang saling mempengaruhi keputusan individu untuk mengambil atau menghindari kredit. Pembelian impulsif, pengalaman hidup, dan orientasi terhadap waktu kini versus masa depan juga mendorong penggunaan kredit, termasuk kartu kredit. Selain itu, pengelolaan kredit yang efektif membutuhkan kemampuan kontrol diri dan mental accounting, agar utang tidak melebihi kemampuan finansial. Kurangnya kontrol diri dan paparan terhadap godaan konsumtif dapat meningkatkan risiko utang berlebihan dan masalah keuangan, sementara pembatasan akses kredit dan pengendalian pengeluaran dapat membantu mencegah perilaku konsumtif yang merugikan.

G. OVERINDEBTEDNESS (TERLALU BANYAK UTANG/TERLILIT HUTANG)

Kredit dan utang adalah dua sisi dari satu mata uang. Kredit adalah uang yang tersedia bagi peminjam untuk dibelanjakan,

sedangkan utang adalah uang yang harus dibayarkan kepada pemberi pinjaman. Utang mencakup bunga, biaya, dan biaya administrasi yang harus dibayarkan oleh peminjam kepada pemberi pinjaman. Sebagian besar konsumen menggunakan kredit dengan cara yang bertanggung jawab, menggunakannya untuk membeli barang sekarang daripada menabung dan menunggunya. Mereka mematuhi kontrak dan melunasi utang mereka tepat waktu. Namun, beberapa orang menyalahgunakan kredit konsumen, sehingga mengalami masalah keuangan, dan tidak dapat melunasi utangnya.



Gambar 6.7 Ilustrasi Seseorang Terlilit Hutang
(Sumber: www.rmnews.id)

Perlu dicatat bahwa beberapa faktor yang disebutkan di sini juga merupakan faktor penentu terjadinya *overindebtedness* dan dengan demikian situasi utang rumah tangga yang bermasalah, misalnya, penurunan pendapatan yang tidak terduga akibat kehilangan pekerjaan/pendapatan atau perceraian, dan terlalu optimis dalam melihat perkembangan pendapatan pribadi dan pendapatan di masa depan. *Overindebtedness* adalah akumulasi kredit (pinjaman, hipotek, kredit bergulir, kontrak dengan pembayaran yang ditunda) dari sebuah rumah tangga yang tidak memiliki pendapatan yang cukup untuk membayar bunga dan melunasi kredit tersebut. Hal ini mengganggu pengelolaan keuangan rumah tangga secara teratur. Ketika rumah tangga menunggak pembayaran, lembaga kredit dapat mengambil tindakan hukum untuk menagihnya. Rumah tangga

tersebut mungkin akan kehilangan rumah mereka atau harus mengajukan pailit.

Masalah keuangan berdampak negatif pada kesehatan, kebahagiaan, dan kesejahteraan keluarga, dan dapat menyebabkan konflik dan gangguan pada kehidupan dan interaksi keluarga yang normal. Gathergood (2012) menemukan bahwa orang-orang di Inggris yang memiliki utang bermasalah menunjukkan kesehatan psikis yang buruk seperti kecemasan, kesusahan, dan depresi. Pompian (2012b) menemukan di Amerika Serikat bahwa utang jangka pendek rumah tangga berhubungan dengan gejala depresi, dan bukan utang jangka menengah dan jangka panjang. Hal ini terutama terjadi pada orang berusia 51 hingga 64 tahun dengan pendidikan rendah. Utang jangka pendek menimbulkan masalah untuk saat ini, sedangkan utang jangka menengah dan jangka panjang merupakan masalah untuk masa depan. Jika rumah tangga tidak mampu menyelesaikan masalah kredit sendiri, bantuan profesional dapat diminta dari konsultan utang.

Bank dan pemberi pinjaman lainnya menggunakan norma penerimaan dan kartu skor seimbang sebelum meminjamkan uang kepada konsumen. Mereka juga dapat berkonsultasi dengan basis data mengenai riwayat kredit dan pembayaran konsumen yang benar. Norma-norma penerimaan meliputi: riwayat kredit, kepemilikan rumah, pernikahan yang stabil, pekerjaan dan pendapatan yang stabil. Konsumen yang melunasi kredit tepat waktu, memiliki rumah, memiliki pernikahan yang stabil, serta memiliki pekerjaan dan pendapatan yang stabil lebih mungkin untuk melunasi pinjaman baru, dan dengan demikian lebih mungkin untuk mendapatkan pinjaman baru dari bank atau pemberi pinjaman lainnya. Sekuritisasi uang dengan menjual hipotek dan kontrak kredit kepada lembaga keuangan lain melemahkan pemeriksaan yang dilakukan bank terhadap calon peminjam.

Melalui meteri ini dapat di pahami bahwa *overindebtedness* terjadi ketika rumah tangga memiliki utang melebihi kemampuan bayar, akibat penurunan pendapatan, optimisme berlebihan, atau pengelolaan kredit yang buruk. Dampaknya bisa berupa tekanan psikologis, konflik keluarga, dan risiko kehilangan aset. Bank menilai

kelayakan kredit melalui riwayat kredit, kepemilikan rumah, pekerjaan, dan pendapatan, tetapi praktik sekuritisasi dapat melemahkan pengawasan. Penanganan *overindebtedness* dapat dilakukan dengan konsultasi profesional untuk mengatur kembali keuangan dan utang.

H. PELUNASAN HUTANG

Dalam sebuah penelitian kualitatif di Selandia Baru, Watson & Barnao (2009) mempelajari bagaimana cara mahasiswa melunasi utang. Mereka membedakan ada tiga jenis atau cara perilaku pelunasan. Tiga tipe utama tersebut sebagai berikut:

1. Tipe pembayar yang bijaksana dan tradisional

Tipe mahasiswa yang berusaha melunasi pinjaman pendidikannya secepat mungkin untuk menghindari masalah di masa depan. Tipe orang-orang seperti ini adalah orang yang bersedia untuk hidup dengan hemat agar dapat segera melunasi utang mereka lebih cepat. Selain itu, mereka tidak suka membeli barang secara kredit, dan tidak akan mengambil utang lebih banyak lagi. Mereka menggunakan kartu kredit untuk menghindari biaya transaksi bank, dan membayar saldo kartu kredit selama masa jatuh tempo untuk menghindari biaya bunga. Konsumen ini memiliki tingkat pengaturan diri yang tinggi, cermat dan teliti dalam perilaku keuangan ini dan menggunakan cara yang baik untuk mengurangi utang mereka.

2. Tipe wirausaha

Tipe mahasiswa yang masih memiliki pinjaman studi dan berusaha melunasi sisa hutangnya. Namun, mereka memilih untuk tidak melunasinya karena pengembalian uang tersebut lebih besar daripada bunga yang mereka bayarkan. Sikap mereka terhadap utang cukup baik, dan mereka memilih menggunakan utang sebagai investasi dalam kegiatan bisnis yang mereka miliki. Artinya mahasiswa bersangkutan bisa jadi memiliki usaha sampingan dan memilih untuk memaksimalkan uang yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan dalam

sebuah bisnis dari pada membalikan hutangnya dalam waktu sesegera mungkin.

3. Tipe berhutang seumur hidup

Tipe mahasiswa yang melunasi hutangnya dengan jumlah yang minimum (jumlah yang dapat dibayarkan) dari hutang pendidikannya. Dengan cara ini, ia melunasi utangnya dalam jangka waktu yang panjang (20-40 tahun) dan menganggap pembayaran ini sebagai pajak tambahan selama masa kerjanya. Dalam beberapa kasus, jumlah minimum yang mereka lunasi lebih rendah dari bunga yang harus dibayar. Hal ini berarti utang pada akhirnya bertambah (debt trap), meskipun mereka tetap melakukan pembayaran kewajiban. Sedangkan para pengusaha menggunakan pinjaman tersebut sebagai cara untuk membiayai investasi mereka. Orang-orang yang berhutang seumur hidup menciptakan masalah keuangan bagi diri mereka sendiri.

Inilah tipe-tipe cara mahasiswa melunasi hutangnya dalam pendidikan yang ditemukan oleh Watson dan Barnao (2009). Walaupun ini dalam konteks mahasiswa. Namun tipe-tipe pelunasan ini sebenarnya bisa terlihat juga dalam konteks yang lebih luas. Artinya setiap orang yang melakukan hutang pasti memiliki karakter seperti ini. Karakter ini tentu ada plus dan minusnya bagi yang memberikan pinjaman. Sehingga memang diperlukan kebijaksanaan dalam diri kita selaku peminjam untuk memahami karakter seseorang ketika melakukan pelunasan hutang.



Gambar 6.8 Ilustrasi Pelunasan Hutang
(Sumber: www.madaninews.id)

Menurut De Bondt & Thaler (1985) memahami pola pelunasan kredit cicilan terdapat dalam *mental accounting theory*. Kredit cicilan harus dilunasi dengan sejumlah pembayaran bulanan. Oleh karena itu, akun yang relevan adalah akun periode anggaran rutin. Setiap periode anggaran bulanan memiliki jumlah pembayaran dan biaya bunga atau, dalam beberapa kasus, jumlah yang konstan dari keduanya. Jumlah periode anggaran, durasi pinjaman, juga penting. Ranyard & Craig (1995) mewawancarai orang-orang tentang bagaimana pendapat mereka tentang kredit cicilan. Hasilnya, mereka mengusulkan agar konsumen menggunakan pendekatan campuran antara kredit cicilan berdasarkan jumlah rekening dan periode anggaran rutin. Orang mungkin memberikan bobot yang lebih besar pada permasalahan saat ini daripada masalah di masa depan dan menunda pembayaran. Namun, orang lain lebih memilih untuk membayar setoran langsung atau ingin mulai melunasi sedini mungkin atau menyelesaikannya sedini mungkin. Bandingkan dengan para debitur yang membayar lebih cepat dalam studi Watson dan Barnao (2009). Pinto & Mansfield (2006) menyimpulkan bahwa mahasiswa Amerika Serikat yang memiliki saldo pinjaman dana pendidikan yang tinggi, baik saat ini maupun yang akan datang, juga memiliki saldo kartu kredit yang tinggi. Mahasiswa tersebut merupakan kelompok yang berisiko secara finansial dan hal ini dapat berdampak negatif pada performa akademik mereka, yang berujung pada depresi dan putus sekolah. Jika

dipaksa untuk memprioritaskan pembayaran utang, siswa yang berisiko ini lebih sering menunjukkan bahwa mereka akan membayar tagihan kartu kredit mereka sebelum melakukan pembayaran uang sekolah.

Jika konsumen memiliki sejumlah utang melalui kartu kredit dan ingin melunasi sebagian dari keseluruhan utang tersebut, mereka biasanya melunasi utang yang paling kecil terlebih dahulu. Dengan cara ini, mereka mengurangi jumlah utang. Namun, akan lebih baik jika utang yang dilunasi adalah utang dengan bunga tertinggi. Dengan melunasi utang terkecil terlebih dahulu, progres yang lebih nyata akan lebih terasa dibandingkan dengan melunasi sebagian utang yang besar (Sadalia & Butar-Butar, 2016). Jika hutang-hutang ini dipisahkan, melunasi hutang terkecil akan menghilangkan lebih banyak nilai negatif (emosi, kekhawatiran) daripada melunasi sebagian hutang besar. Sadalia & Butar-butar (2016) juga menemukan bahwa membatasi kemampuan konsumen untuk melunasi utang yang kecil, dan memfokuskan perhatian mereka pada jumlah bunga yang terakumulasi pada setiap utang, akan membantu mereka untuk mengurangi utang secara keseluruhan dengan lebih cepat.

Materi ini dapat disimpulkan bahwa pelunasan hutang dapat dilakukan dengan berbagai cara yang mencerminkan karakter peminjam. Watson & Barnao (2009) mengidentifikasi tiga tipe utama: (1) pembayar bijaksana, yang melunasi utang cepat dengan disiplin tinggi; (2) tipe wirausaha, yang memanfaatkan utang untuk investasi dan membayar sesuai keuntungan; dan (3) tipe berhutang seumur hidup, yang melunasi minimum dan berisiko terjebak dalam "*debt trap*". Strategi pelunasan dapat dipengaruhi oleh *mental accounting*, prioritas emosional, dan suku bunga utang. Metode efisien adalah melunasi utang dengan bunga tertinggi terlebih dahulu, meski membayar utang kecil lebih terasa progresnya secara psikologis. Pemahaman karakter peminjam dan strategi pelunasan yang bijak membantu mengelola utang dengan lebih efektif dan mengurangi risiko finansial.

I. PERLINDUNGAN KONSUMEN

Konsumen harus dilindungi dari pinjaman 'predator', yaitu praktik-praktik yang tidak adil, menipu, atau curang yang dilakukan oleh beberapa pemberi pinjaman. *Predatory lending* dapat didefinisikan sebagai pemberlakuan persyaratan pinjaman yang tidak adil dan kejam kepada peminjam. Pinjaman gaji, misalnya, adalah pinjaman yang diberikan kepada konsumen sebelum mereka menerima gaji. Pinjaman jangka pendek ini memiliki tingkat bunga yang tinggi dan harus dibayar dengan gaji.



Gambar 6.9 Ilustrasi Perlindungan Konsumen

(Sumber: www.pengacaramuslim.com)

Hutang melalui kartu kredit juga memiliki tingkat bunga yang tinggi. Jenis kredit konsumen ini sering digunakan oleh mereka yang kurang berpendidikan, miskin, ras minoritas dan orang tua, meskipun pinjaman lintah darat dapat terjadi di semua kelompok sosiodemografi dalam masyarakat seperti mahasiswa. Konsumen yang miskin memiliki risiko tinggi bagi kreditur dan karenanya dikenakan bunga yang lebih tinggi. *Predatory lending* biasanya terjadi pada pinjaman yang didukung oleh jaminan, produk, atau opsi yang digunakan sebagai jaminan bagi kreditur. Jika peminjam gagal membayar pinjaman, kreditur akan mengambil alih atau menyita, dan mengambil keuntungan dengan menjual properti yang diambil alih atau disita (agunan).

Dalam berbagai literatur menyebutkan ada empat jenis pinjaman yang bersifat predator, yaitu:

1. Penetapan harga berbasis risiko yang tidak dapat dibenarkan (tidak dapat dibenarkan jika tidak ada risiko yang lebih tinggi dari risiko standar untuk pemberi pinjaman)
2. Tidak memberi tahu peminjam bahwa harga pinjaman dapat dinegosiasikan
3. Kurangnya transparansi mengenai syarat dan ketentuan pinjaman
4. Pinjaman jangka pendek dengan biaya tinggi yang tidak proporsional, seperti pinjaman gaji, biaya keterlambatan kartu kredit, dan biaya rekening koran.

Perlu dipertanyakan apakah praktik peminjaman ini selalu bersifat predator. Sebagai contoh, hipotek kredit perumahan (KPR) yang bersifat hipotek *subprime*. Rumah tangga yang tidak dapat memperoleh KPR karena pendapatan di masa depan yang tidak pasti, seperti pengusaha pemula, dipaksa untuk mengambil KPR *subprime* dengan tingkat bunga yang lebih tinggi daripada KPR biasa.

Menetapkan harga yang lebih tinggi untuk peminjam yang lebih mungkin mengalami gagal membayar pinjaman mereka merupakan kompensasi bagi pemberi pinjaman atas risiko yang lebih tinggi yang mereka ambil. Hal ini disebut dengan penetapan harga berbasis risiko. Jika kreditur mengenakan suku bunga yang sama kepada peminjam yang kemungkinan besar akan gagal bayar atau tidak, maka mereka akan menarik terlalu banyak peminjam yang "berisiko" dan akan mengenakan biaya yang terlalu tinggi untuk peminjam yang tidak terlalu berisiko. Tindakan ini merupakan praktik yang tidak adil, meskipun dalam industri asuransi hal ini memang terjadi: Konsumen dengan banyak kerugian membayar premi asuransi yang sama dengan konsumen yang mengalami kerugian lebih sedikit. Pada sisi lain, peminjam yang "berisiko" membayar harga yang lebih tinggi (bunga dan biaya) sering kali menjadi miskin dan dirugikan. Dengan cara ini, sistem kredit menguntungkan orang kaya dengan menawarkan harga yang lebih rendah daripada orang miskin.

Kredit dan utang memudahkan pemenuhan kebutuhan hidup, pendidikan, dan kepemilikan aset, namun harus digunakan dengan

bijak. Pengambilan keputusan kredit dipengaruhi oleh literasi keuangan, kontrol diri, preferensi waktu, siklus hidup, dan faktor psikologis. Risiko overindebtedness muncul jika utang melebihi kemampuan bayar, berdampak pada keuangan, kesehatan, dan kehidupan sosial. Perlindungan konsumen penting untuk mencegah praktik pinjaman predator. Oleh karena itu, kredit harus dikelola dengan perencanaan, pengendalian diri, dan pemahaman penuh terhadap risiko agar bermanfaat dan tidak menjadi masalah finansial.

J. PEMBEBASAN HUTANG

Pada beberapa negara maju, utang telah menjadi masalah besar dalam waktu belakangan ini, karena mudahnya mendapatkan pinjaman secara perorangan dari bank dan pemakaian kartu kredit. Berdasarkan data yang ada, diperkirakan rata-rata pemilik rumah di Amerika Serikat memiliki utang non KPR sebesar \$19.000 (Fred van Raaij, 2016). Mengingat beban utang yang begitu besar, banyak orang yang tidak memiliki pendapatan tambahan yang cukup untuk membayarkan utang tersebut dan membutuhkan bantuan. Perusahaan menawarkan layanan pelunasan utang, namun layanan ini tidak selalu sesuai dengan kepentingan konsumen dan melibatkan pinjaman yang menjaminkan rumah seseorang. Jika utang telah menjadi masalah, yang terbaik adalah meminta pendapat dari asosiasi konsumen atau pemerintah setempat terlebih dahulu, karena asosiasi konsumen dan pemerintah setempat memiliki pengalaman dalam menangani masalah utang dan mungkin bisa memberikan saran tentang cara-cara yang paling efektif untuk meringankan utang.



Gambar 6.10 Ilustrasi Seseorang yang Bebas dari Hutang

(Sumber: www.thinktax.id)

Perusahaan penyedia kartu kredit harus membantu konsumen dalam melunasi utang melalui cara-cara yang tradisional, tergantung dari layanan yang digunakan oleh konsumen. Dengan mempertimbangkan faktor kebangkrutan, perusahaan kartu kredit memiliki kepentingan agar para konsumennya termotivasi untuk terus melunasi utang mereka dan tidak menganggap bahwa saldo yang terus bertambah adalah hal yang sia-sia. Beberapa konsumen bahkan tidak lagi membuka dokumen dari bank dan perusahaan kartu kredit, karena takut akan pesan-pesan negatif. Secara psikologis, konsumen harus melihat bahwa situasi yang dihadapi bukanlah tanpa harapan, dan mereka dapat mengubah situasi keuangan dengan melakukan keringanan dan penundaan pembayaran utang agar dapat keluar dari jeratan utang secara bertahap.

Pembebasan hutang penting untuk membantu konsumen yang terbebani utang, terutama ketika pendapatan tidak cukup untuk melunasinya. Konsumen sebaiknya memanfaatkan layanan resmi seperti asosiasi konsumen atau pemerintah untuk mendapatkan saran yang efektif. Perusahaan kartu kredit juga memiliki peran dalam memberikan keringanan atau penundaan pembayaran agar konsumen bisa keluar dari jeratan utang secara bertahap. Intinya, situasi keuangan yang sulit bukan tanpa harapan, dan pengelolaan utang yang bijaksana dapat memulihkan stabilitas finansial.

K. KREDIT MIKRO

Kredit mikro adalah pinjaman dalam jumlah kecil kepada orang miskin yang umumnya tidak memiliki agunan, pekerjaan tetap, dan tidak memiliki riwayat kredit yang dapat dibuktikan. Para peminjam ini, terutama wanita, sering kali tinggal di negara-negara berkembang dan tidak memiliki akses ke kredit konvensional dari bank. Orang-orang miskin ini sering menjadi korban "rentenir" (*predatory lending*). Kredit mikro dirancang untuk mendukung kewirausahaan, mengentaskan kemiskinan, memenuhi kebutuhan pangan keluarga, serta memberdayakan perempuan sehingga dapat meningkatkan taraf hidup keluarga dan masyarakat secara keseluruhan. Perempuan sering kali tidak memiliki pekerjaan yang stabil dan tidak memiliki akses terhadap kredit, karena mereka meninggalkan dunia kerja

untuk merawat anak-anak dan keluarga yang sudah lanjut usia. Peminjam kredit mikro sering kali menjadi anggota dari sebuah kelompok peminjam yang mengendalikan dana kredit dan pengembalian kredit. Kredit mikro dan tabungan mikro menjadi satu kesatuan karena setiap anggota kelompok juga menabung sejumlah uang dalam dana simpanan kelompok. Dana kelompok sering kali merupakan tempat yang lebih aman untuk menyimpan uang daripada di rumah para peminjam.



Gambar 6.11 Salah satu contoh Kredit Mikro di Indonesia
(Sumber: www.bankbjb.co.id)

Adanya kredit mikro, membuat jumlah usaha kecil meningkat sepertiga dibandingkan dengan kelompok kontrol dan dengan demikian meningkatkan jumlah wirausaha (Banerjee, 2019). Menurut Binaté Fofana et al. (2015), pembiayaan mikro berpengaruh terhadap pendapatan dan pemberdayaan perempuan di Côte d'Ivoire (Afrika Barat). Kesuksesan bisnis baru dan juga wirausaha bergantung pada pasar yang berkembang. Dalam situasi ini, kredit mikro dapat membantu masyarakat miskin untuk mengambil keuntungan dari pertumbuhan pasar dan meningkatkan kesejahteraan keluarga dan masyarakat. Tidak hanya kredit mikro, tetapi menambahkan fasilitas tabungan, asuransi, pensiun mikro, pengembangan usaha (pelatihan

manajemen, pelatihan pemasaran), dan layanan yang berhubungan dengan kesejahteraan (melek huruf dan layanan kesehatan) dapat membantu menyelesaikan program-program pembangunan.

Program tabungan berjangka seperti asosiasi tabungan dan kredit bergilir (ROSCA) sangat populer di negara-negara berkembang. Setiap anggota ROSCA menyumbangkan sejumlah uang secara tetap setiap bulannya ke tabungan terpusat, dan seseorang yang dipilih secara acak akan mendapatkan seluruh tabungan tersebut setiap bulannya. Dengan demikian, menabung menjadi sebuah kegiatan publik dan dorongan sosial dari anggota ROSCA lainnya dimanfaatkan untuk mendorong anggota untuk menabung sesuai dengan tingkat tabungan yang diinginkan (Ardener & Burman, 2024). Jenis keuangan mikro ini merupakan kombinasi dari tabungan mikro.

Namun, keuangan mikro dapat menjerumuskan peminjam ke dalam jebakan utang, yaitu tingkat utang yang tidak dapat dilunasi. Meskipun kredit mikro memberikan banyak manfaat bagi masyarakat di negara-negara berkembang, namun kredit mikro bukanlah satu-satunya obat mujarab untuk mengentaskan kemiskinan dan ketergantungan finansial. Pemerataan pendapatan adalah cara lain yang berhasil untuk memerangi kemiskinan.

Pada tahun 1868, Friedrich Raiffeisen mendirikan bank koperasi pertama yang mendukung para petani di pedesaan Jerman. Hal ini merupakan sebuah inisiatif untuk pengembangan swadaya yang mirip dengan keuangan mikro dan kredit mikro. Sementara itu, di India, kelompok-kelompok mandiri yang disebut dengan self-help groups (SHGs) terdiri dari 20 anggota atau kurang, termasuk wanita dari kasta termiskin. Mereka menabung sejumlah kecil rupee dalam dana kelompok, dan dapat meminjam dari dana kelompok untuk berbagai tujuan, mulai dari membayar tagihan pengobatan hingga biaya sekolah. Jika SHGs ini mampu mengelola dana mereka dengan baik, maka mereka dapat meminjam dari bank lokal untuk berinvestasi dalam usaha kecil atau kegiatan pertanian. Model bank SHGs di India sekarang menjadi program keuangan mikro terbesar di dunia.

Perkembangan terbaru adalah pinjaman *peer-to-peer* (*crowd funding*), yang sering kali merupakan agregasi dari sejumlah pinjaman

kecil dengan bunga rendah, bukan pinjaman langsung. *Platform web* digunakan untuk saling membantu dan masyarakat umum dapat berpartisipasi dalam mengentaskan kemiskinan. Lembaga nirlaba Zidisha yang berbasis di Amerika Serikat adalah contoh *platform* pinjaman mikro *Internet peer-to-peer* untuk menghubungkan pemberi pinjaman dan peminjam melintasi batas-batas internasional. Peminjam potensial yang ditolak oleh bank dan perusahaan kartu kredit dapat memperoleh kredit dari pemberi pinjaman swasta melalui organisasi-organisasi ini. Namun, debitur bisa saja gagal melunasi utangnya dengan konsekuensi yang jelas-jelas negatif bagi pemberi pinjaman dan peminjam.

Apa motif pemberi pinjaman memberikan uang kepada peminjam dengan tingkat kredit rendah? Hal ini hampir sama dengan memberikan uang kepada badan amal. Genevsky & Knutson (2015) menemukan bahwa bagian otak yang sama (*nukleus accumbens* di otak depan setiap belahan otak) terlibat dalam memberikan sumbangan kepada badan amal dan pinjaman mikro. *Nucleus accumbens* juga terlibat dalam pemrosesan kenikmatan dan penghargaan. Kesimpulannya adalah bahwa orang mendapat penghargaan atas pemberian untuk kegiatan amal dan pinjaman mikro kepada orang atau proyek tertentu.

Berdasarkan materi ini dapat di simpulkan bahwa kredit mikro berperan penting dalam memberdayakan masyarakat miskin, terutama perempuan, dengan mendukung kewirausahaan, meningkatkan pendapatan keluarga, dan mengentaskan kemiskinan. Program keuangan mikro yang terintegrasi dengan tabungan, asuransi, pelatihan, dan layanan sosial meningkatkan efektivitasnya. Namun, meski bermanfaat, kredit mikro juga berisiko menjerumuskan peminjam ke dalam utang yang tidak dapat dilunasi, sehingga perlu pengelolaan yang hati-hati dan kesadaran finansial.



Model Perilaku Asuransi

Pada era modern ini, ketidakpastian dan risiko menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, baik yang berkaitan dengan harta benda, kesehatan, maupun pendapatan. Asuransi hadir sebagai instrumen penting untuk mengelola risiko tersebut, memberikan perlindungan finansial, serta meningkatkan rasa aman dan stabilitas ekonomi individu maupun keluarga. BAB 8 ini membahas secara komprehensif model perilaku asuransi, mencakup alasan masyarakat menggunakan asuransi, konsep dasar asuransi, motif dan preferensi konsumen, hingga fenomena psikologis seperti moral hazard dan prasangka status quo. Pemahaman terhadap perilaku asuransi tidak hanya relevan bagi individu sebagai konsumen, tetapi juga penting bagi perusahaan, regulator, dan peneliti dalam merancang produk, kebijakan, dan strategi yang efektif untuk menghadapi ketidakpastian dan meningkatkan literasi risiko di masyarakat.

A. KENAPA MENGGUNAKAN ASURANSI?

Asuransi merupakan sarana bagi konsumen untuk melindungi diri dari berbagai risiko kerugian yang mungkin terjadi, serta untuk menjamin pendapatan atau modal apabila kemampuan untuk memperoleh pendapatan telah terhenti. Melalui mekanisme ini, asuransi berperan penting dalam meningkatkan keamanan dan stabilitas finansial individu maupun keluarga. Pada tingkat perkembangan ekonomi dan kekayaan keluarga tertentu, individu memiliki potensi menghadapi berbagai risiko kerugian sekaligus

memiliki kemampuan dan kemauan untuk mengalihkan risiko tersebut kepada perusahaan asuransi. Salah satu bentuk perlindungan tersebut adalah asuransi kerugian, yang mencakup perlindungan terhadap kehilangan atau kerusakan harta benda, seperti rumah akibat kebakaran, gempa bumi, atau bencana lainnya; kehilangan barang akibat perampokan atau pencurian; serta kehilangan atau kerusakan kendaraan bermotor akibat kecelakaan lalu lintas.



Gambar 7.1 Ilustrasi Manfaat Asuransi
(Sumber: www.cnbcindonesia.com)

Asuransi juga dapat mencakup perlindungan terhadap tanggung jawab hukum kepada pihak lain apabila tertanggung menyebabkan kerugian, misalnya akibat kecelakaan lalu lintas. Selain itu, berbagai biaya lain dapat diasuransikan, seperti biaya perawatan kesehatan, biaya pemakaman, serta risiko cuaca buruk selama perjalanan liburan. Kategori berikutnya adalah asuransi jiwa atau asuransi modal, yang memberikan sejumlah dana kepada ahli waris apabila tertanggung meninggal dunia. Asuransi pensiun memberikan modal atau pendapatan bulanan dalam bentuk anuitas kepada para pensiunan, sedangkan asuransi disabilitas tenaga kerja memberikan penghasilan pengganti bagi individu yang tidak dapat bekerja secara penuh atau sebagian akibat kondisi tertentu. Tingkat kepemilikan dan

pemanfaatan asuransi oleh konsumen sangat bervariasi antarnegara. Di negara-negara miskin dan berkembang, masyarakat umumnya hanya memiliki asuransi kendaraan bermotor yang bersifat wajib.

Adapun jenis-jenis asuransi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Asuransi jiwa (asuransi modal), yaitu asuransi yang memberikan sejumlah modal atau anuitas (pembayaran bulanan atau tahunan) kepada tertanggung, seperti pada asuransi pensiun, atau kepada ahli waris yang ditinggalkan apabila tertanggung meninggal dunia.
2. Asuransi kerugian, termasuk asuransi properti dan asuransi kendaraan, yang memberikan ganti rugi atas kerusakan rumah atau harta benda lainnya, serta penggantian atas nilai barang yang dicuri.
3. Asuransi perawatan kesehatan, yaitu asuransi yang menanggung biaya pelayanan dan perawatan medis tertanggung. Asuransi kesehatan dapat berbentuk natura (barang atau jasa) apabila perusahaan asuransi memiliki kerja sama dengan dokter atau rumah sakit tertentu.
4. Asuransi kecacatan tenaga kerja, yang memberikan pendapatan bulanan kepada tertanggung yang tidak mampu bekerja secara penuh atau sebagian, baik karena kondisi fisik maupun psikologis.
5. Asuransi perlindungan pendapatan, yaitu asuransi yang memberikan pendapatan bulanan kepada tertanggung pada saat mengalami pengangguran sementara.
6. Asuransi tanggung jawab hukum, yang menanggung biaya tuntutan hukum dan ganti rugi apabila tertanggung bertanggung jawab secara hukum atas kerugian pihak lain.
7. Asuransi perjalanan, yang memberikan perlindungan terhadap risiko selama perjalanan, seperti kehilangan atau pencurian barang serta biaya pengobatan selama perjalanan liburan maupun perjalanan lainnya.
8. Asuransi pemakaman, yang umumnya merupakan kombinasi antara tabungan dan asuransi, serta memberikan manfaat

berupa pengelolaan dan pembiayaan pemakaman, baik secara keseluruhan maupun sebagian (asuransi in natura).

9. Garansi produk, yaitu bentuk asuransi yang biasanya diberikan secara gratis pada saat pembelian, untuk memperbaiki atau mengganti produk yang tidak berfungsi sebagaimana mestinya.
10. Asuransi kredit dan hipotek, yaitu asuransi yang memberikan kompensasi kepada pemberi pinjaman atas risiko kegagalan debitur dalam memenuhi kewajiban pembayaran pinjaman.
11. Asuransi khusus, seperti asuransi hewan peliharaan atau asuransi risiko cuaca buruk selama perjalanan liburan.

Adanya perubahan iklim dan pertumbuhan populasi di daerah rawan bencana seperti angin, topan, banjir, dan gempa bumi akan meningkatkan frekuensi terjadinya bencana. Hal ini menyebabkan tidak semua konsumen sadar akan risiko dan potensi kerugian yang disebabkan oleh bencana-bencana tersebut dan tindakan perlindungan yang dapat dilakukan untuk mengurangi potensi kerugian tersebut, seperti pemeliharaan rumah, proteksi, dan asuransi (Kunreuther, 1997). Banyak konsumen yang kurang informasi mengenai potensi kerugian yang dapat diasuransikan.

Kunreuther dkk. (1997) menemukan bahwa 60 persen pemilik rumah yang tidak diasuransikan pada daerah rawan bencana di California tidak mengetahui bahwa mereka dapat melindungi rumah dari kerusakan akibat banjir atau gempa bumi. Sementara itu, kepemilikan asuransi dalam konteks Indonesia masih sangat jarang, walaupun sudah banyak penawaran asuransi dari berbagai agen-agen tidak mempengaruhi mereka untuk terlibat dalam perasuransian. Kondisi kepemilikan asuransi kebanyakan di gunakan oleh masyarakat perkotaan yang sudah melek akan asuransi. Biasanya kebanyakan memilih asuransi kendaraan bermotor dan mobil yang memang tingkat kepemilikannya cukup tinggi di Indonesia.

Secara keseluruhan, asuransi merupakan instrumen penting dalam manajemen risiko keuangan yang berfungsi melindungi individu dan keluarga dari berbagai ketidakpastian ekonomi, baik yang berkaitan dengan harta benda, pendapatan, kesehatan, maupun tanggung jawab hukum. Melalui berbagai jenis produk asuransi mulai

dari asuransi jiwa, kerugian, kesehatan, hingga asuransi khusus konsumen memiliki mekanisme untuk mengalihkan risiko kerugian yang berpotensi mengganggu stabilitas finansial. Namun, tingkat pemanfaatan asuransi sangat dipengaruhi oleh tingkat kesadaran risiko, literasi keuangan, serta kondisi sosial dan ekonomi masyarakat. Di negara berkembang seperti Indonesia, kepemilikan asuransi masih relatif terbatas dan terkonsentrasi pada kelompok masyarakat perkotaan serta jenis asuransi tertentu, seperti kendaraan bermotor. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman masyarakat mengenai manfaat dan fungsi asuransi menjadi krusial, terutama di tengah meningkatnya risiko bencana alam dan ketidakpastian ekonomi, agar asuransi dapat berperan optimal sebagai sarana perlindungan dan perencanaan keuangan jangka panjang.

B. APA ITU ASURANSI?

Asuransi adalah kontrak antara dua pihak di mana tertanggung membeli polis dari penanggung, yang dapat ditebus dengan uang jika terjadi peristiwa tertentu yang telah ditentukan sebelumnya seperti kerusakan kesehatan atau properti. Ini adalah polis restitusi, di mana pihak tertanggung menerima kompensasi finansial untuk kerugian atau penanggung membayar biaya perawatan medis. *Polis in natura* berarti penanggung tidak memberikan kompensasi kepada tertanggung dengan uang tetapi dengan layanan, seperti layanan pemakaman. Dengan demikian, asuransi kesehatan dapat melibatkan polis restitusi, di mana tertanggung tetap memiliki kebebasan untuk memilih perawatan medis, atau *polis in natura*, di mana penanggung memilih dan membayar rumah sakit dan perawatan medis untuk tertanggung. Perusahaan asuransi mungkin memiliki kontrak dengan rumah sakit dan dokter tentang kualitas, harga, dan waktu perawatan medis.

Asuransi dibutuhkan untuk mengurangi atau menghilangkan konsekuensi finansial dari risiko yang dihadapi rumah tangga karena kejadian yang tidak pasti seperti kecelakaan, pencurian, dan kematian. Kejadian-kejadian yang tidak pasti ini adalah "tindakan alam" dan tidak berada di bawah kendali tertanggung. Perusahaan asuransi akan

membayar bertanggung sejumlah uang yang telah disepakati jika terjadi kerusakan atau kerugian tertentu.

Pengendalian pribadi tidak selalu dapat dijadikan pengecualian sepenuhnya dalam penentuan risiko asuransi, karena perilaku mengemudi yang berbahaya dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya kecelakaan lalu lintas. Individu dengan gaya mengemudi berisiko tinggi, seperti pengemudi mobil pria berusia muda, sering kali dikenakan premi yang lebih tinggi atau bahkan dikecualikan dari pertanggungan asuransi. Perkembangan terkini menunjukkan adanya penggunaan perangkat teknis yang dipasang pada kendaraan untuk memantau dan mengevaluasi gaya mengemudi. Apabila pengemudi menunjukkan perilaku mengemudi yang aman dan sesuai ketentuan, perusahaan asuransi dapat memberikan insentif berupa potongan premi.



Gambar 7.2 Berbagai Bentuk Asuransi
(Sumber: www.manajemen.uma.ac.id)

Asuransi dapat dianggap sebagai investasi yang menjamin pemulihan atas kemungkinan kerugian yang disebabkan oleh bahaya yang tidak pasti. Ada dua aspek dari teori utilitas yang diharapkan yang berperan: probabilitas dan nilai/ukuran kerugian. Akan lebih rasional untuk mengasuransikan kejadian yang tidak mungkin terjadi (probabilitas rendah) dengan kerugian yang besar, misalnya, tanggung jawab untuk perawatan kesehatan pihak lain sebagai konsekuensi dari kecelakaan. Tidaklah rasional untuk

mengasuransikan suatu kejadian dengan kerugian atau biaya perbaikan yang rendah, misalnya garansi pada peralatan elektronik baru. Sebagian besar polis asuransi berada di antara kedua hal ekstrem ini.

Ketika membuat keputusan asuransi, sebagian besar konsumen lebih fokus pada "keburukan" dari hasil dan ukuran potensi kerugian daripada probabilitas dari hasil/kerugian. Hal yang sama juga berlaku untuk lotere. Orang lebih fokus pada hadiah yang bisa mereka menangkan daripada probabilitas memenangkan hadiah tersebut. Setelah laporan perampokan yang dimuat di media massa dan media sosial, orang mungkin menilai probabilitas perampokan secara berlebihan dan lebih cenderung membeli asuransi. Ini adalah contoh bahwa orang fokus pada probabilitas dan melebih-lebihkan probabilitas. Hal ini disebut dengan heuristik ketersediaan (Shafir et al., 1997) dimana kemungkinan kejadian yang baru saja terjadi, jelas, dapat diakses, dan mudah muncul dalam pikiran pada umumnya ditaksir terlalu tinggi.

Asuransi dimulai sebagai sistem solidaritas antar manusia: orang yang beruntung yang tidak mengalami kerugian membantu orang yang tidak beruntung yang mengalami kerugian. Para petani di banyak desa dan negara memulai sistem asuransi lokal untuk membangun kembali lahan pertanian yang terbakar. Para dokter di daerah miskin mulai mengumpulkan dana untuk membantu orang-orang yang sakit. Jika semua dokter membayar premi mingguan atau bulanan yang kecil, maka dokter tersebut dapat membantu pasien yang sakit. Ide solidaritas ini tampaknya kurang lazim di kalangan masyarakat. Individu saat ini lebih cenderung menukar biaya premi polis asuransi dengan manfaat potensial untuk diri mereka sendiri daripada untuk orang lain. Asuransi kemudian menjadi ekuitas pribadi dari premi yang dibayarkan dan klaim yang dihormati (G. A. Adams & Rau, 2011).

Pada beberapa jenis asuransi, unsur solidaritas masih ada. Sebuah komunitas dapat dibentuk dan anggota komunitas mengatur dan berbagi asuransi kerugian. Jika asuransi menghasilkan keuntungan tahunan, potongan harga diberikan kepada anggota komunitas. Komunitas kemudian akan termotivasi untuk hanya

menerima anggota yang tidak mengklaim terlalu banyak kerusakan. Dalam hal ini, solidaritas dibatasi untuk hanya menerima anggota yang "berperilaku baik" untuk komunitas asuransi dan menjauhkan anggota yang "nakal". Jenis asuransi baru seperti *Inshared* mengembalikan "kelebihan" premi kepada tertanggung (anggota) jika total kerusakan yang diklaim selama satu tahun berada di bawah kriteria tertentu.

Asuransi pada dasarnya merupakan kontrak pengalihan risiko yang dirancang untuk melindungi individu atau rumah tangga dari konsekuensi finansial akibat peristiwa yang tidak pasti dan berada di luar kendali langsung tertanggung, seperti kecelakaan, pencurian, sakit, atau kematian. Melalui mekanisme polis restitusi maupun in natura, asuransi memberikan kompensasi atau layanan yang bertujuan memulihkan kondisi ekonomi tertanggung setelah terjadinya kerugian. Dalam perspektif ekonomi perilaku dan teori utilitas yang diharapkan, keputusan berasuransi dipengaruhi oleh probabilitas kejadian dan besarnya potensi kerugian, meskipun dalam praktiknya konsumen sering kali lebih menitikberatkan pada besarnya dampak kerugian dibandingkan peluang terjadinya risiko tersebut. Selain itu, persepsi risiko juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, seperti heuristik ketersediaan, yang dapat menyebabkan individu melebih-lebihkan kemungkinan suatu kejadian setelah terpapar informasi tertentu. Secara historis, asuransi berkembang dari sistem solidaritas sosial menuju mekanisme kontraktual yang lebih berorientasi pada kepentingan individu, meskipun pada beberapa bentuk asuransi modern unsur solidaritas masih tetap dipertahankan. Dengan demikian, asuransi tidak hanya berfungsi sebagai alat perlindungan finansial, tetapi juga mencerminkan interaksi antara rasionalitas ekonomi, perilaku manusia, dan nilai-nilai sosial dalam menghadapi ketidakpastian.

C. MOTIF ASURANSI

Tujuan utama memiliki asuransi adalah untuk mendapatkan perlindungan finansial atas potensi kerugian yang disebabkan oleh kejadian yang tidak pasti di masa depan. Motifnya adalah untuk melindungi diri sendiri dan keluarga dari konsekuensi finansial akibat

kejadian negatif dan membuat diri sendiri dan keluarga tidak terlalu khawatir akan kejadian-kejadian tersebut. Baik asuransi kerugian maupun asuransi jiwa melibatkan asuransi kerusakan dan modal. Dengan cara ini, orang berinvestasi untuk masa depan mereka dan membuat masa depan mereka lebih aman dan pasti. Penghindaran kerugian terkait dengan fokus pencegahan (menghindari atau mengurangi hasil negatif) dalam teori fokus regulasi (Fred van Raaij, 2016).



Gambar 7.3 Contoh Iklan Asuransi di Indonesia
(Sumber: www.asuransi-jiwa.org)

Connor (1996) berpendapat bahwa asuransi dianggap oleh konsumen sebagai investasi untuk menyelamatkan transaksi positif (keuntungan) dari kejadian negatif (kerugian). Adanya kemungkinan penyesalan yang diantisipasi juga dapat berperan. Ketika orang mengalami kerugian, mereka sering merasa menyesal karena tidak mengasuransikannya dengan baik. Orang-orang mungkin pernah mengalami penyesalan ini di masa lalu dan mengasuransikan diri mereka sendiri untuk menghindari penyesalan di masa depan.

Kunreuther (1997) menemukan bahwa orang yang sangat terikat dengan benda-benda tertentu, misalnya, koleksi perangko, mobil kuno, atau perabot antik, lebih cenderung mengasuransikan benda-benda tersebut.

Perilaku berasuransi juga dapat didasarkan pada norma pribadi atau sosial bahwa beberapa polis asuransi diperlukan bagi seseorang atau keluarga untuk berperan secara bertanggung jawab dalam komunitas atau masyarakat. Referensi sosial, norma pribadi dan sosial, dan bahkan tekanan sosial mungkin ada bahwa memiliki anak dan membentuk keluarga harus disertai dengan tindakan keuangan seperti asuransi. Ada efek sosial dalam arti bahwa perilaku orang lain akan ditiru. Jika tetangganya memiliki asuransi banjir dan membicarakan hal ini, maka seseorang akan cenderung membeli asuransi banjir juga. Hal ini terkait dengan penyesalan yang diantisipasi. Jika seseorang menerima ganti rugi pasca banjir, akan sangat mengecewakan jika orang tersebut tidak mendapatkan ganti rugi karena dia tidak memiliki asuransi.

Berikut ini di rumuskan sepuluh motif utama asuransi sebagai berikut:

1. Menghindari kerugian atau perlindungan finansial terhadap potensi kerugian;
2. Fokus pada pencegahan, menghindari dan mengurangi hasil negatif;
3. Penyesalan yang diantisipasi, jika tidak diasuransikan;
4. Menghilangkan kekhawatiran dan mendapatkan ketenangan pikiran;
5. Efek perbandingan sosial dari seseorang yang sudah diasuransikan;
6. Mematuhi norma pribadi atau sosial;
7. Kepuasan karena berhasil mengatasi atau mengendalikan ancaman lingkungan
8. Keinginan untuk berinvestasi di masa depan yang aman;
9. Mengubah kerugian menjadi keuntungan (daya tarik investasi);
10. Keterikatan pada objek yang diasuransikan.

Motif seseorang dalam memiliki asuransi tidak semata-mata didorong oleh pertimbangan ekonomi rasional, tetapi juga oleh faktor psikologis, sosial, dan emosional. Asuransi berfungsi sebagai sarana perlindungan finansial untuk menghindari atau mengurangi kerugian akibat peristiwa yang tidak pasti, sekaligus sebagai bentuk investasi untuk menciptakan rasa aman dan kepastian di masa depan. Dalam kerangka teori fokus regulasi, keputusan berasuransi mencerminkan orientasi pencegahan yang bertujuan menghindari hasil negatif dan potensi penyesalan di kemudian hari. Selain itu, perilaku berasuransi dipengaruhi oleh keterikatan emosional terhadap objek yang diasuransikan, norma pribadi dan sosial, serta efek perbandingan sosial yang mendorong individu meniru perilaku orang lain di sekitarnya. Dengan demikian, motif asuransi merupakan hasil interaksi antara upaya mengelola risiko, mengantisipasi kerugian dan penyesalan, memenuhi tuntutan sosial, serta keinginan untuk memastikan kesejahteraan dan ketenangan hidup jangka panjang bagi diri sendiri dan keluarga.

D. PREFERENSI ASURANSI

Menyikapi masalah dalam konteks asuransi dan melihat masalah sebagai kerugian akan meningkatkan permintaan akan perlindungan. Kunreuther (1997) memberikan contoh berikut ini. Jika seseorang ditanya apakah dia akan membayar \$140 untuk melindungi dirinya dari kerugian sebesar \$10.000 dengan probabilitas 0,01, banyak orang yang tidak akan menerimanya. Jika masalah yang sama dibingkai dengan membeli polis asuransi seharga \$140, maka akan ada lebih banyak orang yang mau menerimanya.

Sejumlah anomali dari teori ekonomi hadir dalam perilaku asuransi (Kunreuther & Pauly, 2006). Banyak konsumen lebih memilih asuransi tanpa atau dengan pengurangan risiko (*deductible*) yang rendah, meskipun polis asuransi ini lebih mahal daripada asuransi dengan pengurangan risiko yang tinggi. Semakin rendah *deductible*, semakin tinggi kemungkinan perusahaan asuransi akan membayar sesuatu sebagai ganti premi yang dibayarkan. Dalam hal ini, orang memiliki kesan bahwa asuransi adalah kesepakatan yang adil karena mereka mendapatkan sesuatu sebagai imbalan atas premi

yang mereka bayarkan. Banyak konsumen membayar premi untuk sejumlah uang yang dapat dikurangkan yang dapat mereka tanggung sendiri dengan mudah. Penjelasan nya mungkin adalah bias *status quo*, jika opsi *default* dari polis asuransi ini adalah opsi tanpa atau dengan *deductible* yang rendah.



Gambar 7.4 Preferensi Asuransi Indonesia
(Sumber: www.goodstats.id)

Banyak konsumen lebih memilih polis asuransi dengan potongan harga setelahnya, ketika opsi yang dapat dikurangkan secara finansial lebih menarik. Pada opsi *deductible*, konsumen membayar lebih sedikit untuk polis mereka. Pada opsi potongan harga, mereka mendapatkan uang mereka kembali setelahnya jika mereka tidak mengklaim jumlah ini sebagai kompensasi atas kerusakan. Jelas lebih murah untuk tidak membayar jumlah ini daripada mendapatkannya kembali satu tahun atau lebih kemudian, tanpa menerima bunga. Mendapatkan uang kembali adalah semacam "hadiah untuk diri sendiri" dan dengan demikian merupakan keuntungan rejeki nomplok yang menarik. Dengan cara yang sama, banyak pembayar pajak lebih suka mendapatkan uang kembali dari

otoritas pajak di akhir tahun fiskal daripada membayar pajak penghasilan bulanan dalam jumlah yang lebih rendah.

Contoh lain dari bias *status quo* adalah perbedaan pilihan rencana kesehatan antara peserta baru dan peserta lama. Samuelson & Zeckhauser (1988) menemukan bahwa satu program tertentu dengan premi dan deduksi yang lebih menguntungkan memiliki pangsa pasar yang terus meningkat di kalangan karyawan baru, namun pangsa pasarnya lebih rendah di kalangan karyawan lama. Karyawan yang lebih tua telah memiliki rencana lain dan tidak beralih ke rencana yang lebih baik. Penjelasaannya adalah adanya kelambanan untuk membandingkan kedua rencana dan beralih. Karyawan yang lebih tua lebih berkomitmen dan setia pada program asuransi (*efek endowment*) dan dengan demikian kecil kemungkinannya untuk beralih. Bias *status quo* dapat menjadi penghalang untuk memilih asuransi yang lebih baik. Hal ini menjelaskan mengapa perusahaan-perusahaan yang sudah mapan di suatu pasar mempertahankan basis atau waralaba pelanggan yang besar, bahkan ketika perusahaan-perusahaan dengan produk yang lebih baik telah memasuki pasar.

Dalam konteks asuransi, sering muncul fenomena yang dikenal sebagai *pemikiran magis (magical thinking)*. Pemikiran ini merujuk pada kecenderungan individu untuk mengaitkan tindakan pencegahan, seperti memiliki asuransi atau bentuk perlindungan lainnya, dengan kemungkinan terjadinya suatu peristiwa. Individu yang tidak mengambil tindakan pencegahan cenderung percaya bahwa hasil negatif lebih mungkin terjadi. Fenomena ini dikenal sebagai *tempting fate effect*, yaitu kondisi ketika individu yang tidak memiliki asuransi atau perlindungan lebih sering memikirkan, membayangkan, dan mengkhawatirkan kemungkinan terjadinya hasil negatif dibandingkan dengan mereka yang telah mengambil tindakan pencegahan. Kekhawatiran yang berulang terhadap hasil negatif tersebut meningkatkan probabilitas subjektif atas terjadinya peristiwa tersebut melalui mekanisme *availability heuristic* (Tykocinski, 2008).

Sebaliknya, individu yang telah mengambil tindakan pencegahan, seperti memiliki asuransi, cenderung lebih jarang memikirkan hasil negatif dan merasakan *ketenangan pikiran (peace of*

mind). Fenomena ini dikenal sebagai *protection effect* (Tykocinski, 2008).. Sebuah perumpamaan menyatakan bahwa “kepemilikan masker gas tampaknya mampu mengurangi kemungkinan terjadinya serangan rudal”. Analogi ini sejalan dengan kepemilikan asuransi, di mana memiliki polis asuransi tampak seolah-olah menurunkan probabilitas subjektif terjadinya peristiwa negatif. Padahal, secara objektif, baik masker gas maupun polis asuransi hanya berfungsi untuk mengurangi dampak kerugian apabila peristiwa negatif terjadi, bukan untuk menurunkan kemungkinan terjadinya peristiwa tersebut.

Preferensi konsumen terhadap produk asuransi sangat dipengaruhi oleh cara risiko dibingkai, bias perilaku, serta faktor psikologis yang menyertai proses pengambilan keputusan. Pembingkaiian risiko sebagai potensi kerugian cenderung meningkatkan permintaan asuransi, meskipun secara ekonomi keputusan tersebut tidak selalu optimal. Dalam praktiknya, banyak konsumen menunjukkan kecenderungan memilih polis dengan deductible rendah, potongan harga di akhir periode, atau mempertahankan pilihan yang sudah ada, yang mencerminkan adanya bias *status quo*, efek *endowment*, dan persepsi keadilan dalam pertukaran premi dan manfaat. Selain itu, preferensi asuransi juga dipengaruhi oleh pemikiran magis, seperti *tempting fate effect* dan *protection effect*, yang membentuk probabilitas subjektif atas terjadinya peristiwa negatif. Kepemilikan asuransi tidak mengubah risiko objektif, tetapi memberikan ketenangan pikiran dan mengurangi kecemasan terhadap kemungkinan kerugian. Dengan demikian, preferensi asuransi merupakan hasil interaksi kompleks antara pertimbangan ekonomi, keterbatasan rasionalitas, dan mekanisme psikologis dalam menghadapi ketidakpastian.

E. ASURANSI BANJIR

Salah satu contoh evaluasi risiko dan pengambilan keputusan dalam asuransi adalah kasus asuransi banjir (Tykocinski, 2008). Studi kasus yang sering dikutip terjadi di Polandia, yang mengalami banjir bandang parah pada tahun 1997 dan 1998. Peristiwa tersebut mendorong masyarakat untuk mengambil asuransi banjir dan

menjadi faktor utama dalam keputusan kepemilikan asuransi. Setelah kejadian banjir, banyak pemilik rumah memutuskan untuk membeli asuransi, kemungkinan karena adanya penyesalan (*regret*) atas keputusan sebelumnya yang tidak mengasuransikan properti mereka. Namun, dampak peningkatan kepemilikan asuransi tersebut bersifat jangka pendek. Empat tahun setelah banjir, jumlah rumah tangga yang memiliki asuransi banjir kembali menurun. Penurunan ini dapat disebabkan oleh kecenderungan masyarakat untuk “melupakan” peristiwa banjir atau menilai probabilitas terjadinya banjir kembali menjadi lebih rendah setelah beberapa tahun tanpa kejadian serupa. Selain itu, sebagian pemegang polis menilai premi yang dibayarkan lebih besar dibandingkan manfaat yang diharapkan, sementara sebagian lainnya menganggap pembayaran premi sebagai sesuatu yang “sia-sia” karena tidak terjadi banjir selama periode pertanggungan.

Fenomena serupa juga dapat diamati pada konteks banjir di Pulau Sumatera, khususnya di wilayah Sumatera Utara, Aceh, dan Sumatera Barat. Daerah-daerah tersebut secara periodik mengalami banjir akibat curah hujan tinggi, kondisi geografis, serta perubahan tata guna lahan. Setiap kali terjadi banjir besar, kesadaran masyarakat terhadap risiko meningkat dan mendorong minat untuk mengambil asuransi atau bentuk perlindungan lainnya. Namun, seiring berjalannya waktu tanpa kejadian banjir yang signifikan, persepsi risiko cenderung menurun. Masyarakat kembali menilai bahwa kemungkinan terjadinya banjir relatif kecil, sehingga keputusan untuk mempertahankan atau memperpanjang asuransi sering kali dipertanyakan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengalaman langsung terhadap bencana memiliki pengaruh kuat namun sementara terhadap persepsi risiko dan pengambilan keputusan asuransi, baik di negara maju maupun di wilayah berkembang seperti Indonesia.



Gambar 7.5 Banjir Bandang di Indonesia

(Sumber: www.tribrataneews.polri.go.id)

Dua komponen utama kerugian, yaitu probabilitas terjadinya suatu peristiwa dan besarnya kerugian yang ditimbulkan, bersama dengan tingkat premi asuransi, menghasilkan beberapa temuan sebagai berikut:

1. Pemilik rumah yang memiliki asuransi cenderung menilai probabilitas terjadinya banjir dan besarnya kerugian lebih tinggi dibandingkan dengan pemilik rumah yang tidak memiliki asuransi. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui *efek takdir* (*tempting fate effect*), di mana pemilik rumah yang diasuransikan mungkin tidak terlalu sering memikirkan risiko banjir dalam kehidupan sehari-hari, namun ketika diminta untuk mengevaluasinya, mereka merasionalisasi keputusan berasuransi dengan memberikan penilaian probabilitas banjir yang lebih tinggi.
2. Pemilik rumah yang diasuransikan menilai tingkat pengetahuan pribadi mereka mengenai konsekuensi banjir lebih rendah dibandingkan dengan pemilik rumah yang tidak diasuransikan. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan untuk mengalihkan tanggung jawab pengelolaan risiko kepada perusahaan asuransi.
3. Pemilik rumah yang tidak memiliki asuransi cenderung memandang premi asuransi sebagai biaya yang terlalu mahal dibandingkan dengan manfaat perlindungan yang diharapkan.

Hal ini berarti bahwa pemilik rumah yang tidak mengasuransikan rumahnya terlalu percaya diri dalam hal pengetahuan mereka tentang banjir. Mereka mungkin mempercayai langkah-langkah yang telah diambil pemerintah untuk mengatasi banjir, seperti tanggul pelindung di sepanjang sungai. Pemilik rumah yang tidak mengasuransikan rumahnya menjadi terlalu optimis dan menganggap banjir di masa depan lebih kecil kemungkinannya dibandingkan dengan pemilik rumah yang mengasuransikan rumahnya, sehingga mereka membatalkan asuransi banjir mereka. Setelah banjir berikutnya, mereka mungkin akan membeli asuransi lagi. Kesimpulannya adalah bahwa pembelian asuransi lebih mungkin dilakukan setelah terjadinya bencana daripada sebelum bencana. Menarik juga untuk mengetahui apakah pemilik rumah menganggap banjir sebagai kejadian acak yang mungkin terjadi atau tidak, pada tahun tertentu, atau menganggap banjir sebagai konsekuensi dari sebuah tren, yang disebabkan oleh perubahan iklim. Jika yang terakhir ini yang terjadi, mereka mungkin akan memperkirakan akan terjadi lebih banyak banjir di masa depan dan kemudian lebih cenderung mengambil asuransi banjir.

F. PRASANGKA STATUS QUO DALAM ASURANSI

Prasangka status quo (*status quo bias*) merujuk pada kecenderungan individu untuk mempertahankan pilihan yang telah dimiliki atau yang ditawarkan sebagai pilihan awal di pasar, serta menunjukkan keengganan untuk melakukan perubahan. Dalam konteks asuransi, prasangka ini tercermin pada perilaku konsumen yang cenderung tetap menggunakan polis yang sudah ada atau opsi standar yang ditawarkan, meskipun alternatif lain mungkin lebih sesuai dengan kebutuhan atau preferensi mereka. Sikap ini menunjukkan rendahnya motivasi konsumen untuk mengevaluasi kembali dan mengubah keputusan asuransi.



Gambar 7.6 Mekanisme Prasangka Status Quo dalam Asuransi

Perubahan terhadap polis asuransi, khususnya dalam bentuk perampangan atau pengurangan cakupan perlindungan, sering kali dipersepsikan sebagai potensi kerugian. Hal ini berkaitan erat dengan konsep *loss aversion*, yaitu kecenderungan individu untuk lebih merasakan kerugian dibandingkan keuntungan dengan besaran yang sama. Konsumen khawatir bahwa pengurangan perlindungan akan membuat mereka tidak lagi terlindungi dari risiko tertentu, dan apabila kerugian tersebut benar-benar terjadi, mereka cenderung

menyalahkan diri sendiri atas keputusan mengubah polis. Sebaliknya, peningkatan cakupan polis asuransi biasanya diikuti oleh kenaikan premi, sehingga polis menjadi lebih mahal, kurang terjangkau, dan pada akhirnya kurang menarik bagi sebagian konsumen.

Johnson et al. (1993) meneliti pengaruh prasangka status quo dalam pemilihan asuransi mobil di negara bagian New Jersey dan Pennsylvania, Amerika Serikat. Regulasi di kedua negara bagian tersebut memberikan pengemudi pilihan antara membayar premi lebih rendah dengan membatasi hak menuntut secara hukum, atau membayar premi lebih tinggi untuk memperoleh hak menuntut penuh. Perbedaan utama terletak pada cara opsi tersebut disajikan. Di New Jersey, polis standar yang ditawarkan adalah polis berbiaya rendah dengan hak menuntut terbatas, sementara pengemudi harus membayar premi tambahan untuk memperoleh hak menuntut penuh. Sebaliknya, di Pennsylvania, polis standar adalah polis berbiaya tinggi dengan hak menuntut penuh, dan pengemudi dapat memilih opsi yang lebih murah dengan mengurangi hak menuntut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya 23 persen pengemudi di New Jersey yang memilih hak menuntut penuh, sedangkan di Pennsylvania persentasenya jauh lebih tinggi, yaitu 53 persen.

Temuan ini menegaskan bahwa opsi standar memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap pengambilan keputusan konsumen. Banyak individu cenderung memandang opsi standar sebagai pilihan yang “direkomendasikan” atau paling aman, meskipun secara formal mereka tetap memiliki kebebasan untuk mengubahnya (Benartzi & Thaler, 1995). Selain itu, faktor kelambanan (*inertia*), kenyamanan, keterbatasan waktu, serta keengganan untuk menghadapi kompleksitas informasi juga berperan dalam memperkuat prasangka status quo. Dalam praktiknya, konsumen sering kali menunda atau menghindari proses perubahan polis karena dianggap merepotkan atau berisiko menimbulkan kesalahan.

Dari sudut pandang perusahaan asuransi, keberadaan opsi standar memberikan keuntungan efisiensi dalam pemasaran dan administrasi. Perusahaan cukup menyampaikan satu skema utama kepada nasabah, dan apabila nasabah tidak melakukan perubahan hingga batas waktu tertentu, polis standar tersebut akan tetap berlaku

secara otomatis. Strategi ini tidak hanya mengurangi biaya komunikasi, tetapi juga meningkatkan tingkat retensi polis. Namun demikian, dari perspektif kesejahteraan konsumen, dominasi opsi standar berpotensi menyebabkan keputusan yang suboptimal apabila pilihan tersebut tidak sepenuhnya mencerminkan kebutuhan dan preferensi individu.

Prasangka status quo memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan asuransi, terutama melalui kecenderungan konsumen untuk mempertahankan opsi standar dan menghindari perubahan. Faktor psikologis seperti *loss aversion*, atribusi tanggung jawab pribadi, serta kelambanan dalam pengambilan keputusan memperkuat perilaku ini. Bukti empiris menunjukkan bahwa cara penyajian pilihan asuransi dapat secara signifikan memengaruhi keputusan konsumen, bahkan ketika struktur manfaat dan biaya pada dasarnya sama. Oleh karena itu, pemahaman terhadap prasangka status quo menjadi penting bagi perusahaan asuransi, regulator, dan pembuat kebijakan untuk merancang produk dan mekanisme pilihan yang tidak hanya efisien, tetapi juga mendukung pengambilan keputusan yang lebih rasional dan sesuai dengan kepentingan konsumen.

G. LANGKAH-LANGKAH PERLINDUNGAN DALAM ASURANSI

Langkah-langkah perlindungan merupakan bagian yang perlu dipahami oleh setiap nasabah yang memiliki asuransi. Perusahaan asuransi dapat meminta tindakan perlindungan ini dari nasabahnya untuk selalu berhati-hati. Tindakan perlindungan akan mencegah atau mengurangi potensi kerugian. Contoh tindakan perlindungan atau mitigasi ini adalah: (1) memasang detektor asap di rumah, (2) memasang sistem *alarm* pencurian di rumah, (3) membeli setir mobil, (4) menggunakan sabuk pengaman untuk kursi belakang mobil, jika belum diwajibkan, (5) memasang kunci baut mati pada pintu dan jendela, dan (6) membawa anjing penjaga di rumah atau halaman.

Investasi dalam langkah-langkah perlindungan memerlukan biaya awal, tetapi memberikan manfaat jangka panjang berupa berkurangnya kerugian yang mungkin terjadi. Kesiediaan membayar (*Willingness to Pay/WTP*) untuk upaya mitigasi risiko (Kunreuther,

1997) dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu: 1) Persepsi terhadap probabilitas terjadinya bencana (misalnya pencurian atau kebakaran); 2) Besarnya potensi kerugian yang dapat ditimbulkan, 3) Biaya yang harus dikeluarkan untuk tindakan perlindungan, 4) Efektivitas yang diharapkan dari tindakan perlindungan tersebut; 5) Lama waktu penggunaan atau keberlangsungan manfaat dari perlindungan, dan 5) Tingkat kecemasan dan ketakutan terhadap kemungkinan bencana (pencurian atau kebakaran)



Gambar 7.7 Contoh Perlindungan Risiko oleh Nasabah Asuransi

Kunreuther (1997) menemukan bahwa konsumen Amerika pada umumnya bersedia untuk melakukan tindakan perlindungan ini, tetapi tidak memperhitungkan berapa lama tindakan ini akan digunakan secara efektif. WTP tidak akan lebih besar jika tindakan tersebut dapat digunakan untuk jangka waktu yang lebih lama. Perlu dicatat bahwa WTP dalam studi ini, berkaitan dengan mitigasi kerugian properti. WTP umumnya lebih tinggi untuk tindakan-tindakan keselamatan mobil yang melindungi dari risiko yang mengancam nyawa dan kesehatan (Dreyfus & Viscusi, 1995). Mungkin juga diharapkan bahwa konsumen berpenghasilan tinggi lebih bersedia membayar untuk asuransi dan tindakan perlindungan daripada konsumen berpenghasilan rendah.

Dengan demikian, langkah-langkah perlindungan tidak hanya memberikan rasa aman bagi nasabah, tetapi juga berfungsi sebagai strategi manajemen risiko bagi perusahaan asuransi. Ketika nasabah secara aktif menerapkan tindakan pencegahan, potensi klaim dapat berkurang sehingga premi dapat ditekan lebih stabil. Selain itu, kesadaran akan pentingnya perlindungan juga dapat membentuk perilaku yang lebih bertanggung jawab dalam menjaga aset pribadi maupun keluarga.

H. MORAL HAZARD

Ada beberapa kelompok nasabah asuransi. Kelompok pertama terdiri dari orang-orang yang teliti dan berhati-hati. Mereka mengambil asuransi untuk mengurangi potensi kerugian fisik dan finansial serta untuk meningkatkan keamanan finansial mereka. Ini adalah pilihan yang positif dan perusahaan asuransi lebih suka memiliki pelanggan seperti ini. Kelompok kedua terdiri dari orang-orang yang lebih berani mengambil risiko dan lebih mungkin untuk mengklaim kerusakan. Ini adalah pilihan negatif atau merugikan bagi perusahaan asuransi.

Apakah orang yang diasuransikan cenderung mengambil lebih banyak risiko karena merasa akan mendapat kompensasi finansial atas kerugian? Misalnya, apakah siswa yang memiliki asuransi menjadi lebih sering meninggalkan sepeda mereka di ruang publik tanpa kunci yang aman? Penting untuk diingat bahwa kompensasi

finansial dari asuransi biasanya hanya sebagian dan seringkali tidak cukup untuk membeli sepeda baru. Selain itu, diperlukan waktu dan usaha sebelum klaim dibayarkan oleh perusahaan asuransi. Kondisi inilah yang kemudian mengarahkan kita pada pembahasan mengenai *moral hazard*.



Gambar 7.8 Gambaran Sederhana Moral Hazard
(Sumber: www.barisandata.com)

Konsumen cenderung lebih banyak menggunakan layanan ketika biayanya ditanggung oleh asuransi dibandingkan jika harus membayar sendiri. Sebagai contoh, seseorang dengan asuransi kesehatan penuh (100%) mungkin akan lebih sering mengunjungi dokter setiap kali merasa sakit. Namun, jika mereka memiliki *deductible* sebesar Rp6.800.000 dan harus menanggung biaya awal sendiri, kecenderungannya untuk berkunjung ke dokter akan berkurang. Pertanyaan lain muncul: apakah pemegang asuransi perjalanan lebih mungkin kehilangan bagasi mereka? Kemungkinan besar tidak, karena kehilangan bagasi saat liburan menimbulkan banyak ketidaknyamanan, rasa khawatir, dan upaya ekstra untuk memperbaiki situasi. Namun, ada kasus di mana seseorang mungkin bertindak curang, misalnya dengan menyatakan kehilangan kamera selama perjalanan untuk kemudian mengajukan klaim. Dalam situasi seperti ini, asuransi disalahgunakan. Fenomena ini dikenal sebagai

moral hazard, yaitu perilaku tertanggung yang meningkatkan potensi kerugian (Rowell & Connelly, 2012).

Moral hazard didasarkan pada informasi asimetris. Perusahaan asuransi tidak dapat sepenuhnya mengetahui keadaan tertanggung, apakah orang tersebut benar-benar sakit atau mengetahui seberapa besar tingkat penyakitnya. Perusahaan asuransi berharap agar tertanggung berperilaku bijaksana dan hati-hati, tetapi tidak dapat mengontrol perilaku tertanggung. Ada tiga jenis *moral hazard* yang dapat dibedakan (Lukaszewski & Manson, 2025; Ranyard & McHugh, 2012; Zhou & Li, 2025), yaitu:

- a. *Ex-ante moral hazard* merujuk pada perilaku berisiko yang dilakukan tertanggung sebelum suatu kejadian terjadi. Misalnya, seseorang mungkin mengemudi secara sembrono sehingga meningkatkan peluang kecelakaan, yang akhirnya menambah beban biaya bagi perusahaan asuransi. Untuk mengurangi potensi kerugian, perusahaan biasanya menetapkan premi lebih tinggi kepada nasabah dengan catatan klaim yang sering, misalnya mereka yang termasuk dalam 10% tertinggi pengaju klaim. Selain itu, sebagian nasabah cenderung menyembunyikan informasi pribadi yang relevan, seperti riwayat penyakit keluarga, kebiasaan merokok, penyalahgunaan narkoba, atau konsumsi alkohol, agar tidak dikenakan premi yang lebih mahal.
- b. *Ex-post moral hazard* terjadi setelah perlindungan asuransi berlaku, yakni ketika tertanggung menggunakan layanan secara berlebihan karena biayanya sudah ditanggung. Contohnya, kunjungan ke dokter lebih sering daripada kebutuhan medis yang sesungguhnya. Hal ini menyulitkan perusahaan asuransi untuk menilai apakah suatu layanan benar-benar diperlukan. Bahkan ketika ada batas maksimum kunjungan ke fisioterapis, sebagian orang tetap menggunakan kuota penuh meskipun kondisinya tidak mendesak. Pola pikir ini muncul karena nasabah sering mempersepsikan premi kesehatan sebagai “biaya prabayar perawatan” dan bukan sebagai premi risiko,

sehingga merasa rugi jika layanan tidak dimanfaatkan suatu bentuk perilaku yang dipengaruhi oleh *sunk cost*.

- c. *Fraud* asuransi juga termasuk *moral hazard*, karena perusahaan tidak dapat sepenuhnya memastikan kebenaran klaim. Bentuknya bisa berupa: *Planned fraud*, yakni penipuan yang direncanakan dengan sengaja, seperti memalsukan kejadian kecelakaan, pencurian, atau cedera. *Opportunistic fraud*, yakni memanfaatkan kejadian nyata tetapi dilebih-lebihkan nilainya sehingga klaim menjadi lebih besar dari kerugian sebenarnya. Survei menunjukkan sekitar 25–35% konsumen menilai bahwa mengajukan klaim berlebihan masih dapat dibenarkan (Fred van Raaij, 2016). Namun, Tennyson (2002) mengungkapkan bahwa konsumen dengan pengalaman lebih banyak serta pandangan positif terhadap industri asuransi cenderung menolak praktik ini. Sebaliknya, mereka yang belum berpengalaman kerap salah memahami kontrak dan aturan asuransi, sehingga lebih permisif terhadap penipuan. Faktor demografis juga berpengaruh: perempuan, individu berpendidikan tinggi, serta kelompok usia lanjut lebih jarang menyetujui tindakan penipuan.

Orang umumnya ingin dianggap jujur, tetapi dalam praktiknya seringkali muncul ketidakjujuran yang “halus” seperti penipuan asuransi oportunistik. Untuk mengurangi ketegangan batin, mereka biasanya merasionalisasi tindakannya dengan menafsirkan ulang kebenaran demi keuntungan pribadi, misalnya menambahkan kerusakan lama ke dalam klaim baru atau meyakinkan diri bahwa kerugian bisa saja lebih besar. Dengan cara ini, mereka tetap merasa adil terhadap diri sendiri sekaligus menjaga citra sebagai orang jujur. Namun, kesadaran akan norma moral dapat mempersempit ruang bagi ketidakjujuran. Karena itu, perusahaan asuransi dapat mendorong perilaku lebih jujur dengan meminta nasabah menandatangani kode etik sejak awal, serta mengingatkan mereka melalui pernyataan kehormatan pada formulir klaim.



Model Perilaku Perencanaan Pensiun

Sebagian besar orang setuju bahwa perencanaan pensiun dan jaminan hari tua adalah hal yang sangat penting bagi mereka, namun mereka tidak menghabiskan banyak waktu untuk membahas topik ini dan tidak menabung untuk masa pensiun mereka. Hal ini mungkin disebabkan oleh pertimbangan waktu, terutama karena pensiun masih jauh di masa depan. Oleh karena itu, bab ini hadir membahas penyebab dan dampak dari penundaan menabung untuk masa pensiun. Pertanyaan utamanya adalah bagaimana hal ini dapat ditingkatkan demi kepentingan konsumen dan masyarakat.

A. PERENCANAAN PENSIUN

Perencanaan pensiun adalah proses sistematis untuk mempersiapkan keamanan finansial di masa tua melalui akumulasi aset dan strategi pengelolaan pendapatan selama masa pensiun. Definisi secara variatif ialah sebagai proses penentuan tujuan pendapatan dan tindakan untuk mencapainya, sebagai kegiatan multidimensi yang menghubungkan sumber daya pra-pensiun ke sumber daya saat pensiun, dan sebagai kerangka yang memperhitungkan aspek perilaku, likuiditas, dan decumulation. Adapun definisi perencanaan pensiun menurut para ahli sebagai berikut:

1. Perencanaan pensiun adalah proses menentukan tujuan pendapatan pensiun serta tindakan dan keputusan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut (Frank et al., 2024).

2. Perencanaan pendapatan pensiun dipandang sebagai bidang terpisah dalam perencanaan keuangan yang fokus pada konversi portofolio menjadi aliran pendapatan dan pengelolaan risiko yang berubah drastis pada masa pensiun, seperti risiko umur panjang, risiko pasar saat penarikan, dan guncangan pengeluaran (Noone et al., 2022).
3. Perencanaan pensiun harus dimulai dengan estimasi penarikan yang diperlukan untuk gaya hidup yang diinginkan, kemudian menentukan portofolio target yang dapat menopang penarikan itu, dan akhirnya menghitung kontribusi yang diperlukan selama masa kerja untuk mencapai target tersebut (de Villiers & Roux, 2019).



Gambar 8.1 Ilustrasi Perencanaan Pensiun
(Sumber: www.hr.proxsisgroup.com)

Berdasarkan definisi para ahli dapat disimpulkan bahwa perencanaan pensiun adalah proses yang sistematis dan terstruktur untuk mempersiapkan kebutuhan finansial seseorang di masa pensiun. Proses ini dimulai dengan menetapkan tujuan pendapatan pensiun yang sesuai dengan gaya hidup yang diinginkan, kemudian menghitung estimasi penarikan dana yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Selanjutnya, perencanaan pensiun melibatkan penentuan portofolio investasi yang mampu menopang penarikan dana tersebut serta menentukan kontribusi yang harus

dilakukan selama masa kerja agar target keuangan tercapai. Selain itu, perencanaan pensiun juga mencakup pengelolaan risiko yang signifikan pada masa pensiun, seperti risiko umur panjang, risiko pasar saat penarikan dana, dan kemungkinan guncangan pengeluaran, sehingga individu dapat menjalani pensiun dengan keamanan finansial dan stabilitas pendapatan.

Dalam perencanaan pensiun ada dua skema yang dilibatkan, yaitu:

1. Skema manfaat pasti *Defined benefit* (DB) : Manfaat menerima pendapatan pensiun tertentu sudah pasti, terlepas dari premi yang dibayarkan seseorang untuk pensiun. Dalam banyak kasus, pekerja saat ini membayar premi pensiun dan dengan demikian membayar pendapatan pensiun pekerja yang sudah pensiun. Pensiun negara dirancang dengan cara ini dan otoritas pajak mengumpulkan premi bersama dengan pajak penghasilan. Skema DB tergantung pada jumlah pekerja yang membayar premi dan jumlah pensiunan yang menerima manfaat pendapatan pensiun. Jika jumlah pekerja terlalu rendah untuk jumlah pensiunan, maka premi harus dinaikkan atau pendapatan pensiun harus diturunkan. Solidaritas antargenerasi diperlukan agar pekerja masa kini tetap membayar untuk pekerja yang sudah pensiun, sementara pekerja masa kini berharap bahwa generasi pekerja berikutnya akan membayar pendapatan pensiun mereka.
2. Skema iuran pasti *Defined contribution* (DC) : Manfaat menerima pendapatan pensiun tertentu tergantung pada premi (kontribusi) yang telah dibayarkan oleh pensiunan selama masa kerjanya. Program pensiun pemberi kerja dirancang dengan cara ini. Ini adalah sistem yang murni individual: semakin banyak Anda berkontribusi, semakin tinggi pendapatan pensiun Anda. Dana pensiun pemberi kerja menginvestasikan pembayaran pensiun untuk meningkatkan nilai dan manfaat program pensiun. Program pensiun yang baru sering kali didasarkan pada DC dan bukan pada DB. Hal ini juga disebabkan oleh aturan akuntansi yang baru. Karyawan memikul lebih banyak tanggung jawab dalam skema DC untuk mengambil

keputusan tentang berapa banyak yang harus ditabung untuk masa pensiun. Banyak karyawan yang tidak mengikuti program DC dan, jika mereka ikut, mereka tidak menabung dengan jumlah yang cukup. Ini adalah masalah sosial yang sangat besar. Penjelasan untuk rendahnya tingkat tabungan ini adalah preferensi waktu dan terutama bias masa kini, lebih memilih membelanjakan uang sekarang daripada menabung untuk masa depan, dan kurangnya pengaturan diri, tidak dapat menahan pengeluaran dan bahkan menganggap tabungan pensiun sebagai "kehilangan" uang.

Tabungan pensiun dan rencana pensiun sangat penting bagi individu dan negara. Hal ini menyangkut pendapatan pribadi atau rumah tangga setelah pensiun. Perencanaan pensiun adalah kontrak jangka panjang dan kepercayaan terhadap dana pensiun diperlukan untuk terlibat dalam kontrak tersebut. Orang sering kali tidak termotivasi untuk meluangkan waktu untuk memperoleh dan memahami informasi tentang program pensiun. Departemen HRM perusahaan adalah sumber informasi utama bagi karyawan tentang hak pensiun dan pendapatan pensiun mereka. Informasi di media tentang pensiun dan nasihat pensiun juga penting, begitu juga pengalaman orang lain dengan program pensiun dan pendapatan mereka. Untungnya, keterlibatan dan motivasi meningkat ketika usia bertambah dan masa pensiun semakin dekat. Sayangnya, banyak konsumen yang kemudian terlalu tua untuk meningkatkan pendapatan pensiun mereka secara signifikan dengan asuransi atau tabungan tambahan.

B. KESADARAN PENSIUN DAN MOTIVASI

Banyak orang menganggap merencanakan pensiun sebagai sebuah antisipasi keuangan dilakukan nanti, saat mereka sudah berusia di atas 65 tahun. Kebanyakan orang-orang tidak suka memikirkan masa tua dengan segala penyakit, cacat, dan ketidaknyamanannya. Pensiun juga diasosiasikan dengan keluar dari dunia kerja, tidak lagi memiliki kekuatan, produktivitas menurun, dan memiliki status sosial, nilai, dan harga diri yang lebih rendah.

Sementara kaum muda memiliki prioritas lain yang harus dipikirkan seperti pekerjaan dan karier, membeli rumah, pernikahan, dan membentuk keluarga. Para ahli berpendapat bahwa ketertarikan seseorang dalam memikirkan perencanaan keuangan di masa pensiun, di perkuat kondisi untuk hidup aman dan nyaman serta berkecukupan di hari tua. Mereka tidak ingin merasakan hari tua dengan kemiskinan dan kekurangan, sehingga tertarik menggunakan program pensiun (Assabil & Abubakar, 2025). Dalam situasi seperti ini mereka akan merasa takut untuk pensiun dengan kondisi kemiskinan, sehingga membuat mereka termotivasi untuk mengubah situasi mereka menjadi lebih baik lagi dalam menghadapi masa depan.



Gambar 8.2 Ilustrasi Kesadaran Pensiun dan Motivasi

Penelitian yang dilakukan Hershfield et al. (2011) memperlihatkan kepada orang berbagai gambar yang menunjukkan perkembangan usia mereka dan penampilan mereka saat pensiun. Ternyata gambar yang diperlihatkan tersebut, mampu memotivasi orang untuk memikirkan masa pensiun mereka. Pendekatan yang dipersonalisasi ini dapat digunakan dalam pengaturan eksperimental dan sosialisasi yang tepat sasaran kepada orang-orang untuk peduli dengan kehidupan dimasa tua. Hal ini disebut dengan komunikasi massa untuk memvisualisasi diri di masa depan yang diharapkan mereka lebih peduli kepada dirinya dan kesejahteraannya di hari tua. Selain itu menggunakan periklanan dan komunikasi terkait dana

pensiun juga menjadi media promosi yang efektif. Harapannya mereka peduli dengan kesehatan, kehidupan sosial, dan juga kondisi keuangan untuk tidak berperilaku boros di masa muda (Kausel et al., 2024).

Faktor penting yang perlu diperhatikan adalah kesadaran dan motivasi sebagai titik awal pengetahuan tentang pensiun dan pentingnya memiliki tabungan pensiun. Kesadaran berarti memahami bahwa pendapatan pensiun bisa menjadi masalah di masa depan. Topik ini semakin dikenal karena sering dibahas di media, apalagi setelah adanya krisis ekonomi yang menyebabkan dana pensiun tidak mampu memberikan manfaat sesuai janji. Informasi dan pemberitaan tersebut membuat masyarakat semakin sadar akan risiko ini. Namun, kesadaran saja tidak cukup. Diperlukan langkah lanjutan, yaitu mengubah kesadaran menjadi motivasi, lalu dari motivasi berkembang menjadi niat nyata untuk bertindak dan menyiapkan solusi, misalnya dengan menabung untuk masa pensiun.

Secara keseluruhan, kesadaran dan motivasi menjadi kunci dalam mendorong individu untuk mempersiapkan masa pensiun dengan baik. Pemahaman tentang risiko kekurangan pendapatan di hari tua, dikombinasikan dengan visualisasi diri di masa depan dan komunikasi yang efektif, dapat meningkatkan kepedulian terhadap kesejahteraan finansial, kesehatan, dan kehidupan sosial di masa pensiun. Kesadaran yang dimiliki harus diterjemahkan menjadi motivasi yang kuat, sehingga mendorong individu mengambil langkah nyata, seperti menabung atau mengikuti program pensiun, untuk memastikan masa tua yang aman, nyaman, dan mandiri secara finansial.

C. PENGETAHUAN TENTANG PENSIUN

Pengetahuan tentang pensiun mencakup motivasi untuk terlibat dalam masa pensiun, sikap konsumen dalam memahami program pensiun, pengendalian dan pengaturan diri, preferensi waktu dan penundaan, serta harapan tentang nilai masa depan terkait program pensiun. Bagi banyak orang, tingkat kesadaran dan motivasi yang rendah menyebabkan kurangnya minat untuk memperoleh pengetahuan tentang program pensiun dan pendapatan pensiun.

Karena program pensiun sering kali diindikasikan untuk program masa depan, sehingga bagi kebanyakan orang tidak menjadi sesuatu yang penting. Sehingga sikap menunda dan menanggukkan sering kali terjadi dan lebih memilih program perencanaan yang lain. Selain itu, program pensiun juga dianggap sulit untuk dipahami, tergantung pada banyak perkembangan politik, sosial, dan perkembangan yang tidak pasti membuat orang-orang merasa program pensiun tidak perlu direncanakan. Oleh karena itu, dibutuhkan banyak usaha dan waktu untuk membuat keputusan dan keterlibatan dalam memilih dan merencanakan program pensiun (Fred van Raaij, 2016).

Ada tiga langkah berurutan yang dapat membedakan pengetahuan tentang pensiun:

1. Memperkirakan pendapatan pensiun sebagai proporsi dari pendapatan sebelum pensiun. Banyak orang yang terlalu optimis dan memperkirakan pendapatan pensiun mereka terlalu tinggi.
2. Setelah mengetahui pendapatan pensiun, pertanyaan selanjutnya adalah apakah pendapatan tersebut mencukupi pengeluaran dan gaya hidup setelah pensiun. Apakah ada rencana, seperti bepergian dan pindah ke daerah yang beriklim lebih sejuk setelah pensiun? Kegiatan apa yang akan dilakukan setelah pensiun? Hal ini sangat relevan untuk kelompok usia 65 - 75 tahun. Bagaimana kondisi kesehatan pribadi dan seberapa besar biaya yang akan dikeluarkan untuk kesehatan dan perawatan di rumah? Hal ini sangat relevan untuk kelompok usia 75-85 tahun. G. A. Adams & Rau (2011) menyimpulkan bahwa banyak orang yang tidak siap dan tidak memiliki rencana apa yang harus dilakukan dan bagaimana membiayai 15-20 tahun terakhir dalam hidupnya.
3. Jika pendapatan pensiun ini tidak mencukupi untuk pengeluaran dan gaya hidup yang diharapkan setelah pensiun, bagaimana cara meningkatkan pendapatan pensiun? Orang-orang membutuhkan pengetahuan dan saran tentang cara menabung atau mengasuransikan pendapatan pensiun yang lebih tinggi di tahapan ketiga ini. Langkah-langkah untuk memiliki pendapatan pensiun yang lebih tinggi harus dilakukan

sebelum usia 45 tahun, jika tidak maka akan menjadi sangat mahal. Konsumen membutuhkan orientasi waktu masa depan untuk mengambil langkah-langkah ini tepat waktu. Selain itu, mereka tidak boleh menilai terlalu tinggi manfaat saat ini daripada manfaat di masa depan.

Banyak orang yang tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang pensiun. Mereka tidak menyadari bahwa program pensiun juga mencakup pensiun untuk pasangannya, jika orang yang menerima pensiun meninggal dunia sebelum masa pensiun. Beberapa sistem pensiun juga mencakup ketentuan untuk ketidakmampuan bekerja. Orang mungkin juga tidak menyadari bahwa usia pensiun di banyak negara berubah dari 65 tahun menjadi 67 tahun. Sementara di Indonesia sendiri pekerja swasta pensiun di umur 59 tahun dan pegawai negeri sipil berbeda tergantung jabatan dan regulasi kepegawaian namun rata-rata 65 tahun. Hal ini tentu menimbulkan keluhan pada banyak orang terkait kompleksitas informasi pensiun. Di satu sisi, ada terlalu banyak informasi (informasi yang berlebihan) dan di sisi lain, informasi yang relevan masih kurang (Van Raaij et al., 2016). Masyarakat juga menyadari masa pensiun masih jauh dan juga menyadari bahwa karir, pendapatan, kondisi ekonomi, dan keuangan mereka dapat berubah seiring berjalannya waktu.



Gambar 8.3 Salah Satu Produk JHT di Indonesia
(Sumber: www.dealls.com)

Sebagian besar karyawan terdaftar dalam program pensiun perusahaan. Biasanya, program ini merupakan bagian dari kontrak kerja dan menjadi opsi atau pilihan standar bagi mayoritas karyawan. Madrian & Shea (2001) dalam penelitiannya membandingkan tingkat partisipasi karyawan dalam dua varian program pensiun: keikutsertaan (*opt-in*) dan ketidakikutsertaan (*opt-out*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketika keikutsertaan dalam program pensiun bersifat sukarela (*opt-in*), hanya sekitar 20 persen karyawan yang bergabung setelah tiga bulan. Sebaliknya, ketika program pensiun dijadikan opsi standar dengan kemungkinan untuk tidak ikut serta (*opt-out*), sekitar 90 persen karyawan tetap terdaftar. Dalam skema *opt-out*, seluruh karyawan secara otomatis terdaftar kecuali mereka memilih untuk keluar. Dengan demikian, tingkat partisipasi jauh lebih tinggi dibandingkan skema *opt-in*. Fenomena ini dikenal sebagai *status quo bias*, yaitu kecenderungan individu untuk mempertahankan kondisi awal. Selain itu, partisipasi dalam skema *opt-out* umumnya terjadi sejak awal program, bukan beberapa bulan kemudian.

Varian *opt-out* juga dinilai lebih efisien karena memerlukan lebih sedikit upaya komunikasi, persuasi, serta biaya untuk mendorong karyawan agar terdaftar dalam program pensiun. Beshears et al. (2009) melaporkan hasil penelitian pada sebuah perusahaan yang mengubah kebijakan pendaftaran karyawan baru dari sistem non-otomatis (*opt-in*) menjadi pendaftaran otomatis (*opt-out*). Dalam sistem pendaftaran non-otomatis, tingkat partisipasi awal berada pada kisaran 60 persen dan meningkat secara bertahap hingga mencapai 80 persen. Namun, setelah penerapan pendaftaran otomatis, tingkat partisipasi meningkat hampir mencapai 100 persen. Hal ini menunjukkan bahwa *default option* sering kali dianggap sebagai bentuk rekomendasi oleh karyawan. Meskipun demikian, pendaftaran otomatis memiliki kelemahan. Jika tingkat tabungan yang rendah ditetapkan sebagai pilihan standar, maka karyawan cenderung mempertahankan tingkat tabungan tersebut. Sebaliknya, dalam sistem *opt-in*, beberapa karyawan mungkin memilih tingkat tabungan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, pilihan standar perlu diuji terlebih dahulu agar sesuai dengan batas atas tingkat penerimaan karyawan.

Menetapkan tingkat tabungan yang tinggi merupakan kepentingan jangka panjang bagi karyawan. Namun, dalam jangka pendek, mereka mungkin lebih memilih tingkat tabungan rendah untuk menghindari pengurangan penghasilan yang dirasakan sebagai "kerugian" saat ini. Apabila terdapat heterogenitas preferensi yang tinggi di antara karyawan, maka sulit untuk menetapkan satu standar yang sesuai bagi semua individu.

Thaler & Benartzi (2004) mengembangkan program SMarT untuk meningkatkan tabungan pensiun karyawan. SMarT adalah singkatan dari *Saving More Tomorrow*. Jika karyawan diminta untuk menabung sekarang untuk masa pensiun mereka, banyak karyawan yang mungkin tidak menerima usulan ini. Mereka mungkin menganggap hal ini sebagai "kerugian" karena berkurangnya pendapatan diskresioner yang tersisa untuk konsumsi saat ini. Namun, jika karyawan diminta untuk mengalokasikan sebagian dari kenaikan gaji mereka di masa depan untuk dana pensiun, lebih banyak yang akan menerimanya. Misalnya, dengan kenaikan gaji sebesar 4 persen, pembagian yang merata dapat dilakukan dengan mengalokasikan 2 persen untuk menabung untuk masa pensiun dan 2 persen untuk pendapatan diskresioner yang lebih tinggi (tanpa memperhitungkan pajak). Thaler dan Benartzi menemukan peningkatan tabungan pensiun dari 3,5 menjadi 13,6 persen dengan program SMarT. Sebagian besar karyawan (78 persen) mengikuti program ini, dan 80 persen tidak berhenti mengikuti program ini dan tetap mengikuti program ini. Program yang di gambarkan di atas menjelaskan keberhasilan, bahwa: (1) orang lebih suka mulai menabung "besok" daripada "hari ini". Dalam kasus "besok", konsekuensi negatifnya akan muncul kemudian, sama seperti orang yang lebih memilih untuk mulai berdiet di kemudian hari. (2) Komitmen lebih mudah diterima untuk "waktu yang akan datang" daripada "waktu saat ini". Tanggal 1 Januari adalah titik awal yang baik untuk banyak rencana yang baik. (3) Menabung dari gaji saat ini dianggap sebagai kerugian, sedangkan menabung sebagian dari kenaikan gaji di masa depan dianggap sebagai keuntungan yang lebih kecil. (4) Menabung lebih banyak dari gaji saat ini menyiratkan bahwa tingkat konsumsi harus dikurangi; menabung lebih banyak dari

kenaikan gaji di masa depan masih menyiratkan peningkatan (kecil) tingkat konsumsi.

Program SMarT telah dikritik sebagai program yang paternalistik, karena program SMarT sebagai pilihan *default* yang menyisakan sedikit ruang bagi orang untuk tidak berpartisipasi. Thaler & Sunstein (2009) menyebutnya sebagai "paternalisme libertarian", karena karyawan masih memiliki kebebasan untuk tidak mengikuti program SMarT. Program SMarT membantu karyawan untuk mengatasi kelambanan dan kurangnya kemauan mereka untuk menabung untuk masa pensiun. Pada saat pensiun, karyawan mungkin akan merasa senang karena opsi *default* ini membantu mereka menabung lebih banyak. Tanpa program ini, mereka mungkin tidak akan menabung dengan cukup dan mungkin akan menyesalnya di kemudian hari. Memang, opsi *default* dan komitmen awal tidak hanya membatasi kebebasan individu saat ini, tetapi juga membantu mereka untuk mewujudkan niat baik mereka untuk masa depan.

Program yang digambarkan di atas menjelaskan keberhasilan intervensi perilaku dalam meningkatkan tabungan pensiun melalui pendekatan komitmen masa depan. Di Indonesia sendiri, belum terdapat program yang sepenuhnya sepadan dengan SMarT sebagaimana dikembangkan oleh Thaler dan Benartzi. Namun, prinsip serupa dapat ditemukan pada sistem BPJS Ketenagakerjaan, khususnya program Jaminan Hari Tua (JHT) dan Jaminan Pensiun (JP), di mana karyawan secara otomatis terdaftar dan sebagian gajinya disisihkan untuk dana pensiun. Selain itu, terdapat pula program pensiun sukarela seperti Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) yang memberikan kesempatan bagi individu untuk menabung bagi masa pensiun mereka. Meskipun demikian, mekanisme peningkatan kontribusi secara bertahap berdasarkan kenaikan gaji seperti pada SMarT belum diterapkan. Tantangan seperti rendahnya literasi keuangan, preferensi konsumsi jangka pendek, serta keterbatasan regulasi dan infrastruktur administrasi masih menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, penerapan model seperti SMarT di Indonesia memerlukan dukungan kebijakan yang lebih adaptif serta edukasi keuangan yang berkelanjutan agar masyarakat terdorong untuk menabung lebih banyak bagi masa depan mereka.

Persiapan untuk masa pensiun, termasuk memastikan pendapatan pensiun yang cukup, sering kali ditunda, padahal langkah-langkah dan komitmen yang diambil sejak dini dapat memberikan manfaat besar bagi pendapatan pensiun di masa depan. Kebanyakan orang menyadari pentingnya pensiun dan memiliki niat baik untuk menabung lebih banyak, tetapi tetap menunda mengambil tindakan untuk mewujudkan niat tersebut, sebuah fenomena yang dikenal sebagai penundaan. Ironisnya, kesadaran akan pentingnya program pensiun yang baik justru dapat meningkatkan kecenderungan untuk menunda. Ketika seseorang mengetahui bahwa tugas yang harus dilakukan rumit atau memakan banyak waktu, dan mereka merasa saat ini belum memiliki cukup waktu, mereka cenderung menunda tugas tersebut hingga merasa siap untuk menyelesaikannya.

Salah satu solusi untuk mengatasi penundaan ini adalah dengan membagi tugas yang sulit menjadi beberapa bagian yang lebih kecil dan lebih mudah dikelola. Melaksanakan serangkaian tugas kecil yang relatif mudah lebih efektif daripada menghadapi satu tugas besar yang kompleks. Contohnya, Beshears et al. (2009) membagi keputusan untuk berpartisipasi dalam program 401(k) menjadi dua langkah: pertama, membuat keputusan untuk ikut program, dan beberapa bulan kemudian, menentukan jumlah kontribusi dan spesifikasi lainnya. Pendekatan dua langkah ini terbukti lebih berhasil dibandingkan menyelesaikan semuanya sekaligus. Alternatif lain adalah menyediakan bantuan dari penasihat atau perencana keuangan untuk menangani tugas-tugas yang sulit bagi konsumen yang tidak memiliki waktu atau kemauan untuk melakukannya sendiri (Schuermans, 2011). Saat ini, persiapan pensiun semakin dianggap sebagai tanggung jawab pribadi, yang tidak dapat sepenuhnya didelegasikan kepada pemberi kerja atau pemerintah.

Van Rooij et al. (2011) menemukan bahwa orang dengan pengetahuan keuangan yang tinggi lebih mungkin untuk merencanakan masa pensiun. Biasanya mereka memiliki pengetahuan pensiun yang tinggi dan selalu merencanakan pengelolaan keuangan semaksimal mungkin. Hal ini berkorelasi dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi dan terutama dengan pendidikan keuangan yang spesifik, seperti akuntansi dan ekonomi keuangan. Laki-laki memiliki

pengetahuan pensiun yang lebih baik daripada perempuan, yang dapat dijelaskan oleh fakta bahwa laki-laki secara pemahaman tradisional adalah pencari nafkah utama dalam rumah tangga. Orang yang tinggal dalam rumah tangga dengan satu orang memiliki pengetahuan pensiun yang lebih tinggi dibandingkan dengan orang yang tinggal dalam rumah tangga dengan banyak orang, karena dalam rumah tangga dengan satu orang tidak ada pembagian tugas. Para lajang harus membuat semua keputusan sendiri. Orang-orang dengan pendapatan yang lebih tinggi dan kekayaan yang lebih tinggi memiliki pengetahuan pensiun yang lebih tinggi dibandingkan dengan orang-orang dengan pendapatan yang lebih rendah dan kekayaan yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan dan pendidikan berkorelasi positif.

Pengetahuan tentang pensiun meningkat seiring bertambahnya usia, karena masa pensiun semakin dekat dan pengetahuan ini juga menjadi lebih akurat dan relevan. Orang yang memiliki rencana keuangan (perencanaan keuangan) memiliki pengetahuan pensiun yang lebih baik (bagian dari rencana keuangan). Faktor sosial dan pengalaman juga berperan. Mengenal seseorang, kerabat atau teman, dengan pendapatan pensiun yang rendah (pengalaman sosial) memicu pertimbangan situasi pribadi dan peningkatan pengetahuan pensiun pribadi. Orang-orang yang pernah membeli produk keuangan berisiko seperti produk investasi (pengalaman pribadi) tampaknya telah belajar dari pengalaman tersebut, dan cenderung memiliki pengetahuan pensiun yang lebih baik (Van Raaij et al., 2016). Penjelasan ini menunjukkan bahwa membeli produk keuangan berisiko dan pengetahuan pensiun keduanya ditentukan oleh faktor ketiga, misalnya, keterlibatan dengan produk keuangan dan perencanaan keuangan.

Secara keseluruhan, pengetahuan tentang pensiun memegang peran penting dalam memastikan kesiapan finansial di masa tua. Kesadaran, motivasi, dan pemahaman yang cukup mendorong individu untuk memperkirakan pendapatan pensiun, menilai kecukupannya terhadap gaya hidup yang diinginkan, serta mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkannya melalui tabungan atau program pensiun. Berbagai intervensi perilaku, seperti

pendaftaran otomatis dan program SMarT, menunjukkan bahwa desain pilihan yang tepat dapat membantu mengatasi penundaan dan meningkatkan partisipasi serta kontribusi pensiun. Faktor-faktor seperti pendidikan, pengalaman finansial, status sosial, dan perencanaan keuangan juga terbukti memengaruhi tingkat pengetahuan pensiun. Oleh karena itu, meningkatkan literasi pensiun sejak dini dan menyediakan mekanisme yang mempermudah perencanaan pensiun menjadi kunci agar individu dapat menikmati masa pensiun yang lebih aman, sejahtera, dan bebas dari kekhawatiran finansial.

D. PERENCANAAN Pensiun BERBASIS PERISTIWA KEHIDUPAN

Peristiwa kehidupan sering kali menjadi titik awal yang tepat untuk mulai menabung dan berkomitmen pada dana pensiun. Peristiwa tersebut meliputi: mendapatkan pekerjaan pertama, menikah, membeli rumah, memiliki anak pertama, pindah kerja, kenaikan jabatan dan gaji, menjadi pengangguran, bercerai, serta pindah tempat tinggal. Sebagian besar peristiwa ini terjadi pada rentang usia 25 hingga 40 tahun, saat dinamika kehidupan masih tinggi. Setelah melewati usia tersebut, kondisi pekerjaan dan keluarga cenderung lebih stabil. Di momen-momen ini, individu biasanya perlu menata ulang kondisi keuangan mereka, seperti membeli asuransi baru atau mengajukan KPR untuk rumah. Perubahan ini juga berdampak pada pendapatan diskresioner, sehingga gaya hidup, pengeluaran, tabungan, dan penggunaan kredit perlu ditinjau ulang. Di Indonesia, momen seperti menikah atau membeli rumah sering kali disertai dengan konsultasi keuangan informal dalam keluarga, namun belum banyak yang mengaitkannya dengan perencanaan pensiun. Program seperti SMarT (Thaler dan Benartzi, 2004) menunjukkan bahwa kenaikan gaji dapat dimanfaatkan sebagai momentum untuk meningkatkan kontribusi dana pensiun secara otomatis.



Gambar 8.4 Perencanaan Pensiun Berbasis Peristiwa Kehidupan

Orang yang memiliki bias waktu rendah (tidak terlalu fokus pada kepuasan saat ini) dan preferensi terhadap masa depan, serta tingkat pengendalian diri dan regulasi diri yang tinggi, cenderung lebih disiplin dalam merencanakan pensiun. Perencanaan pensiun merupakan bagian paling krusial dari perencanaan keuangan jangka panjang. Ini mencakup estimasi usia harapan hidup, proyeksi pendapatan dan kekayaan, kondisi kesehatan saat pensiun, serta rencana aktivitas di masa pensiun. Namun, estimasi ini sering kali dipengaruhi oleh bias. Studi menunjukkan bahwa pria cenderung melebih-lebihkan pendapatan pensiun mereka, sementara wanita justru meremehkan usia harapan hidup mereka (Glenzer et al., 2025). Di Indonesia, bias serupa juga ditemukan, terutama karena rendahnya literasi keuangan dan kurangnya akses terhadap simulasi pensiun yang akurat. Banyak pekerja informal dan UMKM belum memiliki gambaran jelas tentang kebutuhan finansial di masa pensiun.

Program komunikasi dana pensiun dapat dirancang untuk mengurangi bias estimasi dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya perencanaan pensiun. Di Indonesia, pendekatan ini bisa diintegrasikan dengan momen-momen penting seperti pendaftaran BPJS Ketenagakerjaan, pengajuan KPR, atau saat perusahaan memberikan kenaikan gaji tahunan. Pemerintah dan lembaga

keuangan dapat memanfaatkan peristiwa kehidupan sebagai titik intervensi untuk mendorong masyarakat agar mulai menabung untuk pensiun, misalnya melalui fitur auto-debit atau kampanye edukasi berbasis digital. Dengan memperhatikan karakteristik psikologis dan sosial masyarakat Indonesia, strategi ini berpotensi meningkatkan partisipasi dan kesiapan pensiun secara nasional.

Secara keseluruhan, perencanaan pensiun berbasis peristiwa kehidupan menekankan pentingnya memanfaatkan momen-momen signifikan dalam hidup seperti menikah, memiliki anak, kenaikan gaji, atau membeli rumah sebagai titik awal untuk menabung dan berkomitmen pada dana pensiun. Peristiwa-peristiwa ini memengaruhi kondisi keuangan, gaya hidup, dan kemampuan menabung, sehingga menjadi peluang strategis untuk intervensi keuangan, termasuk melalui program otomatis seperti SMarT atau integrasi dengan BPJS Ketenagakerjaan. Keberhasilan perencanaan pensiun juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, seperti orientasi masa depan, pengendalian diri, dan kesadaran terhadap bias estimasi, serta faktor sosial dan literasi keuangan. Dengan merancang strategi yang mempertimbangkan karakteristik masyarakat dan memanfaatkan momen-momen kehidupan sebagai titik intervensi, partisipasi dan kesiapan pensiun dapat ditingkatkan secara signifikan.



Model Perilaku Perpajakan

Perilaku perpajakan, baik dalam bentuk kepatuhan maupun penghindaran, merupakan aspek penting bagi wajib pajak maupun otoritas pajak. Membayar pajak bukanlah hal yang populer bagi sebagian besar masyarakat. Secara tradisional, hubungan antara wajib pajak dan otoritas pajak sering digambarkan sebagai permainan kekuasaan “polisi dan pencuri” yang dilandasi ketidakpercayaan, pengawasan ketat, dan kontrol. Namun, pendekatan modern mulai bergeser ke model “klien dan layanan” yang menekankan kepercayaan dan kerja sama antara kedua pihak. Dalam pendekatan ini, otoritas pajak dapat menyediakan layanan yang lebih ramah, seperti formulir pajak yang telah diisi sebelumnya dan bantuan administratif lainnya untuk memudahkan proses pelaporan. Prinsip-prinsip seperti kesetaraan, keadilan, dan rasa keadilan sosial menjadi pendorong utama terbentuknya kepercayaan dan meningkatnya kepatuhan pajak. Di Indonesia, transformasi menuju pendekatan berbasis layanan ini mulai terlihat melalui digitalisasi sistem perpajakan dan penyederhanaan proses pelaporan, meskipun tantangan dalam membangun kepercayaan publik terhadap institusi pajak masih menjadi pekerjaan besar.

A. DEFINISI PERPAJAKAN

Perpajakan merupakan salah satu instrumen utama negara dalam menghimpun sumber daya keuangan guna membiayai penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan nasional. Secara umum, pajak dipahami sebagai bentuk kontribusi atau iuran wajib

dari masyarakat kepada negara yang bersifat memaksa berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan, tanpa adanya imbalan langsung yang dapat ditunjukkan kepada pembayar pajak, dan digunakan untuk kepentingan negara demi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dari perspektif hukum positif di Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan secara tegas mendefinisikan pajak sebagai *“kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”* (Mustaqiem, 2014; Salim & Haeruddin, 2019; Sihombing & Sibagariang, 2020). Definisi ini menegaskan beberapa unsur utama pajak, yaitu sifat wajib, dasar hukum yang kuat, tidak adanya kontraprestasi langsung, serta tujuan pajak untuk kepentingan publik.



Gambar 9.1 Ilustrasi Gambaran Perpajakan di Indonesia

Sejalan dengan ketentuan undang-undang tersebut, para ahli perpajakan di Indonesia juga memberikan definisi yang menekankan

aspek pemaksaan hukum dan fungsi pembiayaan negara. Soemitro menyatakan bahwa pajak adalah *“iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum”* (Salim & Haeruddin, 2019). Definisi ini kemudian disempurnakan oleh Soemitro dengan menambahkan dimensi ekonomi, yaitu bahwa pajak merupakan peralihan kekayaan dari sektor rakyat ke kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin, dan surplusnya digunakan sebagai *public saving* yang menjadi sumber utama pembiayaan *public investment*.

Pandangan serupa juga dikemukakan oleh Soemahamidjaja yang mendefinisikan pajak sebagai iuran wajib, baik berupa uang maupun barang, yang dipungut oleh penguasa berdasarkan norma hukum untuk menutup biaya produksi barang dan jasa kolektif demi mencapai kesejahteraan umum (Sihombing & Sibagariang, 2020). Definisi ini menegaskan bahwa pajak memiliki orientasi sosial dan bertujuan mendukung penyediaan barang dan jasa publik. Dari perspektif ekonomi publik, pajak dipahami sebagai mekanisme pengalihan sumber daya dari sektor privat ke sektor publik. Sommerfeld, Anderson, dan Brock menyatakan bahwa pajak adalah *“a nonpenal transfer of resources from the private sector to the government, based on predetermined rules, without direct and proportional return”*. Pemahaman ini menunjukkan bahwa pajak bukanlah sanksi atas pelanggaran hukum, melainkan kewajiban yang sah dan diperlukan agar pemerintah mampu menjalankan fungsi-fungsi dasarnya, termasuk penyediaan barang dan jasa publik.

Dalam literatur perpajakan internasional, Grapperhaus merumuskan definisi pajak secara ringkas sebagai *“an individual sacrifice for a collective goal”*, yaitu pengorbanan individu untuk mencapai tujuan bersama. Definisi ini menekankan dimensi etis dan sosial dari perpajakan, bahwa pembayaran pajak merupakan bentuk partisipasi warga negara dalam membangun kesejahteraan kolektif (Fred van Raaij, 2016). Selain dimensi hukum dan ekonomi, aspek psikologis dan institusional juga penting dalam memahami perpajakan. Sebagian besar masyarakat cenderung memandang pajak

sebagai pengurangan pendapatan yang dapat digunakan secara bebas. Ketidakpercayaan terhadap pemerintah, persepsi ketidakadilan, serta lemahnya rasa keadilan fiskal dapat mendorong resistensi terhadap pajak, termasuk penghindaran dan penggelapan pajak. Oleh karena itu, kepercayaan (trust), keadilan (equity), dan legitimasi institusi merupakan prasyarat penting dalam menciptakan kepatuhan pajak (tax compliance) yang berkelanjutan.

Fenomena ekonomi bayangan (*shadow economy*) juga sering digunakan sebagai indikator tingkat kepatuhan pajak suatu negara. *Shadow economy* mencakup aktivitas ekonomi yang tidak dilaporkan dan tidak dikenai pajak, baik yang bersifat legal (*informal economy*) maupun ilegal (*black economy*). Semakin besar proporsi *shadow economy*, semakin tinggi pula potensi penghindaran dan penggelapan pajak. Di negara-negara maju, rata-rata ukuran *shadow economy* berada pada kisaran 12–22 persen dari Produk Domestik Bruto (PDB), dengan rata-rata negara OECD sekitar 16,8 persen, sementara di negara berkembang angkanya dapat jauh lebih tinggi (Abbas, 2026; Chang et al., 2026).

Selain itu, kebijakan tarif pajak juga memiliki implikasi penting terhadap perilaku wajib pajak. Konsep Kurva Laffer menjelaskan bahwa peningkatan tarif pajak tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan penerimaan negara. Pada tingkat tarif tertentu, penerimaan pajak akan mencapai titik maksimum, namun jika tarif dinaikkan melebihi titik tersebut, penerimaan justru dapat menurun akibat meningkatnya penghindaran dan penggelapan pajak. Hal ini menunjukkan bahwa perumusan kebijakan perpajakan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga harus mempertimbangkan respons ekonomi dan perilaku masyarakat (Chang et al., 2026).

Berdasarkan berbagai definisi dan perspektif tersebut, dapat disimpulkan bahwa perpajakan memiliki beberapa karakteristik utama, yaitu: (1) pajak merupakan kontribusi wajib yang dapat dipaksakan secara hukum; (2) pemungutannya harus berdasarkan undang-undang untuk menjamin kepastian hukum; (3) tidak terdapat kontraprestasi langsung kepada wajib pajak; (4) pajak melibatkan pengalihan sumber daya dari sektor privat ke sektor publik; dan (5) pajak memiliki fungsi ganda, yaitu fungsi budgeter untuk membiayai

pengeluaran negara dan fungsi regulasi untuk mengatur aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan demikian, perpajakan tidak hanya berperan sebagai sumber penerimaan negara, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam mencapai tujuan pembangunan dan kesejahteraan nasional.

B. PENDEKATAN PERILAKU KEPATUHAN PAJAK

Pendekatan perilaku dalam kepatuhan pajak berangkat dari kritik terhadap pendekatan ekonomi tradisional yang memandang wajib pajak sebagai individu rasional yang semata-mata mempertimbangkan perbandingan antara manfaat penghindaran pajak dan risiko sanksi. Dalam praktiknya, kepatuhan pajak tidak hanya ditentukan oleh probabilitas pemeriksaan dan besarnya denda, tetapi juga oleh faktor psikologis, sosial, dan moral yang melekat pada individu. Oleh karena itu, pendekatan perilaku menempatkan manusia sebagai subjek yang memiliki nilai, norma, persepsi, dan motivasi intrinsik dalam mengambil keputusan untuk mematuhi kewajiban perpajakan.

Kajian perilaku kepatuhan pajak bukanlah konsep baru. Schmolders sejak akhir 1950-an telah memperkenalkan pendekatan psikologi fiskal (*fiscal psychology*) dan mengemukakan istilah *tax morale*, yaitu sikap dan motivasi individu untuk mematuhi norma sosial maupun norma pribadi dalam membayar pajak (Schmolders, 1959; 1960). *Tax morale* menggambarkan dimensi moral dan etis dari kepatuhan pajak, meskipun konsep ini sering dipandang kurang memiliki batasan definisi yang tegas karena dapat merujuk pada sikap, niat, maupun kesediaan membayar pajak dalam jumlah tertentu. Oleh karena itu, dalam banyak kajian kontemporer, istilah *tax attitude* dan *willingness to pay taxes* dianggap lebih operasional untuk menjelaskan perilaku kepatuhan pajak. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan pajak, sikap terhadap pajak, norma sosial, dan etika perpajakan merupakan determinan penting kepatuhan pajak (Hessing et al., 1988; Lewis, 1982; Wärneryd, 1982).

Dalam perspektif perilaku, perilaku fiskal wajib pajak dapat dibedakan ke dalam tiga bentuk utama. Pertama, *tax compliance*, yaitu perilaku jujur dengan melaporkan seluruh penghasilan kena pajak,

hanya mengklaim pengurang yang sah, serta membayar pajak terutang tepat waktu. Perilaku ini mencerminkan kepatuhan penuh terhadap ketentuan perpajakan dan dianggap sebagai perilaku fiskal yang ideal (Andreoni et al., 1998). Kedua, *tax avoidance*, yaitu upaya mengurangi beban pajak melalui celah hukum yang tersedia. Meskipun bersifat legal, praktik ini sering kali bertentangan dengan semangat undang-undang dan dapat menimbulkan konflik antara wajib pajak dan otoritas pajak. Ketiga, *tax evasion*, yaitu tindakan ilegal berupa penggelapan pajak, seperti tidak melaporkan seluruh penghasilan atau mengklaim biaya fiktif. Dalam kajian perilaku, baik penghindaran maupun penggelapan pajak dipandang sebagai bentuk ketidakjujuran, meskipun penghindaran pajak masih berada dalam batas legalitas formal.



Gambar 9.2 Ilustrasi Pajak, Norma Sosial, dan Motivasi Psikologis

Menariknya, ketidakjujuran dalam perpajakan tidak selalu merupakan hasil perhitungan rasional yang sadar. Penelitian perilaku menunjukkan bahwa banyak individu melakukan rasionalisasi moral untuk membenarkan perilaku tidak patuh, sehingga mereka tetap memandang diri mereka sebagai individu yang jujur (Mazar et al., 2008). Pengingat terhadap norma moral, seperti kewajiban menandatangani pernyataan kejujuran dalam formulir pajak, terbukti

dapat menurunkan tingkat kecurangan. Bahkan, eksperimen menunjukkan bahwa janji untuk bersikap jujur sebelum mengisi formulir pajak lebih efektif dibandingkan pernyataan kejujuran yang ditandatangani setelah formulir diisi.

Dalam perkembangan selanjutnya, pendekatan perilaku kepatuhan pajak banyak menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu didahului oleh niat (*intention*), yang dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks perpajakan, sikap mencerminkan penilaian individu terhadap manfaat pajak bagi kesejahteraan publik, seperti pembangunan infrastruktur dan penyediaan layanan sosial. Norma subjektif berkaitan dengan tekanan sosial dari lingkungan terdekat keluarga, rekan kerja, atau komunitas bisnis yang membentuk persepsi bahwa kepatuhan pajak merupakan perilaku yang wajar dan dihargai. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku merujuk pada sejauh mana wajib pajak merasa mampu memenuhi kewajiban perpajakannya, yang dipengaruhi oleh kejelasan regulasi, kemudahan administrasi, serta ketersediaan sistem seperti e-filing (Rana et al., 2025; Tumoro & Pandya, 2025).

Di Indonesia, pendekatan perilaku melalui TPB telah banyak digunakan untuk menjelaskan kepatuhan pajak wajib pajak orang pribadi maupun pelaku UMKM. Penelitian empiris menunjukkan bahwa sikap positif terhadap pajak dan persepsi kemudahan sistem administrasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap niat dan perilaku kepatuhan, khususnya di wilayah perkotaan seperti DKI Jakarta. Norma subjektif juga berperan dalam membentuk kepatuhan, meskipun pengaruhnya bervariasi tergantung pada karakteristik sosial dan ekonomi responden. Selain TPB, *Theory of Reasoned Action* juga digunakan untuk menjelaskan bagaimana keyakinan rasional dan evaluasi manfaat membentuk keputusan patuh, terutama bagi wajib pajak yang berhadapan dengan kompleksitas birokrasi.

Faktor demografis turut menjadi bagian penting dalam pendekatan perilaku kepatuhan pajak. Tingkat pendapatan memengaruhi insentif untuk melakukan perencanaan pajak, di mana

wajib pajak berpenghasilan tinggi cenderung lebih aktif memanfaatkan pengurang pajak dan menggunakan jasa konsultan. Pendidikan dan jenis pekerjaan berkorelasi positif dengan literasi pajak, sehingga individu dengan latar belakang ekonomi, keuangan, atau akuntansi umumnya lebih mampu dan lebih percaya diri dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Selain itu, usia dan pengalaman hidup juga memengaruhi pola kepatuhan, karena individu yang lebih tua cenderung lebih terbiasa dengan prosedur perpajakan. Perubahan dalam siklus kehidupan, seperti memasuki dunia kerja, menikah, memiliki anak, atau pensiun, sering kali mengubah kondisi penghasilan dan kewajiban pajak, sehingga mendorong penyesuaian perilaku perpajakan (Hessing et al., 1988).

Secara keseluruhan, pendekatan perilaku kepatuhan pajak memberikan perspektif yang lebih komprehensif dalam memahami perilaku wajib pajak. Pendekatan ini menegaskan bahwa kepatuhan tidak hanya dapat dipaksakan melalui sanksi, tetapi juga dibangun melalui kepercayaan, edukasi, norma sosial, dan kemudahan sistem. Implikasinya bagi kebijakan publik adalah perlunya strategi perpajakan yang mengombinasikan penegakan hukum dengan pendekatan persuasif, komunikasi yang efektif, serta inovasi administrasi untuk mendorong kepatuhan sukarela yang berkelanjutan.

C. FAKTOR PSIKOLOGI YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PAJAK

Pendekatan psikologis dalam menjelaskan perilaku pajak berangkat dari asumsi bahwa kepatuhan wajib pajak tidak semata-mata ditentukan oleh pertimbangan ekonomi rasional, tetapi juga oleh proses kognitif, emosional, dan sosial yang memengaruhi cara individu memersepsikan pajak. Salah satu mekanisme psikologis utama adalah *loss aversion*, yaitu kecenderungan individu untuk merasakan kerugian secara lebih kuat dibandingkan keuntungan yang setara (Kahneman, 2013). Pajak umumnya dipersepsikan sebagai kehilangan pendapatan, sehingga memicu resistensi psikologis terhadap pembayaran pajak. Namun, efek *loss aversion* ini dapat diminimalkan melalui *mental accounting*, yaitu ketika wajib pajak

memisahkan dana pajak dalam akun mental tersendiri sehingga tidak lagi dianggap sebagai bagian dari pendapatan pribadi yang siap dikonsumsi (Novemsky & Kahneman, 2005). Kondisi ini lebih lazim terjadi pada wajib pajak orang pribadi berstatus karyawan, di mana pajak penghasilan telah dipotong langsung oleh pemberi kerja, sehingga pajak tidak lagi masuk dalam *endowment* individu dan tidak dirasakan sebagai kerugian langsung.

Selain itu, fenomena *windfall gain* juga memengaruhi perilaku pajak secara psikologis. Beberapa wajib pajak dengan sengaja membiarkan potongan pajak bulanan lebih tinggi agar menerima restitusi tahunan, yang kemudian dipersepsikan sebagai “keuntungan tak terduga” (*windfall gain*) dan cenderung digunakan untuk konsumsi khusus, tabungan tambahan, atau pelunasan utang (Wärneryd, 1982). Persepsi ini menunjukkan bahwa struktur waktu dan cara pembayaran pajak memengaruhi bagaimana individu menilai beban dan manfaat pajak secara psikologis, bukan sekadar secara nominal.



Gambar 9.3 Ilustrasi Psikologi Perilaku Pajak

Faktor psikologis lain yang signifikan adalah *procrastination* atau kecenderungan menunda kewajiban administratif perpajakan. Ketika pelaporan pajak dipersepsikan sebagai tugas yang kompleks dan membebani secara kognitif, wajib pajak cenderung menunda

hingga mendekati batas waktu. Penundaan ini meningkatkan risiko kesalahan, kelalaian klaim pengurang pajak, dan pada akhirnya dapat menyebabkan kelebihan pembayaran pajak (overpayment), yang sesungguhnya merugikan wajib pajak sendiri. Perilaku ini memperlihatkan bahwa keterbatasan kognitif dan manajemen waktu merupakan bagian integral dari perilaku pajak, bukan sekadar persoalan niat patuh.

Kerangka yang banyak digunakan untuk menjelaskan faktor psikologis kepatuhan pajak adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991). Dalam konteks perpajakan, niat patuh wajib pajak dibentuk oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap pajak, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian. Sikap mencerminkan evaluasi individu terhadap pajak, termasuk persepsi manfaat pajak bagi kepentingan publik seperti infrastruktur dan layanan sosial. Penelitian menunjukkan bahwa sikap positif terhadap manfaat pajak secara signifikan meningkatkan niat kepatuhan, terutama pada wajib pajak yang sebelumnya telah patuh (Anugrah & Fitriandi, 2022). Norma subjektif berkaitan dengan tekanan sosial dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, rekan kerja, dan masyarakat, yang membentuk persepsi tentang apa yang dianggap perilaku wajar dan dapat diterima dalam membayar pajak. Sementara itu, kontrol perilaku persepsian mencerminkan keyakinan individu atas kemampuannya untuk mematuhi aturan pajak, meskipun dihadapkan pada hambatan seperti kompleksitas regulasi dan formulir perpajakan.

Emosi juga memainkan peran penting dalam perilaku pajak. Emosi negatif seperti kemarahan terhadap otoritas pajak, rasa frustrasi akibat sistem yang kompleks, atau rasa bersalah akibat penggelapan pajak dapat memengaruhi kepatuhan dengan cara yang berbeda. Penelitian berbasis metode campuran menunjukkan bahwa emosi *self-blame* atau rasa malu sosial dapat meningkatkan kepatuhan karena individu terdorong untuk menjaga citra moral dirinya, sementara kemarahan yang diarahkan keluar terhadap sistem pajak justru mendorong resistensi dan ketidakpatuhan (Saputra, 2019). Temuan ini menegaskan bahwa pengelolaan emosi wajib pajak

melalui komunikasi dan pelayanan yang adil menjadi instrumen kebijakan yang penting untuk meningkatkan kepatuhan sukarela.

Konsep *tax morale* merupakan faktor psikologis non-ekonomi yang sangat berpengaruh dalam perilaku pajak. *Tax morale* merujuk pada motivasi moral intrinsik untuk membayar pajak, di mana pajak dipandang sebagai kewajiban etis dan kontribusi sosial, bukan sekadar kewajiban hukum yang dipaksakan melalui sanksi (Torgler, 1972). *Tax morale* dipengaruhi oleh persepsi norma sosial, kepercayaan terhadap pemerintah, serta kualitas institusi publik. Ketika wajib pajak percaya bahwa penggelapan pajak adalah perilaku umum, maka *tax morale* cenderung menurun dan ketidakpatuhan meningkat. Sebaliknya, ketika kejujuran pajak dipersepsikan sebagai norma sosial dominan, kepatuhan cenderung meningkat (Torgler, 1972). Studi lintas negara juga menunjukkan bahwa rendahnya kepercayaan terhadap institusi pemerintah dan tingginya korupsi berkorelasi dengan rendahnya *tax morale* dan tingginya tingkat penghindaran pajak.

Persepsi keadilan pajak memperkuat *tax morale* dan sikap positif terhadap pajak. Keadilan vertikal, horizontal, dan keadilan pertukaran antara pajak yang dibayarkan dan manfaat yang diterima terbukti meningkatkan kepatuhan, khususnya pada kelompok usaha mikro, kecil, dan menengah yang sangat sensitif terhadap transparansi dan akuntabilitas pemerintah (Saputra, 2019). Dalam konteks ini, pajak tidak lagi dipersepsikan sebagai kerugian semata, melainkan sebagai kontribusi yang memiliki nilai sosial.

Stres psikologis dan *psychic costs* juga menjadi dimensi penting dalam perilaku pajak. Eksperimen perilaku menunjukkan bahwa individu dengan tingkat moralitas tinggi mengalami stres internal yang lebih besar ketika melakukan ketidakpatuhan pajak, yang secara tidak langsung mendorong mereka untuk patuh demi mengurangi beban psikologis tersebut (Dulleck et al., 2016). Pengukuran fisiologis seperti *heart rate variability* bahkan terbukti lebih akurat dalam memprediksi kepatuhan dibandingkan laporan diri (*self-report*). Namun, pengaruh *psychic costs* ini berinteraksi dengan persepsi risiko audit dan efikasi diri, di mana keyakinan individu dalam menghadapi sanksi dapat memperlemah tekanan psikologis tersebut.

Secara keseluruhan, faktor psikologis seperti persepsi kerugian, pengelolaan emosi, norma sosial, moral pajak, stres psikologis, serta keyakinan atas kemampuan diri saling berinteraksi dalam membentuk perilaku pajak. Integrasi pendekatan psikologis dengan pendekatan ekonomi menunjukkan bahwa kebijakan perpajakan yang efektif tidak hanya bergantung pada peningkatan sanksi dan pengawasan, tetapi juga pada strategi edukasi, komunikasi norma sosial, peningkatan keadilan, dan penguatan kepercayaan terhadap otoritas pajak guna mendorong *voluntary tax compliance* yang berkelanjutan.

D. OTORITAS PERPAJAKAN DAN PERANNYA DALAM KEPATUHAN PAJAK

Otoritas perpajakan memiliki peran sentral dalam membentuk perilaku pajak melalui kebijakan, pelayanan, dan penegakan hukum yang dijalankan dalam suatu sistem perpajakan. Dari perspektif makroekonomi dan politik, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dan institusi pajak menjadi determinan penting kepatuhan pajak. Kepatuhan sukarela cenderung tinggi apabila pemerintah dipersepsikan tidak korup, pengelolaan pajak transparan, aturan pajak adil, serta penerimaan pajak digunakan untuk penyediaan barang dan jasa publik yang bermanfaat bagi masyarakat luas. Selain itu, kualitas informasi, layanan, dan bantuan teknis yang diberikan oleh otoritas pajak turut memengaruhi motivasi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya secara sukarela (Muehlbacher et al., 2012).

Dalam konteks Indonesia, peran otoritas perpajakan dijalankan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) yang berada di bawah Kementerian Keuangan. DJP bertanggung jawab atas perumusan kebijakan teknis, penyusunan norma dan prosedur, pelaksanaan administrasi perpajakan, serta pengawasan kepatuhan wajib pajak dalam kerangka sistem *self-assessment*, di mana wajib pajak diberikan kepercayaan untuk menghitung, membayar, dan melaporkan pajaknya secara mandiri. Sistem ini menempatkan DJP tidak hanya sebagai pemungut pajak, tetapi juga sebagai fasilitator dan pembina kepatuhan, melalui penyediaan layanan informasi, asistensi, dan

edukasi perpajakan bagi wajib pajak orang pribadi maupun badan (Direktorat Jenderal Pajak, 2025).



Gambar 9.4 Penampakan Gedung Direktorat Jenderal Pajak
(Sumber: www.cnbcindonesia.com)

Struktur organisasi DJP dirancang untuk mendukung fungsi tersebut, dengan direktorat yang menangani peraturan perpajakan, pengawasan dan pemeriksaan, potensi dan kepatuhan, serta pelayanan dan penyuluhan. Keberadaan Account Representative (AR) menjadi elemen kunci dalam pendekatan pengawasan berbasis hubungan (*relationship-based compliance*), di mana wajib pajak khususnya wajib pajak besar mendapatkan pendampingan personal dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya. Pendekatan ini mencerminkan pergeseran peran DJP dari otoritas yang semata-mata represif menjadi institusi penegak hukum yang bersifat transformatif dan persuasif (Krisnapati, 2019).

Meskipun menekankan kepatuhan sukarela, DJP tetap memiliki kewenangan penegakan hukum yang kuat. Berdasarkan Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU No. 28 Tahun 2007) serta penguatan melalui Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU No. 7 Tahun 2021), DJP berwenang melakukan pemeriksaan, penyidikan tindak pidana perpajakan, penagihan aktif, hingga penyegelan aset dan pemblokiran rekening

wajib pajak yang terindikasi melakukan pelanggaran serius. Akses DJP terhadap data keuangan dari lembaga perbankan dan non-perbankan juga mencerminkan penguatan kapasitas negara dalam mendeteksi dan mencegah penghindaran serta penggelapan pajak (Ariyanti & Mutiah, 2023).

Dari sudut pandang perilaku pajak, keberadaan audit dan sanksi tetap memiliki efek psikologis yang signifikan. Audit pajak, meskipun hanya dilakukan pada sebagian kecil wajib pajak melalui metode acak atau berbasis risiko, menimbulkan rasa takut (*deterrence effect*), terutama bagi wajib pajak yang memiliki peluang lebih besar untuk melakukan penghindaran atau penggelapan pajak, seperti pengusaha dan pekerja mandiri. Namun, penelitian eksperimental menunjukkan bahwa bukan hanya probabilitas audit, melainkan juga waktu dan interval antara pelaporan pajak dan pemeriksaan yang memengaruhi kepatuhan. Studi Kirchler et al. (2014) menemukan bahwa menunggu audit justru dapat meningkatkan kepatuhan pajak, sehingga perencanaan waktu audit menjadi instrumen kebijakan yang strategis untuk meningkatkan kepatuhan tanpa harus meningkatkan jumlah pemeriksaan secara masif.

Di sisi lain, otoritas perpajakan juga memiliki kewajiban untuk melindungi hak wajib pajak sebagai bagian dari prinsip *due process of law*. DJP wajib memproses restitusi pajak dalam jangka waktu tertentu, menyampaikan Surat Pemberitahuan Hasil Pemeriksaan (SPHP), serta memberikan ruang bagi wajib pajak untuk mengajukan keberatan, banding, dan peninjauan kembali atas sengketa pajak. Keseimbangan antara kewenangan yang luas dan kewajiban institusional ini penting untuk menjaga legitimasi otoritas pajak di mata publik dan memperkuat kepercayaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan (Ariyanti & Mutiah, 2023).

Reformasi administrasi perpajakan yang dilakukan DJP juga menunjukkan adaptasi terhadap perubahan ekonomi dan teknologi. Integrasi Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dengan Nomor Induk Kependudukan (NIK), pengembangan sistem digital seperti e-Filing dan e-Billing, serta pemanfaatan *big data* dan kecerdasan buatan untuk analisis risiko kepatuhan merupakan bagian dari strategi modernisasi DJP. Reformasi ini bertujuan meningkatkan *tax ratio*

nasional dengan tetap menekankan pendekatan *voluntary compliance*, di mana teknologi digunakan bukan hanya untuk memperketat pengawasan, tetapi juga untuk meningkatkan kemudahan dan kenyamanan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya.

Secara keseluruhan, otoritas perpajakan berperan sebagai aktor institusional yang memediasi hubungan antara negara dan wajib pajak. Keberhasilan DJP dalam meningkatkan kepatuhan pajak tidak hanya bergantung pada kekuatan regulasi dan sanksi, tetapi juga pada kualitas pelayanan, transparansi, keadilan, serta kemampuan membangun kepercayaan publik. Dengan demikian, otoritas perpajakan tidak sekadar menjalankan fungsi administratif dan penegakan hukum, melainkan juga berperan sebagai pengelola perilaku pajak masyarakat dalam kerangka pembangunan fiskal yang berkelanjutan.

E. KEADILAN DAN KESETARAAN DALAM PAJAK

Keadilan dan kesetaraan merupakan prinsip fundamental dalam sistem perpajakan yang secara langsung memengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku wajib pajak. Interaksi antara wajib pajak dan otoritas pajak sangat menentukan bagaimana pajak dinilai, khususnya terkait aspek keadilan dan kewajaran beban pajak. Schmolders (1959) telah menegaskan bahwa wajib pajak tidak menilai pajak semata-mata dari besarnya, tetapi dari sejauh mana pajak tersebut dipersepsikan adil dan setara. Persepsi keadilan ini menjadi komponen utama *tax morale*, yang pada gilirannya memengaruhi tingkat kepatuhan sukarela.

Dalam literatur perpajakan, keadilan pajak secara klasik dibedakan menjadi dua dimensi utama, yaitu keadilan horizontal dan keadilan vertikal. Keadilan horizontal merujuk pada keyakinan bahwa wajib pajak dengan kondisi ekonomi dan kemampuan membayar yang sama harus menanggung beban pajak yang sama. Prinsip ini bertujuan mencegah diskriminasi berdasarkan faktor non-ekonomi seperti gaya hidup, usia, jenis pekerjaan, atau latar belakang sosial, sehingga menjamin bahwa individu dengan tingkat kemampuan yang setara diperlakukan secara setara oleh sistem pajak (Suryanti & Noviasari, 2016). Dalam konteks Indonesia, prinsip keadilan horizontal menjadi

landasan penting untuk menjaga legitimasi sistem perpajakan, khususnya di tengah keragaman struktur pendapatan dan sektor ekonomi, termasuk sektor informal dan ekonomi digital.

Sementara itu, keadilan vertikal berkaitan dengan keyakinan bahwa wajib pajak dengan kemampuan ekonomi yang lebih besar seharusnya membayar pajak dalam proporsi yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang berpenghasilan rendah. Prinsip ini umumnya diwujudkan melalui penerapan tarif pajak progresif, di mana persentase pajak meningkat seiring dengan kenaikan tingkat penghasilan. Penerapan tarif progresif pada Pajak Penghasilan di Indonesia, dengan lapisan tarif yang diperluas dan ditambah melalui Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU No. 7 Tahun 2021), mencerminkan upaya negara dalam menjalankan fungsi redistribusi pendapatan guna mengurangi ketimpangan ekonomi (Fitrah et al., 2021). Dengan demikian, pajak tidak hanya berfungsi sebagai sumber penerimaan negara, tetapi juga sebagai instrumen keadilan sosial.



Gambar 9.5 Ilustrasi Keadilan & Kesetaraan dalam Pajak

Konsep keadilan vertikal dan horizontal tersebut sejalan dengan *equity theory* yang dikemukakan oleh J. S. Adams (1965), yang menekankan keseimbangan antara *inputs* dan *outcomes*. Dalam konteks perpajakan, *inputs* diwujudkan dalam bentuk pajak yang dibayarkan oleh wajib pajak, sedangkan *outcomes* berupa manfaat yang diterima dari penyediaan barang dan jasa publik. Ketika wajib pajak memersepsikan bahwa kontribusi pajaknya sebanding dengan manfaat yang diterima baik dibandingkan dengan kontribusi wajib pajak lain (keadilan horizontal) maupun dengan kualitas layanan publik yang diperoleh (keadilan vertikal) maka tingkat kepatuhan cenderung meningkat. Dimensi ini sering disebut sebagai keadilan pertukaran (*exchange equity*), yang menjadi penghubung antara keadilan pajak dan legitimasi negara.

Namun demikian, konsep keadilan dalam pajak tidak terbatas pada aspek distribusi beban dan manfaat semata. Fehr et al. (2002) menegaskan bahwa keadilan memiliki cakupan yang lebih luas daripada sekadar kesetaraan (*equity*), dan mencakup tiga bentuk keadilan, yaitu keadilan distributif, keadilan prosedural, dan keadilan retributif. Keadilan distributif berkaitan dengan keseimbangan antara kontribusi pajak dan manfaat publik yang diterima, yang pada dasarnya mencerminkan integrasi keadilan vertikal dan horizontal. Tingkat keadilan distributif yang tinggi akan tercapai apabila wajib pajak merasa bahwa beban pajak mereka proporsional dengan kemampuan ekonomi dan sebanding dengan manfaat yang mereka nikmati sebagai bagian dari masyarakat.

Keadilan prosedural merujuk pada keadilan dalam proses dan mekanisme pemungutan pajak. Aspek ini mencakup konsistensi aturan, keakuratan perhitungan, transparansi prosedur, tidak adanya perlakuan istimewa, serta adanya mekanisme koreksi apabila terjadi kesalahan administratif. Dalam konteks ini, keadilan prosedural merupakan elemen penting dalam membangun kepercayaan terhadap otoritas pajak, karena wajib pajak cenderung lebih menerima beban pajak yang tinggi apabila prosesnya dipersepsikan adil dan transparan. Reformasi administrasi perpajakan di Indonesia, termasuk digitalisasi melalui e-Filing dan e-Billing, bertujuan untuk memperkuat keadilan prosedural dengan mengurangi kesalahan,

meningkatkan kepastian hukum, dan memperluas akses layanan perpajakan.

Adapun keadilan retributif berkaitan dengan persepsi atas kewajiban sanksi yang dikenakan terhadap pelanggaran pajak. Keadilan ini mencakup atribusi tanggung jawab, pemulihan kerugian negara, serta pemberian sanksi yang proporsional terhadap tingkat pelanggaran. Sanksi yang terlalu ringan dapat melemahkan efek jera, sementara sanksi yang terlalu berat dapat merusak rasa keadilan dan menurunkan kepercayaan wajib pajak. Oleh karena itu, keseimbangan dalam penerapan sanksi menjadi penting agar penegakan hukum pajak dipersepsikan adil dan legitim.

Dalam praktiknya, penerapan prinsip keadilan dan kesetaraan pajak menghadapi berbagai tantangan, termasuk potensi *deadweight loss* akibat distorsi pilihan ekonomi, kesenjangan literasi pajak di kalangan UMKM dan pekerja informal, serta kompleksitas ekonomi digital seperti e-commerce dan aset kripto. Untuk menjawab tantangan tersebut, otoritas pajak di Indonesia mengembangkan mekanisme pemungutan pajak otomatis dan memperluas basis pajak digital guna memastikan kontribusi yang setara dari seluruh pelaku ekonomi (Utama & Yuliana, 2025). Upaya ini tidak hanya bertujuan meningkatkan penerimaan negara, tetapi juga menjaga prinsip kesetaraan agar tidak terjadi perlakuan berbeda antara pelaku ekonomi konvensional dan digital.

Secara keseluruhan, keadilan dan kesetaraan dalam pajak merupakan fondasi utama bagi keberlanjutan sistem perpajakan. Keadilan tidak hanya tercermin dalam struktur tarif, tetapi juga dalam proses administrasi, penegakan hukum, serta hubungan timbal balik antara negara dan wajib pajak. Ketika wajib pajak memersepsikan sistem pajak sebagai adil, transparan, dan akuntabel, maka *tax morale* dan kepatuhan sukarela akan meningkat, sehingga tujuan penerimaan negara dan keadilan sosial dapat tercapai secara simultan.



Model Perilaku Keuangan Perbankan Syariah

Bab ini membahas model perilaku keuangan dalam perbankan syariah sebagai upaya memahami bagaimana keputusan keuangan tidak hanya ditentukan oleh pertimbangan rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, religius, dan institusional yang melekat pada prinsip-prinsip syariah. Dalam konteks perbankan syariah, perilaku keuangan mencerminkan interaksi antara nilai-nilai Islam, kepatuhan terhadap ketentuan syariah, serta dinamika hubungan antara nasabah, manajemen bank, dan regulator. Oleh karena itu, pembahasan dalam bab ini diarahkan untuk menjelaskan konsep dasar perilaku keuangan perbankan syariah, faktor-faktor yang memengaruhinya, perumusan model perilaku keuangan yang relevan, serta implikasinya terhadap kinerja dan keberlanjutan perbankan syariah secara keseluruhan.

A. KONSEP PERILAKU KEUANGAN DALAM PERBANKAN SYARIAH

Konsep perilaku keuangan dalam perbankan syariah merujuk pada pola pengambilan keputusan finansial nasabah yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan religius, serta berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah seperti larangan riba, gharar, dan maysir. Hasan (2023) menjelaskan bahwa perilaku keuangan dalam konteks perbankan Islam tidak dapat dilepaskan dari nilai moral dan kesadaran religius nasabah sebagai konsumen jasa keuangan syariah, sehingga keputusan finansial tidak hanya bersifat rasional-ekonomis,

tetapi juga normatif dan etis. Sehingga perbankan syariah berkembang sebagai alternatif dari sistem keuangan konvensional dengan menekankan prinsip berbagi risiko (*risk sharing*), keadilan, dan transparansi dalam setiap akad.

Hal ini diperkuat oleh Hasan (2023) dan Suratno et al (2026), perbedaan prinsip ini secara langsung membentuk perilaku keuangan nasabah, khususnya dalam sikap terhadap risiko, preferensi produk, serta orientasi jangka panjang dalam pengelolaan keuangan. Selain itu, karakteristik institusional perbankan syariah turut menentukan pola perilaku finansial masyarakat. Secara teoritis, perilaku keuangan didefinisikan sebagai proses mental dan emosional yang memengaruhi individu dalam mengelola keuangan, termasuk dalam menghadapi ketidakpastian dan risiko. Hasnat et al. (2025) menegaskan bahwa pendekatan *Islamic Behavioral Finance* mengintegrasikan teori *behavioral finance* konvensional dengan nilai-nilai Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah, sehingga keputusan keuangan tidak hanya didasarkan pada utilitas ekonomi, tetapi juga pada kepatuhan syariah dan pertanggungjawaban moral.



Gambar 10.1 Ilustrasi Transaksi Perbankan Syariah
(Sumber: www.megasyariah.co.id)

Dalam kerangka psikologis, faktor sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku sebagaimana dijelaskan dalam *Theory of Planned Behavior* menjadi determinan penting dalam membentuk niat dan perilaku nasabah perbankan syariah. Fahrozi & Uyun (2024) menemukan bahwa persepsi keadilan akad, khususnya pada skema mudharabah, berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah, yang pada akhirnya meningkatkan partisipasi mereka dalam menggunakan produk perbankan syariah. Religiusitas berperan sebagai motivasi intrinsik yang memperkuat komitmen nasabah terhadap perbankan syariah. (Hasan, 2023) menunjukkan bahwa banyak nasabah memandang penggunaan produk perbankan syariah sebagai bentuk ketaatan terhadap ajaran agama, terutama dalam menghindari praktik riba. Pandangan ini diperkuat oleh (Fahrozi & Uyun, 2024) yang menyatakan bahwa identitas religius memengaruhi cara individu menilai risiko dan keuntungan dalam konteks keuangan Islam.

Literasi keuangan syariah merupakan faktor kunci dalam membentuk perilaku keuangan nasabah. Aulia et al. (2024) membuktikan bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung nasabah bank syariah. Temuan ini sejalan dengan Hasnat et al. (2025) yang menyatakan bahwa pemahaman terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah meningkatkan kemampuan individu dalam mengambil keputusan keuangan yang sesuai dengan nilai Islam. Nasabah individu perbankan syariah cenderung memprioritaskan keamanan halal dan kestabilan spiritual dibandingkan tingkat imbal hasil yang tinggi. Fahrozi & Uyun (2024) menjelaskan bahwa faktor emosional seperti rasa aman dan ketenangan batin menjadi pembeda utama antara perilaku nasabah bank syariah dan nasabah bank konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi keuangan nasabah syariah bersifat multidimensional.

Norma sosial juga memiliki peran penting dalam membentuk perilaku keuangan syariah. Hasan (2023) menekankan bahwa pengaruh keluarga, lingkungan, dan komunitas religius mendorong individu untuk mematuhi prinsip syariah dalam aktivitas keuangan. Dalam konteks Indonesia, nilai kolektivisme dan gotong royong

memperkuat penerimaan terhadap akad berbasis kerja sama seperti mudharabah dan musyarakah. Meskipun demikian, nasabah perbankan syariah tetap menghadapi bias kognitif seperti *loss aversion* dan preferensi terhadap kepastian. Wulandari & Ubaidillah (2024) menjelaskan bahwa keterbatasan pemahaman terhadap konsep gharar menyebabkan nasabah lebih memilih akad murabahah dibandingkan akad berbasis bagi hasil.

Oleh karena itu, edukasi *Islamic Behavioral Finance* menjadi strategi penting untuk mengoreksi bias kognitif tersebut. Perilaku keuangan nasabah yang positif berdampak langsung terhadap kinerja bank syariah. Hasan (2023) menyatakan bahwa peningkatan literasi, kepercayaan, dan kepatuhan syariah berkontribusi terhadap pertumbuhan dana pihak ketiga dan loyalitas nasabah. Tazkia Institute (2024) menambahkan bahwa integrasi wawasan perilaku ke dalam strategi perbankan syariah dapat meningkatkan keberlanjutan industri keuangan Islam.

B. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KEUANGAN PERBANKAN SYARIAH

Perilaku keuangan dalam perbankan syariah dipengaruhi oleh kombinasi kompleks antara faktor internal bank, faktor eksternal lingkungan, serta karakteristik psikologis dan religius nasabah. Faktor-faktor tersebut saling berinteraksi dalam membentuk keputusan menabung, bertransaksi, pembiayaan, serta investasi yang dilakukan oleh nasabah maupun manajemen bank syariah. Secara konseptual, perilaku keuangan perbankan syariah tidak hanya didorong oleh pertimbangan ekonomi rasional, tetapi juga oleh nilai keislaman, norma sosial, serta kerangka regulasi yang mengikat industri keuangan syariah (Budianto, 2023; Nurhisam, 2016).



Gambar 10.2 Ilustrasi Perilaku Keuangan Perbankan Syariah

Dari sisi internal bank syariah, kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang memengaruhi perilaku keuangan nasabah. Pelayanan yang ramah, cepat tanggap, nyaman, dan profesional meningkatkan kepuasan serta kepercayaan nasabah terhadap bank syariah, yang pada akhirnya mendorong loyalitas dan intensitas transaksi. Selain itu, variasi dan karakteristik produk pembiayaan, seperti dominasi akad murabahah dan pembiayaan UMKM, turut menentukan preferensi nasabah dalam memilih layanan bank syariah, karena produk tersebut dianggap lebih mudah dipahami dan relatif berisiko rendah (Sulhan et al., 2025).

Faktor internal lainnya yang memengaruhi perilaku keuangan perbankan syariah adalah jaringan kantor, kemudahan akses, serta efisiensi operasional. Ketersediaan kantor cabang dan layanan digital memengaruhi kemudahan nasabah dalam bertransaksi, meskipun dalam beberapa kasus kemudahan akses tidak selalu berbanding lurus dengan tingkat kepuasan. Di samping itu, efisiensi operasional, ukuran bank (bank size), serta kualitas manajemen berpengaruh terhadap kinerja keuangan bank syariah secara keseluruhan, yang selanjutnya

memengaruhi kemampuan bank dalam menyalurkan pembiayaan dan mengelola risiko (Statovci & Balaj, 2026).

Dari sisi eksternal, literasi keuangan syariah merupakan determinan penting dalam membentuk perilaku keuangan nasabah. Tingkat pengetahuan nasabah mengenai prinsip-prinsip syariah, akad, serta perbedaan mendasar antara bank syariah dan konvensional memengaruhi minat dan pemahaman dalam menggunakan produk keuangan syariah. Nasabah dengan literasi yang lebih tinggi cenderung memiliki perilaku keuangan yang lebih rasional, terencana, dan sesuai dengan prinsip syariah (Sabree Nasri et al., 2025).

Faktor psikologis dan religius juga berperan dominan dalam perilaku keuangan perbankan syariah. Kepercayaan terhadap sistem keuangan yang bebas riba menjadi landasan utama nasabah dalam memilih bank syariah, sementara motivasi religius untuk memperoleh keberkahan dan ketenangan batin memperkuat keputusan menabung dan bertransaksi. Persepsi positif terhadap reputasi bank syariah serta keyakinan bahwa produk yang digunakan sesuai dengan ajaran Islam secara signifikan meningkatkan minat dan komitmen nasabah (Sabree Nasri et al., 2025; Statovci & Balaj, 2026).

Selain faktor psikologis, faktor sosial dan demografis turut memengaruhi perilaku keuangan nasabah bank syariah. Karakteristik seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, dan jenis pekerjaan memengaruhi tingkat literasi serta preferensi keuangan individu. Norma sosial, rekomendasi keluarga, komunitas, dan tokoh agama juga membentuk perilaku kolektif masyarakat dalam memilih dan menggunakan layanan perbankan syariah, terutama di lingkungan yang memiliki budaya religius yang kuat (Nurhisam, 2016).

Pada tingkat makro, kondisi ekonomi nasional dan global berpengaruh terhadap perilaku keuangan perbankan syariah. Variabel seperti inflasi, nilai tukar, Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), serta stabilitas moneter memengaruhi pertumbuhan industri perbankan syariah secara keseluruhan. Selain itu, kebijakan bank sentral dan otoritas pengawas, seperti pengaturan likuiditas, rasio pembiayaan, serta regulasi khusus perbankan syariah, menentukan

strategi ekspansi, manajemen risiko, dan perilaku likuiditas bank syariah (Statovci & Balaj, 2026)

Prinsip syariah dan etika Islam menjadi faktor pembeda utama dalam perilaku keuangan perbankan syariah dibandingkan perbankan konvensional. Kepatuhan terhadap akad yang sah, pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS), serta orientasi pada *maqashid al-shariah* membentuk perilaku bank yang lebih berhati-hati dalam pengambilan risiko. Prinsip berbagi risiko (*risk sharing*) mendorong bank syariah untuk lebih selektif dalam pembiayaan dan mempertimbangkan aspek kemaslahatan sosial di samping tujuan profitabilitas (Sabree Nasri et al., 2025; Sulhan et al., 2025).

Secara keseluruhan, perilaku keuangan perbankan syariah merupakan hasil interaksi dinamis antara faktor religius, psikologis, sosial, ekonomi, regulasi, dan kinerja keuangan. Keberhasilan bank syariah dalam membangun perilaku keuangan yang sehat bergantung pada kemampuannya mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan praktik manajemen keuangan modern secara seimbang dan berkelanjutan.

C. IMPLIKASI PERILAKU KEUANGAN TERHADAP KINERJA DAN KEBERLANJUTAN BANK SYARIAH

Perilaku keuangan nasabah dan manajemen bank syariah memiliki implikasi langsung terhadap kinerja keuangan dan keberlanjutan industri perbankan syariah. Keputusan menabung, bertransaksi, serta penggunaan produk pembiayaan yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, religius, dan sosial akan menentukan kemampuan bank dalam menghimpun dana pihak ketiga, menyalurkan pembiayaan, dan menjaga stabilitas keuangan. Oleh karena itu, perilaku keuangan dalam perbankan syariah tidak dapat dipisahkan dari pencapaian kinerja jangka pendek maupun keberlanjutan jangka panjang bank syariah (Kumar et al., 2025; Sabree Nasri et al., 2025).

Dari sisi kinerja keuangan, perilaku nasabah yang didorong oleh kepercayaan dan motivasi religius berkontribusi pada peningkatan dana pihak ketiga (DPK) dan loyalitas nasabah. Nasabah yang meyakini bahwa bank syariah beroperasi sesuai prinsip bebas riba

cenderung mempertahankan simpanannya dalam jangka panjang, sehingga memperkuat basis pendanaan bank. Kondisi ini berdampak positif terhadap likuiditas dan kemampuan bank syariah dalam memperluas pembiayaan, khususnya pada sektor produktif seperti UMKM.

Perilaku keuangan juga memengaruhi kualitas pembiayaan dan tingkat risiko bank syariah. Nasabah yang memiliki literasi keuangan syariah dan pemahaman terhadap prinsip bagi hasil cenderung menunjukkan perilaku pembayaran yang lebih baik serta kesadaran risiko yang lebih tinggi. Sebaliknya, perilaku nasabah yang hanya berorientasi pada bentuk “syariah” tanpa memahami esensi akad berpotensi menimbulkan moral hazard dan meningkatkan pembiayaan bermasalah. Dengan demikian, perilaku keuangan nasabah berimplikasi langsung terhadap tingkat *Non-Performing Finance* (NPF) dan stabilitas kinerja bank syariah (Pahlevi Wulandari & Sindika Sari, 2025).



Gambar 10.3 Ilustrasi Kinerja dan Keberlanjutan Bank Syariah

Dari perspektif manajemen bank, perilaku keuangan yang berlandaskan prinsip syariah dan etika Islam mendorong pengambilan keputusan yang lebih berhati-hati dan berorientasi jangka panjang. Prinsip risk sharing dan pengawasan Dewan Pengawas Syariah membatasi perilaku spekulatif serta mendorong manajemen risiko yang lebih konservatif. Implikasi dari perilaku ini adalah terciptanya struktur portofolio pembiayaan yang relatif lebih stabil, meskipun dalam beberapa kondisi dapat membatasi tingkat profitabilitas jangka pendek.

Dalam konteks keberlanjutan (*sustainability*), perilaku keuangan syariah memiliki keselarasan yang kuat dengan tujuan maqashid al-shariah, yaitu pencapaian kemaslahatan dan kesejahteraan sosial. Pembiayaan yang diarahkan pada sektor riil, UMKM, dan kegiatan ekonomi produktif mencerminkan perilaku bank syariah yang tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga dampak sosial. Pola perilaku ini memperkuat legitimasi sosial bank syariah dan meningkatkan kepercayaan publik, yang menjadi fondasi utama keberlanjutan jangka panjang industri.

Perilaku keuangan nasabah yang dipengaruhi oleh norma sosial dan budaya juga berimplikasi pada stabilitas pasar perbankan syariah. Dukungan komunitas, rekomendasi tokoh agama, serta budaya kolektif mendorong pertumbuhan nasabah secara organik dan mengurangi volatilitas dana. Hal ini menciptakan ekosistem perbankan syariah yang lebih resilien terhadap guncangan eksternal, seperti ketidakpastian ekonomi atau fluktuasi pasar keuangan. Di sisi lain, perilaku keuangan perbankan syariah juga menghadapi tantangan dalam sistem perbankan ganda (*dual banking system*). Tekanan untuk bersaing dengan bank konvensional dan fintech dapat mendorong perilaku yang terlalu berorientasi pada profitabilitas jangka pendek. Jika tidak dikelola dengan baik, kondisi ini berpotensi menimbulkan konflik antara tujuan komersial dan kepatuhan syariah, yang pada akhirnya dapat merusak reputasi dan keberlanjutan bank syariah.

Oleh karena itu, pengelolaan perilaku keuangan menjadi faktor strategis dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan bank syariah. Peningkatan literasi keuangan syariah, penguatan nilai etika

Islam, serta integrasi prinsip syariah dalam strategi bisnis dan tata kelola bank merupakan langkah penting untuk membentuk perilaku keuangan yang sehat. Sinergi antara perilaku nasabah, manajemen bank, dan regulasi yang mendukung akan menentukan daya tahan dan pertumbuhan industri perbankan syariah di masa depan.



BAB 11

Perencanaan Keuangan

Perencanaan keuangan merupakan elemen kunci dalam upaya membangun stabilitas dan keberlanjutan kondisi ekonomi individu di tengah meningkatnya ketidakpastian, perubahan sosial, serta kompleksitas dinamika ekonomi. Fluktuasi pendapatan, volatilitas lingkungan ekonomi, dan kemajuan teknologi menuntut individu untuk tidak sekadar mengandalkan keputusan yang bersifat spontan, melainkan mampu merancang strategi keuangan yang terstruktur dan berorientasi jangka panjang. Oleh sebab itu, pemahaman terhadap prinsip-prinsip manajemen keuangan pribadi, strategi akumulasi aset jangka panjang, serta pendekatan perencanaan keuangan yang sesuai dengan karakteristik generasi terutama generasi milenial menjadi sangat krusial. Bab ini mengkaji perencanaan keuangan sebagai suatu proses berkelanjutan yang mengintegrasikan tujuan hidup, pengelolaan risiko, dan pengambilan keputusan finansial yang rasional dalam rangka mencapai kemandirian dan kesejahteraan keuangan jangka panjang.

A. FUNDAMENTAL MANAJEMEN KEUANGAN PRIBADI

Dampak dari peristiwa yang terjadi secara kebetulan dan berada di luar jangkauan kendali kita sering kali jauh lebih signifikan dan transformatif dalam menentukan arah hidup, dibandingkan dengan hasil yang diperoleh dari tindakan yang kita rencanakan dan sengaja dilakukan (Housel, 2020)). Namun nyatanya banyak orang yang abai terhadap pentingnya perencanaan dan memilih bertindak secara spontan. Ada pepatah yang mengingatkan “Segala sesuatu tidak

akan berjalan semulus yang di antisipasi” (*Everything won't go as smooth as planned*). Kenyataan menunjukkan bahkan aktivitas yang telan disusun dengan baik pun tidak menjamin berjalan dengan mulus, dapat berpotensi menghadai berbagai hambatan saat diimplementasikan. Logikanya, jika kegiatan yang direncanakan saja bisa terganggu, maka suatu tindakan yang dilaksanakan tanpa adanya perencanaan sama sekali tentu akan memiliki resiko kegagalan dan gangguan yang jauh lebih besar dalam proses pelaksanaannya (Keuangan, 2019). Maka dapat diartikan perencanaan memiliki target (goals), menyusun strategi untuk mencapai target dan merumuskan langkah - lahhkah teknis yang detail, memiliki tujuan agar terwujud.

Hidup tanpa memiliki sebuah perencanaan seperti mengendarai mobil tanpa tujuan. Kita menghabiskan waktu dengan berputar - putar di jalan yang sama, menghabiskan waktu dan bahan bakar bensin, dan tidak pernah sampai ke tempat yang kita inginkan. Di zaman yang sekarang penuh dengan ketidakjelasan dan kepastian serta perubahan yang sangat cepat. Perlu adanya memiliki kemampuan perencanaan keuangan yang memiliki fungsi sebagai petunjuk atau navigasi untuk membangun masa depan yang sukses. Widhiastuti (2024) menyatakan perencanaan keuangan merupakan hal yang penting dalam mengelola keuangan, hal ini melibatkan pengambilan yang strategis tentang menabung berinvestasi, dan mengalokasikan anggaran untuk mewujudkan sasaran finansial. Permasalahan keuangan tidak hanya dipicu oleh pendapatan yang minim, tetapi seringkali juga disebabkan oleh manajemen yang buruk, misalnya: pendanaan investasi yang disalurkan ke organisasi atau perusahaan namun tidak dikelola sesuai peruntukannya, atau keputusan investasi yang salah. Dengan adanya perencanaan keuangan kita memiliki kendali untuk kehidupan kita sendiri secara financial dapat mengontrol keuangan agar mencapai kebebasan financial.

Widhiastuti (2024) menjelaskan pendapat Grant Sabatier, terkait menerapkan 7 rencana kebebasan keuangan yaitu:

1. Dasar Hidup (*Baseline Living*)

Fokus utama adalah pemenuhan kebutuhan primer (pangan, papan, sandang) dan inisiasi pembentukan dana darurat sebagai pondasi awal stabilitas.

2. Bebas Utang (*Debt Freedom*)

Tercapainya kemerdekaan dari segala beban utang konsumtif. Arus kas yang sebelumnya untuk cicilan kini dialihkan sepenuhnya untuk akumulasi tabungan dan investasi.

3. Aman Keuangan (*Financial Security*)

Memiliki jaring pengaman berupa dana darurat likuid sebesar 3–6 bulan pengeluaran. Memberikan ketenangan batin dalam menghadapi krisis atau biaya tak terduga.

4. Kemandirian Pendapatan (*Income Independence*)

Pendapatan pasif (*passive income*) mulai mendominasi dan mampu menutupi sebagian besar biaya hidup, sehingga ketergantungan pada gaji aktif berkurang signifikan.

5. Kebebasan Keuangan (*Financial Freedom*)

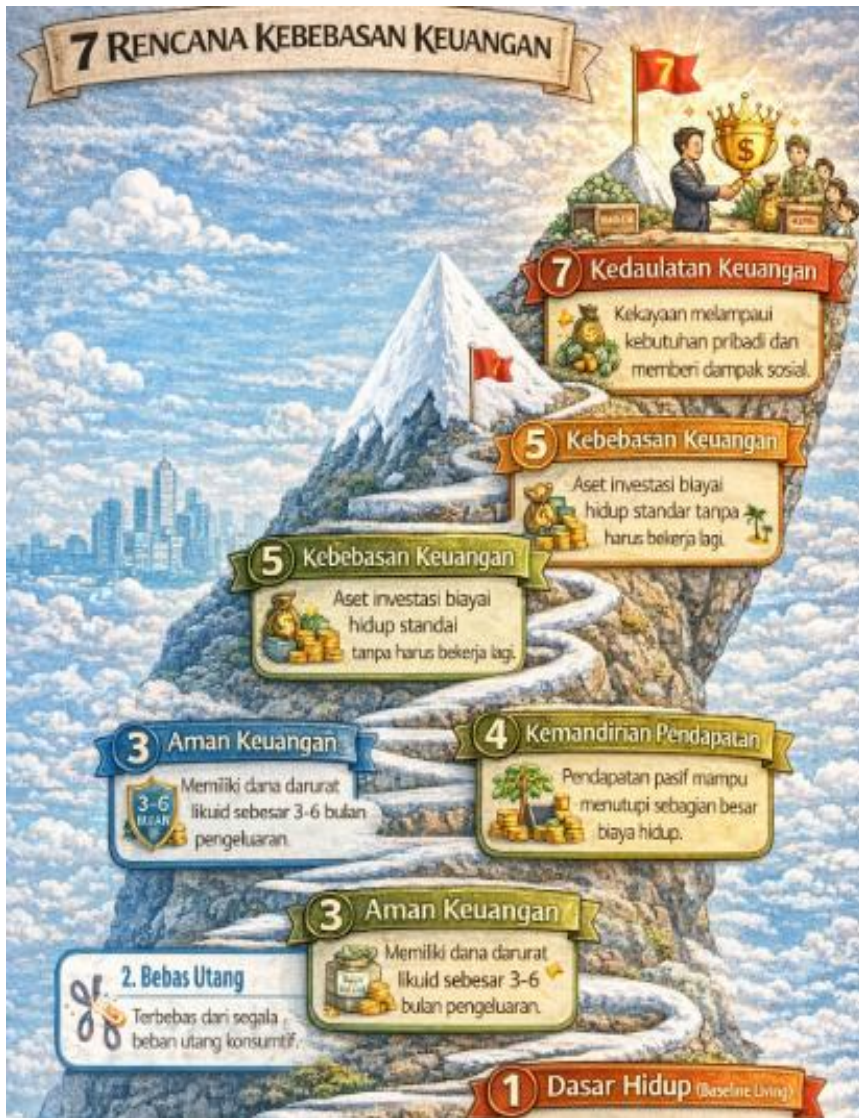
Aset investasi telah menghasilkan arus kas yang cukup untuk membiayai seluruh gaya hidup standar tanpa harus bekerja lagi. Bekerja menjadi sebuah pilihan, bukan keharusan.

6. Kemerdekaan Keuangan (*Financial Independence*)

Kekayaan yang terkumpul cukup untuk mendukung pensiun dini dengan gaya hidup yang lebih dari sekadar cukup, memberikan kendali penuh atas waktu dan minat pribadi.

7. Kedaulatan Keuangan (*Financial Sovereignty*)

Puncak finansial di mana kekayaan melampaui kebutuhan pribadi. Fokus bergeser dari akumulasi menjadi filantropi dan menciptakan dampak sosial yang luas bagi masyarakat.



Gambar 11.1 Rencana Kebebasan Keuangan

Bolton (2022) berpendapat tentang perencanaan keuangan dan proses perencanaan keuangan. Perencanaan keuangan adalah proses yang berkelanjutan tentang keuangan yang mana siklus tersebut akan kita lakukan seumur hidup, dengan seringnya kita melakukan perencanaan keuangan menjadi terbiasa, mudah melakukannya dan

memberikan keuntungan seiring berjalannya waktu. Proses perencanaan keuangan secara siklus terdiri dari langkah - langkah berikut:

a. Tetapkan Tujuan (*Set Your Goals*)

Tentukan secara spesifik apa yang ingin anda capai dalam hidup. Kemudian, identifikasi tujuan finansial apa saja yang menjadi penopang untuk mewujudkan impian - impian tersebut.

b. Analisis Realita (*Analyze Your Reality*)

Pahami posisi keuangan saat ini, berapa penghasilan? Berapa pengeluaran rutin? Dengan kondisi ini, kapan kira - kira dapat mencapai target finansial yang sudah ditetapkan?

c. Susun Rencana (*Create Your Plan*)

Buat rencana yang terfokus pada jangka waktu. Misalnya jangka pendek diantara 3 hingga 6 bulan ke depan, dan jangka panjang diantara 1,2,5,10 tahun yang akan datang.

d. Melaksanakan Rencana (*Execute Your Plan*)

Lakukan tindakan nyata, berupaya keras untuk mengurangi biaya pengeluaran dan melunasi hutang. Di saat yang sama, upayakan untuk meningkatkan pendapatan dan akumulasi tabungan/ investasi.

e. Pantau Kemajuan (*Track Your Progress*)

Evaluasi secara berkala: Bagaimana perkembangan? Apakah sudah melampaui target sementara? Atau masih tertinggal dari target yang telah ditetapkan?

f. Sesuaikan Dengan Rencana (*Adjust Your Plan*)

Lakukan penyesuaian terhadap rencana awal, hal ini bisa didasari oleh kemajuan yang telah dicapai, perubahan realitas hidup (misalnya kenaikan gaji atau pengeluaran tak terduga), atau munculnya tujuan - tujuan baru.

g. Ulangi, Perbaiki, Nikmati (*Repeat, Revise, Enjoy*)

Terus lakukan siklus ini, perbaiki strategi sesuai kebutuhan, dan nikmati hasil dari perencanaan keuangan.



Gambar 11.2 Ilustrasi Siklus Proses Perencanaan

Keberhasilan perencanaan keuangan pribadi bersumber dari sinergi antara pengelolaan fundamental saat ini dan strategi pertumbuhan aset yang berkelanjutan untuk masa depan. Setelah stabilitas terjaga melalui audit arus kas dan mitigasi risiko yang ketat, langkah selanjutnya adalah mengakumulasi kekayaan secara proaktif dengan memanfaatkan prinsip *time value of money* dan bunga majemuk guna melawan inflasi. Melalui penetapan tujuan berbasis SMART serta diversifikasi portofolio yang terukur, sisa surplus pendapatan dapat ditransformasikan menjadi aset produktif yang menjamin kemandirian finansial dan persiapan masa purnabakti.

Keuangan (2019) juga menambahkan tujuan keuangan merupakan penetapan target keuangan yang efektif harus menggunakan kerangka SMART, yakni tujuan yang spesifik dan terukur dengan angka yang jelas, serta realistis dan dapat dicapai sesuai kemampuan finansial guna menghindari risiko utang berlebih.

Dengan menetapkan skala prioritas dan tenggat waktu yang pasti, perencanaan menjadi lebih terstruktur, fokus, dan rasional dalam mewujudkan kesejahteraan jangka panjang. Pada akhirnya, disiplin dalam menjaga siklus investasi ini bukan sekadar pengelolaan angka, melainkan instrumen strategis untuk mewujudkan kualitas hidup yang lebih baik dan aman secara berkelanjutan.

Manajemen keuangan pribadi merupakan suatu proses esensial yang bersifat berkelanjutan dan strategis dalam merespons dinamika serta ketidakpastian kondisi ekonomi. Perencanaan keuangan yang sistematis memungkinkan individu merumuskan tujuan finansial secara terukur, mengelola risiko secara efektif, serta mengalokasikan pendapatan dan aset secara optimal melalui tahapan pengelolaan yang terstruktur. Dengan menggabungkan perencanaan jangka pendek dan jangka panjang, penerapan prinsip nilai waktu uang, serta penetapan sasaran keuangan berdasarkan kerangka SMART, individu dapat memperkuat stabilitas finansial sekaligus mendorong pertumbuhan aset yang berkesinambungan. Konsistensi dalam menjalankan siklus perencanaan, pemantauan, dan evaluasi keuangan tidak hanya berperan sebagai mekanisme pengendalian, tetapi juga menjadi landasan utama dalam mewujudkan kebebasan, kemandirian, dan kesejahteraan finansial jangka panjang.

B. STRATEGI AKUMULASI ASET DAN PERENCANAAN INVESTASI JANGKA PANJANG

Bolton (2022) mengatakan setiap orang punya kondisi keuangan yang berbeda-beda, tapi intinya sama: perencanaan keuangan adalah tentang pilihan. Kita harus memilih antara memenuhi keinginan saat ini atau menyiapkan kenyamanan di masa depan. Sebagai pelaku usaha, Anda tentu sudah biasa dengan prinsip "ada yang harus dikorbankan" demi hasil yang lebih besar. Prinsipnya sederhana: jika ingin punya sesuatu di masa depan, kita harus mengerem pengeluaran sekarang. Sebaliknya, jika kita terlalu boros sekarang, masa depan kita yang akan jadi taruhannya. Meskipun angka dan rumus keuangan bisa membantu Anda menghitung pilihan terbaik, pada akhirnya hanya Anda yang paling tahu apa kebutuhan paling mendesak dan seberapa besar risiko yang berani Anda ambil.

Rasio kesehatan keuangan adalah cara cerdas untuk melakukan "cek up" pada kondisi dompet Anda secara menyeluruh. Alih-alih hanya menebak-nebak, angka-angka seperti rasio dana darurat dan perbandingan utang memberikan bukti nyata apakah keuangan Anda sedang sehat atau justru dalam zona bahaya. Dengan rutin memantau rasio ini, Anda bisa lebih percaya diri dalam mengatur strategi investasi karena setiap langkah yang diambil sudah terukur risikonya, memastikan masa depan yang lebih aman tanpa mengorbankan stabilitas saat ini. Keuangan (2019) menjelaskan masing masing rasio pada rasio kesehatan keuangan:

1. **Rasio Likuiditas (Dana Darurat):** Digunakan untuk mengevaluasi ketersediaan aset lancar dalam menghadapi situasi darurat atau kebutuhan mendadak.
2. **Rasio Lancar:** Mengukur kesiapan aset lancar untuk menutupi kewajiban utang jangka pendek; angka di bawah 1 menunjukkan ketidakmampuan teknis dalam pelunasan.
3. **Rasio Tabungan:** Menilai efisiensi penyisihan pendapatan untuk mempercepat pencapaian tujuan keuangan dan modal investasi produktif.
4. **Rasio Utang:** Mengukur proporsi kepemilikan aset yang berasal dari pinjaman; rasio tinggi meningkatkan beban cicilan dan risiko gagal bayar.
5. **Rasio Pelunasan Utang:** Mengevaluasi besarnya pendapatan yang dialokasikan untuk membayar cicilan, yang berdampak langsung pada kelancaran arus kas.
6. **Rasio Solvensi:** Mengukur kekuatan kekayaan bersih dalam melunasi seluruh total utang jika terjadi proses likuidasi aset.
7. **Rasio Investasi:** Menilai sejauh mana aset dimanfaatkan secara produktif untuk pertumbuhan kekayaan; rasio yang rendah mencerminkan aset yang kurang produktif.



Gambar 11.3 Ilustrasi Rasio Kesehatan Keuangan

Strategi akumulasi aset dalam jangka panjang sejatinya merupakan sebuah komitmen sistematis untuk membangun fondasi finansial yang menjamin kesejahteraan pada masa purnabakti. Proses ini berfokus pada pengelolaan sumber daya saat ini agar tetap mampu menopang standar kualitas hidup yang layak di saat individu tidak lagi memiliki pendapatan aktif dari pekerjaan. Esensi dari perencanaan ini adalah memastikan ketersediaan modal yang mencukupi untuk menutupi seluruh biaya hidup ketika produktivitas usia menurun, sehingga kemandirian ekonomi tetap terjaga. Dalam penerapannya, keberhasilan membangun portofolio aset yang berkelanjutan sangat ditentukan oleh tingkat pemahaman finansial yang mendalam serta latar belakang pengetahuan yang memadai mengenai instrumen investasi yang dipilih.

Widhiastuti (2024) berpendapat instrumen perencanaan keuangan purnabakti dapat dikategorikan ke dalam empat pilar utama:

1. Portofolio Investasi: Mencakup aset likuid dan instrumen pasar modal seperti reksa dana, saham, obligasi, serta deposito (*certificates of deposit*) untuk pertumbuhan nilai aset.
2. Proteksi Asuransi: Meliputi pengelolaan risiko melalui asuransi jiwa, kesehatan, dan perawatan jangka panjang guna menjaga stabilitas finansial dari biaya medis yang tidak terduga.
3. Aset Produktif Jangka Panjang: Terdiri dari kepemilikan real estate yang menghasilkan pendapatan sewa, serta pemanfaatan akun pensiun khusus (seperti 401(k) atau IRA) dan anuitas yang menawarkan keuntungan pajak serta pertumbuhan modal jangka panjang.
4. Pendapatan Terjamin (*Guaranteed Income*): Fokus pada penyediaan arus kas tetap yang stabil selama masa pensiun melalui jaminan sosial, dana pensiun perusahaan, dan pembayaran anuitas rutin



Gambar 11.4 Instrumen Perencanaan Keuangan Purnabakti

Akumulasi aset dan perencanaan investasi jangka panjang merupakan elemen fundamental dalam membangun ketahanan serta kemandirian finansial sepanjang daur kehidupan individu. Melalui proses pengambilan keputusan yang berorientasi pada skala prioritas, pengendalian pola konsumsi, dan evaluasi rasio kesehatan keuangan

secara berkelanjutan, individu dapat menyeimbangkan pemenuhan kebutuhan jangka pendek dengan pencapaian tujuan finansial jangka panjang. Efektivitas strategi ini ditentukan oleh tingkat pemahaman terhadap kondisi keuangan pribadi, kemampuan dalam mengelola risiko secara proporsional, serta ketepatan dalam memilih instrumen investasi yang selaras dengan profil risiko dan fase kehidupan. Dengan mengintegrasikan portofolio investasi, perlindungan asuransi, aset produktif jangka panjang, serta sumber pendapatan yang bersifat terjamin, perencanaan keuangan jangka panjang tidak hanya berperan sebagai sarana pembentukan kekayaan, tetapi juga sebagai instrumen strategis untuk memastikan kesejahteraan dan keberlanjutan kualitas hidup pada masa purnabakti.

C. PERENCANAAN KEUANGAN GENERASI MILENIAL

Generasi milenial berada dalam konteks sosial dan ekonomi yang berbeda dibandingkan generasi terdahulu. Perkembangan teknologi digital, perubahan struktur pasar kerja, serta ketidakstabilan kondisi ekonomi global turut memengaruhi cara milenial dalam memandang dan mengelola keuangan. Kemudahan akses terhadap informasi keuangan memberikan peluang bagi milenial untuk meningkatkan literasi finansial, namun pada saat yang sama juga menghadirkan tantangan berupa meningkatnya perilaku konsumtif dan kemudahan dalam melakukan transaksi. Situasi tersebut menuntut adanya perencanaan keuangan yang sistematis, rasional, dan mampu menyesuaikan diri dengan perubahan.

Dalam perspektif milenial, perencanaan keuangan tidak hanya berfokus pada upaya menabung, tetapi mencakup pengelolaan pendapatan, pengalokasian pengeluaran, pengambilan keputusan investasi, serta perencanaan tujuan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang. Perencanaan keuangan dipandang sebagai instrumen penting untuk mencapai stabilitas dan kemandirian finansial tanpa mengabaikan kebutuhan hidup saat ini. Oleh sebab itu, kajian mengenai perencanaan keuangan menurut generasi milenial menjadi relevan untuk memahami pola perilaku keuangan serta strategi yang mereka terapkan dalam menghadapi tantangan ekonomi modern.

Sawitri (2018) dalam bukunya *Financial Genius for Millennials* menegaskan bahwa kecerdasan finansial merupakan kompetensi yang dapat dikembangkan melalui proses pembelajaran dan pembiasaan, bukan semata-mata kemampuan bawaan. Pada bagian awal, pentingnya pemahaman yang komprehensif terhadap kondisi keuangan pribadi, meliputi sumber pendapatan, pola pengeluaran, serta sikap individu terhadap pengelolaan uang. Karakteristik generasi milenial yang dekat dengan teknologi dan media sosial berpotensi mendorong perilaku konsumtif, sehingga kesadaran finansial menjadi fondasi utama dalam membangun perencanaan keuangan yang rasional dan berkelanjutan. Konsep pengelolaan keuangan yang sistematis melalui penyusunan anggaran, pengendalian utang, pembentukan dana darurat, serta perencanaan investasi jangka panjang. Disiplin dalam mengelola keuangan diposisikan sebagai instrumen untuk mencapai stabilitas dan kemandirian finansial, bukan sebagai hambatan terhadap kualitas hidup. Dengan menekankan pentingnya literasi investasi, pemahaman profil risiko, dan penetapan tujuan keuangan yang jelas sesuai dengan tahapan kehidupan, hal ini jadi petunjuk bagi generasi milenial dalam mengambil keputusan finansial yang lebih bijak, terarah, dan berorientasi pada masa depan.



Gambar 11.5 Perencanaan Keuangan Generasi Milenial

Perencanaan keuangan bagi generasi milenial menjadi kebutuhan strategis yang erat kaitannya dengan dinamika sosial, perkembangan teknologi, serta kondisi ekonomi modern. Lingkungan digital yang bergerak cepat, perubahan pola dan fleksibilitas pasar kerja, serta tingginya paparan terhadap budaya konsumtif menuntut generasi milenial untuk memiliki tingkat kesadaran dan disiplin finansial yang lebih kuat. Melalui pemahaman komprehensif terhadap kondisi keuangan pribadi, pengelolaan pendapatan dan pengeluaran secara sistematis, pengendalian kewajiban utang, pembentukan dana darurat, serta penyusunan strategi investasi yang selaras dengan profil risiko dan tahapan kehidupan, milenial dapat membangun stabilitas serta kemandirian finansial secara berkelanjutan. Oleh karena itu, perencanaan keuangan tidak hanya berperan sebagai instrumen pengendalian ekonomi, tetapi juga menjadi landasan penting dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesiapan individu dalam menghadapi tantangan keuangan di masa mendatang.



Manajemen Keuangan dalam Perspektif Islam

Perspektif Islam terhadap perilaku manajemen keuangan didasarkan pada sistem nilai yang menyeluruh, yang mengintegrasikan aspek spiritual, etis, dan sosial dalam seluruh aktivitas ekonomi. Dalam Islam, pengelolaan keuangan tidak dipahami semata sebagai sarana untuk mencapai efisiensi dan keuntungan material, melainkan sebagai bentuk amanah yang melekat pada peran manusia sebagai khalifah di bumi. Oleh sebab itu, praktik manajemen keuangan diarahkan untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan personal dan kemaslahatan kolektif, serta antara pemanfaatan harta dan akuntabilitas moral di hadapan Allah SWT. Pembahasan ini menguraikan secara sistematis prinsip-prinsip filosofis kepemilikan harta, etika konsumsi, serta mekanisme distribusi kekayaan dan keberkahan finansial dalam Islam sebagai kerangka normatif yang menuntun individu maupun institusi dalam mewujudkan pengelolaan keuangan yang adil, berkelanjutan, dan bernilai ibadah.

A. FILOSOFI KEPEMILIKAN DALAM ISLAM

Dalam pandangan Islam, filosofi kepemilikan harta berasal pada prinsip bahwa pemilik mutlak atas segala sesuatu yang berada di alam semesta ini adalah milik Allah SWT. Manusia tidak memiliki harta secara absolut, melainkan hanya diberikan hak pakai dan hak pengelolaan sementara selama hidup di dunia. Pemahaman ini sangat mendasar agar setiap individu manusia tidak terjebak dalam sifat

sombong atau merasa bahwa kekayaan yang dimilikinya semata-mata merupakan hasil kerja keras pribadi tanpa campur tangan Sang Pencipta. Hal ini dijelaskan dengan dalam ayat berikut (yang artinya):

“Berimanlah kepada Allah dan Rasul-Nya serta infakkanlah (di jalan Allah) sebagian dari apa yang dia (titipkan kepadamu dan) telah menjadikanmu berwenang dalam (penggunaan)-nya.

Lalu, orang - orang beriman di antaramu dan menginfakkan (hartanya di jalan Allah) memperoleh pahala yang sangat besar.”

(Al Hadid :7)

Harta dipandang sebagai amanah atau titipan yang menempatkan manusia dalam posisi sebagai khalifah atau pengelola di muka bumi. Sebagai pemegang amanah, manusia memiliki kewajiban untuk memperlakukan harta tersebut sesuai dengan instruksi dan aturan Allah SWT. Hal ini mencakup cara memperoleh harta dengan jalan yang halal, tidak merugikan orang lain, serta menjauhi praktik-praktik yang dilarang seperti riba, penipuan, atau eksploitasi yang tidak adil. Seperti ditegaskan Allah SWT sendiri di dalam Al Qur'an (yang artinya) :

“Dan sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dan mengetahui apa yang dibisikkan oleh hatinya, dan Kami lebih dekat kepadanya daripada urat lehernya.”

(Qaf: 16)

Sebagai khalifah manusia memiliki peran untuk mengelola serta mengharuskan adanya tanggung jawab sosial yang melekat pada setiap harta yang dimiliki. Islam mengajarkan bahwa di dalam harta seseorang, terdapat hak bagi orang lain yang membutuhkan melalui instrumen zakat, infak, dan sedekah. Dengan memahami bahwa dirinya hanyalah saluran bagi rezeki Allah, seorang Muslim akan lebih mudah untuk berbagi dan tidak akan merasa rugi ketika harus mendistribusikan sebagian kekayaannya demi kesejahteraan umat dan kemaslahatan bersama. Al Quran telah menegaskan terkait hak

orang lain di dalam harta kita QS Adz Dzariyat ayat 19 (yang artinya) :

“Dan pada harta - harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak dapat bagian.”
(Adz Dzariyat : 19)

Aspek krusial dalam filosofi ini adalah keyakinan bahwa setiap rupiah yang dikelola baik dihasilkan atau didistribusikan akan dimintai pertanggung jawabannya di akhirat kelak. Tidak ada satu pun harta yang luput dari audit Allah, manusia akan ditanya dari mana harta tersebut berasal dan untuk apa saja harta tersebut digunakan. Kesadaran akan adanya pengawasan ini berfungsi sebagai kontrol internal yang kuat bagi perilaku manajemen keuangan seseorang, sehingga ia akan lebih berhati-hati dan bijaksana dalam setiap keputusan finansial yang diambil. Dalam Al Qur'an adanya larangan memperoleh pendapatan melalui cara yang batil dalam surat An - Nisa ayat 29 dan juga Allah juga membahas tentang pengeluaran harta melalui surat Al - Isra ayat 26 dan 27 serta ditambahkan dalam surat Al - Furqon ayat 67 (yang artinya) :

“Hai orang - orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu: Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”
(An - Nisa ayat 29)

“Dan berikanlah kepada keluarga - keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur - hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros - pemboros itu adalah saudara - saudara syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”
(Al - Isra ayat 26 dan 27)

*“Dan orang - orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelajaran itu) di tengah - tengah antara yang demikian.”
(Al Furqon ayat 67)*

Dengan mengadopsi filosofi kepemilikan dalam islam akan membawa ketenangan jiwa dalam pengelolaan keuangan. Seseorang tidak akan terlalu larut dalam kesedihan saat mengalami kehilangan harta, karena ia tahu bahwa titipan tersebut telah kembali kepada Pemiliknya. Sebaliknya, ia juga tidak akan bersikap rakus saat mendapatkan kelimpahan rezeki, melainkan senantiasa bersyukur dan fokus pada bagaimana memanfaatkan harta tersebut sebagai sarana ibadah untuk meraih keridaan Allah SWT.

Dalam perspektif Islam, kepemilikan harta tidak dipahami sebagai hak mutlak manusia, melainkan sebagai amanah yang berasal dari Allah SWT dan wajib dikelola sesuai dengan prinsip tanggung jawab, keadilan, serta ketentuan syariah. Pemahaman mengenai peran manusia sebagai khalifah mendorong terbentuknya perilaku manajemen keuangan yang menekankan kehalalan sumber perolehan, kehati-hatian dalam pemanfaatan, serta komitmen terhadap tanggung jawab sosial melalui instrumen distribusi seperti zakat, infak, dan sedekah. Kesadaran akan adanya pertanggungjawaban harta di hadapan Allah SWT berfungsi sebagai mekanisme pengendalian moral yang memperkuat sikap disiplin dan kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan keuangan. Oleh karena itu, penerapan filosofi kepemilikan dalam Islam tidak hanya menghasilkan tata kelola keuangan yang etis dan berorientasi pada keberlanjutan, tetapi juga memberikan ketenangan spiritual serta menempatkan pengelolaan harta sebagai bagian dari ibadah dan sarana untuk memperoleh rida Allah SWT.

B. ETIKA KONSUMSI

Etika konsumsi dalam Islam tidak hanya berbicara tentang apa yang dimakan atau dipakai, melainkan merupakan perwujudan dari pengabdian kepada Allah SWT. Berbeda dengan teori ekonomi konvensional yang sering kali mengedepankan asas utilitas tanpa

batas demi kepuasan maksimal (*maximum utility*), Islam memandang konsumsi sebagai sarana untuk mendukung keberlangsungan hidup agar manusia dapat beribadah dengan optimal. Konsumsi dalam Islam dibatasi oleh dua bingkai utama, yaitu prinsip kehalalan (secara zat maupun cara memperolehnya) dan prinsip kebaikan (*thayyib*), yang memastikan bahwa apa yang dikonsumsi memberikan manfaat fisik sekaligus ketenangan batin. Dan Allah menunjukkan potensi alam yang bisa dikonsumsi untuk memnuhi kebutuhan manusia dalam QS An - Nahl ayat 10 - 14, serta batasan halal dan haram konsumsi bagi manusia pada QS Al - Baqarah ayat 168, Al - Baqarah ayat 172 - 173 serta Al - Baqarah ayat 188 (yang artinya) :

“Dialah, yang telah menurunkan air hujan dari langit untuk kamu, sebahagiannya menjadi minuman dan sebahagiannya (menyuburkan) tumbuh - tumbuhan, yang pada (tempat tumbuhnya) kamu menggembalakan ternakmu. Dia menumbuhkan bagi kamu dengan air hujan itu tanam - tanaman ; zaitun, kurma, anggur dan segala macam buah - buahan. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar - benar ada tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang memikirkan. Dan Dia menundukkan malam dan siang, matahari dan bulan untukmu. Dan bintang - bintang itu ditundukkan (untukmu) dengan perintah - Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar - benar ada tanda - tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang memahami (nya). Dan Dia (menundukkan pula) apa yang Dia ciptakan untuk kamu di bumi ini dengan berlain - lain macamnya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar - benar terdapat tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang mengambil pelajaran. Dan Dialah, Allah yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan daripadanya daging yang segar (ikan), dan kamu mengeluarkan dari lautan itu perhiasan yang kamu pakai; dan kamu melihat bahtera berlayar padanya, dan supaya kamu mencari (keuntungan) dan karunia - Nya, dan supaya kamu bersyukur.”
(An - Nahl: 10 - 14).

“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah - langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.”
(Al - Baqarah :168)

“Wahai orang - orang yang beriman, makanlah apa - apa yang baik yang Kami anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar - benar hanya menyembah kepada - Nya. Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Akan tetapi, siapa yang terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.
(Al - Baqarah: 172 - 173).

“Janganlah kamu memakan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.”
(Al - Baqarah : 188)

Salah satu pilar utama etika konsumsi Islami adalah larangan keras terhadap perilaku *israf*, yaitu tindakan melampaui batas dalam membelanjakan harta meskipun untuk hal-hal yang pada dasarnya halal. Islam mengancam sikap bermewah-mewahan yang hanya bertujuan untuk pamer kekuasaan atau status sosial (*flexing*). Perilaku berlebih-lebihan dianggap sebagai bentuk ketidakpedulian terhadap kondisi sosial dan merupakan pemborosan sumber daya yang seharusnya bisa dialokasikan untuk kebutuhan yang lebih mendesak bagi umat. Allah dengan jelas melarang perilaku berlebih - lebihan di dalam Al - Quran dalam surat Al - A'raf ayat 31 (yang artinya) :

"Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang - orang yang berlebihan."

(Al - A'raf :31).

Selain melarang perilaku *israf* atau berlebih-lebihan, Islam secara tegas mengharamkan tindakan *tabzir* (pemborosan) yang menempatkan harta pada hal-hal sia-sia atau maksiat, bahkan Al-Qur'an menyebut para pemboros sebagai "saudara-saudara setan" karena mencerminkan kekufuran terhadap nikmat Allah. Sebagai solusinya, Islam menawarkan prinsip moderasi (*al-wasathiyyah*) yang menyeimbangkan antara larangan bersikap bakhil dan larangan bersikap boros demi menjaga kestabilan finansial serta menghindari jeratan hutang konsumtif. Implementasi dari sikap moderat ini dilakukan melalui penerapan teori *Maqashid Syariah*, di mana pengelolaan keuangan wajib mendahulukan tingkat *Dharuriyyat* yakni kebutuhan primer yang mencakup perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta seperti pengeluaran untuk pangan sehat, pendidikan dasar, serta tempat tinggal yang layak sebelum mengalokasikan dana bagi kepentingan sekunder maupun tersier. Kebutuhan *dharuriyyat* adalah fondasi utama yang menentukan kebermanfaatan kebutuhan lainnya. Jika kebutuhan pokok ini tidak terpenuhi, maka pemenuhan kebutuhan sekunder (*hajiyyat*) maupun mewah (*tahsiniyyat*) menjadi tidak berarti seperti seseorang yang memaksakan membeli tas mewah padahal ia kesulitan untuk makan. Sebaliknya, *dharuriyyat* tetap dapat berdiri sendiri meskipun tanpa dukungan dua level kebutuhan di bawahnya, walaupun kualitas hidupnya menjadi kurang sempurna (Beik et al., 2022).

Dengan demikian, etika konsumsi dalam Islam memaknai aktivitas konsumsi tidak semata-mata sebagai upaya pemenuhan kebutuhan material, tetapi sebagai wujud ketaatan dan bentuk pengabdian kepada Allah SWT. Prinsip kehalalan dan kebaikan (*thayyib*) berperan sebagai fondasi normatif yang mengarahkan umat Islam untuk mengonsumsi secara bertanggung jawab, memberikan kemanfaatan, serta menghadirkan ketenangan batin. Penegasan

terhadap larangan israf dan tabzir mencerminkan urgensi pengendalian diri dan kepedulian sosial dalam penggunaan harta, sementara prinsip moderasi (al-wasathiyah) menuntun terciptanya keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan dan keberlanjutan kondisi keuangan. Melalui penerapan Maqashid Syariah yang mengutamakan pemenuhan kebutuhan dharuriyyat dibandingkan hajiyyat dan tahsiniyyat, etika konsumsi Islam berfungsi sebagai kerangka etis yang membimbing individu dalam mengelola pola konsumsi secara rasional, adil, dan berorientasi pada kemaslahatan, sehingga aktivitas konsumsi tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga mengandung nilai moral dan spiritual.

C. DISTRIBUSI HARTA DAN KEBERKAHAN FINANSIAL

Pada perspektif islam, manajemen keuangan tidak hanya dilihat dari segi efisiensi dan keuntungan, namun juga dilihat dari sisi etika dan tanggung jawab moral. Islam memandang harta adalah amanah dari Allah yang harus dikelola dengan bijak untuk kemaslahatan, bukan sekedar untuk kepentingan individu. Beik (2012) berpendapat bahwa misi keuangan syariah jauh melampaui sekedar peningkatan aset, volume dana, atau profitabilitas. Tujuannya adalah untuk mengatasi masalah ekonomi global, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengurangi kemiskinan, dan kesenjangan pendapatan demi menciptakan tatanan hidup yang adil dan bermatahat. Oleh karena itu dalam perilaku manajemen keuangan, pendekatan yang digunakan tidak hanya berfokus pada akad dan inovasi bisnis yang tepat, tetapi juga harus didasarkan pada pendekatan nilai (*values*). kata “syariah” itu sendiri menuntut setiap lembaga keuangan syariah (LKS) untuk mengemban misi mulia, yakni menampilkan ajaran islam yang komprehensif dalam setiap aspek ekonomi dan bisnis.

Prinsip keadilan adalah inti dari filosofi ekonomi islam, yang terlihat dari larangan riba dan monopoli, keengganan Nabi Muhammad SAW untuk mengintervensi harga, serta penekanan pada distribusi kekayaan yang adil melalui zakat, infak dan sedekah (Ayyubi, 2012). Prinsip utama dalam manajemen keuangan islam adalah larangan riba. Riba dipandang sebagai praktik yang merusak keadilan karena memberikan keuntungan sepihak tanpa adanya

usaha produktif. Dengan menghindari riba, Islam mendorong terciptanya sistem keuangan yang berdasarkan pada kerja sama, resiko bersama (*risk sharing*), dan hasil nyata dari aktivitas ekonomi. Hal ini membentuk perilaku manajemen keuangan yang lebih etis dan berorientasi pada keberlanjutan.

Dalam bukunya Ibrahim et al. (2021) menceritakan bahwa aspek riba dalam transaksi keuangan konvensional diatur oleh Fatwa Ijtima Ulama Komisi Fatwa se Indonesia pada 16 Desember 2023, yang menyatakan bahwa praktik pembunga uang masa kini memenuhi kriteria riba nasi'ah dari zaman Rasulullah SAW. Sehingga bunga uang dianggap haram. Praktik ini banyak ditemukan dalam berbagai lembaga, seperti bank, asuransi, pasar modal, pegadaian dan koperasi. Dalam islam hal ini menjadi prinsip dasar yang membedakan manajemen keuangan konvensional dari manajemen keuangan syariah.

Prinsip ini kemudian diimplementasikan, salah satunya yaitu perbankan syariah. Ismal (2012) menjelaskan bahwa perilaku manajemen keuangan dalam industri perbankan syariah terbagi menjadi empat sektor utama. Pertama, sisi liabilitas berfokus pada perilaku nasabah dalam menyimpan dana dan menilai layanan bank. Kedua, sisi aset membahas hubungan antara bank dan pengusaha dalam memberikan pembiayaan dan mengevaluasi kinerja bisnis. Ketiga, manajemen likuiditas mencakup cara bank syariah mengelola dana jangka pendek. Keempat, sisi moneter menunjukkan interaksi bank syariah dengan bank sentral dalam merespons kebijakan moneter syariah. Keempat aspek ini saling berkaitan erat, membentuk model perilaku keuangan yang unik dalam perbankan syariah.

Selain larangan riba, Islam juga menolak praktik gharar (ketidakjelasan) dan maisir (spekulasi atau judi). Larangan ini relevan dalam konteks perilaku keuangan modern, dimana banyak keputusan investasi dipengaruhi oleh spekulasi berlebihan. Dengan adanya larangan gharar dan maisir, Islam menekankan pentingnya akan transparan informasi, kejelasan kontrak dan kehati-hatian dalam pengambilan keputusan keuangan. Pada konteks manajemen perusahaan, Islam mengajarkan prinsip musyawarah (*shura*) dan keadilan dalam kebijakan. Seorang manajer keuangan dalam

perspektif islam bukan hanya bertanggung jawab pada pemegang saham, tetapi juga pada seluruh pemangku kepentingan, termasuk karyawan, masyarakat dan lingkungan.

Menurut Najib (2012) hal ini sesuai dengan teori kepemilikan (*ownership theory*), tujuan utama perilaku manajemen keuangan adalah untuk memaksimalkan keuntungan bagi pemilik. Perusahaan dianggap sebagai properti pribadi, sehingga semua tindakannya sah asalkan bertujuan untuk keuntungan maksimal permodal. Sebaliknya, teori pemangku kepentingan (*stakeholders' theory*) melihat perusahaan sebagai bagian dari masyarakat yang bertanggung jawab atas dampak sosial dan lingkungan. Maka dari itu, perilaku manajemen keuangan harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak terkait, tidak hanya pemilik, agar manfaat yang dihasilkan bisa didistribusikan secara adil.

Zakat, infak, dan sedekah merupakan instrumen keuangan Islam yang menunjukkan bahwa perilaku manajemen keuangan tidak boleh hanya berfokus pada akumulasi kekayaan. Zakat berfungsi sebagai mekanisme distribusi yang adil, mengurangi ketimpangan sosial, dan menjaga keberkahan harta. Dengan demikian, manajemen keuangan dalam islam memiliki dimensi sosial yang jelas, yaitu memastikan bahwa kekayaan berputar dan memberi manfaat bagi banyak pihak, bukan hanya menumpuk pada segelintir orang.

Dalam perspektif islam, para ulama menyamakan perusahaan dengan individu (*syakhsyah I'tibariyah*) sehingga memiliki hak dan kewajiban, termasuk kewajiban zakat. Perilaku manajemen keuangan perusahaan harus mencakup kewajiban zakat perusahaan yang dianalogikan dengan zakat perdagangan. Meskipun perusahaan telah membayar zakat, setiap individu yang terlibat di dalamnya juga telah wajib membayar zakat pribadi dari penghasilan masing-masing, sebagai bagian dari kewajiban yang timbul dari partisipasi dalam perkongsian tersebut (Faruq, 2021).

Praktik keuangan syariah modern, seperti perbankan syariah dan pasar modal syariah, merupakan bentuk aktualisasi dari prinsip-prinsip Islam dalam pengelolaan keuangan. Produk-produk seperti mudharabah, musyarakah, murabahah, dan ijarah memperlihatkan bahwa Islam memiliki instrumen yang tidak hanya rasional secara

ekonomi, tetapi juga sesuai dengan nilai moral. Hal ini menunjukkan bahwa Islam mengenai manajemen keuangan memiliki landasan teori sekaligus praktik yang bisa diterapkan secara luas.

Oleh karena itu, distribusi harta dalam kerangka Islam menegaskan bahwa praktik manajemen keuangan harus senantiasa berlandaskan nilai etika, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Harta diposisikan sebagai amanah yang pengelolaannya diarahkan untuk mewujudkan kemaslahatan bersama melalui mekanisme distribusi yang berkeadilan, seperti zakat, infak, dan sedekah, serta melalui penerapan sistem keuangan yang terbebas dari unsur riba, gharar, dan maisir. Internalisasi prinsip-prinsip nilai dalam manajemen keuangan syariah, baik pada tingkat individu maupun kelembagaan, mendorong terbentuknya sistem ekonomi yang menekankan kerja sama, pembagian risiko, dan keberlanjutan jangka panjang. Dengan mengintegrasikan prinsip keadilan, perhatian terhadap kepentingan seluruh pemangku kepentingan, serta pemenuhan kewajiban sosial oleh individu dan perusahaan, manajemen keuangan Islam tidak hanya berorientasi pada akumulasi kekayaan, tetapi juga pada terwujudnya keberkahan finansial, pemerataan kesejahteraan, dan terciptanya tatanan ekonomi yang adil dan bermartabat.

GLOSARIUM

Asuransi

Instrumen keuangan berupa perjanjian pengalihan risiko dari individu atau pihak bertanggung kepada perusahaan asuransi dengan imbalan pembayaran premi, guna memberikan perlindungan finansial atas risiko tertentu di masa depan.

Behavioral Finance (Keuangan Perilaku)

Bidang kajian yang mempelajari bagaimana faktor psikologis, emosional, dan sosial memengaruhi keputusan keuangan individu maupun institusi, sehingga keputusan tersebut sering kali menyimpang dari asumsi rasionalitas ekonomi.

Bias Kognitif

Pola penyimpangan sistematis dalam proses berpikir yang menyebabkan individu membuat keputusan keuangan yang tidak sepenuhnya rasional, seperti overconfidence, loss aversion, dan status quo bias.

Diversifikasi Risiko

Strategi pengelolaan risiko dengan menyebarkan investasi ke berbagai aset, sektor, atau instrumen keuangan yang berbeda untuk mengurangi potensi kerugian secara keseluruhan.

Herding Behavior (Perilaku Ikut-ikutan)

Fenomena ketika individu atau investor meniru keputusan orang lain tanpa analisis mendalam, sering kali dipicu oleh tekanan sosial, informasi publik, atau keinginan untuk mengikuti tren pasar.

Islamic Behavioral Finance

Pendekatan keuangan perilaku yang mengintegrasikan teori behavioral finance dengan nilai-nilai Islam, sehingga keputusan keuangan tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga kepatuhan syariah dan tanggung jawab moral.

Kredit Mikro

Pinjaman dalam jumlah kecil yang diberikan kepada individu atau kelompok berpendapatan rendah, umumnya tanpa agunan, dengan tujuan memberdayakan ekonomi, mendorong kewirausahaan, dan mengurangi kemiskinan.

Literasi Keuangan

Tingkat pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan, termasuk kemampuan dalam membuat keputusan terkait menabung, berutang, berinvestasi, dan mengelola risiko.

Literasi Keuangan Syariah

Pemahaman individu terhadap prinsip, produk, dan mekanisme keuangan berbasis syariah yang memengaruhi perilaku keuangan sesuai dengan nilai Islam.

Loss Aversion

Kecenderungan psikologis individu untuk lebih merasakan kerugian dibandingkan keuntungan dengan nilai yang sama, sehingga sering kali menghindari risiko meskipun berpotensi memberikan hasil yang lebih baik.

Manajemen Keuangan Pribadi

Proses perencanaan, penganggaran, pengendalian, dan pengelolaan sumber daya keuangan individu untuk mencapai tujuan keuangan jangka pendek dan jangka panjang.

Manajemen Kas

Bagian dari manajemen keuangan yang berfokus pada pengelolaan arus masuk dan keluar kas, termasuk pembayaran tagihan, penyusunan anggaran, dan pencatatan keuangan.

Manajemen Kredit

Proses pengelolaan penggunaan kredit oleh individu atau lembaga, mencakup perencanaan, pengendalian, serta pelunasan kewajiban kredit secara tepat waktu dan bertanggung jawab.

Mental Accounting

Konsep psikologis yang menjelaskan kecenderungan individu untuk mengelompokkan uang ke dalam kategori tertentu, sehingga memengaruhi cara uang tersebut digunakan dan dibelanjakan.

Moral Hazard

Perilaku individu yang cenderung meningkatkan risiko setelah mendapatkan perlindungan asuransi karena merasa konsekuensi finansialnya akan ditanggung pihak lain.

Perencanaan Keuangan

Proses sistematis dan berkelanjutan dalam merancang strategi keuangan yang selaras dengan tujuan hidup, kondisi ekonomi, serta pengelolaan risiko untuk mencapai kesejahteraan jangka panjang.

Perilaku Keuangan

Segala bentuk tindakan individu dalam memperoleh, mengelola, dan menggunakan uang yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, budaya, dan ekonomi.

Perilaku Manajemen Keuangan

Kemampuan dan kebiasaan individu atau organisasi dalam merencanakan, menganggarkan, mengendalikan, dan mengevaluasi penggunaan dana dengan mempertimbangkan aspek rasional dan emosional.

Perbankan Syariah

Sistem perbankan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam, seperti larangan riba, gharar, dan maisir, serta menekankan keadilan, transparansi, dan pembagian risiko.

Prospect Theory

Teori yang menjelaskan bahwa individu mengevaluasi keuntungan dan kerugian secara relatif terhadap titik referensi tertentu, bukan berdasarkan hasil akhir semata.

Status Quo Bias

Kecenderungan individu untuk mempertahankan kondisi atau pilihan yang ada dan enggan melakukan perubahan, meskipun alternatif lain berpotensi memberikan manfaat lebih besar.

Tabungan

Bagian dari pendapatan yang disisihkan untuk keperluan di masa depan, baik untuk tujuan darurat, investasi, maupun perencanaan jangka panjang.

Tax Compliance (Kepatuhan Pajak)

Perilaku wajib pajak yang melaporkan penghasilan, menghitung, dan membayar pajak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tax Evasion

Tindakan ilegal berupa penggelapan pajak, seperti tidak melaporkan penghasilan atau memalsukan laporan pajak untuk mengurangi kewajiban pajak.

Tax Morale

Sikap moral dan motivasi internal individu dalam memenuhi kewajiban perpajakan yang dipengaruhi oleh norma sosial, nilai etika, dan kepercayaan terhadap pemerintah.

Theory of Planned Behavior

Teori psikologi yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol terhadap perilaku tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, H. S. M. (2026). Technology, institutions, and migration: A fusional governance framework for mitigating state fragility. *Technology in Society*, 85, 103175. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2025.103175>
- Adams, G. A., & Rau, B. L. (2011). Putting off tomorrow to do what you want today: planning for retirement. *American Psychologist*, 66(3), 180.
- Adams, J. S. (1965). Inequity in social exchange. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 2, pp. 267–299). Elsevier.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alrasheedi, M. A. (2025). Enhancing Fraud Detection in Credit Card Transactions: A Comparative Study of Machine Learning Models. *Computational Economics*. <https://doi.org/10.1007/s10614-025-11071-3>
- Andreoni, J., Erard, B., & Feinstein, J. (1998). Tax compliance. *Journal of Economic Literature*, 36(2), 818–860.
- Anugrah, M. S. S., & Fitriandi, P. (2022). Analisis Kepatuhan Pajak Berdasarkan Theory of Planned Behavior. *Info Artha*, 6(1), 1–12.
- Ardener, S., & Burman, S. (2024). *Money-go-rounds: The importance of ROSCAs for women*. Taylor & Francis.
- Ariyanti, E. R. N., & Mutiah, I. N. (2023). Hak dan kewajiban wajib pajak serta otoritas perpajakan setelah keluarnya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang harmonisasi peraturan perpajakan. *ADIL: Jurnal Hukum*, 14(1), 1–27.
- Asikin, M. N. (2023, February 9). *Incar Best Mortgage Bank, Siap Biayai 1,32 Juta Rumah 5 Tahun Ke Depan*. www.jawapos.com.
- Assabil, S. E., & Abubakar, A. (2025). Behaviourally adaptive optimization strategy for retirement wealth allocation under uncertainty. *Scientific African*, 29. <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2025.e02873>

- Aulia, B., Damrus, D., & Manan, A. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Minat Menabung (Studi Pada Nasabah Pt. Bank Syariah Indonesia Kc Imam Bonjol). *Jurnal Sains Riset*, 14(1), 77–87.
- Ayyubi, S. El. (2012, November 29). Hijrah Ekonomi Rasulullah SAW. *Jurnal Ekonomi Islam Republika*, 24.
- Baker, H. K., & Nofsinger, J. R. (2010). *Behavioral finance: investors, corporations, and markets*. John Wiley & Sons.
- Baker, H. K., & Ricciardi, V. (2014). *Investor behavior: The psychology of financial planning and investing*. John Wiley & Sons.
- Banerjee, A. (2019). Predicting Stock Return of UAE Listed Companies Using Financial Ratios. *Accounting and Finance Research*, 8(2), 214. <https://doi.org/10.5430/afr.v8n2p214>
- Barber, B. M., Lee, Y.-T., Liu, Y.-J., & Odean, T. (2009). Just how much do individual investors lose by trading? *The Review of Financial Studies*, 22(2), 609–632.
- Barber, B. M., & Odean, T. (2001). Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock investment. *The Quarterly Journal of Economics*, 116(1), 261–292.
- Bardolet, D., Fox, C. R., & Lovallo, D. (2011). Corporate capital allocation: A behavioral perspective. *Strategic Management Journal*, 32(13), 1465–1483.
- Bari, M. D. A., Khan, G. D., Katayanagi, M., & Yoshida, Y. (2024). Gender dynamics of the impact of cash transfer on female educational expenditure of informal settlements in Bangladesh. *World Development Perspectives*, 34, 100591. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.wdp.2024.100591>
- Beik, I. S. (2012, November 29). Penguatan Ruh LKS. *Jurnal Ekonomi Islam Republika*, 23.
- Beik, I. S., Al Arif, M. N. R., Herianingrum, S., & Hasanah, A. (2022). *Ekonomi Mikro Islam*. Bank Indonesia.
- Benartzi, S., & Thaler, R. H. (1995). Myopic loss aversion and the equity premium puzzle. *The Quarterly Journal of Economics*, 110(1), 73–92.
- Beshears, J., Choi, J. J., Laibson, D., & Madrian, B. C. (2009). The importance of default options for retirement saving outcomes:

- Evidence from the United States. In *Social security policy in a changing environment* (pp. 167–195). University of Chicago Press.
- Bikhchandani, S., & Sharma, S. (2000). Herd behavior in financial markets. *IMF Staff Papers*, 47(3), 279–310.
- Binaté Fofana, N., Antonides, G., Niehof, A., & van Ophem, J. A. C. (2015). How microfinance empowers women in Côte d'Ivoire. *Review of Economics of the Household*, 13(4), 1023–1041.
- Boddington, L., & Kemp, S. (1999). Student debt, attitudes towards debt, impulsive buying, and financial management. *New Zealand Journal of Psychology*, 28(2), 89.
- Bolton, B. (2022). *Personal Financial Planning for Entrepreneurs: Manage your money today, maximize your money in the future*.
- Bourdieu, P. (1991). *The Logic of Practice*. Atanford University Press.
- Budianto, E. W. H. (2023). Pemetaan penelitian risiko operasional pada industri keuangan syariah dan konvensional: studi bibliometrik VosViewer dan literature review. *Jurnal Ekonomi Islam*, 14(2), 158–174.
- Capon, N., Fitzsimons, G. J., & Prince, R. A. (1996). An individual level analysis of the mutual fund investment decision. *Journal of Financial Services Research*, 10, 59–82.
- Carroll, C. D. (1997). *Buffer-stock savings and the life cycle/permanent income hypothesis*. 112.
- Časta, M. (2025). The impact of mortgage rates on the housing market. *Journal of Housing Economics*, 69, 102079. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jhe.2025.102079>
- Chang, P.-C., Yeh, C.-T., Cheng, T.-Y., & Yu, V. F. (2026). Reliability assessment for multistate semiconductor global logistics networks with freight charges and carbon taxes considerations. *Reliability Engineering & System Safety*, 269, 112027. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.res.2025.112027>
- Clark, W. (1999). Paying off student loans. *Perspectives on Labour and Income*, 11(1), 28.
- Connor, R. A. (1996). More than risk reduction: The investment appeal of insurance. *Journal of Economic Psychology*, 17(1), 39–54.

- Davies, E., & Lea, S. E. G. (1995). Student attitudes to student debt. *Journal of Economic Psychology*, 16(4), 663–679.
- De Bondt, W. F. M., & Thaler, R. (1985). Does the stock market overreact? *The Journal of Finance*, 40(3), 793–805.
- de Bruijn, E.-J., & Antonides, G. (2020). Determinants of financial worry and rumination. *Journal of Economic Psychology*, 76, 102233.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.joep.2019.102233>
- de Villiers, J. U., & Roux, E.-M. (2019). Reframing the Retirement Saving Challenge: Getting to a Sustainable Lifestyle Level. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 2, 277–288.
<https://doi.org/10.1891/1052-3073.30.2.277>
- Direktorat Jenderal Pajak. (2025). *Tugas dan Fungsi DJP*.
<https://www.pajak.go.id/en/node/18178>.
- Dreyfus, M. K., & Viscusi, W. K. (1995). Rates of time preference and consumer valuations of automobile safety and fuel efficiency. *The Journal of Law and Economics*, 38(1), 79–105.
- Duesenberry, J. S. (1949). *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior*. Harvard University Press.
- Dulleck, U., Fookien, J., Newton, C., Ristl, A., Schaffner, M., & Torgler, B. (2016). Tax compliance and psychic costs: Behavioral experimental evidence using a physiological marker. *Journal of Public Economics*, 134, 9–18.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2015.12.007>
- Fahrozi, F., & Uyun, M. (2024). PERAN Faktor Psikologis dalam Membentuk Perilaku Keuangan pada Nasabah Perbankan Syariah. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 530–536.
- Fajarihza, R. F. (2025, June 22). *Bisnis Kartu Kredit Melonjak per April 2025, Tambah 500.000 keping*. [www.Finansial.Bisnis.Com](http://www.finansialbisnis.com).
- Faruq, U. (2021). *Manajemen Keuangan Syariah*. Duta Media Publishing.
- Fehr, E., Fischbacher, U., & Gächter, S. (2002). Strong reciprocity, human cooperation, and the enforcement of social norms. *Human Nature*, 13(1), 1–25.

- Fischhoff, B., Slovic, P., Lichtenstein, S., Read, S., & Combs, B. (1978). How safe is safe enough? A psychometric study of attitudes towards technological risks and benefits. *Policy Sciences*, 9(2), 127–152.
- Fitrah, F. A., Takariawan, A., & Muttaqin, Z. (2021). Kedudukan penyidik pegawai negeri sipil Direktorat Jenderal Pajak dalam kerangka penegakan hukum pidana perpajakan di Indonesia. *SIGn Jurnal Hukum*, 3(1), 1–25.
- Foster, B. (2001). *Pembinaan untuk peningkatan kerja karyawan*. PPM Manajemen.
- Frank, D., Harrison, A., Bai, V., Popescu, V., Birau, R., & Prabhu, K. S. (2024). Mediating role of retirement planning to achieve retirement adequacy & retirement satisfaction: A structural equation model evaluation. *Multidisciplinary Science Journal*, 7(5), 2025195. <https://doi.org/10.31893/multiscience.2025195>
- Fred van Raaij, W. (2016). Understanding consumer financial behavior: Money management in an age of financial illiteracy. In *Understanding Consumer Financial Behavior: Money Management in an Age of Financial Illiteracy*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137544254>
- Frederick, S., Loewenstein, G., & O'donoghue, T. (2002). Time discounting and time preference: A critical review. *Journal of Economic Literature*, 40(2), 351–401.
- Friedman, M. (1953). *Essays in positive economics*. University of Chicago press.
- Furnham, A., & Argyle, M. (1998). *The Psychology of Money*. Routledge.
- Gathergood, J. (2012). Debt and depression: causal links and social norm effects. *The Economic Journal*, 122(563), 1094–1114.
- Genevsky, A., & Knutson, B. (2015). Neural affective mechanisms predict market-level microlending. *Psychological Science*, 26(9), 1411–1422.
- Glaser, M., Markus Nöth, & Martin Weber. (2004). *Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making*. Blackwell Publishing.
- Glenzer, F., Michaud, P. C., & Staubli, S. (2025). Frames, incentives, and education: Effectiveness of interventions to delay public pension

- claiming. *Journal of Public Economics*, 248. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2025.105419>
- Handi, A. K., & Mahastanti, L. A. (2012). *Perilaku penggunaan uang: apakah berbeda untuk jenis kelamin dan kesulitan keuangan*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Hankinson, A. (2000). The Key Factors in The Profiles of Small Firm Owner Managers That Influence Business Performance. The South Coast Small Firms Survey. *Industrial and Commercial Training*, 32(3).
- Haryono, N. A. (2025). Membangun Perilaku Manajemen Keuangan yang Sehat: Teori dan Implementasinya. In *Mitra Edukasi dan Publikasi*. PT. Mitra Edukasi dan Publikasi.
- Hasan, H. A. (2023). Analisis Perilaku Keuangan Masyarakat dalam Pemanfaatan Produk Perbankan Islam. *PILAR*, 14(1), 57–64.
- Hasnat, Md. A., Khandakar, H., Rahman, Md. A., Islam, S. M. N., & Hasan, K. K. (2025). Capitalism in modern ignorance (jahilliyah): exploring Islamic alternatives to reshape human behaviour and provide solutions for the 21st century. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 18(4), 975–991. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-08-2024-0393>
- Haultain, S., Kemp, S., & Chernyshenko, O. S. (2010). The structure of attitudes to student debt. *Journal of Economic Psychology*, 31(3), 322–330.
- Hedesström, T. M., Svedsäter, H., & Gärling, T. (2006). Covariation neglect among novice investors. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 12(3), 155.
- Hershfield, H. E., Goldstein, D. G., Sharpe, W. F., Fox, J., Yeykelis, L., Carstensen, L. L., & Bailenson, J. N. (2011). Increasing saving behavior through age-progressed renderings of the future self. *Journal of Marketing Research*, 48(SPL), S23–S37.
- Hessing, D. J., Elffers, H., & Weigel, R. H. (1988). Exploring the limits of self-reports and reasoned action: An investigation of the psychology of tax evasion behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(3), 405.
- Hey, J. D., & Morone, A. (2004). Do markets drive out lemmings—or vice versa? *Economica*, 71(284), 637–659.

- Hilgert, M. A., & Hogarth, J. M. (2003). Household Financial Management: The Connection between Knowledge and Behavior. *Federal Reserve Bulletin*, 89, 309–322. www.nefe.org/amexeconfund/index.html
- Hira, T. K. (2012). Promoting sustainable financial behaviour: Implications for education and research. *International Journal of Consumer Studies*, 36(5), 502–507.
- Housel, M. (2020). *The Psychology of Money: Timeless lessons on wealth, greed, and happiness*. Harriman House Limited.
- Ibrahim, A., Amelia, E., Akbar, N., Kholis, N., Utami, S. A., & Nofrianto. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam*. Bank Indonesia.
- Ismal, R. (2012, November 29). Model “Perilaku Keuangan” PERBANKAN SYARIAH. *Jurnal Ekonomi Islam Republika*, 23.
- Johnson, E. J., Hershey, J., Meszaros, J., & Kunreuther, H. (1993). Framing, probability distortions, and insurance decisions. *Journal of Risk and Uncertainty*, 7(1), 35–51.
- Kahneman, D. (2013). *A perspective on judgment and choice: Mapping bounded rationality*. Psychology Press.
- Kausel, E. E., Reyes, T., Larach, F., Chacon, A., & Enei, G. (2024). Does enhancing the vividness in connection with the future self increase savings behavior? A field experiment. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 110. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2024.102204>
- Keuangan, O. J. (2019). Perencanaan Keuangan, Seri Literasi Keuangan Perguruan Tinggi. In *Jakarta: OJK*. OJK.
- Kirchler, E., Kogler, C., & Muehlbacher, S. (2014). Cooperative tax compliance: From deterrence to deference. *Current Directions in Psychological Science*, 23(2), 87–92.
- Koonce, J. C., Mimura, Y., Maulidin, T. A., Rupured, A. M., & Jordan, J. (2008). Financial information: is it related to savings and investing knowledge and financial behavior of teenagers? *Journal of Financial Counseling and Planning*, 19(2).
- Krisnapati, B. (2019). Direktorat jenderal pajak Sebagai Penegak Hukum Transformatif di Indonesia. *Scientax Jurnal Kajian Ilmiah Perpajakan Indonesia*, 1(1).

- Kumar, V., D. Hollebeek, L., Sharma, A., Rajan, B., & K Srivastava, R. (2025). Responsible stakeholder engagement marketing. *Journal of Business Research*, 189, 115143. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.115143>
- Kunreuther, H. (1997). Mitigating disaster losses through insurance. *Insurance Mathematics and Economics*, 3(19), 262.
- Kunreuther, H., & Pauly, M. (2006). Insurance decision-making and market behavior. *Foundations and Trends® in Microeconomics*, 1(2), 63–127.
- Langer, E. J. (1975). The illusion of control. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32(2), 311.
- Levine, A., Frank, R., & Dijk, O. (2010). Expenditure Cascades By. *Review of Behavioral Economics*, 1. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1690612>
- Lewis, A. (1982). *The psychology of taxation*. Blackwell.
- Lifson, L. E., & Geist, R. A. (1999). *The psychology of investing*. John Wiley & Sons.
- Lim, V. K. G., & Teo, T. S. H. (1997). Sex, money and financial hardship: An empirical study of attitudes towards money among undergraduates in Singapore. In *Journal of Economic Psychology* (Vol. 18).
- Lukaszewski, A. W., & Manson, J. H. (2025). People who are more likely to die care less about the future: Life insurance risk ratings predict personality. *Evolution and Human Behavior*, 46(3), 106683. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2025.106683>
- Madrian, B. C., & Shea, D. F. (2001). The power of suggestion: Inertia in 401 (k) participation and savings behavior. *The Quarterly Journal of Economics*, 116(4), 1149–1187.
- Maison, D. (2019a). *Saving and Investing*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-10570-9_4
- Maison, D. (2019b). *The psychology of financial consumer behavior*. Springer.

- Malmendier, U., & Nagel, S. (2011). Depression babies: Do macroeconomic experiences affect risk taking? *The Quarterly Journal of Economics*, 126(1), 373–416.
- Markowitz, H. (1952). Portfolio Selection. *The Journal of Finance*, 7(1), 77–91. <https://doi.org/10.2307/2975974>
- Mazar, N., Amir, O., & Ariely, D. (2008). The dishonesty of honest people: A theory of self-concept maintenance. *Journal of Marketing Research*, 45(6), 633–644.
- Meier, S., & Sprenger, C. (2010). Present-biased preferences and credit card borrowing. *American Economic Journal: Applied Economics*, 2(1), 193–210.
- Mitchell, O. S., & Utkus, S. P. (2002). *Company stock and retirement plan diversification*.
- Mittal, M. (2011). Study of Differences in Behavioral Biases in Investment Decision-Making Between the Salaried and Business Class Investors. *IUP Journal of Behavioral Finance*, 7.
- Modigliani, F. (1966). *The Life-Cycle Hypothesis, the Demand for Wealth, and the Supply of Capital*.
- Muehlbacher, S., Mittone, L., Kastlunger, B., & Kirchler, E. (2012). Uncertainty resolution in tax experiments: Why waiting for an audit increases compliance. *The Journal of Socio-Economics*, 41(3), 289–291.
- Mulyani, S., & Indriasih, D. (2021). *Cerdas memahami dan mengelola keuangan bagi masyarakat di era informasi digital*. Scopindo Media Pustaka.
- Mustaqiem. (2014). *Perpajakan dalam konteks teori dan hukum pajak di Indonesia*. Madi Padi Presindo.
- Najib, M. (2012, November 29). Prioritas CSR dalam Islam. *Jurnal Ekonomi Islam Republika*.
- Ngo, Q. Van, Dang, C. N., Le, A. P., Nguyen, H. T. K., & Nhu, Y. T. H. (2025). Factors Affecting Credit Card Usage Behavior Among Hanoi Students: The Mediating Role of Impulsive Buying Behavior. In N. T. H. Nguyen, J. A. C. Santos, V. K. Solanki, & A. N. Mai (Eds.), *Proceedings of the 5th International Conference on Research in Management and Technovation* (pp. 121–133). Springer Nature Singapore.

- Nofsinger, J. R. (2017). *The psychology of investing*. Routledge.
- Noone, J., Earl, J., Stephens, C., Rafalski, J., Allen, J., Alpass, F., & Topa, G. (2022). An Application of the Resource-Based Dynamic Process Model in the Context of Retirement Planning. *Work, Aging and Retirement*, 8(3), 225–240. <https://doi.org/10.1093/workar/waab006>
- Novemsky, N., & Kahneman, D. (2005). The boundaries of loss aversion. *Journal of Marketing Research*, 42(2), 119–128.
- Nurhisam, L. (2016). Kepatuhan syariah (sharia compliance) dalam industri keuangan syariah. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 23(1), 77–96.
- Oberlechner, T., & Osler, C. (2012). Survival of overconfidence in currency markets. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 47(1), 91–113.
- Pahlevi Wulandari, E., & Sindika Sari, N. (2025). Problematika Dan Tantangan Pengembangan Asuransi Syariah Di Indonesia. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 8(1).
- Peñaloza, L., & Barnhart, M. (2011). Living US capitalism: The normalization of credit/debt. *Journal of Consumer Research*, 38(4), 743–762.
- Pinto, M. B., & Mansfield, P. M. (2006). Financially at-risk college students: An exploratory investigation of student loan debt and prioritization of debt repayment. *Journal of Student Financial Aid*, 36(2), 2.
- Pompian, M. M. (2012a). *Behavioral finance and investor types: managing behavior to make better investment decisions*. John Wiley & Sons.
- Pompian, M. M. (2012b). *Behavioral finance and investor types, managing behavior to make better investment decisions*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Prelec, D., & Simester, D. (2001). Always leave home without it: A further investigation of the credit-card effect on willingness to pay. *Marketing Letters*, 12(1), 5–12.
- Prochaska, J. O., & Prochaska, J. M. (2019). Transtheoretical model. In *Lifestyle Medicine, Third Edition* (pp. 219–228). CRC Press.

- Purboyo, A., Barlian, I., & Manurung, E. T. (2012). Pengaruh Faktor-faktor Kebiasaan (Habitus), Modal (Capital), dan Perubahan (Changes) sebagai Model Perilaku Keuangan untuk Meningkatkan Performa Keuangan Perempuan Pelaku UMKM (suatu Studi di UMKM Binaan Fe UNPAR-Bandung dan Jakarta). *Research Report-Humanities and Social Science*, 1.
- Rana, M., Al Mamun, M. A., Hossain, M. K., Rekha, R. S., & Alam, S. M. S. (2025). Understanding the adoption of renewable energy technologies by households in South Asia: a theory of planned behavior perspective. *Discover Sustainability*, 6(1). <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01051-w>
- Ranyard, R., & Craig, G. (1995). Evaluating and budgeting with instalment credit: An interview study. *Journal of Economic Psychology*, 16(3), 449–467.
- Ranyard, R., & McHugh, S. (2012). Defusing the risk of borrowing: The psychology of payment protection insurance decisions. *Journal of Economic Psychology*, 33(4), 738–748. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.joep.2012.02.002>
- Rowell, D., & Connelly, L. B. (2012). A history of the term “moral hazard.” *Journal of Risk and Insurance*, 79(4), 1051–1075.
- Sabree Nasri, M., Md Noor, R., Hanafi, H., Al Adib Samuri, M., Abdul Aziz Sultan Haji Hassanah Bolkiah, W., & Azhan Yahya, M. (2025). Reassessing the Requirement of Two Expert Witnesses in Malaysian Syariah Courts: Legal Ambiguities, Fiqh Principles, and Legal Reform. *Global Journal Al-Thaqafah (GJAT)*, 88–103. <http://jurnal.usas.edu.my/gjat/index.php/journalhttp://jurnal.usas.edu.my/gjat/index.php/journal>
- Sadalia, I., & Andrani Butar-Butar, N. (2016). *Perilaku keuangan: teori dan implementasi*. Pustaka Bangsa Press.
- Sadalia, I., & Butar-Butar, N. A. (2016). *Perilaku keuangan: teori dan implementasi*. Pustaka Bangsa Press.
- Salim, A., & Haeruddin. (2019). *Dasar-dasar perpajakan (berdasarkan UU & peraturan perpajakan Indonesia)*. LPP-Mitra Edukasi.
- Samuelson, W., & Zeckhauser, R. (1988). Status quo bias in decision making. *Journal of Risk and Uncertainty*, 1(1), 7–59.

- Saputra, H. (2019). Analisa Kepatuhan Pajak Dengan Pendekatan Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior)(Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi Di Provinsi Dki Jakarta). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 47–58.
- Sawitri, N. N. (2018). Financial Genius For Millennials (Membangun pemahaman keuangan dan investasi generasi millennial). In *Membangun Pemahaman Keuangan & Investasi Generasi Millenial*, Yogyakarta: Expert. Expert.
- Schmölders, G. (1959). Fiscal psychology: A new branch of public finance. *National Tax Journal*, 12(4), 340–345.
- Schuermans, J. B. (2011). *Fundamental changes in personal financial advice: Customer centricity in financial services*.
- Shafir, E., Diamond, P., & Tversky, A. (1997). Money illusion. *The Quarterly Journal of Economics*, 112(2), 341–374.
- Shefrin, H., & Nicols, C. M. (2014). Credit card behavior, financial styles, and heuristics. *Journal of Business Research*, 67(8), 1679–1687.
- Shefrin, H., & Statman, M. (1985). The disposition to sell winners too early and ride losers too long: Theory and evidence. *The Journal of Finance*, 40(3), 777–790.
- Shiller, R. J. (2006). *Irrational Exuberance*. Princeton University Press.
- Sihombing, S., & Sibagariang, S. A. (2020). *Perpajakan (Teori dan Aplikasi)*. www.penerbitwidina.com
- Soman, D., & Zhao, M. (2011). The fewer the better: Number of goals and savings behavior. *Journal of Marketing Research*, 48(6), 944–957.
- Stango, V., & Zinman, J. (2006). How a cognitive bias shapes competition: Evidence from consumer credit markets. *Dartmouth College, Tuck School of Business*.
- Statovci, B., & Balaj, D. (2026). Determinants of banking profitability: The impact of internal and macroeconomic factors. *Multidisciplinary Science Journal*, 8(3). <https://doi.org/10.31893/multiscience.2026187>
- Subroto, V. K., & Endaryati, E. (2024). Kumpulan Teori Akuntansi. In *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Sulhan, M., Pratikto, H., Mukhlis, I., Handayati, P., & Zain, M. I. H. (2025). Financial Behavior Dynamics of MSME Actors: A Contemporary

- Islamic Financial Management Study on Literacy, Attitude, Intention, Personality, and Legal Aspects. *MILRev: Metro Islamic Law Review*, 4(1), 129–155. <https://doi.org/10.32332/milrev.v4i1.10075>
- Suratno, T., Johannes, Marzal, J., & Oktavia, A. (2026). Post-adoption behavior analysis: An empirical study of the expectation confirmation model on sharia mobile banking in Indonesia. *Multidisciplinary Science Journal*, 8(2). <https://doi.org/10.31893/multiscience.2026135>
- Suriani, S. (2022a). *Financial behavior*. Yayasan kita menulis.
- Suriani, S. (2022b). *FullBook Financial Behavior*.
- Suryanti, H., & Noviasari, P. K. (2016). Evaluasi Asas Keadilan Pajak pada Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 Terhadap UMKM di Kecamatan Pasar Minggu. *AkunNas*, 13(1).
- Svedsäter, H., Gamble, A., & Gärling, T. (2007). Money illusion in intuitive financial judgments: Influences of nominal representation of share prices. *The Journal of Socio-Economics*, 36(5), 698–712.
- Svenson, O. (1981). Are we all less risky and more skillful than our fellow drivers? *Acta Psychologica*, 47(2), 143–148.
- Taylor, S. E., & Brown, J. D. (1988). Illusion and well-being: a social psychological perspective on mental health. *Psychological Bulletin*, 103(2), 193.
- Tennyson, S. (2002). Insurance Experience and Consumers' Attitudes Toward Insurance Fraud. *Journal of Insurance Regulation*, 21(2).
- Thaler, R. H., & Benartzi, S. (2004). Save more tomorrow™: Using behavioral economics to increase employee saving. *Journal of Political Economy*, 112(S1), S164–S187.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2009). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Penguin.
- Torgler, B. (1972). *Tax Compliance and Tax Morale, A Theoretical and Empirical Analysis*. Edward Elgar Publishing Limited.
- Tumoro, D. T., & Pandya, H. B. (2025). Social psychological drivers and tax revenue for sustainable economic development with the mediating role of tax compliance, evidence from Hossana city,

- Ethiopia. *Discover Sustainability*, 6(1).
<https://doi.org/10.1007/s43621-025-01728-2>
- Tykocinski, O. E. (2008). Insurance, risk, and magical thinking. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(10), 1346–1356.
- Utama, K. C., & Yuliana, L. (2025). Implementasi Pembaruan Sistem Inti Administrasi Perpajakan (Coretax) terhadap Efisiensi Kinerja Pegawai di Direktorat Jenderal Pajak. *MASMAN Master Manajemen*, 3(2), 43–56.
- Van Raaij, W. F. (2016). *Understanding consumer financial behavior: Money management in an age of financial illiteracy*. Springer.
- Van Rooij, M., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics*, 101(2), 449–472.
- Veblen, T. (2017). *The theory of the leisure class*. Routledge.
- Walker, C. M. (1996). Financial management, coping and debt in households under financial strain. *Journal of Economic Psychology*, 17(6), 789–807.
- Wäneryd, K.-E. (2001). *Stock-market psychology: How people value and trade stocks*. Edward Elgar Publishing.
- Wärneryd, K.-E. (1982). The life and work of George Katona. *Journal of Economic Psychology*.
- Watson, J. J., & Barnao, J. (2009). Debt repayment: A typology. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 8(1).
- Webley, P., & Nyhus, E. (1998). *Dynamic approach to consumer debt*. Citeseer.
- Weinstein, N. D. (1980). Unrealistic optimism about future life events. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(5), 806.
- Wibowo, A. (2023). TEORI KEUANGAN KONSUMEN. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1–498.
- Widhiastuti, S. (2024). *Pengelolaan Perencanaan Keuangan: Strategi Cerdas dan Efektif Mengubah Keuangan Anda*. Mega Press Nusantara.
- Williams, C. (2004). Financialaid. com expert offers five personal finance tips for the millions of college students who graduate with a degree and a debt. *Business Wire*, 1.

- Wulandari, P., & Ubaidillah, M. N. (2024). Islamic home financing products: a study of customer intentions in Indonesia. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 18(3), 729–756. <https://doi.org/10.1108/IJHMA-10-2023-0138>
- Xiao, J. J. (2008). Applying behavior theories to financial behavior. In *Handbook of consumer finance research* (pp. 69–81). Springer.
- Yi-Wen, C., & DeVaney, S. A. (2001). The effects of credit attitude and socioeconomic factors on credit card and installment debt. *The Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 162.
- Yuniningsih, Y. (2020a). *Perilaku keuangan dalam berinvestasi (Laboratorium experiment dan field experiment)*. Indomedia Pustaka.
- Yuniningsih, Y. (2020b). *Perilaku keuangan dalam berinvestasi (laboratorium experiment dan field experiment)* (Vol. 140). Indomedia Pustaka. www.indomediapustaka.com
- Zhou, Y., & Li, Y. (2025). Is rural pension insurance the effective way to reduce rural relative poverty. *International Review of Economics & Finance*, 104, 104601. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.iref.2025.104601>

Tentang Penulis



Andi Amri, S.E., M.M., AWPS., CSFE

Dosen Program Studi Perbankan Syariah

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof DR HAMKA

Andi Amri adalah dosen muda di salah satu kampus swasta terbaik di DKI Jakarta. Sebelumnya, ia bekerja selama 5 tahun di anak perusahaan PT Astra International, Tbk. Saat ini, Andi sedang melanjutkan studi doktoralnya di Department of Business Administration di Asia University, dengan beasiswa penuh dari pemerintah Taiwan. Minat ilmiah dan penelitiannya berfokus pada manajemen keuangan, khususnya perilaku manajemen keuangan, perilaku keuangan Islam, dan filantropi Islam. Karyanya telah dipublikasikan di beberapa jurnal terkemuka baik dalam dan luar negeri dengan scopus bereputasi tingkat tinggi. Selain itu, ia juga ditunjuk sebagai managing editor di jurnal Ekonomi Islam (JEI) UHAMKA terakreditasi sinta 3, reviewer di jurnal Ekonomi Syariah (JES) Universitas Siliwangi terakreditasi sinta 3, reviewer di jurnal Syi'ar Iqtishadi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa terakreditasi sinta 4, reviewer di journal of public administration and management studies Universitas Mohammad Natsir Bukittinggi, dan asistent editor di jurnal IBERS: Indonesia bermutu, dan juga jurnal bereputasi internasional seperti Cogent Economics & Finance.



Rahmi Fitria Malik, S.E., BBA., M.M

Dosen Program Studi Bisnis Kreatif
Politeknik Yusuf Mansur Indonesia (Yumanesia)

Pendidikan sarjana ditempuh melalui program S1 Dual Degree pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Negeri Padang dan Universitas Utara Malaysia, yang memberikan landasan akademik serta perspektif internasional dalam bidang manajemen. Selanjutnya, beliau melanjutkan pendidikan magister (S2) pada Program Studi Manajemen Bisnis di Sekolah Bisnis IPB University, dengan fokus pada penguatan kompetensi manajerial dan strategis. Dalam aktivitas akademiknya, Rahmi Fitria Malik memiliki ketertarikan pada kajian manajemen bisnis, kewirausahaan, ekonomi kreatif, serta pengembangan sumber daya manusia. Selain mengajar, beliau juga terlibat dalam kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada penguatan kapasitas usaha dan pengembangan potensi ekonomi berbasis kreativitas.

Financial Management Behavior

Pandangan Teoritis dan Praktis

Keputusan keuangan dalam kehidupan modern tidak selalu ditentukan oleh perhitungan rasional. Faktor psikologis, emosi, norma sosial, dan nilai moral sering kali memengaruhi cara individu memperoleh, mengelola, dan menggunakan uang. Pemahaman terhadap perilaku manajemen keuangan menjadi kunci untuk menjelaskan fenomena tersebut. Buku Financial Management Behavior: Pandangan Teoritis dan Praktis membahas perilaku keuangan dari perspektif teori dan praktik, mencakup psikologi keuangan, perilaku penggunaan dan pengelolaan uang, kredit, investasi, asuransi, perencanaan keuangan, perpajakan, serta perbankan syariah. Dengan pendekatan behavioral finance dan Islamic behavioral finance, buku ini ditujukan bagi mahasiswa, akademisi, praktisi, dan pembaca umum yang ingin mengelola keuangan secara lebih bijak dan berkelanjutan.



@pijar.pendar |
www.pijarpendar.com

Alamat Redaksi:
Perum. Citra Pesona
Buring Raya D2/18,
Wonokoyo,
Kedungkadang,
Kota Malang 65135

ISBN 978-634-7545-02-2



9 786347 545022