

FAKTOR BIAS PSIKOLOGIS DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN HUTANG

Suryanto^{*)}
suryanto70@yahoo.com

^{*)} Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fisip Unpad

ABSTRACT. *This paper exploring the psychological factors in the decision - making owners of debt on the center pellet gun SMEs in Jatinangor , Sumedang . Collecting data using a semi -structured interview techniques , observation and participation and literature studies . The data analysis technique used is interactive model refers to the model of qualitative data analysis techniques . These results indicate that most of the entrepreneurs airguns assume that debt is a positive thing as a funding source and is considered as a stimulator rather than as an expense . Additionally it also revealed that psychological factors in the decision-making biases occur debt . Based on the results of the study found that there are three dominant psychological factors play a role in decision making on the debt SME entrepreneurs airguns , namely optimist , availability , and the illusion of control . Based on the above results , the researchers advise that employers should minimize bias in their financial behavior in decision making in order to minimize losses debt .*

Keywords: *psychological bias, judgment debt, financial behavior*

ABSTRAK. Tulisan ini mengeksplorasi faktor psikologis pemilik dalam keputusan pengambilan hutang pada pelaku UMKM senapan angin di Jatinangor, Kabupaten Sumedang. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara semi terstruktur, observasi partisipas dan studi literatur. Teknik analisis data yang digunakan adalah model interaktif yang mengacu pada model teknik analisis data kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari pengusaha senapan angin menganggap bahwa hutang merupakan hal yang positif sebagai sumber pendanaan dan dianggap sebagai stimulator dibanding sebagai beban. Selain itu pula terungkap bahwa faktor *psychological* bias terjadi dalam pengambilan keputusan hutang. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa terdapat tiga faktor psikologis yang dominan berperan dalam pengambilan keputusan hutang pada pengusaha UMKM senapan angin, yaitu *optimist, availability, dan illusion of control*. Berdasarkan hasil penelitian diatas, peneliti memberikan saran agar pengusaha harus meminimalisasi bias dalam perilaku keuangan mereka dalam pengambilan keputusan hutang agar meminimalisasi kerugian.

Kata Kunci : *psychological bias, keputusan hutang, perilaku keuangan*

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah. Begitu juga dengan negara Indonesia, UMKM ini sangat memiliki peranan penting dalam lajunya perekonomian masyarakat. UMKM ini sangat membantu pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat UMKM juga banyak tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Selain dari itu UMKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar. Pada krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak tahun 1997, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. UMKM dapat membuktikan bahwa sektor ini dapat menjadi tumpuan bagi perekonomian nasional. Hal ini dibuktikan dengan bertambahnya jumlah UMKM per tahunnya.

Apabila dilihat dari faktor internal, ada beberapa faktor yang akan menjadi sorotan dari permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Faktor yang pertama yaitu kurangnya permodalan. Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UMKM dikarenakan pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan pada modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas.

Selain dari sisi permodalan, permasalahan yang kedua yaitu Sumber Daya Manusia (SDM) yang terbatas. Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun-temurun. Keterbatasan SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Disamping itu dengan keterbatasan SDM-nya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkannya.

Selanjutnya faktor internal ketiga yang dihadapi oleh UMKM yaitu lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah, oleh karena produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha besar yang telah mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat menjangkau internasional dan promosi yang baik.

Selain faktor internal, juga terdapat beberapa permasalahan dari faktor eksternal yang dihadapi oleh UMKM. Faktor eksternal yang pertama yaitu iklim usaha yang belum sepenuhnya kondusif. Kebijakan pemerintah untuk menumbuhkembangkan UMKM, meskipun dari tahun ke tahun terus disempurnakan, namun dirasakan belum sepenuhnya kondusif. Hal ini terlihat antara lain masih terjadinya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha-pengusaha kecil dengan pengusaha-pengusaha besar.

Selain itu, faktor eksternal yang kedua yaitu terbatasnya sarana dan prasarana usaha. Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan. Faktor yang ketiga yaitu implikasi otonomi daerah. Dengan berlakunya Undang-undang No. 22 Tahun 1999 tentang Otonomi Daerah, kewenangan daerah mempunyai otonomi untuk mengatur dan mengurus masyarakat setempat. Perubahan sistem ini akan mengalami implikasi terhadap pelaku bisnis kecil dan menengah berupa pungutan-pungutan baru yang dikenakan pada Usaha Kecil dan Menengah (UMKM). Jika kondisi ini tidak segera dibenahi maka akan menurunkan daya saing Usaha Kecil dan Menengah (UMKM).

Selain implikasi otonomi daerah, faktor selanjutnya yaitu implikasi perdagangan bebas. Sebagaimana diketahui bahwa AFTA yang mulai berlaku Tahun 2003 dan APEC Tahun 2020 yang berimplikasi luas terhadap usaha kecil dan menengah untuk bersaing dalam perdagangan bebas. Dalam hal ini, mau tidak mau Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) dituntut untuk melakukan proses produksi dengan produktif dan efisien, serta dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan frekuensi pasar global dengan standar kualitas seperti isu kualitas (ISO 9000), isu lingkungan (ISO 14.000) dan isu Hak Asasi Manusia (HAM) serta isu ketenagakerjaan. Isu ini sering digunakan secara tidak fair oleh negara maju sebagai hambatan (*Non Tariff Barrier for Trade*). Untuk itu maka diharapkan UMKM perlu mempersiapkan agar mampu bersaing baik secara keunggulan komparatif maupun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. .

Seperti yang telah disebutkan di atas, bahwa faktor internal maupun eksternal juga mempengaruhi dalam perkembangan UMKM. Masalah internal yang paling dominan dihadapi adalah keterbatasan sumber pendanaan. Reid (1997) mengatakan bahwa sumber pendanaan yang berasal dari hutang dan injeksi keuangan dari pemilik sama-sama memiliki efek yang signifikan bagi keberlanjutan usaha. Menurut Gibson (2007), hubungan antara sumber pendanaan yang berasal dari modal sendiri dan hutang pada usaha mikro dan kecil yang dimiliki perseorangan sering kali bersifat kompleks karena aset pemilik digunakan sebagai hutang, pemilik menghadapi resiko untuk *return* yang belum

pasti.

Preferensi seorang pengusaha UMKM untuk menggunakan hutang sebagai sumber pendanaan kemungkinan tidak terlepas dari persepsi pengusaha mengenai manfaat dan resiko dari hutang dan faktor psikologis seperti optimis dan percaya diri yang berlebihan dari pengusaha yang bersangkutan. Namun Nofsinger (2005) dan Stanovic dan West (1999) mengingatkan bahwa faktor psikologis sering menyebabkan bias dalam pengambilan keputusan keuangan termasuk hutang. Preferensi terhadap hutang sebagai sumber pendanaan juga dianalisis melalui pendekatan keuangan berbasis perilaku (*behavioral finance*) yang menekankan bahwa seseorang sering berperilaku aneh atau tidak rasional jika membuat keputusan yang melibatkan uang karena faktor psikologis lebih berperan dalam pengambilan keputusan keuangan (Hirschey dan Nofsinger, 2008). Karena biasanya keputusan yang didominasi oleh sisi psikologis akan menghasilkan keputusan yang bias karena faktor rasa yang ada pada diri seseorang melebihi pertimbangan faktor rasio.

Preferensi seorang pengusaha UMKM untuk menggunakan hutang sebagai sumber pendanaan kemungkinan tidak terlepas dari persepsi pengusaha mengenai manfaat dan resiko dari hutang dan faktor psikologis seperti optimis dan percaya diri yang berlebihan pengusaha yang bersangkutan. Dengan adanya keuangan berbasis perilaku sangat membantu para pengusaha UMKM untuk memahami perilakunya sendiri. Dalam artian bagaimana pengusaha dapat memahami bahwa mereka berpeluang mengalami bias dalam kehidupan ekonomi sehari-hari serta mengapa mereka mengalami bias. Lebih spesifik lagi Shefrin dalam Supramono dan Putlia (2010) yaitu bagaimana pengusaha dapat memahami faktor-faktor seperti kelemahan kemampuan kognitif, aspek kepribadian, emosional, mood atau suasana hati dan lain-lainnya turut mempengaruhi perilaku yang menyimpang dari yang diharapkan Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka kajian tentang analisis keuangan berbasis perilaku (*behavioral finance*) menarik untuk diteliti karena akan bermanfaat bukan saja untuk pengembangan pengetahuan mengenai manajemen keuangan, tetapi juga akan bermanfaat bagi para pelaku UMKM dalam memanagerial usahanya.

METODE

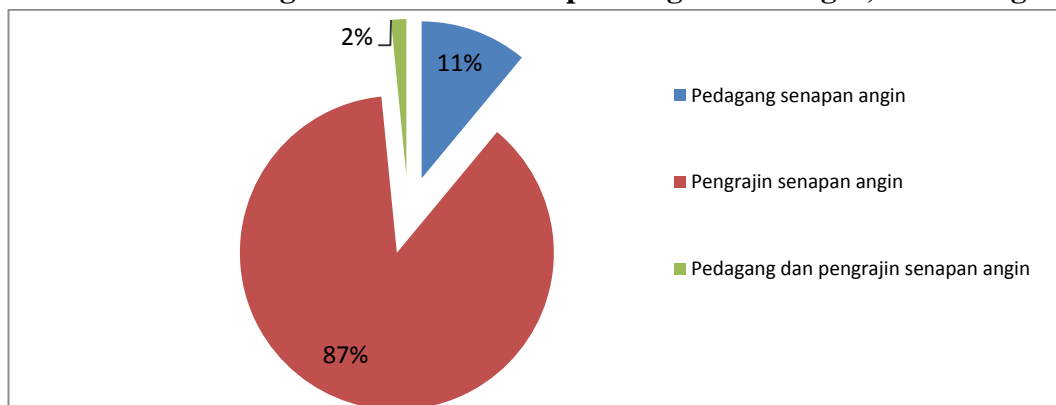
Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif model interpretatif. Metode ini sesuai dengan model yang digariskan dalam paradigma *constructivis*, bahwa peneliti atau penulis berfungsi untuk menerjemahkan apa yang dikatakan oleh sasaran peneliti. Subjek penelitian adalah ketua Koperasi Bina Karya di Jatinangor Kabupaten Sumedang sebagai informan kuncinya, sedangkan informan pokoknya adalah pelaku UMKM

senapan angin di Jatinangor Kabupaten Sumedang dan pihak Bank BRI Unit Jatinangor. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam (*indept interview*) dan observasi partisipasi. Validitas dan keabsahan data diperoleh dengan cara melakukan *member check* dan triangulasi baik pada data maupun sumber. Analisis data dilakukan sejak, sedang dan sampai semua data di lapangan diperoleh. Semua data dianalisis dengan menggunakan model analisis interaktif, yakni rangkaian yang saling kait mengkait sejak penelitian dirancang, diverifikasi dan ditarik kesimpulannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri senapan angin di daerah Jatinangor, Kabupaten Sumedang merupakan industri rumah tangga yang sudah bergerak sejak lama karena industri ini bergerak secara turun temurun sejak tahun 1960-an. Para pengusahanya juga bergerak atau menjual produk mereka sendiri-sendiri. Namun sekarang, seluruh pengusaha senapan angin yang berjumlah 127 pengusaha tersebut sudah masuk ke dalam koperasi BINA KARYA semenjak tahun 1992. Berikut adalah data tabel mengenai komposisi pengusaha UMKM senapan angin Jatinangor, Kabupaten Sumedang.

Grafikl 1. Pengusaha UMKM Senapan Angin Jatinangor, Sumedang



Sumber : Koperasi UMKM Senapan Angin “BINA KARYA” Tahun 2013

Pengusaha senapan angin di daerah Jatinangor, Kabupaten Sumedang ini bukan hanya bergerak sebagai pengrajin, namun ada juga diantaranya yang bergerak sebagai pedagang atau ada juga yang berprofesi sebagai pengrajin sekaligus pedagang. Senapan angin laras panjang dan laras pendek ukuran 4,5 milimeter ini merupakan senapan yang dibuat dan diperdagangkan oleh para pengusaha senapan. Hal ini didasari atas sulitnya masalah perizinan mengenai senapan dengan ukuran yang lebih besar.

Para pengusaha membuat senapan angin dengan gagang senapan yang

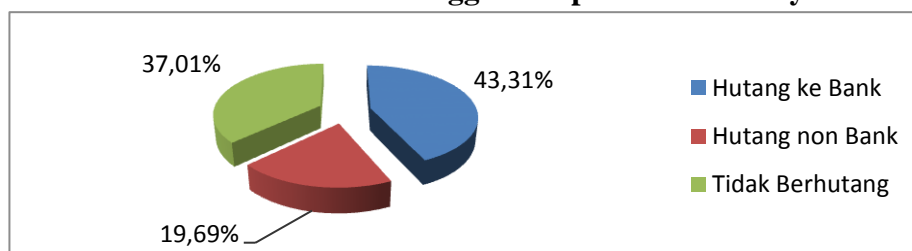
terbuat dari kayu sawo, kayu mahoni, atau kayu sonokeling. Sedangkan laras senapan dirakit menggunakan baja atau besi bekas. Harga yang ditawarkan juga tidak semahal senapan angin impor, yaitu sekitar Rp 500.000 – Rp 3.000.000 tergantung tingkat kesulitan merakit serta keakuratan dalam menembak. Jalur distribusi senapan angin buatan pengrajin Sumedang ini sudah sudah luas, mulai dari dalam negeri seperti wilayah Jawa, Sumatera, Kalimantan, dan Bali sampai ke luar negeri. Jenis yang dibuatpun beragam, mulai dari jenis kompa, pegas, sampai yang menggunakan gas. Semua dibuat tergantung dari permintaan pembeli. Walau usaha ini sudah terbentuk sejak lama, karena industri rumah tangga ini bergerak secara turun-temurun semenjak tahun 1960-an, masalah permodalan kerap kali menghinggapi para pengusaha senapan angin di daerah Jatinangor, Kabupaten Sumedang. Para pengusaha tidak hanya mendapatkan modal dari lembaga keuangan bank, namun ada juga diantaranya yang mendapatkan modal dari lembaga keuangan non bank.

Persepsi terhadap Hutang

Persepsi ataupun pandangan para pengusaha UMKM mengenai keberadaan hutang dinilai sebagai penyebab awal yang menentukan adanya bias-bias psikologi dalam keputusan pengambilan hutang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha memiliki persepsi atau pandangan yang positif mengenai keberadaan hutang. Pengusaha memulai hutang saat Koperasi Bina Karya, koperasi bagi para pengusaha senapan angin dibentuk yaitu pada tahun 1992. Hutang dinilai sebagai hal yang baik dan positif. Pengusaha mengaku bahwa hutang yang dipinjam dapat membantu serta bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan bisnis mereka.

Adapun aktivitas pendanaan melalui hutang dilakukan dengan memanfaatkan lembaga keuangan formal (bank) maupun non formal (kerabat, rentenir dan tengkulak). Berikut gambaran umum anggota koperasi Bina Karya dalam memenuhi pendanaannya.

Grafik 2. Pendanaan Anggota Koperasi Bina Karya

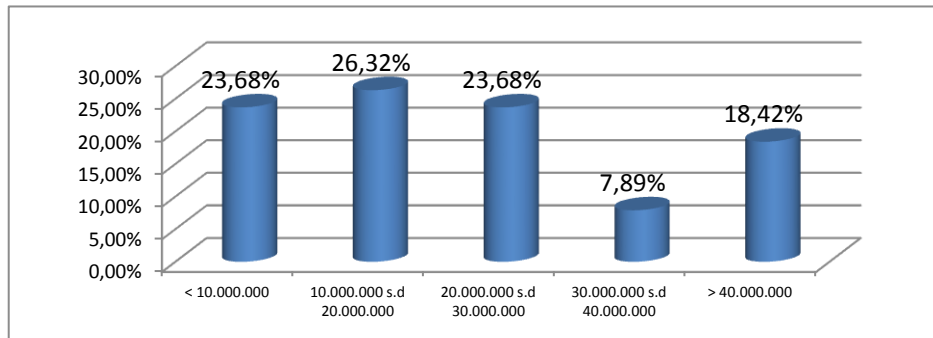


Sumber : Koperasi Bina Karya, 2013

Sebenarnya kalangan perbankan sebagai lembaga keuangan sangat *welcome* terhadap debitur dari Koperasi Bina Karya tersebut. Hal ini karena selama ini anggota koperasi yang melakukan pinjaman terhadap bank memiliki

kolektibilitas yang baik. Berikut adalah data mengenai pengusaha UMKM senapan angin yang melakukan pinjaman di Kantor Unit Bank BRI Jatinangor.

Grafik 3. Jumlah Pinjaman Anggota Koperasi Bina Karya



Sumber : Kantor Unit Bank BRI Jatinangor, April 2013

Dari data di atas pula dapat terlihat bahwa pengusaha senapan angin banyak yang memanfaatkan hutang sebagai sumber pendanaannya dengan jumlah yang bervariasi. Hutang sangat dirasakan manfaatnya secara langsung, baik itu yang hanya bergerak sebagai pedagang, pengrajin, maupun pedagang dan pengrajin senapan angin. Hutang cenderung dianggap sebagai stimulator dibanding sebagai beban. Hutang merupakan hal yang positif sebagai sumber pendanaan perusahaan. Hutang dinilai dapat memacu pengusaha UMKM dalam memotivasi untuk memajukan bisnisnya, sehingga akan membuat lebih produktif dan lebih disiplin karena memiliki kewajiban untuk membayar hutang. Para pengusaha UMKM beranggapan bahwa dengan memiliki hutang, artinya mereka dapat meningkatkan jumlah produksi yang bisa dihasilkan oleh usaha mereka. Hutang bagi pengrajin senapan angin dinilai sebagai tambahan dana segar dan cepat untuk bisa membeli atau menambah faktor-faktor produksi mulai dari mesin, bahan baku, maupun tenaga kerja. Adanya hutang bagi pengusaha pengrajin senapan angin dapat menambah jumlah mesin sehingga dapat meningkatkan produksi perusahaan. Selain itu, dengan adanya modal yang didapatkan dari hutang, pengrajin juga dapat menambah jumlah mesin atau faktor-faktor produksi lain sehingga hal tersebut bisa meningkatkan produksi senapan angin.

Sedangkan manfaat hutang bagi para pedagang senapan angin dapat memotivasi mereka untuk terus memperluas jaringan pemasaran, maupun tempat berdagang. Selain itu, hutang juga dapat digunakan sebagai tambahan modal kerja untuk terus memperbaharui koleksi senapan angin sehingga pembeli dapat memilih koleksi ataupun model-model yang beragam dari senapan angin yang dijual oleh para pedagang.

Pengusaha UMKM senapan angin memiliki persamaan persepsi terhadap hutang, bahwa hutang merupakan hal yang memiliki manfaat apabila dilihat dari kebutuhannya. Hutang dapat membantu mereka dalam meningkatkan kinerja

usaha mereka. Hutang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan awal dalam produksi seperti membeli mesin, bahan baku maupun biaya-biaya tenaga kerja. Untuk selanjutnya dengan hutang mereka juga dapat menambah ekspansi usaha mereka yaitu memperluas kegiatan usaha mereka mulai dari tempat usaha ataupun pembelian mesin-mesin produksi, untuk memperluas kegiatan produksi mereka sehingga dengan bertambahnya mesin produksi, artinya mereka juga bisa menyeimbangkan jumlah permintaan senapan angin yang saat ini pemasarannya sudah ke luar Pulau Jawa. Tentunya dengan menambah jumlah karyawan juga ataupun menambah jam kerja mereka dengan pemberian uang lembur yang sesuai.

Pihak Bank BRI yang diwakili oleh Kepala Unit Bank BRI Jatinangor juga mendukung pernyataan narasumber. Pihak Bank BRI menyatakan bahwa nasabah mereka yang berprofesi sebagai pengrajin, pedagang, dan pengrajin dan pedagang senapan angin di Jatinangor merasa bahwa hutang merupakan hal yang dirasa perlu untuk dilakukan demi mendukung kegiatan produktif pengusaha bukan untuk kegiatan sehari-hari pengusaha. Pihak Bank menambahkan bahwa hutang yang ditujukan kepada pihaknya oleh pengusaha UMKM sebagian besar digunakan sebagai modal usaha baik itu untuk membeli mesin pembuatan senapan angin, pembelian kayu bekas yang akan digunakan sebagai gagang dari senapan, maupun untuk pembelian suku cadang bagi pembuatan atau perakitan senapan angin.

UMKM seringkali menghadapi kekurangan dalam masalah keterbatasan pendanaan internal. Tidak semua pengusaha UMKM melakukan hutang kepada pihak bank. Ada sebagian dari mereka mencari pendanaan perusahaan dengan cara melakukan hutang kepada pihak keluarga atau kerabat. Hal tersebut dilakukan karena meminjam uang kepada pihak keluarga dinilai sebagai kemudahan dalam melakukan hutang. Selain itu pula, dengan melakukan pinjaman kepada keluarga artinya pengusaha tidak harus membayar bunga pinjaman seperti yang harus dilakukan apabila melakukan pinjaman kepada pihak bank. Kemudahan meminjam dengan pinjaman tanpa syarat itulah yang kemudian menjadi alasan bahwa pengusaha enggan untuk melakukan pinjaman kepada pihak bank.

Selain melakukan pinjaman kepada pihak keluarga pengusaha UMKM senapan angin juga sering mendapatkan pendanaan dari para 'bandar'. Para 'bandar' tersebut memberikan pinjaman kepada para pengusaha senapan angin dengan syarat pada saat menjual senapan angin harus kepada mereka. Sebenarnya ada aspek yang sangat merugikan pengusaha senapan angin dengan mekanisme seperti itu, yaitu harga jual produk banyak ditentukan oleh pemilik modal. Namun hal tersebut juga sudah disadari oleh para pelaku UMKM senapan angin. Mereka tetap melakukan pinjaman kepada para 'bandar' karena proses tidak

ribet dan langsung bisa cair.

Para pengusaha yang melakukan pinjaman kepada pihak bank sebenarnya persentasenya lebih besar dibandingkan yang melakukan pinjaman kepada keluarga atau para 'bandar'. Para pengusaha UMKM yang melakukan pinjaman ke bank sebesar 43.31%, sedangkan yang melakukan pinjaman ke keluarga/kerabat dan para 'bandar' hanya 19,69%. Mereka beropini bahwa dengan melakukan pinjaman kepada pihak bank ataupun para 'bandar', membuat pengusaha lebih disiplin dalam hal pembayaran hutang dan membuat mereka bekerja dengan lebih produktif mengingat bahwa mereka memiliki kewajiban dalam hal membayar hutang. Selain itu pula, mereka tidak ingin nama baik mereka maupun usaha mereka menjadi buruk karena mereka tidak bisa membayar hutang kepada bank atau para 'bandar'. Pengusaha tidak memperdulikan mengenai bunga maupun agunan yang diberikan oleh pihak bank atau para 'bandar'. Selama hal tersebut dapat meningkatkan usaha mereka dan kinerja mereka, maka mereka tidak sungkan untuk melakukan hutang kepada pihak bank. Hal ini sejalan dengan pandangan Champion (1999) yang menyatakan bahwa menggunakan hutang merupakan salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan dalam meningkatkan kinerja.

Psychological Bias dalam Pengambilan Keputusan Hutang

Pelaku ekonomi pada umumnya relative tidak mampu membuat pertimbangan yang rasional sehingga terjebak dalam bias (*irasional*). Salah satu contoh konkritnya adalah ketika harus mengeluarkan uang untuk membeli sesuatu atau menentukan keputusan ekonomi, pelaku ekonomi lebih mengandalkan aspek intuitif/emosinya sehingga relative kurang mampu menganalisis biaya manfaat dengan tepat. Pada saat pengambilan keputusan hutang, terdapat bias-bias perilaku yang sering terjadi bagi para pengusaha ataupun pelaku keuangan.

Selain itu, para pelaku keuangan atau pengusaha lebih sering melakukan olah informasi secara cepat agar bisa mendapatkan kesimpulan maupun hasil yang diperoleh secara cepat pula, sehingga terkadang menimbulkan kesalahan-kesalahan penilaian sehingga menimbulkan bias-bias perilaku atau disebut juga bias psikologi pelaku keuangan. Bias-bias perilaku ini terjadi karena sesuai dengan teori *behavioral finance* yang mengemukakan bahwa tidak sepenuhnya pelaku ekonomi berlaku rasional dalam hal pengambilan keputusan keuangan. Menurut pendekatan keuangan berbasis perilaku (*behavioral finance*) yang dipelopori antara lain oleh Daniel Kahneman (Princeton), Meir Statman (Santa Clara), Richard Thaler (Chicago), Robert J. Shiller (Yale) dan Amos Tversky (Stanford) jika seseorang pengusaha mengandalkan faktor psikologis maka pengusaha yang bersangkutan akan cenderung tidak rasional dalam membuat

keputusan hutang sehingga menghasilkan keputusan yang bias dan tidak tepat. Berdasarkan klasifikasi faktor psikologis yang dikemukakan oleh Shefrin (2007), hasil penelitian ini juga menemukan bahwa terdapat tiga faktor psikologis yang dominan berperan dalam pengambilan keputusan hutang pada pengusaha UMKM senapan angin yaitu *optimist, availability, illusion of control*.

Kategori pertama yang muncul yaitu *optimist*. *Optimist* merupakan sikap yang diharapkan dimiliki oleh semua pengusaha disebabkan pengaruhnya terhadap perilaku yang selalu berusaha mencapai hasil yang ditargetkan. Studi empiris berhasil mengungkapkan bahwa sebagian besar pengusaha menganggap dirinya melebihi, mengungguli, ataupun melampaui rata-rata manusia pada suatu populasi. Demikian pula dengan pengusaha UMKM senapan angin ini, mereka yakin bahwa prospek perusahaan mereka akan baik dan produk mereka dapat diterima di masyarakat, karena permintaan akan senapan angin terus mengalami peningkatan. Hal ini juga dibenarkan oleh salah satu sumber yang menyatakan bahwa saat Indonesia mengalami krisis saat tahun 1998, industri rumah tangga senapan angin tidak mengalami pengurangan permintaan. Bahkan industri ini merupakan salah satu industri yang tetap bisa bertahan saat Indonesia mengalami krisis moneter tahun 1998.

Selain itu mereka juga yakin dengan manfaat hutang yang mereka gunakan untuk keberlanjutan usaha mereka. Mereka juga tidak terlalu memikirkan hutang yang mereka miliki karena mereka yakin akan prospek perusahaan mereka kedepannya. Hutang sangat bermanfaat bagi keberlangsungan usaha perakitan senapan angin. Hal ini didukung dari pernyataan pengusaha mengenai keyakinan serta rasa optimis yang tinggi dalam hal pelunasan hutang kepada kreditur, karena dengan pinjaman ke lembaga keuangan bank ataupun para 'bandar', pengusaha dapat lebih disiplin dalam hal pelunasan hutang. Sehingga hal ini membuat pengusaha dapat mengembalikan hutang secara tepat waktu. Pernyataan para pengusaha UMKM mengenai kemampuan pengusaha dalam melunasi hutang kepada kreditur dapat terlihat bahwa pengrajin senapan angin memiliki karakteristik optimis mengenai keberadaan hutang dan juga terhadap kemampuan dalam melunasi hutang.

Para pengrajin dan pedagang senapan angin maupun yang bergerak di kedua bidang tersebut merupakan pengusaha yang memiliki sifat optimis serta yakin bahwa prospek perusahaan akan baik dan produk mereka dapat diterima di masyarakat. Selain itu pengrajin dan pedagang juga memiliki keyakinan dengan manfaat hutang yang mereka gunakan untuk keberlanjutan usahanya. Pengusaha juga tidak terlalu memikirkan mengenai besaran uang yang dipinjamnya karena yakin akan prospek perusahaan kedepannya. Sifat optimis merupakan sifat yang diharapkan yang ada pada jiwa pengusaha, terutama pengusaha UMKM karena pengusaha bergerak pada usaha yang berada pada sektor menengah ke bawah.

Mereka harus yakin terhadap keberlanjutan usaha mereka. Tetapi sifat optimis juga tidak boleh dimiliki secara berlebihan karena apabila optimis menjadi berlebihan maka akan membuat pengusaha menjadi tidak realistis dengan keadaan riil yang dihadapi atau menyepelekan risiko yang akan terjadi (Bratvold, Begg & Campbell, 2005).

Seseorang yang masuk ke dalam *psychological bias optimist* seperti yang dikatakan oleh Shefrin (2007), akan memiliki kecenderungan merasa bahwa dirinya memiliki kemampuan di atas populasi atau dalam artian pengusaha akan merasa bahwa dirinya memiliki kemampuan dalam hal mengolah hutang melebihi kemampuan teman-teman seprofesinya. Hal tersebutlah yang dirasakan oleh pengusaha senapan angin Jatinangor, Sumedang.

Para pengusaha senapan angin merasa optimis terhadap prospek usaha mereka mulai dari pendapatan bahkan laba perusahaan. Mereka yakin akan keberlangsungan usaha kedepannya. Keyakinan mereka dilihat dari kemampuan mereka dalam menghasilkan senapan angin yang berkualitas, kemampuan mengolah keuangan, bahkan sampai pada kepercayaan mereka pada jumlah pelanggan.

Bukan hanya memiliki sifat optimis saja dalam berusaha, para pengrajin senapan angin masuk ke dalam kategori *illusion of control*. Dalam hal ini pengusaha merasa memiliki kemampuan dalam mengendalikan hasil dari keputusan yang diambilnya. Hal ini didukung dari pernyataan pengusaha mengenai kemampuannya dalam melakukan atau mengolah informasi mengenai hutang.

Selanjutnya dalam hal pengolahan informasi mengenai hutang, para pengusaha senapan angin merasa bahwa kemampuannya dalam mengelola informasi mengenai hutang itu dirasa baik. Hal ini didasarkan pada keyakinan mereka terhadap intensitasnya melakukan hutang dan juga dari kemampuannya dalam mengelola keuangan usahanya tersebut.

Seorang pengusaha yang merasa yakin akan kemampuan dirinya dalam mengolah informasi mengenai hutang, masuk ke dalam kategori *illusion of control*. Hal ini sejalan sesuai dengan pendapat dari Taylor & Brown (1998) yang mengungkapkan bahwa *illusion of control* merupakan persepsi yang tidak realistis atas suatu peristiwa. Ada kemungkinan pengusaha senapan angin tersebut merasa sudah familiar dengan hutang karena telah sering melakukan pengambilan keputusan hutang (*task familiarity*), menentukan sendiri pilihan hutangnya (*choice*) dan merasa memiliki informasi yang memadai (*information*). Hal ini yang dialami oleh para pengusaha UMKM senapan angin Jatinangor, Sumedang. Pengusaha merasa bahwa kemampuannya dalam mengelola keuangan dirinya sudah baik dan juga merasa bahwa sudah mendapatkan informasi yang memadai mengenai hutang.

Mereka mendapatkan informasi mengenai hutang ini dari teman-teman sejawatnya, dalam hal ini mereka mempercayai informasi yang berasal dari orang yang mereka kenal. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Baker dan Nofsinger (2002) yang menjelaskan bahwa seseorang sering lebih menyukai sesuatu yang telah familiar bagi mereka. Konsekuensinya, pengusaha akan melakukan pengambilan keputusan hutang kepada orang yang dikenalnya tanpa mencari informasi lain sebagai pembandingnya. Para pengusaha yang mendapatkan informasi bahwa hutang ke bank tertentu lebih murah bunganya dan mudah prosesnya, cenderung akan memanfaatkan bank tersebut sebagai sumber pendanaannya. Sedangkan seseorang yang meyakini informasi sumber pendanaan dari para 'bandar' lebih mudah, mereka akan terus memanfaatkan para 'bandar' sebagai sumber pendanaan mereka. Tetapi mereka yang meyakini informasi sumber pendanaan dari bank dan para 'bandar' cenderung akan membebani, maka mereka cenderung akan mencari sumber pendanaan dari kerabat atau keluarga terdekat.

Selanjutnya kategori berikutnya yaitu *availability* bias. Pengusaha yang mengalami *availability* bias cenderung akan mempercayai informasi yang diingatnya saja. Sebagian dari pengusaha senapan angin meminjam uang sebagai modal usaha dari anggota kerabatnya, mereka tidak melakukan olah informasi secara memadai, namun dirinya hanya mengandalkan informasi yang bersifat spontan yaitu dengan meminjam uang dari familinya saja. Pengusaha UMKM senapan angin yang mengalami *heuristic* ini cenderung untuk tidak mencari dan membandingkan informasi yang didapatkannya. Pengusaha akan mempercayai informasi yang mereka dapatkan dari orang-orang yang dipercayainya saja. Sejalan dengan pendapat Baker dan Nofsinger (2002) yang menjelaskan bahwa seseorang sering lebih menyukai sesuatu yang telah familiar bagi mereka. Konsekuensinya, pengusaha akan melakukan pengambilan keputusan hutang kepada orang yang dikenalnya. Dalam hal ini pengusaha akan mencari informasi sebanyak mungkin dan mendasarkan diri pada informasi yang lebih tersedia.

Para pengrajin dan pedagang yang melakukan pinjaman hutang kepada lembaga non-bank, baik yang melakukan pinjaman kepada pihak kerabat maupun kepada para 'bandar' termasuk dalam kategori *availability* bias. Mereka cenderung melakukan hutang kepada orang yang ia kenal atau kepada orang yang terdekatnya saja. Hal tersebut didasari kepada rasa percaya yang hanya didasarkan pada orang-orang terdekatnya saja. Pengusaha tidak mencari informasi berlebih ataupun informasi lain selain yang berasal dari orang-orang terdekatnya saja. Selain itu, informasi yang didapat juga mudah untuk dikelola karena pengusaha sudah mempercayai informasi tersebut.

Keluarga maupun orang-orang yang sudah dikenal dekat, pasti memiliki suatu ikatan emosi yang kuat dan biasanya akan mempengaruhi kemampuan

seseorang dalam berfikir. Hal inilah yang seringkali menyebabkan seseorang untuk membuat atau menghasilkan keputusan secara spontan dan pemikirannya tertuju kepada sesuatu hal yang bersifat familiar. Hal inilah yang membuat sebagian dari pedagang dan pengrajin senapan angin diklasifikasikan ke dalam faktor *availability bias*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis bias psikologi dalam pengambilan keputusan hutang pada UMKM Sentra Senapan Angin Kecamatan Jatinangor, yang telah penulis lakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar dari mereka menganggap bahwa hutang merupakan hal yang positif sebagai sumber pendanaan dan dianggap sebagai stimulator dibanding sebagai beban, serta memacu pengusaha UMKM dalam memotivasi dirinya untuk memajukan bisnisnya. Selain itu pula terungkap bahwa faktor *psychological* bias terjadi dalam pengambilan keputusan hutang. Hasil penelitian terdapat tiga faktor psikologis yang dominan berperan dalam pengambilan keputusan hutang pada pengusaha UMKM senapan angin yaitu :

- a. *Optimist*, yaitu sifat menganggap dirinya melebihi, mengungguli, ataupun melampaui rata-rata manusia pada suatu populasi.
- b. *Availability*, yaitu kondisi dimana pengusaha akan mempercayai informasi yang mereka dapatkan dari orang-orang yang dipercayainya saja.
- c. *Illusion of control*, merupakan persepsi yang tidak realistis atas suatu peristiwa

Ketiga aspek psikologis tersebut membuat pelaku atau pengusaha UMKM dalam pengambilan keputusan lebih cenderung mengedepankan aspek emosional tanpa memperhitungkan kalkulasi keuangan yang baik sehingga menimbulkan keputusan yang bias. Pengusaha harus meminimalisasi bias dalam perilaku keuangan mereka dalam pengambilan keputusan hutang agar meminimalisasi kerugian karena mereka memiliki *optimist* dan *illusion of control* yang kuat. Caranya, pengusaha UMKM harus tetap mencari informasi dan mendengarkan saran yang berasal dari orang lain yang dinilai bisa memberikan pandangan objektif mengenai keuntungan dan kerugian sumber hutang yang sesuai dengan kebutuhan usahanya. Dengan demikian pengusaha akan dapat meminimalisir resiko hutang serta kerugian dari usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, K. H. & Nofsinger, R. J. 2002. Psychological biases of investors. *Financial services review* 11(2002) 97-116
- Baker, H. Kent and John R. Nofsinger (2010); *Behavioral Finance: Investors, Corporations and Markets*; John Wiley and Sons
- Forbes, William (2009); *Behavioural Finance*; John Wiley & Sons Inc
- Kurniati, Merdiana. 2009. Hubungan Antara Faktor Psikologi Pemodal di Surabaya Dengan Jenis Investasi Besarnya Dana Yang Diinvestasikan dan Perilaku Pemodal Terhadap Resiko. *STIE Perbanas Surabaya*.
- Shefrin, H., 2005, *Behavioral Corporate Finance*, McGraw-Hill.
- Shefrin, H., 2008, Risk and Return in Behavioral SDF-Based Asset Pricing. Models, *Journal of Investment Management* 6 (No. 3), 1-19.
- Shefrin, H. and M. Statman, 1984, Explaining Investor Preference for Cash Dividends, *Journal of Financial Economics* 13, 253-282.
- Shefrin, H. and M. Statman, 1985, The Disposition to Sell Winners too Early and Ride Losers too Long: Theory and Evidence, *Journal of Finance* 40 (No. 3), 777-790.
- Shefrin, H. and M. Statman, 1993, Behavioral Aspects of the Design and Marketing of Financial Products, *Financial Management* 22 (No. 2), 123-134. 1993b, Ethics, Fairness and Efficiency in Financial Markets, *Financial Analysts Journal* 49 (No. 6), 21-29.
- Shefrin, H. and M. Statman, 2000, Behavioral Portfolio Theory, *Journal of Financial and Quantitative Analysis* 35 (No. 2), 127-151.
- Sina, Peter Garlan. 2011. *Keuangan Berbasis Perilaku (Behavioral Finance)*.18hlm
- Supramono and Nancy Putlia. 2010. Persepsi dan Faktor Psikologis Dalam Pengambilan Keputusan Hutang. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 14, 24-25
- Utami, Hendri. 2007. Analisa Sikap Terhadap Perilaku Pengusaha UKM Pada Pelaksanaan Kredit Program Kemitraan BNI di Sentra Kredit Kecil (SKC) Cabang Bogor. IPB. 43hlm