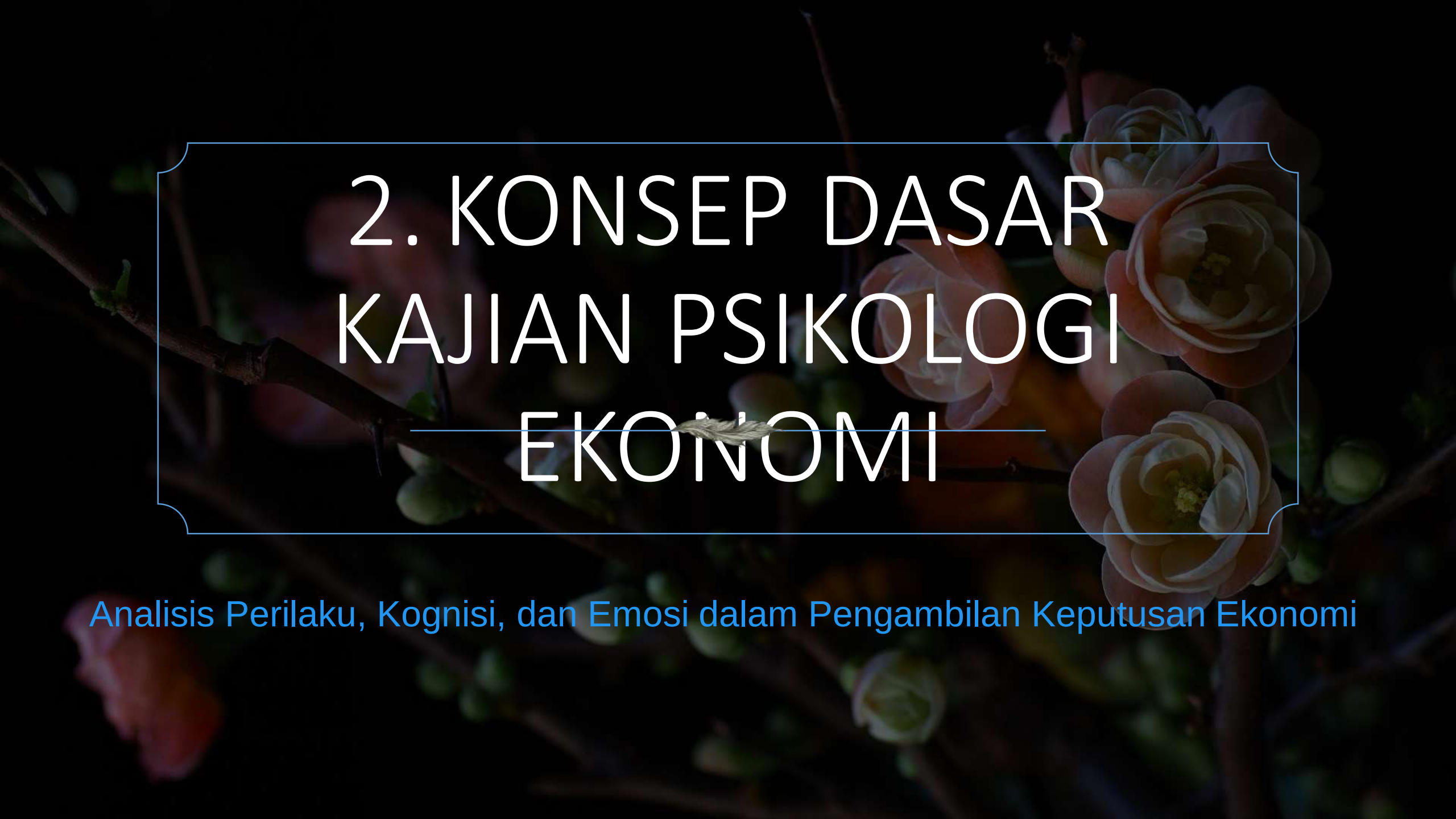




2. KONSEP DASAR KAJIAN PSIKOLOGI EKONOMI

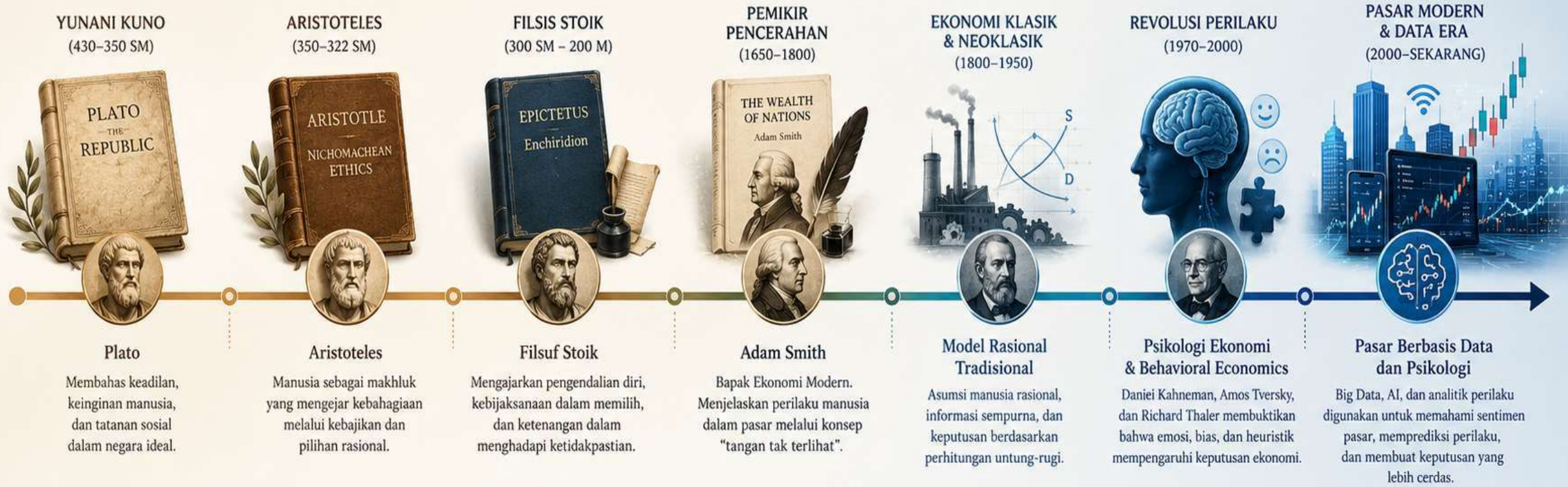
Analisis Perilaku, Kognisi, dan Emosi dalam Pengambilan Keputusan Ekonomi



Perjalanan Pemikiran Manusia

Dari Filsafat Klasik hingga Psikologi Ekonomi Modern

Memahami manusia, memahami ekonomi.



Psikologi ekonomi adalah jembatan antara pemahaman manusia dan dinamika pasar. Dari pemikiran abadi para filsuf hingga analitik canggih masa kini, tujuannya tetap sama: **MEMAHAMI MANUSIA, MEMAHAMI EKONOMI.**

2.1 Teori Kognitif dan Aplikasi Ekonomi

A. Pengantar Teori Kognitif Ekonomi

- Kognisi manusia memiliki keterbatasan kapasitas dalam memproses informasi rumit.
- Ekonomi Perilaku (Behavioral Economics) menggantikan asumsi rasionalitas sempurna.
- Bounded Rationality (Rasionalitas Terbatas): Manusia memilih keputusan yang 'cukup baik' (satisficing), bukan optimal.





Agenda Pembahasan

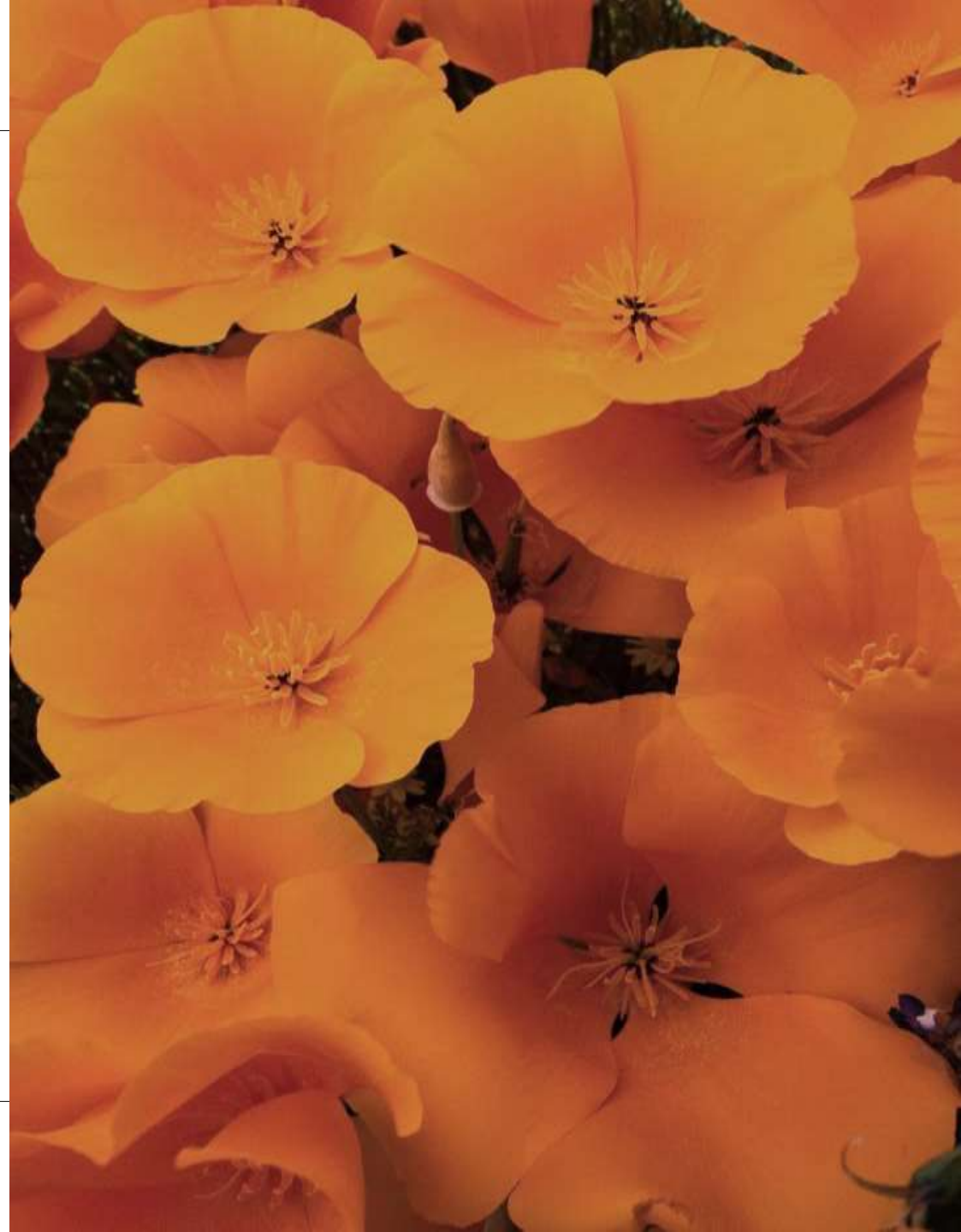


- 2.1 Teori Kognitif dan Aplikasi Ekonomi
- 2.2 Teori Motivasi dan Pengambilan Keputusan
- 2.3 Proses Emosional dan Afektif dalam Perilaku Ekonomi
- 2.4 Persepsi Nilai dan Persepsi Risiko
- 2.5 Kepribadian dan Preferensi Ekonomi

The picture can't be displayed.

B. Heuristik dalam Pengambilan Keputusan

- Heuristik Ketersediaan (Availability Heuristic): Menilai risiko berdasarkan kemudahan mengingat contoh.
- Heuristik Keterwakilan (Representativeness Heuristic): Menilai probabilitas berdasarkan kemiripan dengan stereotip.
- Anchoring (Penambatan): Keputusan sangat dipengaruhi oleh informasi pertama yang diterima.



C. Bias Kognitif dalam Pasar Finansial

- Confirmation Bias: Investor cenderung mencari informasi yang mendukung keyakinan mereka saja.
- Overconfidence Bias: Menilai terlalu tinggi kemampuan prediksi pasar, memicu perdagangan berlebihan.
- Aplikasi Kebijakan: Penataan 'Nudge' untuk mengarahkan pilihan konsumen secara halus tanpa paksaan.



2.2. Teori Motivasi dan Pengambilan Keputusan

A. Penggerak Motivasi Ekonomi

- Motivasi Intrinsik: Kepuasan batin, aktualisasi diri, dan nilai moral dalam konsumsi/kerja.
- Motivasi Ekstrinsik: Insentif finansial, bonus, status sosial, dan penghargaan eksternal.
- Crowding-Out Effect: Pemberian insentif moneter kadang justru merusak motivasi intrinsik individu.

B. Teori Kebutuhan Maslow & Perilaku Konsumen



- Hierarki Kebutuhan menentukan prioritas pengalokasian anggaran pendapatan konsumen.
- Fisiologis & Keamanan: Kebutuhan primer seperti pangan, papan, dan asuransi kesehatan.
- Aktualisasi Diri: Konsumsi barang premium atau pengalaman (traveling) untuk pencapaian personal Make eye contact with your audience to create a sense of intimacy and involvement

The picture can't be displayed.

C. Teori Pendorong Finansial (Incentive Theory)



- Sistem insentif yang dirancang salah dapat memicu moral hazard dan manipulasi kinerja.
- Loss Aversion sebagai motivator: Seseorang lebih termotivasi menghindari kehilangan daripada mendapat keuntungan.
- Desain Kontrak Kerja: Menyelaraskan motivasi agen (karyawan) dengan prinsipal (pemilik perusahaan).

2.3. Proses Emosional dan Afektif dalam Perilaku Ekonomi

A. Peran Emosi (Affect) vs Rasionalitas

- Emosi bukanlah gangguan, melainkan komponen penting pembentuk keputusan ekonomi.
- Teori Somatic Marker (Damasio): Sinyal emosional tubuh membantu menyaring pilihan dengan cepat.
- Integral Affect (Emosi langsung dari objek) vs Incidental Affect (Suasana hati bawaan dari luar)

B. FOMO dan Regret Aversion di Pasar



- FOMO (Fear of Missing Out): Mendorong gelembung aset (bubble) karena takut tertinggal keuntungan.
- Regret Aversion (Menghindari Penyesalan): Mempertahankan saham rugi terlalu lama agar tidak terbukti salah.
- Disposition Effect: Kecenderungan menjual aset untung terlalu cepat dan menahan aset rugi terlalu lama.

C. Sentimen Pasar dan Pengaruh Makro



- Sentimen Konsumen: Ekspektasi emosional kolektif yang menggerakkan siklus resesi atau ekspansi.
- Kepanikan Massal (Panic Buying/Selling): Penularan emosional yang merusak stabilitas mekanisme pasar.
- Kecerdasan Emosional Finansial: Kemampuan mengendalikan impuls emosi saat terjadi volatilitas tinggi

2.4 Persepsi Nilai dan Persepsi Risiko

A. Teori Prospek (Prospect Theory)

- Dikembangkan oleh Kahneman & Tversky: Manusia mengevaluasi nilai berdasarkan titik acuan (reference point).
- Fungsi Nilai (Value Function): Kurva berbentuk S menunjukkan sensitivitas marginal yang menurun.
- Losses Loom Larger Than Gains: Rasa sakit akibat kehilangan Rp1 juta dua kali lipat dibanding kesenangan mendapatkannya.

C. Psikologi Risiko Finansial



- Risiko Objektif (Statistik) vs Risiko Subjektif (Persepsi psikologis individu).
- Dread Risk: Risiko dengan probabilitas rendah namun dampak katastrofik cenderung dinilai terlalu tinggi.
- Efek Kepemilikan (Endowment Effect): Menilai barang lebih tinggi hanya karena barang tersebut telah menjadi miliknya

The picture can't be displayed.

Engaging the audience

2.4 PERSEPSI NILAI DAN PERSEPSI RISIKO

B. Efek Pembingkai (Framing Effect)

- Cara informasi disajikan secara dramatis mengubah persepsi nilai dan risiko konsumen.
- Framing Positif: '90% Bebas Lemak' lebih menarik dibanding framing negatif '10% Kandungan Lemak'.
- Mental Accounting: Manusia memisahkan uang ke dalam rekening mental berbeda, melanggar prinsip fungibilitas.

2.5 Kepribadian dan Preferensi Ekonomi

A. Model Big Five Personality & Keuangan

- Openness: Cenderung inovatif, menyukai investasi alternatif (kripto, modal ventura).
- Conscientiousness: Teratur, disiplin menabung, memiliki perencanaan pensiun yang matang.
- Extraversion: Konsumsi tinggi untuk status sosial, rentan terhadap pengeluaran impulsif.



Lanjutan Big Five & Profil Risiko



- Agreeableness: Cenderung kooperatif, menyukai investasi berdampak sosial (ESG), kurang agresif.
- Neuroticism: Sensitif terhadap volatilitas pasar, rentan panic selling saat harga saham turun.
- Aplikasi di Industri: Skoring kredit modern dan robo-advisor berbasis profil kepribadian pengguna.

KESIMPULAN

- Perilaku ekonomi tidak sepenuhnya rasional, tetapi dipengaruhi oleh keterbatasan kognitif, heuristik, dan berbagai bias dalam memproses informasi.
- Motivasi memengaruhi keputusan ekonomi, baik melalui dorongan intrinsik maupun ekstrinsik, termasuk respons terhadap insentif dan potensi kerugian.
- Emosi merupakan bagian penting dalam keputusan ekonomi, yang dapat memunculkan FOMO, *regret aversion*, panic buying/selling, serta memengaruhi sentimen pasar.
- Persepsi membentuk penilaian terhadap nilai dan risiko, sebagaimana dijelaskan melalui *Prospect Theory*, *framing effect*, *mental accounting*, dan *endowment effect*.
- Kepribadian memengaruhi preferensi ekonomi dan perilaku finansial, termasuk pola konsumsi, kebiasaan menabung, toleransi risiko, dan keputusan investasi.
- Integrasi psikologi dan ekonomi membantu menjelaskan perilaku ekonomi secara lebih realistis serta mendukung perancangan kebijakan, insentif, pemasaran, dan layanan keuangan yang lebih efektif.

Thank you

Q & A

