

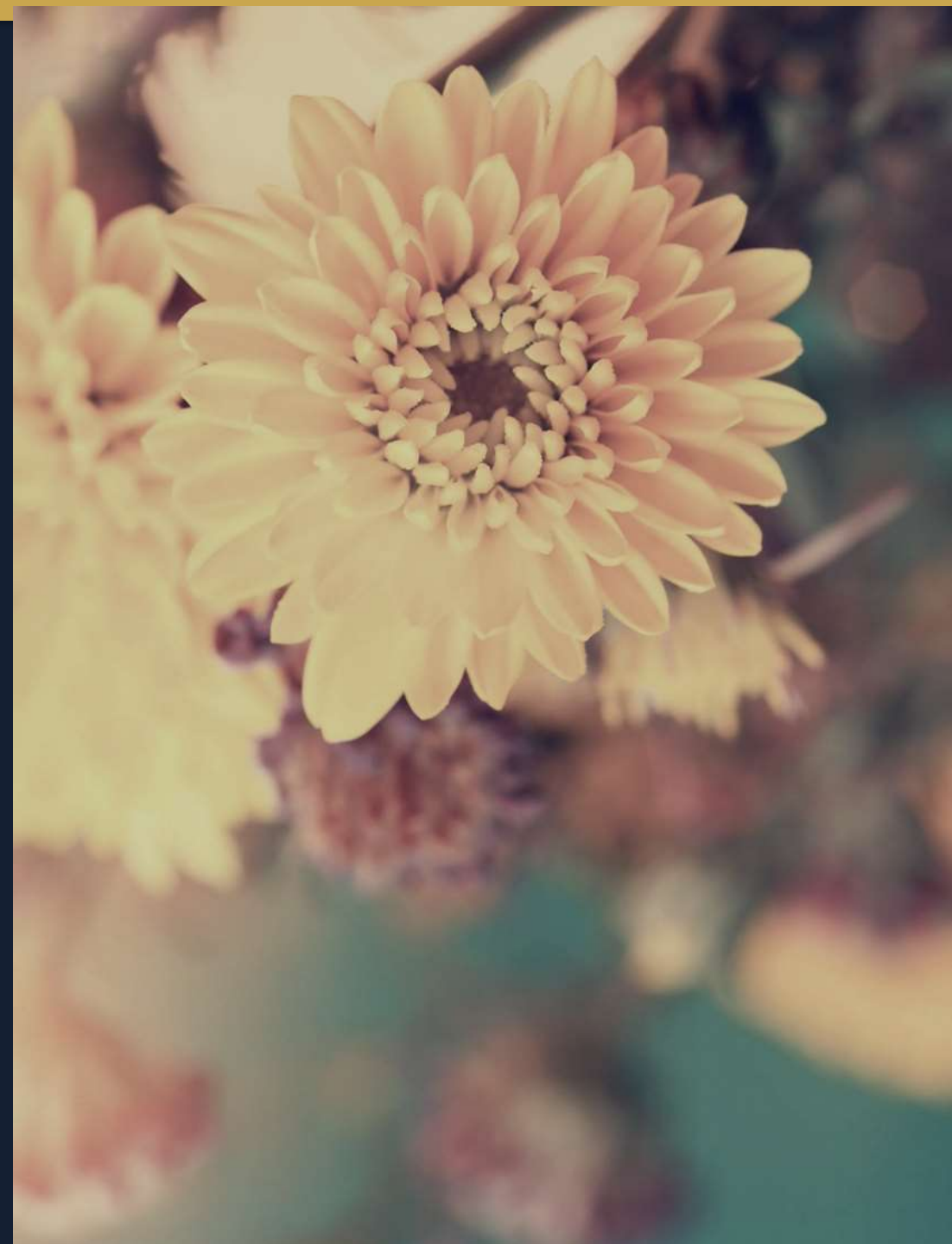
3. DARI HOMO ECONOMICUS KE HOMO PSYCHOLOGICUS

Pergeseran paradigma dalam memahami perilaku ekonomi

Psikologi Ekonomi • Behavioral Economics • Keputusan Manusia

Agenda Pembahasan

- 3.1 Rasionalitas Terbatas (Bounded Rationality)
- 3.2 Heuristik dan Bias dalam Keputusan Ekonomi
- 3.3 Teori Prospek (Prospect Theory)
- 3.4 Loss Aversion dan Status Quo Bias
- 3.5 Ilusi Uang dan Framing Effect



PSIKOLOGI EKONOMI

Menyeimbangkan Logika Ekonomi dan Realitas Manusia

Memahami keputusan ekonomi melalui pikiran, emosi, dan perilaku manusia.



LOGIKA & ANALISIS EKONOMI

- Data dan Fakta
- Perhitungan Rasional
- Risiko dan Imbal Hasil
- Efisiensi dan Optimalisasi



SIMBOL KEADILAN & LOGIKA

Timbangan melambangkan keadilan, keseimbangan, dan penilaian rasional dalam pengambilan keputusan ekonomi.



PIKIRAN & PERILAKU MANUSIA

- Emosi dan Perasaan
- Bias Kognitif
- Pengalaman dan Nilai
- Interaksi Sosial



JARINGAN OTAK & KOGNISI

Jaringan otak melambangkan proses kognitif yang kompleks, bias, emosi, dan pengalaman yang memengaruhi setiap keputusan manusia.

KEPUTUSAN EKONOMI YANG LEBIH BIJAK

Psikologi Ekonomi menjembatani data dan manusia untuk keputusan yang lebih realistis, etis, dan bermanfaat.

RUANG LINGKUP



PERILAKU
KONSUMEN



PSIKOLOGI
UANG



PASAR &
INVESTASI



KEBIJAKAN
PUBLIK



KESEJAHTERAAN
MASYARAKAT

Homo Economicus: Asumsi Dasar

Rasional

Individu diasumsikan memilih alternatif yang paling menguntungkan.

Informasi Sempurna

Keputusan dibuat dengan informasi yang lengkap dan relevan.

Optimal

Individu dianggap mampu menghitung pilihan terbaik secara konsisten.

Model ini berguna sebagai titik awal analisis, tetapi tidak sepenuhnya menggambarkan perilaku manusia nyata.

Mengapa Homo Economicus Perlu Ditinjau Ulang

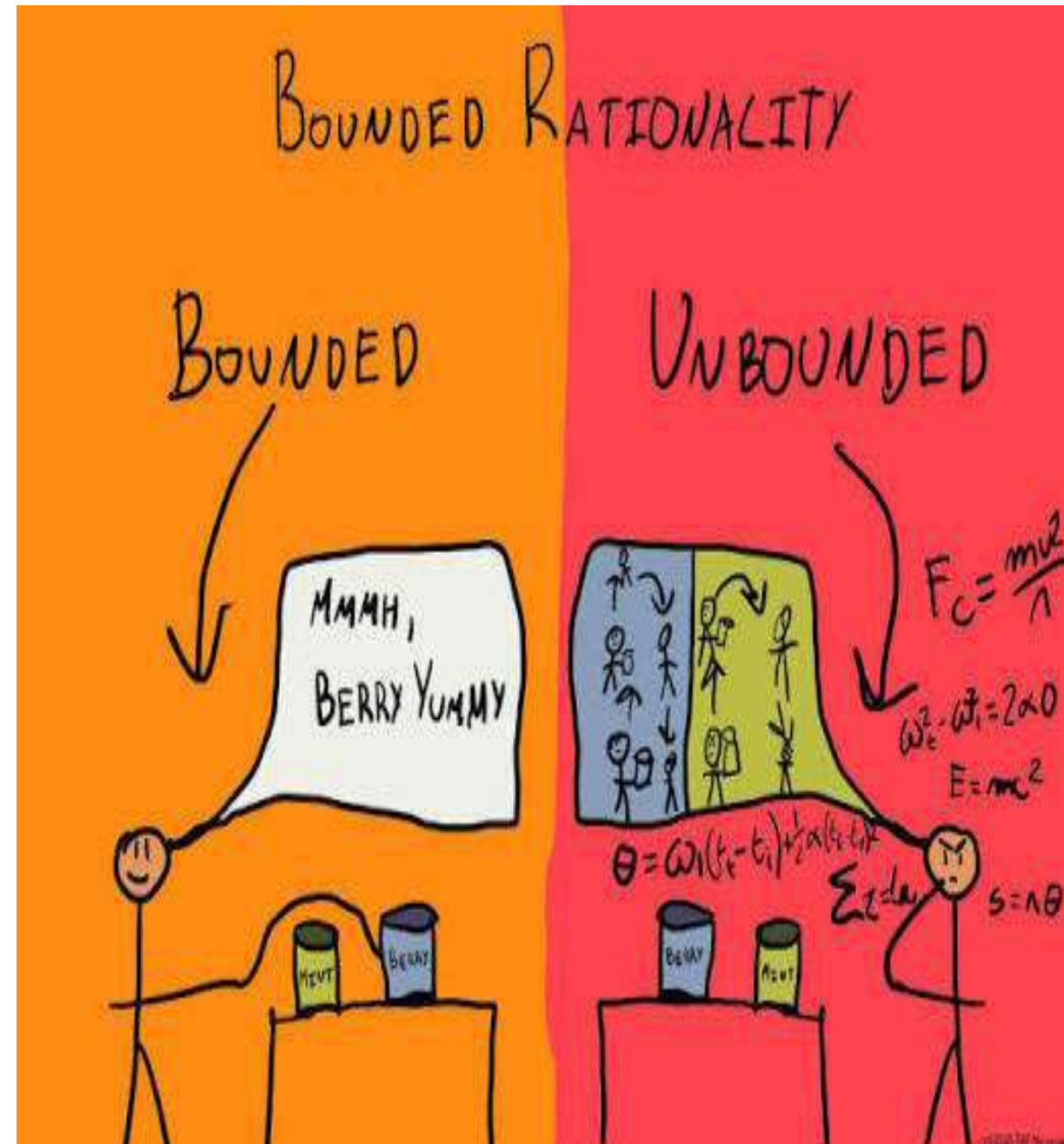


Mengapa Homo Economicus Perlu Ditinjau Ulang?

- Model klasik mengasumsikan manusia selalu rasional dan memilih keputusan yang optimal.
- Individu sebenarnya menghadapi keterbatasan informasi, waktu, dan kapasitas kognitif.
- Keputusan ekonomi juga dipengaruhi emosi, kebiasaan, konteks sosial, dan bias.
- Behavioral economics menjelaskan penyimpangan tersebut secara lebih realistis.

3.1 Rasionalitas Terbatas (Bounded Rationality)

- Rasionalitas terbatas adalah kondisi ketika seseorang mengambil keputusan secara rasional, tetapi dibatasi oleh informasi, waktu, dan kemampuan kognitif yang dimiliki.
- Akibatnya, individu tidak selalu memilih keputusan yang paling optimal, tetapi cenderung memilih alternatif yang cukup baik dan sesuai dengan kebutuhannya.
- Contoh: Konsumen memilih produk berdasarkan beberapa informasi yang mudah diperoleh, bukan membandingkan seluruh produk yang tersedia.
- Intinya: Manusia berusaha rasional, tetapi rasionalitasnya memiliki batas.



3.1. Rasionalitas Terbatas (Bounded Rationality)

Herbert Simon (1916 – 2001)

Manusia berusaha rasional, tetapi kemampuan berpikir dan informasi yang tersedia terbatas.

Keterbatasan

Informasi tidak lengkap • waktu terbatas • kapasitas kognitif terbatas

Satisficing

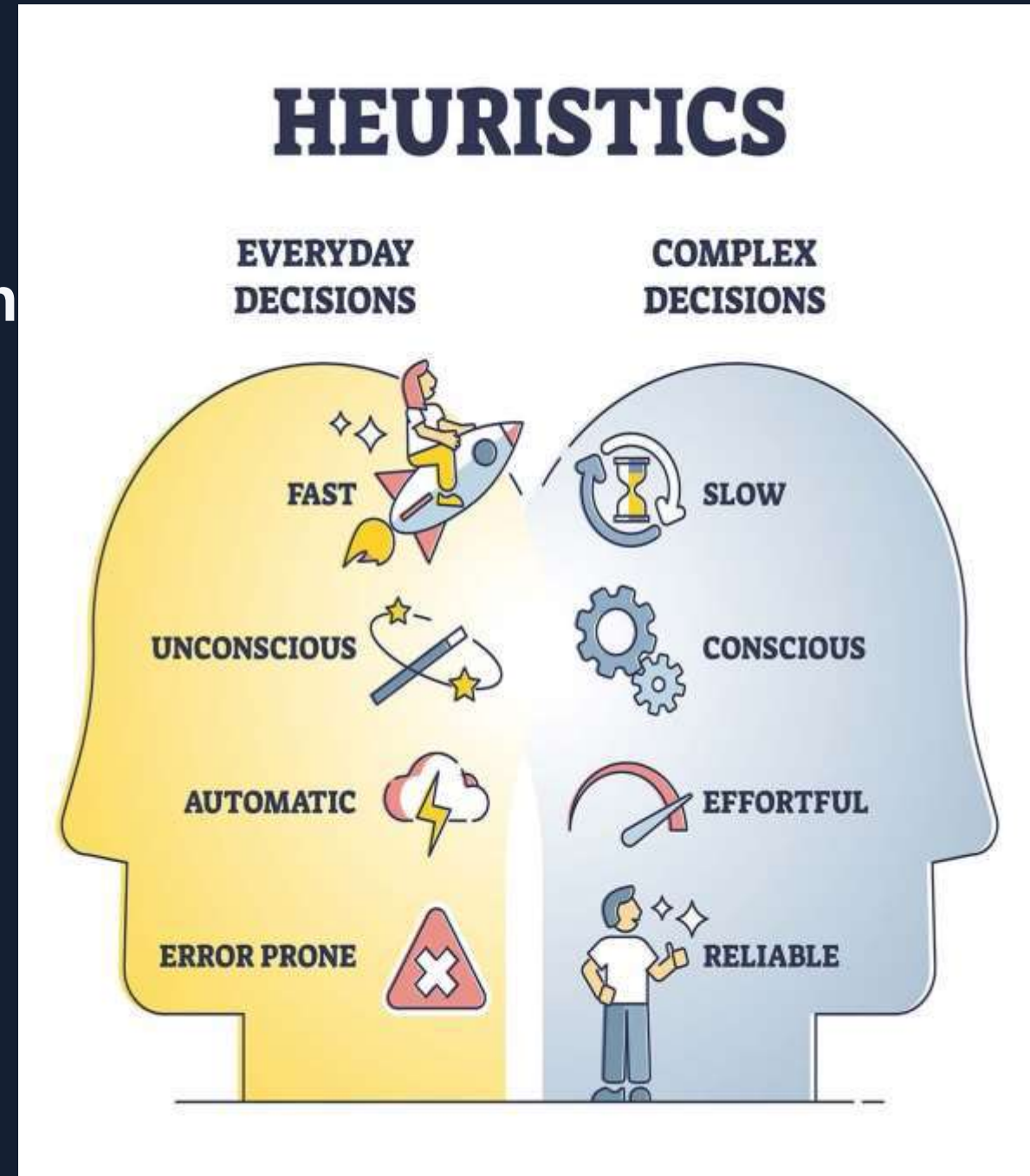
Individu cenderung memilih pilihan yang cukup baik, bukan selalu yang paling optimal.

Intinya: keputusan manusia bersifat rasional dalam batas kemampuan dan kondisi yang dihadapi.

3.2. Heuristik dan Bias

A. Heuristik dalam Keputusan Ekon

- Heuristik adalah strategi mental sederhana untuk mempercepat pengambilan keputusan.
- Strategi ini membantu ketika informasi, waktu, atau kapasitas berpikir terbatas.
- Namun, heuristik dapat menghasilkan bias ketika digunakan pada situasi yang tidak sesuai.
- Contoh: memilih merek yang familiar atau mengikuti tren investasi.



B. Bias Kognitif dan Perilaku Ekonomi

Availability

Menilai kemungkinan berdasarkan informasi yang mudah diingat atau menonjol.

Representativeness

Menilai sesuatu berdasarkan kemiripan dengan pola atau contoh tertentu.

Anchoring

Penilaian terlalu dipengaruhi oleh informasi awal yang menjadi titik acuan.

Bias dapat memengaruhi konsumsi, tabungan, investasi, dan keputusan ekonomi lainnya.

3.3. Teori Prospek (Prospect Theory)

- **Teori Prospek** menjelaskan bahwa manusia mengambil keputusan ekonomi berdasarkan **persepsi terhadap keuntungan, kerugian, risiko, dan ketidakpastian**, bukan semata-mata berdasarkan perhitungan rasional. Hasil keputusan dinilai relatif terhadap **titik acuan** (*reference point*).
- Dikembangkan oleh Daniel Kahneman dan Amos Tversky (1979) untuk menjelaskan keputusan dalam kondisi risiko dan ketidakpastian.
- Individu menilai hasil berdasarkan titik acuan (reference point), bukan hanya nilai objektif.
- Keputusan berbeda antara situasi keuntungan dan kerugian.
- Teori ini membantu menjelaskan mengapa perilaku manusia sering tampak tidak konsisten dengan model rasional.

Indikator utama Teori Prospek:

- **Reference Point** – menilai hasil berdasarkan kondisi/titik acuan subjektif.
- **Persepsi Keuntungan (*Gains*)** – bagaimana individu menilai dan merespons keuntungan.
- **Persepsi Kerugian (*Losses*)** – bagaimana individu menilai dan merespons kerugian.
- **Preferensi Risiko** – kecenderungan menghindari atau mengambil risiko pada kondisi keuntungan/kerugian.
- **Sensitivitas terhadap Perubahan Nilai** – kepekaan terhadap perubahan keuntungan atau kerugian semakin berkurang pada nilai yang semakin besar.
- **Framing Effect** – pilihan dapat berubah karena cara informasi disajikan.



3.4 Loss Aversion dan Status Quo Bias

A. Loss Aversion

Kerugian Terasa Lebih Berat

Dampak psikologis kehilangan cenderung lebih kuat dibandingkan kesenangan dari keuntungan dengan nilai yang sama.

Implikasi

Individu dapat menghindari risiko saat memperoleh keuntungan, tetapi lebih berani mengambil risiko ketika berusaha menghindari kerugian.

Loss aversion membantu menjelaskan perilaku investasi, konsumsi, dan pilihan keuangan.

B. Status Quo Bias

- Status quo bias adalah kecenderungan mempertahankan pilihan atau kondisi yang sudah ada.
- Perubahan dapat dipersepsikan sebagai potensi kerugian atau risiko.
- Default option dapat memperkuat kecenderungan mempertahankan kondisi awal.
- Contoh: seseorang tetap menggunakan pilihan program pensiun karena sudah menjadi pilihan bawaan.



3.5 Ilusi Uang (Money Illusion)

Ilusi uang adalah kecenderungan menilai nilai ekonomi berdasarkan angka nominal, bukan daya beli riil.

Contoh: kenaikan gaji 10% dengan inflasi 8% tidak berarti daya beli meningkat 10%.

Persepsi nominal dapat memengaruhi penilaian terhadap pendapatan, harga, utang, dan konsumsi.

Kesadaran terhadap inflasi membantu individu membuat keputusan ekonomi yang lebih akurat.

Framing Effect

Cara Penyajian

Informasi yang sama dapat menghasilkan pilihan berbeda ketika disampaikan dengan cara atau sudut pandang yang berbeda.

Contoh

“Hemat Rp50.000” dan “Diskon 10%” dapat membentuk persepsi nilai yang berbeda.

Framing relevan dalam pemasaran, kebijakan publik, kesehatan, perpajakan, dan keputusan ekonomi.

Pergeseran Paradigma: Homo Economicus → Homo Psychologicus

Homo Economicus

Homo economicus menggambarkan manusia sebagai pengambil keputusan yang **rasional**, memiliki **informasi lengkap**, **preferensi yang stabil**, dan berusaha **mengoptimalkan manfaat**. Keputusannya dianggap **konsisten** berdasarkan tujuan dan informasi yang tersedia.

Rasional • informasi lengkap • preferensi stabil • optimasi • keputusan konsisten



Homo Psychologicus

Homo psychologicus menggambarkan manusia sebagai pengambil keputusan dengan rasionalitas terbatas, yang perilakunya dipengaruhi oleh emosi, konteks, heuristik, bias kognitif, dan pengaruh sosial.

ntinya: Rasionalitas terbatas + emosi + konteks + heuristik & bias + pengaruh sosial → keputusan ekonomi yang lebih realistis.

Rasionalitas terbatas • emosi • konteks • heuristik • bias • pengaruh sosial

Paradigma baru memandang manusia sebagai pengambil keputusan yang realistis, kontekstual, dan dipengaruhi faktor psikologis.

Implikasi Psikologi Ekonomi

Kebijakan

Choice architecture dan nudges untuk membantu keputusan yang lebih baik.

Keuangan

Memahami loss aversion, status quo, dan bias investasi.

Pemasaran

Menggunakan framing dan memahami persepsi nilai konsumen.

Edukasi

Meningkatkan kesadaran bias dan kualitas keputusan.

Tujuan akhirnya bukan menghapus seluruh bias, tetapi meningkatkan kemampuan manusia mengambil keputusan yang lebih bijaksana dan efektif.

Kesimpulan

- Model Homo Economicus penting, tetapi memiliki keterbatasan dalam menjelaskan perilaku manusia nyata.
- Homo Psychologicus menempatkan keterbatasan kognitif, emosi, konteks, dan pengaruh sosial sebagai bagian dari keputusan ekonomi.
- Rasionalitas terbatas, heuristik, bias, Prospect Theory, loss aversion, status quo bias, money illusion, dan framing effect memperkaya pemahaman perilaku ekonomi.
- Perspektif psikologi ekonomi menjadi dasar bagi kebijakan, keuangan, pemasaran, dan pendidikan ekonomi yang lebih realistis.

Pertanyaan diskusi: Apakah manusia benar-benar tidak rasional, atau justru rasional dalam batas tertentu?



