



Journal of Human And Education
Volume 4, No. 3, Tahun 2024, pp 642-654
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Tantangan Pemahaman Mahasiswa Baru dalam Berinvestasi: Menyelami Perilaku Keuangan yang Bijak

**Aditya Saputra^{1*}, Estrada Joseph Hasoloan Pasaribu², dan Rangga Aribawa³,
Ardhiani Fadilla⁴, Sri Mulyantini⁵**

Manajemen Program Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta
Email: 2110111131@mahasiswa.upnvj.ac.id^{1*}

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada para mahasiswa baru S1 Manajemen di UPNVJ mengenai bias-bias kognitif tersebut serta dampaknya dalam pengambilan keputusan. Dengan memahami berbagai bias kognitif ini, diharapkan para mahasiswa dapat menjadi lebih kritis, rasional, dan waspada dalam proses pengambilan keputusan mereka selama masa studi di UPNVJ. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam mengenai bias-bias kognitif dalam pengambilan keputusan keuangan di kalangan mahasiswa baru S1 Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJ). Metode utama yang digunakan untuk mengumpulkan data mengenai pemahaman dan pandangan mahasiswa terhadap bias kognitif dalam pengambilan keputusan adalah FGD. Hasil survei terhadap 32 responden menunjukkan bahwa sebelum diskusi, mayoritas responden (65.6%) tidak mengetahui konsep Bias Perilaku Keuangan dan 65.6% juga belum pernah mendengar tentang berbagai bias kognitif. Namun, setelah diskusi, pemahaman meningkat signifikan dengan 53.1% responden merasa sangat paham dan 46.9% cukup paham dengan konsep tersebut. Familiaritas dengan bias kognitif juga meningkat, dengan 40.6% merasa sangat familiar dan 37.5% cukup familiar. Mayoritas responden (87.5%) setuju bahwa pemahaman tentang bias perilaku keuangan membantu pengelolaan keuangan sehari-hari, dan setelah diskusi, 84.4% sangat setuju dengan manfaat tersebut. Pentingnya edukasi tentang bias perilaku keuangan diakui oleh 90.6% responden sebelum diskusi dan 71.9% setelahnya, menunjukkan efektivitas sosialisasi dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran responden.

Kata Kunci: *Focus group discussion, bias, dan kognitif*

Abstract

The purpose of this study is to provide a better understanding of these cognitive biases and their impact on decision-making for new undergraduate management students at UPNVJ. By understanding these cognitive biases, it is hoped that students can become more critical, rational, and vigilant in their decision-making process during their studies at UPNVJ. This research uses a qualitative approach with a qualitative descriptive design, which aims to explore in-depth understanding of cognitive biases in financial decision-making among freshmen S1 Management students at Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJ). The main method used to collect data on students' understanding and views on cognitive biases in decision making is FGD. The survey results of 32 respondents showed that before the discussion, the majority of respondents (65.6%) did not know the concept of Financial Behavioral Bias and 65.6% had also never heard of various cognitive biases. However, after the discussion, understanding improved significantly with 53.1% of respondents feeling very familiar and 46.9% moderately familiar with the concept. Familiarity with cognitive biases also increased, with 40.6% feeling very familiar and 37.5% moderately familiar. The majority of respondents (87.5%) agreed that an understanding of behavioral finance biases helps with daily financial management, and after discussion, 84.4% strongly agreed with this benefit. The importance of behavioral finance

Copyright: Aditya Saputra, Estrada Joseph Hasoloan Pasaribu, dan Rangga Aribawa,
Ardhiani Fadilla, Sri Mulyantini

education was recognized by 90.6% of respondents before the discussion and 71.9% after, demonstrating the effectiveness of socialization in increasing respondents' understanding and awareness.

Keywords: *Focus group discussion, bias, and cognitive*

PENDAHULUAN

Dalam dunia investasi, pengambilan keputusan yang cerdas dan tepat merupakan kunci utama untuk mencapai tujuan finansial jangka panjang. Namun, seringkali keputusan investasi tidak sepenuhnya didasarkan pada analisis yang rasional dan objektif. Hal ini disebabkan oleh adanya bias kognitif, atau penyimpangan dari pemikiran logis, yang dapat mempengaruhi penilaian dan pengambilan keputusan investor. Transisi ke kehidupan mahasiswa baru membawa berbagai tantangan, salah satunya adalah mengelola keuangan mereka sendiri dengan bijak, termasuk memahami dunia investasi. Meskipun investasi dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk membangun kekayaan jangka panjang, pemahaman tentang cara memulai dan mengelola investasi seringkali kurang diprioritaskan di antara mahasiswa baru.

Loss aversion kerugian ini adalah pola pikir investor yang percaya bahwa rasa sakit yang mereka alami dari kerugian yang mereka derita lebih besar daripada kegembiraan yang mereka dapatkan dari keuntungan (Maratun Shaleha et al., 2022). Ketika membuat keputusan di bawah risiko, penghindaran kerugian-preferensi untuk menghindari hukuman daripada menerima imbalan yang sebanding-adalah ide yang sangat penting. Oleh karena itu, tidak jelas apakah penghindaran kerugian juga berlaku ketika pilihan melibatkan pengerahan upaya fisik. Hal ini tidak terduga mengingat perilaku manusia dibentuk oleh biaya motorik dan banyak kondisi klinis yang ditandai dengan menurunnya motivasi untuk bekerja keras. Di sini, kami menunjukkan bahwa, karena keengganan untuk kehilangan, manusia yang sehat bekerja lebih keras untuk menghindari hukuman daripada memaksimalkan hadiah. Kami juga menunjukkan bahwa, jika dibandingkan dengan subjek kontrol yang sehat dan sesuai usia, pasien penyakit Parkinson yang diberi obat bekerja lebih keras untuk mendapatkan hadiah, tetapi lebih sedikit untuk menghindari hukuman. Hal ini menunjukkan bahwa penjelasan tentang pengambilan keputusan berdasarkan upaya membutuhkan keterlibatan yang kuat dari keengganan kehilangan yang bergantung pada dopamin (Boag, 2020).

Endowment effect adalah mentalitas yang membuat usaha kecil dan menengah (UKM) ragu-ragu untuk berpisah dengan produk mereka karena mereka menghargainya lebih dari harga obyektif atau nilai pasarnya, di samping kemungkinan kehilangan versi (Huang et al., 2022). Simulasi dilakukan oleh (Guo & You, 2022) menunjukkan bahwa modifikasi desain yang bertujuan untuk meningkatkan sentuhan dan kontak dengan konsumen berhubungan dengan promosi penjualan, yang dibuktikan dengan peningkatan volume transaksi. Selain itu, hipotesis bahwa desain-desain tersebut berfungsi sebagai aktivasi *endowment effect*, mengubah orang yang rasional menjadi tidak rasional, lebih konsisten dengan data empiris dibandingkan dengan teori kenaikan. Hal ini menunjukkan bahwa *endowment effect* hanya akan terpicu jika konsumen mempertimbangkan produk tersebut. Salah satu alasannya adalah karena konsumen hanya mulai memeriksa produk-produk tersebut ketika mereka mempertimbangkan untuk bertransaksi, yang menghasilkan penilaian yang tidak masuk akal dan subjektif.

Confirmation bias adalah salah satu kognisi bermasalah yang paling banyak dibahas secara epistemis, bias konfirmasi menimbulkan keraguan akan kemampuan untuk menciptakan kepercayaan yang dapat dipercaya dan meluruskan sudut pandang yang salah. Mengingat betapa parahnya bias ini, masih belum diketahui bagaimana bias ini berkembang dan mengapa bias ini masih ada dalam masyarakat modern (Peters, 2022). Bias konfirmasi adalah fitur umum dari kognisi manusia yang memengaruhi penalaran dan pemrosesan informasi baik dalam konteks pribadi maupun profesional, termasuk wawancara forensik (Melinder et al., 2020).

Salah satu fenomena perilaku yang terkait dengan pasar keuangan yang terlihat di antara para investor di hampir semua kelas aset adalah perilaku menggiring. Oleh karena itu, para ahli telah memperhatikannya dengan saksama (Ah Mand et al., 2023). Influencer saham menjadi semakin umum di media sosial, yang mendorong investor pemula untuk menerima rekomendasi mereka tanpa melakukan riset sendiri. Lebih buruk lagi, sejumlah influencer saham ini memiliki literasi keuangan yang buruk, yang menyebabkan kerugian bagi banyak investor. Fenomena "*herding behavior*" mengacu pada kecenderungan investor saham untuk mengikuti investor lain tanpa melakukan pemeriksaan yang memadai (Santoso et al., 2022).

Para pemenang menipu kita karena bias bertahan hidup membelokkan persepsi kita.

Copyright: Aditya Saputra, Estrada Joseph Hasoloan Pasaribu, dan Rangga Aribawa,
Ardhiani Fadilla, Sri Mulyantini

Survivor bias digambarkan sebagai "kesalahan logis dalam berkonsentrasi pada orang-orang atau hal-hal yang berhasil melewati beberapa proses seleksi dan mengabaikan mereka yang tidak." Dengan kata lain, kita tidak mengambil pelajaran dari mereka yang kalah dan tidak selamat. Masuk akal jika orang ingin berkonsentrasi pada para pemenang. Alasan kita tertipu oleh para pemenang adalah karena mereka biasanya lebih mudah diamati - baik itu individu, benda, informasi, atau kapal yang kembali ke pelabuhan dengan selamat. Namun, ada banyak situasi di mana kita bisa belajar banyak, bahkan lebih banyak, dari orang-orang yang kalah (Lockwood, 2021).

Penelitian sebelumnya menyoroti bahwa kekurangan literasi keuangan dan pemahaman tentang investasi dapat menjadi hambatan besar bagi generasi muda dalam mencapai tujuan keuangan mereka (Lyons, 2019). Di samping itu, studi lain menunjukkan bahwa mahasiswa seringkali kurang memperhatikan investasi jangka panjang karena lebih fokus pada kebutuhan dan keinginan jangka pendek (Sekaran & Shah, 2017). Pemahaman yang mendalam terhadap berbagai bias kognitif menjadi sangat penting dalam konteks investasi. Setiap bias kognitif memiliki dampak yang unik dan signifikan terhadap cara investor menafsirkan informasi, mengevaluasi risiko, dan mengambil keputusan investasi. Misalnya, *Loss Aversion* mengarah pada ketidak inginan untuk mengambil risiko, sementara *Confirmation Bias* mempengaruhi bagaimana investor mencari informasi yang mendukung keyakinan mereka sebelumnya. Bias kognitif dapat mengaburkan persepsi investor terhadap realitas pasar dan menghasilkan keputusan yang tidak optimal. Hal ini dapat menyebabkan investor terjebak dalam siklus perilaku yang merugikan, seperti menahan investasi yang merugi terlalu lama karena *Loss Aversion*, atau mengikuti kerumunan tanpa melakukan analisis independen karena *Herd Behavior*.

Selain itu, bias kognitif juga dapat mengganggu proses pengambilan keputusan yang rasional dan berpotensi menyebabkan kerugian finansial yang signifikan. *Endowment Effect*, misalnya, dapat mendorong investor untuk terlalu melekat pada investasi yang sudah dimiliki, bahkan ketika itu bukan lagi pilihan yang baik dari sudut pandang finansial. Dengan mempertimbangkan penelitian-penelitian ini, menjadi semakin penting untuk menyelidiki persepsi, pengetahuan, dan perilaku mahasiswa baru terkait dengan investasi dan manajemen keuangan mereka. *Focus group discussion (FGD)* dapat menjadi alat yang berguna untuk mengeksplorasi pandangan mereka, menyoroti tantangan yang dihadapi, dan mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan literasi keuangan mereka. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang perspektif mahasiswa baru, kita dapat mengembangkan pendekatan pendidikan yang lebih efektif untuk membantu mereka memahami pentingnya berinvestasi sejak dini dan membangun kebiasaan keuangan yang sehat. Melalui FGD ini, kami bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada para mahasiswa baru S1 Manajemen di UPNVJ mengenai bias-bias kognitif tersebut serta dampaknya dalam pengambilan keputusan. Dengan memahami berbagai bias kognitif ini, diharapkan para mahasiswa dapat menjadi lebih kritis, rasional, dan waspada dalam proses pengambilan keputusan mereka selama masa studi di UPNVJ.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam mengenai bias-bias kognitif dalam pengambilan keputusan keuangan di kalangan mahasiswa baru S1 Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJ). Desain ini dipilih karena mampu mengungkap fenomena secara detail melalui perspektif partisipan.

Lokasi dan Partisipan

Penelitian ini dilakukan di lingkungan akademis UPNVJ, yang memberikan konteks yang relevan untuk memahami bagaimana bias kognitif dapat mempengaruhi pengambilan keputusan di kalangan mahasiswa. Partisipan utama penelitian ini adalah mahasiswa baru S1 Manajemen. Pemilihan partisipan dilakukan melalui teknik *purposive sampling*, yang memungkinkan peneliti untuk memilih peserta yang dianggap paling relevan dengan tujuan penelitian, yaitu mereka yang baru memasuki dunia akademis dan mulai dihadapkan pada berbagai keputusan keuangan.

Metode Pengumpulan Data



Gambar 1. Proses Kegiatan

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu:

1. **Observasi:** Pengamatan langsung terhadap partisipasi dan interaksi mahasiswa selama FGD dilakukan untuk mendapatkan data yang lebih kaya dan mendalam melalui kuisisioner Pre-test. Observasi ini bertujuan untuk mencatat perilaku non-verbal dan dinamika kelompok yang mungkin tidak muncul dalam diskusi verbal.
2. **Focus Group Discussion (FGD):** Metode utama yang digunakan untuk mengumpulkan data mengenai pemahaman dan pandangan mahasiswa terhadap bias kognitif dalam pengambilan keputusan. FGD memungkinkan diskusi mendalam dan interaksi antara partisipan, yang dapat mengungkap berbagai perspektif dan pengalaman pribadi yang berkaitan dengan bias kognitif.
3. **Kuesioner Post-test:** Digunakan setelah FGD untuk mengukur perubahan pemahaman dan kesadaran mahasiswa tentang bias kognitif. Kuesioner ini dirancang untuk menilai sejauh mana pengetahuan partisipan tentang bias kognitif meningkat setelah mengikuti diskusi.
4. **Dokumentasi:** Pencatatan dan pengumpulan materi yang digunakan selama FGD dan tanggapan peserta. Dokumentasi ini termasuk catatan, transkrip diskusi, dan bahan presentasi yang digunakan dalam FGD.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini mencakup:

- **Panduan FGD:** Dirancang untuk memfasilitasi diskusi yang terstruktur namun fleksibel, memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi topik-topik utama terkait bias kognitif sambil memberikan ruang bagi partisipan untuk berbagi pengalaman dan pandangan mereka.
- **Kuesioner Pre test dan Post-test:** Berisi pertanyaan tentang pengetahuan awal mahasiswa tentang bias kognitif, kesadaran mereka tentang dampaknya dalam keputusan keuangan, dan kemampuan mereka dalam mengidentifikasi dan mengatasi bias tersebut.

Analisis Data

Data yang dikumpulkan dianalisis melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. **Analisis Tema:** Tema-tema yang diidentifikasi dianalisis untuk menemukan makna dan implikasi yang lebih dalam. Analisis ini membantu dalam memahami bagaimana bias kognitif mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan mahasiswa.
2. **Interpretasi Data:** Data yang telah dianalisis diinterpretasikan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Interpretasi ini melibatkan penarikan kesimpulan dari temuan dan menghubungkannya dengan teori dan literatur yang ada.

PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan

Bias perilaku dalam pengambilan keputusan keuangan dapat mengakibatkan keputusan yang tidak rasional dan kerugian finansial. Untuk membantu mahasiswa mengenali dan mengatasi bias-bias ini, sebuah program edukasi telah dirancang melalui Focus Group Discussion (FGD). Program ini dilaksanakan dalam dua sesi: offline dan online. Artikel ini akan membahas pelaksanaan, efektivitas, dan umpan balik dari program tersebut.

Pelaksanaan FGD

FGD Offline

FGD offline diikuti oleh 10 peserta dan berlangsung selama satu jam di ruang kelas. Sesi ini dirancang untuk interaksi tatap muka yang mendalam dan melibatkan beberapa tahap. Pertama, moderator membuka dengan sambutan dan menjelaskan pentingnya memahami bias perilaku dalam keputusan keuangan. Selanjutnya, moderator memberikan penjelasan singkat tentang lima bias perilaku utama: loss aversion, endowment effect, confirmation bias, herd behavior, dan survivor bias.

1. Loss Aversion

- Kecenderungan untuk lebih merasakan kehilangan daripada keuntungan yang setara. Orang cenderung menghindari kerugian lebih dari pada mencari keuntungan, bahkan ketika kedua opsi memiliki nilai yang sama. Contoh: Seorang investor lebih terpuak oleh kehilangan uang daripada merasa senang dengan keuntungan yang setara.

2. Endowment Effect

- Fenomena di mana individu menetapkan nilai yang lebih tinggi pada barang yang mereka miliki daripada pada barang serupa yang mereka tidak miliki. Contoh: Seseorang bersedia menjual barang miliknya dengan harga lebih tinggi daripada harga yang mereka bersedia bayar untuk membelinya.

3. Confirmation Bias

- Kecenderungan untuk mencari, menginterpretasikan, dan mengingat informasi yang memperkuat keyakinan atau hipotesis yang sudah ada, sambil mengabaikan informasi yang bertentangan. Contoh: Investor hanya mencari berita yang mendukung keputusan investasi mereka, mengabaikan informasi yang bertentangan.

4. Herd Behavior

- Fenomena di mana individu dalam kelompok mengikuti tindakan mayoritas tanpa pertimbangan kritis yang memadai. Contoh: Investor membeli saham tertentu karena banyak orang membelinya, tanpa analisis yang mendalam.

5. Survivor Bias

- Kesalahan logika yang terjadi ketika hanya mempertimbangkan contoh-contoh atau data dari mereka yang "bertahan hidup" atau berhasil, mengabaikan mereka yang gagal. Contoh: Menganggap suatu strategi investasi selalu berhasil karena hanya melihat contoh suksesnya, tanpa memperhitungkan kegagalannya.

FGD Online

FGD online melibatkan 15 peserta dan berlangsung selama satu jam melalui platform video conference. Sebelum sesi dimulai, peserta diminta untuk mengisi pre-test yang mengukur pemahaman awal mereka tentang bias perilaku dalam pengambilan keputusan keuangan. Pre-test ini bertujuan untuk mengevaluasi pengetahuan dasar peserta sebelum mengikuti FGD.

Sesi online dimulai dengan sambutan dan pengantar oleh moderator, yang kemudian menjelaskan lima bias perilaku utama menggunakan slide PowerPoint yang dibagikan di layar. Materi presentasi mencakup definisi, contoh kasus nyata, dan dampak dari setiap bias perilaku dalam pengambilan keputusan keuangan. Peserta diminta untuk mengisi post-test yang serupa dengan pre-test. Post-test ini bertujuan untuk mengukur perubahan pemahaman peserta setelah mengikuti FGD. Sesi diakhiri dengan penutupan, di mana peserta dapat memberikan umpan balik dan berbagi pemikiran tambahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan FGD Sosialisasi Bias Perilaku Keuangan

Pre test

Gambar 2. Diagram Hasil Survei Pre Test 1

Apakah Anda mengetahui tentang konsep Bias Perilaku Keuangan sebelum mengikuti diskusi ini?

32 responses

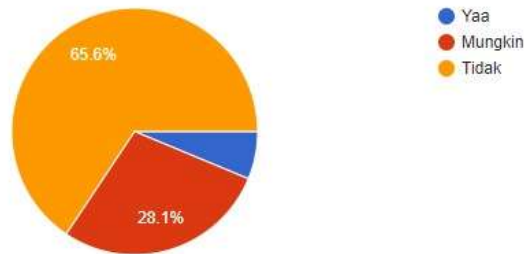


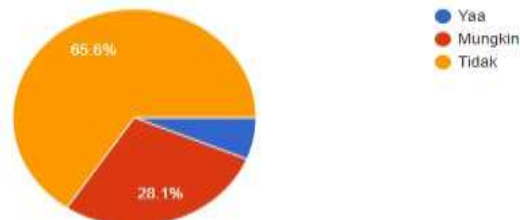
Diagram lingkaran yang ditampilkan menunjukkan hasil survei terhadap 32 responden mengenai pengetahuan mereka tentang konsep Bias Perilaku Keuangan sebelum mengikuti diskusi. Dari hasil survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden, yaitu sebesar 65.6%, tidak mengetahui konsep tersebut sebelum diskusi. Sebanyak 28.1% responden mungkin mengetahui konsep ini, sementara hanya 6.3% yang benar-benar mengetahui konsep Bias Perilaku Keuangan sebelumnya.

Hasil ini menunjukkan bahwa pengetahuan awal tentang Bias Perilaku Keuangan di kalangan responden cukup rendah. Hal ini bisa mengindikasikan perlunya peningkatan edukasi atau informasi mengenai konsep ini untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya memahami perilaku keuangan yang bias dalam pengambilan keputusan finansial. Diskusi yang dilakukan diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan memperbaiki pemahaman mereka tentang topik ini.

Gambar 3. Diagram Hasil Survei Pre Test 2

Dari daftar bias kognitif yang disebutkan (Loss Aversion, Endowment Effect, Confirmation Bias, Herd Behavior, dan Survivor Bias), apakah anda pernah mendengar salah satunya ?

32 responses

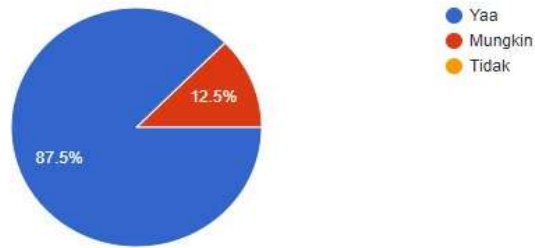


Grafik lingkaran ini menunjukkan hasil survei mengenai pengetahuan responden tentang beberapa jenis bias kognitif, yaitu Loss Aversion, Endowment Effect, Confirmation Bias, Herd Behavior, dan Survivor Bias. Dari 32 responden yang ditanya, hasil survei mengindikasikan bahwa sebanyak 65.6% responden tidak pernah mendengar salah satu dari bias kognitif yang disebutkan. Sebanyak 28.1% responden mungkin pernah mendengar salah satunya, dan hanya 6.3% responden yang benar-benar pernah mendengar salah satu dari bias tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak familiar dengan konsep bias kognitif ini. Informasi ini penting karena memperlihatkan adanya kebutuhan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang bias kognitif dalam perilaku keuangan. Meningkatkan pemahaman tentang bias-bias ini dapat membantu individu membuat keputusan keuangan yang lebih rasional dan terinformasi.

Gambar 4. Diagram Hasil Survei Pre Test 3

Apakah Anda setuju bahwa pemahaman tentang bias perilaku keuangan dapat membantu meningkatkan pengelolaan keuangan sehari-hari?

32 responses

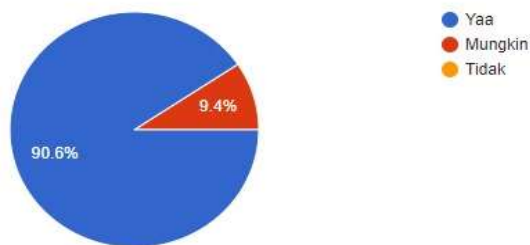


Grafik lingkaran ini menunjukkan hasil survei mengenai pendapat responden tentang apakah pemahaman tentang bias perilaku keuangan dapat membantu meningkatkan pengelolaan keuangan sehari-hari. Dari 32 responden yang ditanya, hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 87.5% responden setuju bahwa pemahaman tentang bias perilaku keuangan dapat membantu meningkatkan pengelolaan keuangan sehari-hari. Sebanyak 12.5% responden mungkin setuju, dan tidak ada responden yang tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden percaya bahwa pengetahuan tentang bias perilaku keuangan memiliki manfaat praktis dalam pengelolaan keuangan harian. Hal ini menegaskan pentingnya edukasi dan penyebaran informasi mengenai bias perilaku keuangan untuk membantu individu membuat keputusan keuangan yang lebih baik dan lebih terinformasi.

Gambar 5. Diagram Hasil Survei Pre Test 4

Menurut anda apakah pemahaman tentang bias perilaku keuangan dapat membantu dalam pengelolaan keuangan sehari-hari?

32 responses

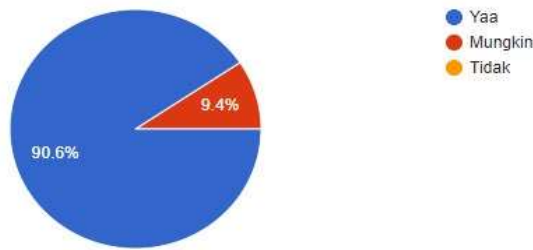


Grafik lingkaran ini menunjukkan hasil survei mengenai pendapat responden tentang apakah pemahaman tentang bias perilaku keuangan dapat membantu dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Dari 32 responden yang ditanya, hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 90.6% responden setuju bahwa pemahaman tentang bias perilaku keuangan dapat membantu dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Sebanyak 9.4% responden mungkin setuju, dan tidak ada responden yang tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa hampir semua responden percaya bahwa pengetahuan tentang bias perilaku keuangan memiliki manfaat praktis dalam pengelolaan keuangan harian.

Gambar 6. Diagram Hasil Survei Pre Test 5

Apakah Anda setuju bahwa edukasi mengenai bias perilaku keuangan dibutuhkan untuk membantu individu untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih baik?

32 responses



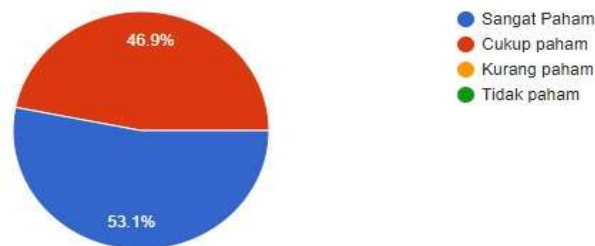
Grafik lingkaran ini menunjukkan hasil survei mengenai pendapat responden tentang kebutuhan akan edukasi mengenai bias perilaku keuangan untuk membantu individu mengelola keuangan mereka dengan lebih baik. Dari 32 responden yang ditanya, hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 90.6% responden setuju bahwa edukasi mengenai bias perilaku keuangan dibutuhkan. Sebanyak 9.4% responden mungkin setuju, dan tidak ada responden yang tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa hampir semua responden melihat pentingnya edukasi mengenai bias perilaku keuangan sebagai alat untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan individu.

Post Test

Gambar 7. Diagram Hasil Survei Post Test 1

Setelah mengikuti diskusi ini, seberapa paham Anda dengan konsep Bias Perilaku Keuangan?

32 responses

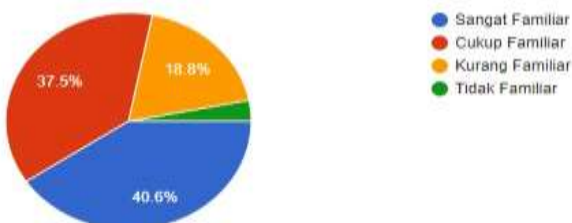


Grafik lingkaran ini menunjukkan hasil survei mengenai tingkat pemahaman responden terhadap konsep Bias Perilaku Keuangan setelah mengikuti diskusi. Dari 32 responden yang ditanya, hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 53.1% responden merasa sangat paham dengan konsep tersebut, sedangkan 46.9% responden merasa cukup paham. Tidak ada responden yang merasa kurang paham atau tidak paham sama sekali. Hasil ini menunjukkan bahwa diskusi yang diadakan berhasil meningkatkan pemahaman responden tentang konsep Bias Perilaku Keuangan. Mayoritas responden kini memiliki pemahaman yang baik mengenai topik ini, yang diharapkan dapat membantu mereka dalam pengambilan keputusan keuangan yang lebih bijak dan terinformasi di masa depan.

Gambar 8. Diagram Hasil Survei Post Test 2

Dari daftar bias kognitif yang telah dibahas (Loss Aversion, Endowment Effect, Confirmation Bias, Herd Behavior, dan Survivor Bias), seberapa familier Anda dengan masing-masing bias tersebut?

32 responses



Grafik lingkaran ini menunjukkan hasil survei mengenai tingkat familiaritas responden dengan berbagai bias kognitif yang telah dibahas, yaitu Loss Aversion, Endowment Effect, Confirmation Bias, Herd Behavior,

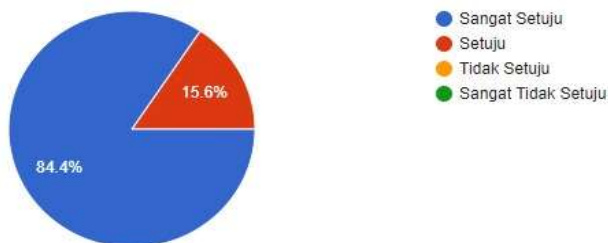
dan Survivor Bias. Dari 32 responden yang ditanya, hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 40.6% responden merasa sangat familiar dengan bias-bias tersebut, sementara 37.5% responden merasa cukup familiar. Sebanyak 18.8% responden merasa kurang familiar, dan hanya 3.1% responden yang merasa tidak familiar sama sekali dengan bias-bias tersebut.

Hasil ini menunjukkan bahwa setelah diskusi, mayoritas responden memiliki tingkat familiaritas yang baik dengan berbagai jenis bias kognitif yang dibahas. Namun, masih ada sebagian responden yang merasa kurang atau tidak familiar, sehingga ada ruang untuk peningkatan lebih lanjut dalam edukasi dan pemahaman mengenai bias kognitif ini.

Gambar 9. Diagram Hasil Survei Post Test 3

Seberapa setuju Anda bahwa pemahaman tentang bias perilaku keuangan dapat membantu meningkatkan pengelolaan keuangan sehari-hari?

32 responses

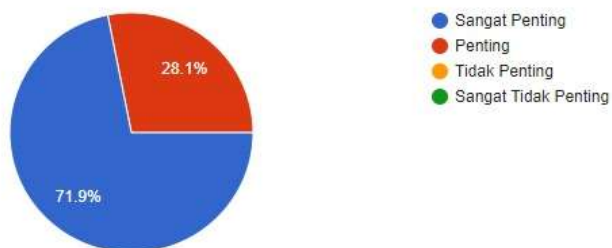


Grafik lingkaran ini menunjukkan hasil survei mengenai seberapa setuju responden bahwa pemahaman tentang bias perilaku keuangan dapat membantu meningkatkan pengelolaan keuangan sehari-hari. Dari 32 responden yang ditanya, hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 84.4% responden sangat setuju bahwa pemahaman tentang bias perilaku keuangan dapat membantu meningkatkan pengelolaan keuangan sehari-hari. Sebanyak 15.6% responden setuju dengan pernyataan tersebut. Tidak ada responden yang tidak setuju atau sangat tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas besar responden meyakini bahwa pemahaman tentang bias perilaku keuangan memiliki manfaat signifikan dalam pengelolaan keuangan harian.

Gambar 10. Diagram Hasil Survei Post Test 4

Seberapa penting Anda merasa bahwa edukasi mengenai bias perilaku keuangan dibutuhkan untuk membantu individu mengelola keuangan mereka dengan lebih baik?

32 responses

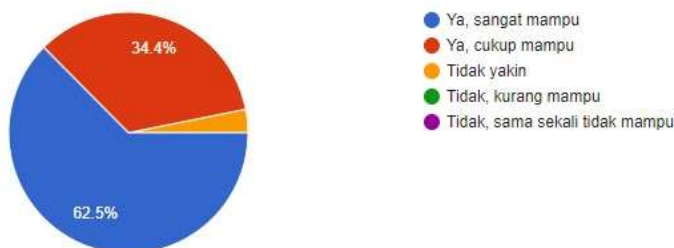


Grafik lingkaran ini menunjukkan hasil survei mengenai seberapa penting responden merasa bahwa edukasi mengenai bias perilaku keuangan dibutuhkan untuk membantu individu mengelola keuangan mereka dengan lebih baik. Dari 32 responden yang ditanya, hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 71.9% responden merasa edukasi tersebut sangat penting. Sebanyak 28.1% responden merasa bahwa edukasi ini penting. Tidak ada responden yang merasa bahwa edukasi ini tidak penting atau sangat tidak penting. Hasil ini menunjukkan bahwa semua responden setuju mengenai pentingnya edukasi tentang bias perilaku keuangan untuk membantu dalam pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Gambar 11. Diagram Hasil Survei Post Test 5

Apakah setelah sosialisasi ini Anda merasa lebih mampu untuk mengidentifikasi dan mengatasi bias perilaku keuangan dalam keputusan finansial Anda?

32 responses

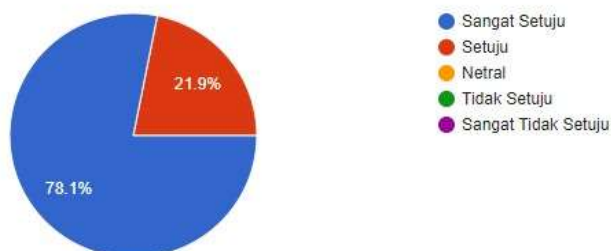


Grafik lingkaran ini menunjukkan hasil survei mengenai kemampuan responden untuk mengidentifikasi dan mengatasi bias perilaku keuangan dalam keputusan finansial mereka setelah mengikuti sosialisasi. Dari 32 responden yang ditanya, hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 62.5% responden merasa sangat mampu, dan 34.4% responden merasa cukup mampu untuk mengidentifikasi dan mengatasi bias perilaku keuangan dalam keputusan finansial mereka. Hanya 3.1% responden yang merasa tidak yakin, dan tidak ada responden yang merasa kurang mampu atau sama sekali tidak mampu. Hasil ini menunjukkan bahwa sosialisasi yang dilakukan berhasil meningkatkan kemampuan mayoritas responden dalam mengidentifikasi dan mengatasi bias perilaku keuangan.

Gambar 12. Diagram Hasil Survei Post Test 6

Seberapa efektif menurut Anda sosialisasi ini dalam meningkatkan pemahaman Anda tentang bias perilaku keuangan?

32 responses



Grafik lingkaran ini menunjukkan hasil survei mengenai efektivitas sosialisasi dalam meningkatkan pemahaman responden tentang bias perilaku keuangan. Dari 32 responden yang ditanya, hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 78.1% responden sangat setuju bahwa sosialisasi ini efektif dalam meningkatkan pemahaman mereka. Sebanyak 21.9% responden setuju dengan efektivitas sosialisasi ini. Tidak ada responden yang netral, tidak setuju, atau sangat tidak setuju.

Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas besar responden menganggap sosialisasi ini sangat efektif dalam meningkatkan pemahaman mereka tentang bias perilaku keuangan. Ini mengindikasikan bahwa metode sosialisasi yang digunakan telah berhasil dalam menyampaikan informasi dan meningkatkan kesadaran responden mengenai topik tersebut. Edukasi yang efektif seperti ini sangat penting untuk membantu individu membuat keputusan keuangan yang lebih bijak dan terinformasi.

SIMPULAN

Program edukasi melalui Focus Group Discussion (FGD) mengenai bias perilaku keuangan yang dilaksanakan dalam dua sesi, offline dan online, telah terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan kepercayaan diri peserta. Pelaksanaan FGD offline diikuti oleh 10 peserta dan FGD online oleh 15 peserta, masing-masing selama satu jam. Program ini dirancang untuk membantu mahasiswa mengenali dan mengatasi bias-bias perilaku yang dapat mengakibatkan keputusan finansial yang tidak rasional.

Program edukasi tentang bias perilaku keuangan melalui Focus Group Discussion (FGD) yang dilaksanakan secara offline dan online menunjukkan hasil yang positif berdasarkan survei peserta. Setelah mengikuti diskusi, Sebelum diskusi, mayoritas responden (65.6%) tidak mengetahui konsep Bias Perilaku Keuangan, hanya 6.3%

yang mengenalinya, dan 28.1% mungkin mengetahuinya. Selain itu, 65.6% responden belum pernah mendengar tentang bias kognitif seperti Loss Aversion, Endowment Effect, Confirmation Bias, Herd Behavior, dan Survivor Bias, sementara hanya 6.3% yang mengenal salah satu dari bias tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan awal responden tentang bias kognitif cukup rendah. Namun, 87.5% responden setuju bahwa pemahaman tentang bias perilaku keuangan dapat membantu meningkatkan pengelolaan keuangan sehari-hari, dan 90.6% setuju bahwa edukasi tentang bias perilaku keuangan diperlukan. Ini menunjukkan pengakuan luas akan manfaat praktis dari pengetahuan ini dan pentingnya edukasi lebih lanjut untuk membantu individu membuat keputusan keuangan yang lebih baik dan terinformasi.

Setelah diskusi, 53.1% responden merasa sangat paham dan 46.9% cukup paham dengan konsep Bias Perilaku Keuangan. Familiaritas dengan bias kognitif juga meningkat, dengan 40.6% responden merasa sangat familiar dan 37.5% cukup familiar. Sebanyak 84.4% responden sangat setuju bahwa pemahaman tentang bias perilaku keuangan membantu pengelolaan keuangan sehari-hari, dan 71.9% merasa bahwa edukasi tentang bias ini sangat penting. Kemampuan mengidentifikasi dan mengatasi bias juga meningkat, dengan 62.5% merasa sangat mampu dan 34.4% cukup mampu setelah sosialisasi. Mayoritas besar (78.1%) menilai sosialisasi efektif dalam meningkatkan pemahaman mereka tentang bias perilaku keuangan, menunjukkan keberhasilan metode sosialisasi dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman responden.

Dokumentasi

Gambar 13. Dokumentasi FGD Offline



Gambar 14. Dokumentasi FGD Offline



Gambar 15. Dokumentasi FGD Online

UCAPAN TERIMA KASIH

kami ingin mengucapkan terima kasih kepada para mahasiswa baru S1 Manajemen di UPNVJ atas partisipasi dalam FGD yang sangat berharga ini. Dengan diskusi yang mendalam mengenai bias-bias kognitif dan dampaknya dalam pengambilan keputusan, kami berharap pemahaman yang lebih baik ini akan membantu Anda dalam perjalanan akademis dan profesional ke depan. Sekali lagi, terima kasih atas kontribusi dan kesempatan untuk belajar bersama dalam topik yang relevan ini.

DAFTAR PUSTAKA.

- Ah Mand, A., Janor, H., Abdul Rahim, R., & Sarmidi, T. (2023). Herding behavior and stock market conditions. *PSU Research Review*, 7(2), 105–116. <https://doi.org/10.1108/PRR-10-2020-0033>
- Boag, R. J. (2020). Commentary: Dopamine-Dependent Loss Aversion during Effort-Based Decision-Making. *Frontiers in Neuroscience*, 14(3), 661–670. <https://doi.org/10.3389/fnins.2020.00468>
- Guo, Y., & You, Y. (2022). *The Role of Endowment Effect in Transaction: Case Study of Apple Store*. 995–1002. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-036-7_146
- Hasibuan, Z., Siregar, Z. M., & Zebua, Y. (2022). Keputusan Investasi: Pengujian Pengaruh Literasi Keuangan, Edukasi Keuangan, dan Kemampuan Keuangan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 9595-9601.
- Huang, X., Chau, K. Y., Tang, Y. M., & Iqbal, W. (2022). Business Ethics and Irrationality in SME During COVID-19: Does It Impact on Sustainable Business Resilience? *Frontiers in Environmental Science*, 10(March), 1–13. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.870476>
- Lockwood, D. (2021). *Foiled by the winners: How survivor bias deceives us*. Greenleaf Book Group.
- Lyons, A. C. (2019). Financial Literacy and Planning: Implications for Retirement Wellbeing. *Journal of Retirement*, 7(1), 31-43.
- Maratun Shaleha, W., Asy Ari Adnan Hakim, A., Ramla, S., Kendari Jati Mekar, M., & Muhammad Dahlan, J. K. (2022). Pengaruh Anchoring Bias Dan Loss Aversion Terhadap Keputusan Investasi Investor Di Mnc Trade Syariah Kota Kendari. *Journal of Management, Administration, Education, and Religious Affairs*, 286(2), 1–20.
- Melinder, A., Brennen, T., Husby, M. F., & Vassend, O. (2020). Personality, confirmation bias, and forensic interviewing performance. *Applied Cognitive Psychology*, 34(5), 961–971. <https://doi.org/10.1002/acp.3674>
- Peters, U. (2022). What Is the Function of Confirmation Bias? *Erkenntnis*, 87(3), 1351–1376. <https://doi.org/10.1007/s10670-020-00252-1>
- Santoso, W., Kohardinata, C., & Greselda Gosal, G. (2022). Perilaku Herding Investor Coronal yang Bertransaksi Pada Akun Saham Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3681.

Copyright: Aditya Saputra, Estrada Joseph Hasoloan Pasaribu, dan Rangga Aribawa, Ardhiani Fadilla, Sri Mulyantini

<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6807>

Copyright: Aditya Saputra, Estrada Joseph Hasoloan Pasaribu, dan Rangga Aribawa,
Ardhiani Fadilla, Sri Mulyantini