

BEHAVIOUR FINANCE DALAM KEPUTUSAN BERHUTANG

Dwi Perwitasari Wiryaningtyas

Abstrak

Artikel ini mengeksplorasi tentang behaviour finance dalam pengambilan keputusan hutang pada pelaku UMKM batik di Kabupaten Situbondo Jawa Timur. Data yang dikumpulkan menggunakan metode wawancara, studi literatur dan juga observasi secara langsung. Teknik analisis data yang digunakan adalah model interaktif yang mengacu pada model teknik analisis data kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pemilik UMKM batik di Situbondo berpendapat bahwa hutang merupakan hal yang positif sebagai sumber pendanaan dan stimulator. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa terdapat tiga faktor psikologis yang dominan berperan dalam pengambilan keputusan hutang pada pemilik UMKM batik di Situbondo, yaitu *optimist*, *availability*, dan *illusion of control*.

Kata kunci: behaviour finance, pengambilan keputusan, hutang

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah suatu usaha yang didirikan oleh individu maupun kelompok. UMKM merupakan salah satu upaya pemerintah untuk mengatasi masalah kemiskinan dan pengangguran di Indonesia, selain itu UMKM juga memiliki tingkat fleksibilitas tinggi dibandingkan dengan usaha yang memiliki kapasitas lebih besar. Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki oleh UMKM juga masih terbatas, hal tersebut dapat dilihat bahwa sebagian UMKM merupakan usaha turun temurun dari keluarga. Sehingga pengelola dalam usaha tersebut adalah pemilik usaha itu sendiri dan bukan orang lain.

Banyak permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, ada masalah internal maupun eksternal. Permasalahan internal yang dihadapi oleh pemilik UMKM adalah masalah permodalan yang digunakan untuk

pengembangan usahanya. Kurangnya permodalan tersebut karena UMKM merupakan usaha yang dapat dikatakan kecil dan dikelola oleh perorangan, sehingga permodalan yang dimiliki juga sangat terbatas. Sedangkan untuk modal pinjaman ke pihak bank atau lembaga keuangan lainnya juga masih sulit untuk didapatkan karena terkendala dengan persyaratan administrasi yang belum dapat dipenuhi oleh pemilik usaha. Selain itu juga karena sumber daya manusia yang menyebabkan kurang berkembangnya usaha tersebut. Salah satu strategi untuk mengembangkan suatu usaha adalah dengan merekrut SDM yang berkompeten di bidangnya.

Permasalahan internal yang dihadapi oleh UMKM lainnya adalah jaringan pemasaran yang masih lemah dan terbatas. Sebagian UMKM di Situbondo merupakan usaha rumahan dimana barang yang dihasilkan tersebut hanya dipasarkan di daerah sekitar saja dan paling jauh hanya dipasarkan ke

luar kota. Melihat barang yang dihasilkan oleh UMKM itu sendiri sebenarnya memiliki kualitas yang tinggi dan tidak kalah bagus dengan hasil dari perusahaan besar, tetapi pemilik UMKM Situbondo masih belum bisa menembus pasar internasional karena kurangnya informasi, pengetahuan dan jaringan. Selain itu teknologi yang digunakan oleh UMKM masih belum banyak, kebanyakan UMKM menggunakan tenaga tradisional. UMKM juga masih banyak yang belum memiliki badan hukum yang jelas, hal tersebut dikarenakan persyaratan yang harus dipenuhi untuk mengurus aspek legalitas dan perijinan masih belum bisa dipenuhi.

Permasalahan eksternal yang dihadapi oleh UMKM salah satunya adalah iklim usaha belum sepenuhnya kondusif, seperti masih terjadinya persaingan yang kurang sehat banyak terjadi antara pengusaha kecil dan pengusaha besar. Permasalahan eksternal yang kedua adalah masalah sarana dan prasarana yang sangat terbatas. Minimnya informasi yang di dapatkan tentang kemajuan teknologi saat ini yang sangat pesat membuat UMKM kurang berkembang dan dapat menghambat kemajuan usahanya.

Permasalahan yang ketiga adalah 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.

Permasalahan internal maupun eksternal sangat mempengaruhi pengambilan keputusan pemilik UMKM. Terutama dalam permasalahan pendanaan, terutama untuk mengembangkan suatu usaha maupun mengurus ijin dan legalitas usaha. Menurut Gibson (2007) hubungan antara sumber pendanaan yang berasal dari modal sendiri dan hutang pada usaha mikro dan kecil yang dimiliki perseorangan seringkali bersifat kompleks karena aset pemilik usaha digunakan sebagai jaminan hutang, pemilik usaha menghadapi risiko untuk mendapatkan *return* yang belum pasti. 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 & Nofsinger, 2008).

Preferensi pemilik UMKM dalam menggunakan hutang sebagai sumber pendanaan kemungkinan tidak terlepas dari persepsi pemilik usaha mengenai manfaat dan risiko dari hutang yang digunakan dan faktor psikologis pemilik usaha. Faktor psikologis disini seperti *overconfidence*, *optimism*, ataupun *lifestyle*. Adanya teori tentang *behavioral finance* sangat membantu para pemilik usaha untuk memahami perilakunya sendiri. Menurut Brigham dan Houston (2014), perilaku keuangan (*behavioral finance*) merupakan unsur-unsur psikologi yang dimasukkan dalam keuangan untuk lebih memahami bagaimana individu dan pasar merespons situasi yang berbeda. Para akademisi mengembangkan model yang lebih komprehensif dengan menghubungkan *finance* dan psikologi perilaku manusia dengan pasar keuangan (Shiller, 2002). Shefrin dalam Supramono dan Putlia (2010) juga berpendapat 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. Penelitian tentang perilaku keuangan (*behaviour finance*) sangat menarik untuk diteliti karena sangat bermanfaat, tidak hanya untuk bidang akademik tetapi juga bermanfaat pelaku usaha dalam memperbaiki manajemen usahanya.

Metode

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif model interpretatif. Metode ini sesuai dengan model yang

digariskan dalam paradigma *constructivis*, bahwa peneliti atau penulis berfungsi untuk menterjemahkan apa yang telah disampaikan oleh responden. Subjek penelitian adalah pelaku UMKM batik di Situbondo. 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. Semua data dianalisis dengan menggunakan model analisis interaktif, yakni rangkaian yang saling kait mengkait sejak penelitian dirancang, diverifikasi dan ditarik kesimpulannya.

Hasil dan Pembahasan

Batik merupakan salah satu ciri khas kebudayaan masing-masing daerah. Motif batik dari masing-masing daerah pun juga berbeda-beda. Motif batik di Kabupaten Situbondo adalah biota laut seperti kerang, bintang laut, ikan, dan sebagainya. Hal tersebut karena Kabupaten Situbondo merupakan salah satu Kabupaten yang berada di wilayah pesisir pantai utara dengan kekayaan laut yang melimpah. Batik di Situbondo sudah ada sejak tahun 1970 an, hal ini dapat dibuktikan dengan adanya peninggalan kain batik yang ada di Desa Peleyan Kecamatan Kapongan (Batik Cotto'an). Perkembangan bati di Situbondo mengalami pasang surut, hal ini dikarenakan kondisi perekonomian dan permodalan yang kurang.

Macam – macam batik ada 3, yaitu batik tulis, batik cap dan batik printing. Batik tulis adalah batik yang dilukis/digambar secara manual

menggunakan tangan dengan canting sebagai alat untuk melukis dan lilin batik sebagai tintanya. Batik tulis ini lebih tinggi nilainya daripada batik cap karena nilai seni dan membutuhkan kreatifitas yang tinggi untuk melukis batik sehingga harga batik tulis pun juga lebih tinggi daripada batik cap. Pemilik usaha batik di Kabupaten Situbondo bukan hanya sebagai pengrajin saja tetapi juga sebagai pedagang atau yang memasarkan batik tersebut. Sedangkan batik cap adalah kain batik yang di cap menggunakan cetakan yang sudah ada motifnya seperti stempel kemudian dicelupkan ke lilin panas. Pembuatan batik cap ini lebih cepat daripada batik tulis karena harus dilukis satu per satu menggunakan canting, sedangkan batik cap sudah dapat diselesaikan hanya dengan sekali tekan saja. Terakhir adalah batik printing, batik printing ini dikerjakan secara langsung yaitu di print menggunakan alat sablon.

Harga yang ditawarkan untuk kain batik di Situbondo sangat beragam, dari harga dibawah Rp. 100.000,- sampai jutaan rupiah. Hal tersebut tergantung dari kain, bahan/pewarna yang digunakan dan tingkat kesulitan dalam melukis motif batik. Kain batik Situbondo tidak hanya dipasarkan di sekitar Kabupaten Situbondo saja, tetapi juga dipasarkan di luar kota. Pengusaha batik di Situbondo juga menerima pesanan batik dengan motif tertentu, bisanya digunakan untuk seragam sekolah atau instansi – instansi yang ada di Kabupaten Situbondo. Usaha batik Situbondo ini walaupun sudah berdiri/terbentuk sejak lama namun masih sering menghadapi permasalahan

permodalan. Hal ini karena industri rumah tangga ini bergerak secara turun menurun sejak tahun 1970 an. Pemilik usaha mendapatkan modal dari lembaga keuangan seperti bank, selain itu pemilik usaha batik di Situbondo juga bisa mendapatkan modal dari lembaga non keuangan.

Persepsi Terhadap Hutang

Persepsi pemilik UMKM tentang hutang menyebabkan adanya bias psikologi dan pengambilan keputusan hutang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik usaha memiliki pandangan yang positif mengenai keberadaan hutang. Hutang dinilai sebagai hal yang baik dan positif bagi usaha yang dimilikinya. Pemilik usaha menyampaikan bahwa hutang yang dipinjam dapat membantu kelancaran usaha dan bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan usaha mereka. Adapun aktivitas pendanaan melalui hutang dilakukan dengan memanfaatkan lembaga keuangan formal (bank) maupun non formal (kerabat, rentenir dan tengkulak). Berikut gambaran umum UMKM di Situbondo dalam memenuhi pendanaannya.

Tabel 1. Pendanaan UMKM di Situbondo

Keterangan	Presentase
Hutang Bank	42,35%
Hutang Non Bank	20,65%
Tidak berhutang	37%

Sumber: UMKM di Situbondo 2016

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pemilik UMKM Situbondo banyak yang memanfaatkan hutang sebagai sumber pendanaannya dengan

jumlah yang bervariasi. Hutang dianggap sebagai stimulator dan bukan sebagai beban pemilik usaha. Selain itu, hutang juga sebagai motivasi bagi pemilik usaha untuk mengembangkan usaha yang dimilikinya sehingga usahanya bisa lebih produktif dan mendapatkan profit yang diinginkan agar dapat membayar kewajiban hutang yang dimiliki. Hutang yang didapatkan oleh pemilik UMKM batik biasanya digunakan sebagai pengembangan usaha seperti, penambahan produk yang dihasilkan, pembelian bahan baku dan alat yang digunakan untuk membatik serta untuk membayar tenaga kerja. Dana yang didapatkan dari hutang tersebut juga digunakan untuk memperluas jaringan pemasaran produk kain batik yang dihasilkan. Selain itu, dana hutang juga digunakan untuk menambah atau memperbaiki sarana prasarana untuk membatik. Misalnya, tempat untuk mencuci atau merendam kain batik ataupun tempat untuk mengeringkan kain batik.

Hutang dalam suatu usaha akan bermanfaat apabila digunakan sesuai dengan kebutuhan. Jumlah untuk berhutang juga harus dihitung dan diperkirakan oleh pemilik usaha agar tidak menjadi beban. Dengan adanya hutang atau dana eksternal yang didapatkan oleh pemilik usaha tersebut seharusnya digunakan sesuai dengan kebutuhan usahanya dan bukan digunakan untuk kebutuhan pribadi pemilik usaha.

Hutang yang di dapatkan oleh pemilik usaha tidak hanya dari lembaga keuangan atau bank, tetapi ada juga yang didapatkan dari lembaga non keuangan seperti dari keluarga atau

kerabat. Meminjam uang pada lembaga non keuangan atau kepada keluarga biasanya lebih meringankan karena tidak ada bunga maupun jaminannya. Tetapi, banyak pemilik usaha yang tidak terlalu memikirkan berapa bunga ataupun jaminan yang diberikan oleh pihak bank. Hal tersebut dilakukan karena memang dana yang didapatkan dari hutang tersebut akan digunakan untuk perkembangan usaha dan meningkatkan kinerja usahanya. Menurut pandangan Champion (1999) menyatakan bahwa penggunaan hutang merupakan salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan dalam meningkatkan kinerja.

Faktor Psikologi dalam Pengambilan Keputusan Hutang

Pada umumnya, pelaku ekonomi tidak mampu untuk membuat pertimbangan yang rasional, tetapi pelaku ekonomi sering membuat pertimbangan secara irrasional. Pelaku ekonomi lebih mengandalkan aspek intuitif atau emosinya sehingga mampu menganalisis biaya dan manfaat dengan tepat. Begitu juga pada saat pengambilan keputusan hutang, pemilik usaha lebih sering mengolah informasi secara cepat agar mendapatkan kesimpulan dan hasil secara cepat pula sehingga dapat menimbulkan kesalahan bias psikologi pelaku keuangan. Sesuai dengan teori behavioral finance bahwa tidak sepenuhnya pelaku ekonomi berlaku rasional dalam pengambilan keputusan keuangan, mereka terkadang juga berperilaku secara irrasional dalam pengambilan keputusan.

Menurut Shefrin (2007) tentang klasifikasi faktor psikologis bahwa terdapat tiga faktor psikologis yang dominan berperan dalam pengambilan keputusan hutang pada pengusaha UMKM senapan angin yaitu *optimist, availability, illusion of control*. *Optimist* merupakan sikap yang diharapkan dimiliki oleh semua pengusaha disebabkan pengaruhnya terhadap perilaku yang selalu berusaha mencapai hasil yang ditargetkan.

Pemilik UMKM batik di Situbondo meyakini bahwa prospek usaha yang mereka tekuni akan berkembang dan produk yang dihasilkan diterima oleh masyarakat. Hal tersebut terjadi karena permintaan produksi batik yang semakin meningkat di Kabupaten Situbondo. Selain itu pemilik usaha juga meyakini bahwa hutang yang mereka dapatkan akan bermanfaat bagi perkembangan usahanya di masa yang akan datang. Para pemilik UMKM batik Situbondo juga menyatakan bahwa dengan berfikir secara optimis mereka akan mampu untuk berkembang dan mendapatkan return yang mereka inginkan serta dapat membayar atau melunasi hutang tepat waktu.

Sikap optimis sangat dibutuhkan dalam pengembangan suatu usaha, tetapi sikap optimis juga tidak boleh terlalu berlebihan. Sifat optimis yang berlebihan karena apabila optimis menjadi berlebihan akan membuat pengusaha menjadi tidak realistis dengan keadaan riil yang dihadapi atau menyepelekan risiko yang akan terjadi (Bratvold, Begg & Campbell, 2005). Shefrin (2008) berpendapat bahwa seseorang yang terlalu optimis akan

memiliki kecenderungan merasa bahwa dirinya memiliki kemampuan dalam mengolah hutang melebihi kemampuan teman-teman seprofesinya. Pemilik UMKM batik Situbondo juga sangat optimis terhadap prospek usahanya kedepan. Keyakinan tersebut dapat dilihat dari kemampuan mereka dalam menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan banyak diminati oleh konsumen.

Pemilik UMKM batik Situbondo juga termasuk dalam kategori *illusion of control* yaitu, seseorang merasa yakin mengendalikan atau mempengaruhi hasil suatu keputusan, padahal dalam kenyataannya tidak demikian (Supramono & Putlia, 2010). Hal ini didukung dari pernyataan pengusaha mengenai kemampuannya dalam melakukan atau mengolah informasi mengenai hutang. 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. Terdapat kemungkinan bahwa pemilik UMKM batik Situbondo merasa telah familiar dengan hutang karena telah sering melakukan pengambilann keputusan hutang (*task familiarity*), menentukan sendiri pilihan hutangnya (*choice*) dan merasa memiliki informasi yang memadai (*information*). Pengusaha merasa bahwa kemampuannya dalam mengelola keuangan dirinya sudah baik dan juga merasa bahwa sudah mendapatkan informasi yang memadai

mengenai hutang. Baker dan Nofsinger (2002) 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.

Kategori berikutnya yaitu *availability* bias, yaitu seseorang lebih mengandalkan informasi yang tersedia pada saat pengambilan keputusan (Supramono & Putlia, 2010). Pengusaha yang mengalami *availability* bias cenderung akan mempercayai informasi yang diingatnya saja. Sebagian dari pemilik UMKM Situbondo meminjam uang sebagai modal usaha dari anggota kerabatnya, mereka tidak melakukan olah informasi secara memadai, namun hanya mengandalkan informasi yang bersifat spontan yaitu dengan meminjam uang dari familinya saja. Pemilik usaha akan mempercayai informasi yang mereka dapatkan dari orang-orang yang dipercayainya saja. 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.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang behavioral finance dalam pengambilan keputusan hutang pada UMKM batik di Situbondo, dapat disimpulkan 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 batik Situbondo yaitu :

1. *Optimist*, yaitu sifat menganggap dirinya melebihi, mengungguli, ataupun melampaui rata-rata manusia pada suatu populasi.
2. *Availability*, yaitu kondisi dimana pengusaha akan mempercayai informasi yang mereka dapatkan dari orang-orang yang dipercayainya saja.
3. *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. 97-116
- Brigham, Eugene F & Houston, Joel F. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Edisi 11, Buku 1*. Salemba Empat: Jakarta.
- Champion, D. 1999. Finance: The Joy Of Leverage. *Harvard Business Review*. 77, 19-22
- Shefrin, H., 2008, Risk and Return in Behavioral SDF-Based Asset Pricing. *Models, Journal of Investment Management* 6 (No. 3), 1-19.
- Supramono dan Putlia, Nancy. 2010. Persepsi dan Faktor Psikologis Dalam Pengambilan Keputusan Hutang. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. 14(1). 24-35.