

## BAB V

### PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan pada penelitian ini, keterbatasan-keterbatasan dan saran-saran untuk penelitian yang akan datang. Pada awal bagian ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan secara khusus yang terjadi dalam penelitian ini. Selanjutnya akan dijelaskan pula mengenai keterbatasan-keterbatasan temuan penelitian. Bagian akhir dari bab ini dijelaskan mengenai saran-saran yang direkomendasikan pada penelitian-penelitian selanjutnya.

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan *judgement* secara umum antara partisipan yang menerima bukti urutan, *framing effect*, dan pola penyajian dalam pengambilan keputusan investasi. Hal ini dibuktikan dengan perbandingan antar sel pengujian hipotesis sesuai dengan skenario yang diberikan kepada masing-masing partisipan. Sel pengujian tersebut dapat dilihat pada bab tiga (3), sedangkan hasil pengujiannya dapat dilihat pada bab empat (4).

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer sebagai pengolahannya. Sifat dari penelitian ini adalah penelitian eksperimen yang memberikan *treatment* kepada partisipan dalam bentuk instrumen penelitian yang nantinya akan diisi oleh setiap partisipan

sebagai pengolahan data lebih lanjut. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE Perbanas Surabaya dimana sampelnya adalah mahasiswa jurusan S1 Akuntansi dan S1 Manajemen yang memiliki kriteria mahasiswa yang sedang dan/telah menempuh mata kuliah Manajemen Investasi dan Pasar Modal (S1 Akuntansi), Manajemen Investasi dan Portfolio (S1 Manajemen), dan Analisa Laporan Keuangan yang berperan sebagai investor non-profesional. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji *Independent Sample t-test* pada SPSS 21 for Windows.

Kesimpulan yang bisa diambil berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengujian *Model Belief Adjustment* (aspek urutan penyajian) pada pengambilan keputusan investor non-profesional yang meliputi:
  - a. **Terdapat perbedaan** keputusan investasi antara partisipan yang menerima informasi dengan urutan ++-- dibandingkan dengan partisipan yang menerima informasi dengan urutan --++ pada pola penyajian *Step by Step* dan *framing effect* sesuai informasi. Efek yang ditimbulkan adalah *recency effect* (efek urutan) sehingga partisipan lebih mempertimbangkan dan memberi bobot penilaian paling besar pada informasi akhir yang diberikan. Hal ini sejalan dan mendukung terhadap teori *Model Belief Adjustment* yang diungkapkan oleh Hogarth dan Einhorn (1992) bahwa efek *recency* akan terjadi pada pola penyajian *step by step* dengan informasi seri pendek.

- b. **Terdapat perbedaan** keputusan investasi antara partisipan yang menerima informasi dengan urutan ++-- dibandingkan dengan partisipan yang menerima informasi dengan urutan --++ pada pola penyajian *Step by Step* dan informasi *framing effect* yang dibalik. Efek yang ditimbulkan adalah *primacy effect* sehingga partisipan lebih mempertimbangkan dan memberi bobot penilaian paling besar pada informasi awal yang diberikan.
- c. **Tidak terdapat perbedaan** keputusan investasi antara partisipan yang menerima informasi dengan urutan ++-- dibandingkan dengan partisipan yang menerima informasi dengan urutan --++ pada pola penyajian *End of Sequence* dan *framing effect* sesuai informasi. Efek yang terjadi adalah *no order effect* pada pola penyajian *end of sequence*. Hal ini tidak sejalan dengan teori *belief adjustment* yang dikemukakan oleh Hogarth dan Einhorn (1992), akan tetapi mendukung hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Luciana Spica *et al.* (2013) yang menyatakan bahwa tidak ada efek urutan pada pola penyajian *end of sequence*.
- d. **Tidak terdapat perbedaan** keputusan investasi antara partisipan yang menerima informasi dengan urutan ++-- dibandingkan dengan partisipan yang menerima informasi dengan urutan --++ pada pola penyajian *End of Sequence* dan informasi *framing effect* yang dibalik. Efek yang terjadi adalah *no order effect* pada pola penyajian *end of sequence*. Hal ini tidak sejalan dengan teori *belief adjustment* yang dikemukakan oleh Hogarth dan Einhorn (1992), akan tetapi mendukung hasil dari penelitian

terdahulu yang dilakukan oleh Luciana Spica *et al.* (2013) yang menyatakan bahwa tidak ada efek urutan pada pola penyajian *end of sequence*.

2. Pengujian *framing effect* pada pengambilan keputusan investor non-profesional yang meliputi:

- a. **Terdapat perbedaan keputusan** investasi antara partisipan yang menerima informasi dengan urutan  $++-$  pada kondisi *framing effect* sesuai informasi dibandingkan dengan partisipan yang menerima informasi dengan urutan  $++-$  pada kondisi informasi *framing effect* yang dibalik pada pola penyajian *Step by Step*. Kesimpulan yang terjadi partisipan **terjebak dalam framing** ketika informasi tersebut disajikan berbeda namun makna dari informasi itu adalah sama. Hal ini sejalan dan mendukung dari makna *framing effect* itu sendiri dan sejalan dengan teori prospek, teori *probabilistic mental model*, dan teori *fuzzy-trace*.
- b. **Tidak terdapat perbedaan** keputusan investasi antara partisipan yang menerima informasi dengan urutan  $--++$  pada kondisi *framing effect* sesuai informasi dibandingkan dengan partisipan yang menerima informasi dengan urutan  $--++$  pada kondisi informasi *framing effect* yang dibalik pada pola penyajian *Step by Step*. Kesimpulan yang dihasilkan adalah partisipan **tidak terjebak pada framing effect** yang diberikan kepada partisipan tersebut.
- c. **Tidak terdapat perbedaan** keputusan investasi antara partisipan yang menerima informasi dengan urutan  $++-$  pada kondisi *framing effect*

sesuai informasi dibandingkan dengan partisipan yang menerima informasi dengan urutan ++-- pada kondisi informasi *framing effect* yang dibalik pada pola penyajian *End of Sequence*. Kesimpulan yang dihasilkan adalah partisipan **tidak terjebak pada *framing effect*** yang diberikan kepada partisipan tersebut.

d. **Terdapat perbedaan** keputusan investasi antara partisipan yang menerima informasi dengan urutan --++ pada kondisi *framing effect* sesuai informasi dibandingkan dengan partisipan yang menerima informasi dengan urutan --++ pada kondisi informasi *framing effect* yang dibalik pada pola penyajian *End of Sequence*. Kesimpulan yang terjadi partisipan **terjebak dalam *framing*** ketika informasi tersebut disajikan berbeda namun makna dari informasi itu adalah sama. Hal ini sejalan dan mendukung dari makna *framing effect* itu sendiri dan sejalan dengan teori prospek, teori *probabilistic mental model*, dan teori *fuzzy-trace*.

3. Pengujian *Model Belief Adjustment* (aspek pola penyajian) pada pengambilan keputusan investor non-profesional yang meliputi:

a. **Terdapat perbedaan** keputusan investasi antara partisipan yang menerima informasi dengan urutan +++- pada pola penyajian *Step by Step* dibandingkan dengan partisipan yang menerima informasi dengan urutan +++- pada pola penyajian *End of Sequence* pada kondisi *framing effect* sesuai informasi. Kesimpulan yang terjadi adalah **ada beda** antar partisipan dalam pengambilan keputusan ketika informasi tersebut disajikan pada pola yang berbeda.

- b. **Tidak terdapat perbedaan** keputusan investasi antara partisipan yang menerima informasi dengan urutan ---+ pada pola penyajian *Step by Step* dibandingkan dengan partisipan yang menerima informasi dengan urutan ---+ pada pola penyajian *End of Sequence* pada kondisi *framing effect* sesuai informasi. Kesimpulan yang terjadi adalah **tidak ada beda** antar partisipan dalam pengambilan keputusan ketika informasi tersebut disajikan pada pola yang berbeda.
- c. **Tidak terdapat perbedaan** keputusan investasi antara partisipan yang menerima informasi dengan urutan +++ pada pola penyajian *Step by Step* dibandingkan dengan partisipan yang menerima informasi dengan urutan +++ pada pola penyajian *End of Sequence* pada kondisi informasi *framing effect* yang dibalik. Kesimpulan yang terjadi adalah **tidak ada beda** antar partisipan dalam pengambilan keputusan ketika informasi tersebut disajikan pada pola yang berbeda.
- d. **Terdapat perbedaan** keputusan investasi antara partisipan yang menerima informasi dengan urutan ---+ pada pola penyajian *Step by Step* dibandingkan dengan partisipan yang menerima informasi dengan urutan ---+ pada pola penyajian *End of Sequence* pada kondisi informasi *framing effect* yang dibalik. Kesimpulan yang terjadi adalah **ada beda** antar partisipan dalam pengambilan keputusan ketika informasi tersebut disajikan pada pola yang berbeda.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tentunya tidak lepas dari keterbatasan, keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Beberapa partisipan yang awalnya telah bersedia mengikuti eksperimen dan telah mengisi form kesediaan partisipan, banyak yang tidak sesuai dengan konfirmasi/komitmen kehadiran dengan kata lain membatalkannya pada H-1 sehingga peneliti harus sesegera mungkin mencari pengantinya.
2. Keterlambatan peserta untuk masing-masing kelas yang menyebabkan eksekusi instrumen ditunda pelaksanaannya yang pada akhirnya waktu acara kegiatan menjadi molor.
3. *Mix design* yang dibuat dan disajikan adalah pola penyajian yaitu *step by step* dan *end of sequence*, hal ini menyebabkan kurang terfokusnya hasil penelitian yang lebih melihat ke dalam *framing effect*/efek pembingkai.

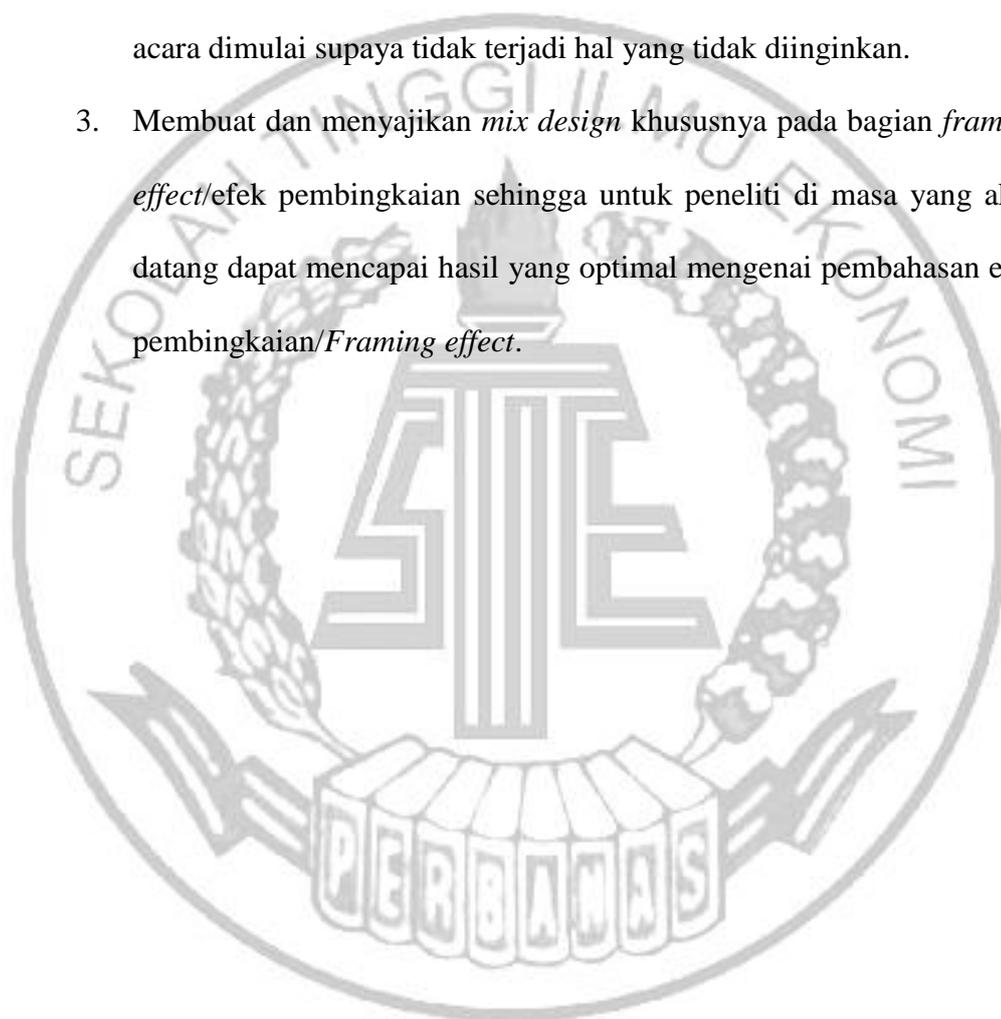
## 5.3 Saran

Berdasarkan hasil, kesimpulan, dan keterbatasan dalam penelitian ini diharapkan untuk peneliti di masa yang akan datang untuk:

1. Membuat beberapa alternatif/rencana antisipasi dengan mencari partisipan cadangan agar supaya pada saat hari sebelum dilaksanakannya eksekusi lebih mudah dalam hal mencari pengganti

partisipan yang membatalkan sepihak dan tidak sesuai dengan komitmen awal.

2. Mengingatkan kembali secara berkala kepada partisipan minimal H-2 sebelum dilaksanakannya eksekusi dan pada saat hari H serta memajukan jam pelaksanaan eksekusi, minimal 15 menit sebelum acara dimulai supaya tidak terjadi hal yang tidak diinginkan.
3. Membuat dan menyajikan *mix design* khususnya pada bagian *framing effect*/efek pembingkaiian sehingga untuk peneliti di masa yang akan datang dapat mencapai hasil yang optimal mengenai pembahasan efek pembingkaiian/*Framing effect*.



## DAFTAR RUJUKAN

- Ashton, A.H. and Ashton, R.H. (1988) 'Sequential belief revision in auditing', *The Accounting Review*, Vol. 64, No. 4, pp.623–641.
- Bahrudin, S. dan Nur Anissa. 2011. Pengujian Efek Pembingkaian dan Locus Of Control sebagai Determinan Eskalasi Komitmen dalam Keputusan Investasi. *STIE BPD Jateng*, Prestasi Vol. 7 No.1 ISSN 1411-1497.
- Bahmanziari, T., & Odom, M. D. (2015). Prospect Theory and Risky Choice in the Ecommerce Setting: Evidence of a Framing Effect. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 19(1), 85.
- Baker, H. Kent dan John R. Nofsinger. (2002). "Psychological Biases of Investors". *Financial Services Review*. Vol. 11, Pp. 97-116.
- Bottom, W. and A. Studt. 1993. "Framing Effects and the Distributive Aspect of Integrative Bargaining." *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 56: 459-474.
- Chang, C. J., Yen, S. H., & Duh, R. R. (2002). An empirical examination of competing theories to explain the framing effect in accounting-related decisions. *Behavioral Research in Accounting*, 14(1), 35-64.
- Christensen, Larry B. 1998. *Experimental Methodology*. Penerbit Allyn and Bacon Incorporation.
- Dedu Vasile, Turcan Ciprian Sebastian and Turcan Radu (2012), "An Introduction to Behavioral Corporate Finance", *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, Vol. 21, No. 2, pp. 471-476.
- Ertambang Nahartyo. 2012. *Desain dan Implementasi Riset Eksperimen*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Ghosh, D., & Boldt, M. N. (2006). The Effect of Framing and Compensation Structure on Seller's Negotiated Transfer Price. *Journal of Managerial Issues*, 453-467.
- Ghosh, D., & Wu, A. (2012). The effect of positive and negative financial and nonfinancial performance measures on analysts' recommendations. *Behavioral Research in Accounting*, 24(2), 47-64.

- Gigerenzer, G., U. Hoffrage, and H. Kleinbölting. 1991. Probabilistic mental models: A Brunswikian theory of confidence. *Psychological Review* 98: 506–528.
- Gudono, dan Hartadi, B. 1998. Apakah teori prospek tepat untuk kasus Indonesia?: Sebuah replikasi penelitian Tversky dan Kahneman. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* 1 (1): 29-42.
- Hansen, Hansen, Don R. dan Maryanne M. Mowen. (2005). *Management Accounting*. Jakarta: Salemba Empat.
- Henderson Vicky (2012), “Prospect Theory, Liquidation, and the Disposition Effect”, *Management Science*, Vol. 58, No. 2, pp. 445-460.
- Hogarth, R.M. and Einhorn, H.J. (1992) ‘Order effect in belief updating: the belief – adjustment model’, *Cognitive Psychology*, Vol. 24, pp.1–55.
- I Wayan Suartana. (2010). *Akuntansi Keperilakuan: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI OFFSET
- Imam Ghozali. 2013.”*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi Edisi 7*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). Prospect theory: an analysis of decisions under risk. *Econometrica*, 47: 263-292.
- Kuhberger, A. 1995. The framing of decisions: a new look at old problems. *Organizational Behavior & Human Decision Processes* 62: 230- 240.
- Kuhberger, A. 1998. The Influence of Framing on Risky Decisions: a Meta analysis. *Organizational Behavior & Human Decision Processes* 75: 23-5.
- Levin, I. P., S. L. Schneider and G. J. Gaeth. 1998. All frames are not created equal: A typology and critical analysis of framing effects. *Organizational Behavior & Human Decision Processes* 76: 149-199.
- Lipe, M. G. 1993. "Analyzing the Variance Investigation Decision: The Effects of Outcomes, Mental Accounting, & Framing." *The Accounting Review* 68 (4): 748-764.
- Luciana Spica Almilia. 2010. Pengaruh *Order Effect* dan Pola Pengungkapan dalam Pengambilan Keputusan Investasi. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*, 1-21.

- Luciana Spica Almilia., & Supriyadi. (2013). Examining belief adjustment model on investment decision making. *International Journal of Economics and Accounting*, 4(2), 169-183.
- Luciana Spica Almilia., Jogiyanto, H., Supriyadi dan Ertambang, N.(2013). Belief Adjustment Model In Investment Decision Making. *Gadjah Mada International Journal of Business* 15.2: 1-12.
- Ni Kadek Ari Puspa Sari., & Made Gede Wirakusuma. (2016). Pengaruh Adverse Selection Dan Negative Framing Pada Kecenderungan Eskalasi Komitmen. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*,5(03).
- Neale, M. A. and M. H. Bazerman. 1991. *Cognitive and Rationality in Negotiation*. New York, NY: Free Press.
- Pinsker, R. (2007). Long series of information and nonprofessional investors' belief revision. *Behavioral Research in Accounting*, 19(1), 197-214.
- Pinsker, R. (2011). Primacy or recency? A study of order effects when nonprofessional investors are provided a long series of disclosures. *Behavioral Research in Accounting*, 23(1), 161-183.
- Reyna, V. F., and C. J. Brainerd. 1990. Fuzzy processing in transitivity development. *Annual of Operations Research* 23: 37-63.
- Reyna, V. F., and S. C. Ellis. 1994. Fuzzy-trace theory and framing effects in children's risky decision making. *Psychological Science* 5: 275-279.
- Silfiana. (2015). Pengaruh Framing Effect, Kompensasi, Dan Self Efficacy Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi 2012 Universitas Negeri Yogyakarta (*Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi*).
- Stone, E. R., F. Yates, and A. M. Parker. 1994. Risk communication: Absolute versus relative expressions of low-probability risks. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 60: 387-408.
- Stoner *et al.* 1995, *Manajemen*, 6 ed. Jakarta: Prenhallindo
- Teodora Winda Mulia, Lodovicus Lasdi, Thomas Aquinas Widjanarko. 2015. Pengaruh Hurdle Rates dan Framing Terhadap Eskalasi Komitmen dalam Penganggaran Modal. *Simposium Nasional Akuntansi 18 Universitas Sumatera Utara*, Medan 16-19 September 2015.
- Teoh, Hai Yap dan Godwin Y Shiu. 1990. Attitudes towards Corporate Social Responsibility and Perceived Importance of Social Responsibility

Information Characteristics in Decision Context. *Journal of Business Ethics* Vol. 9, hal. 71 – 77.

Tuttle, B., M. Collier, dan F. G. Burton. 1997. An Examination of Market Efficiency: Information Order Effects in a Laboratory Market. *Accounting, Organizations and Society* Vol.22 No. 1, hal. 89-103.

Tversky, A. and D. Kahneman. 1981. "The Framing of Decisions and Psychology of Choice." *Science* 211: 453-458.

Wardani, Erlinda K., dan Sukirno, 2014, Pengaruh Framing Effect Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Dengan Locus Of Control Sebagai Variabel Pemoderasi, *Jurnal Nominal*, Vol. 3, No. 1 p: 52-60.

Wang, X. T., 1996. Framing effects: Dynamics and task domain. *Organizational Behavior & Human Decision Processes* 68: 145–157.

Whyte, G. 1986. Escalating commitment to a course of action: A reinterpretation. *Academy of Management Review* 11 (2): 321-331.

Williams, Chuck. (2001). *Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.

[www.krjogja.com](http://www.krjogja.com)

Yusnaini, 2005, Analisis Framing & Causal Cognitive Mapping Dalam Pengambilan Keputusan Strategik: Suatu Studi Eksperimental, *Symposium Nasional Akuntansi VIII*, Universitas IBA Palembang, Juli.