

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap orang ingin memiliki kehidupan yang layak dan baik. Salah satu cara untuk memenuhi keinginan tersebut adalah dengan melakukan investasi. Dengan melakukan investasi diharapkan mereka akan mendapatkan pendapatan di masa yang akan datang. Kemudian, dengan pendapatan tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang. Pemilihan investasi yang tepat akan dapat menguntungkan sehingga investor akan dapat memaksimalkan return.

Menurut Charistantya Tegar Aganta, et.al, **“Investasi merupakan kegiatan seseorang atau badan yang memiliki dana atau modal unuk ditanamkan kepada pihak lain dengan tujuan memberikan keuntungan di masa mendatang”**.¹ Investasi memiliki dua jenis, yang pertama yaitu investasi rill yang meliputi aktiva rill seperti emas, perak, properti, dan lain sebagainya. Investasi yang kedua yaitu investasi keuangan yang didalamnya memperjual belikan surat-surat berharga yang pada dasarnya merupakan klaim atas aktiva rill yang dikuasai oleh suatu entitas.

Investasi secara umum diartikan sebagai keputusan mengeluarkan dana pada saat sekarang ini untuk membeli aktiva rill (tanah, rumah, mobi,dan sebagainya) atau aktiva keuangan (saham, obligasi, reksadana, wesel, dan sebagainya) dengan

¹Charistantya Tegar Aganta, et.al, **Pengambilan Keputusan Investasi Saham Dengan Menggunakan Analisis Fundamental Melalui Pendekatan *Price Earning Ratio* (PER) (Studi Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks LQ45 BEI Indonesia Tahun 2010-2013)**, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.2, No.2, 2015, hal. 2.

tujuan untuk mendapatkan penghargaan yang lebih besar di masa yang akan datang. Investasi berbeda dengan tabungan, karena tabungan memiliki motif konsumtif. Penyisihan sebagai pendapatan sekarang ke dalam tabungan adalah dengan tujuan untuk memungkinkan penabung memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya yang lebih besar di masa yang akan datang.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat konsumsi yang tinggi dibandingkan dengan negara-negara yang lainnya. Hobi berbelanja merupakan salah satu alasannya. Konsumen Indonesia tidak dapat membedakan barang dan jasa yang dibutuhkan atau yang diinginkan. Konsumen hanya memikirkan kepuasan pribadinya. Tidak jarang konsumen berlaku impulsif dengan membeli barang atau jasa yang baru saja dilihat. Banyaknya pengeluaran yang dilakukan masyarakat untuk kebutuhan jangka pendek membuat kebutuhan jangka panjang mereka terabaikan, seperti dana pendidikan, dana kesehatan dan dana pensiun. Oleh karena itu agar pendapatan dapat dioptimalkan sebaik mungkin, masyarakat perlu untuk melakukan investasi.

Seiring kemajuan zaman, perusahaan dihadapkan pada lingkungan persaingan bisnis yang meningkat secara tajam. Bisnis dalam segala bidang dituntut untuk lebih cermat menangkap peluang dengan mempertimbangan berbagai alternatif pengambilan keputusan investasi yang inovatif baik untuk perbaikan internal perusahaan seperti pengembangan produk baru, pembelian aktiva baru, atau pembaruan sistem produk maupun untuk memperoleh modal dalam bentuk kepemilikan sekuritas yang ditawarkan kepada calon investor di Bursa Efek Indonesia. Pengambilan keputusan investasi semacam ini harus

dilakukan perusahaan guna meningkatkan keunggulan bisnisnya demi terwujudnya sebuah keberlangsungan usaha. Keharusan untuk berhati-hati dalam suatu pengambilan keputusan investasi mengingat bahwa perusahaan memiliki sumber daya yang terbatas dan seharusnya dialokasikan hanya untuk keputusan-keputusan yang menghasilkan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Mengingat bahwa pengambilan keputusan investasi merupakan keputusan berisiko yang menempatkan sejumlah besar sumber daya perusahaan, maka pertimbangan yang matang menjadi tuntutan utama dalam melakukan pengambilan keputusan investasi. Dengan demikian, tidak semua manajer dapat memperoleh kepercayaan untuk mengemban tugas pengambilan keputusan investasi. Dalam sebuah perusahaan, hanya para manajer tingkat atas (*top manager*) yang diberikan kewenangan oleh prinsipal (pemilik perusahaan) untuk menentukan alternatif-alternatif pengambilan keputusan investasi mana yang layak diambil atau tidak layak diambil.

Menurut Mintzberg (dalam Erlinda Kusuma Wardani dan Sukirno): **“keputusan yang tepat dalam proses pengambilan keputusan hanya akan dapat diperoleh jika manajer mendapatkan informasi yang lengkap untuk menjadi pertimbangan”**.² Setiap informasi yang dibutuhkan oleh manajer sebagai dasar pengambilan keputusan telah dikumpulkan oleh bawahan. Semua informasi dan data yang dikumpulkan bawahan tergabung dalam *management information system* (MIS). Sebagaimana diketahui, pengambilan keputusan investasi bukanlah sebuah keputusan yang mudah. Pengambilan keputusan

²Erlinda Kusuma Wardani dan Sukirno, **Pengaruh *Framing Effect* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi dengan *Locus of Control* Sebagai Variabel Pemoderasi**, Jurnal Nominal, Vol.3, No.1, 2014, hal. 53.

investasi menyangkut masa depan perusahaan, mengandung ketidakpastian yang melekat, dan berisiko. Di atas segala kondisi ketidakpastian dan berisiko tersebut, para manajer dituntut untuk mampu mengambil satu keputusan terbaik yang disebut dengan keputusan yang rasional. *Top manager* mempertimbangkan berbagai macam faktor yang digunakan sebagai dasar pemilihan sebuah alternatif pengambilan keputusan investasi. Faktor tersebut baik yang bersifat ekonomi (*economics factor*) maupun faktor yang bersifat keperilakuan (*behaviour motivation*) yang seharusnya memiliki kontribusi dalam mempengaruhi manajer untuk menentukan pilihan akan melakukan pengambilan keputusan investasi atau tidak melakukan pengambilan keputusan. Faktor-faktor ekonomi (*economics factor*) yang mempengaruhi pengambilan keputusan investasi seorang manajer antara lain informasi akuntansi dan kompensasi. Informasi akuntansi dapat digunakan manajer untuk memutuskan pengambilan keputusan investasi mana yang layak atau tidak layak dilakukan. Informasi akuntansi dihasilkan melalui pendekatan-pendekatan kuantitatif seperti pendekatan diskonto (*Net Present Value* dan *Internal Rate of Return*) dan nondiskonto (*Pay Back of Period* dan *Accounting Rate of Return*).

Top Manager menyadari bahwa semua angka yang dihasilkan melalui pendekatan kuantitatif hanya hasil dari estimasi atau prediksi mengenai hasil yang dibuat oleh manajer itu sendiri. Terdapat sebuah kemungkinan besar yang menghadang dimasa depan dimana hasilnya sering kali tidak sesuai dengan hasil yang diharapkan karena keterbatasan kemampuan manajer dalam melakukan

estimasi atau bahkan terjadi Karena manajer berpeluang besar membuat estimasi-estimasi yang keliru pada saat melakukan peramalan.

Menurut teori keagenan, dalam setiap pengambilan keputusan bisnis yang akan diambil termasuk salah satunya adalah pengambilan keputusan investasi, manajer adalah manusia normal yang akan mempertimbangkan informasi mengenai kompensasi yang akan diterimanya terkait dengan keputusan investasi. Manajer pada kenyataannya akan memilih keputusan investasi yang akan menjanjikan kompensasi yang paling menguntungkan bagi dirinya sendiri. Perusahaan berharap paramanajer melakukan pengambilan keputusan investasi yang memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, namun pada kondisi dimana kompensasi dirancang berdasarkan ukuran laba bersih tahunan yang hanya mencerminkan kinerja jangka pendek, maka yang terjadi adalah manajer memilih pengambilan keputusan investasi yang memberikan pengembalian paling besar dengan periode pengembalian paling pendek dan mengabaikan profitabilitas jangka panjang perusahaan.

Selain faktor ekonomi, pengambilan keputusan investasi tidak bias lepas dari sisi perilaku manusia dalam diri manajer. Sisi-sisi berperilaku tersebut tidak memungkinkan mereka senantiasa berperilaku rasional. Faktor berperilaku (*behaviour motivation*) mendiskusikan bagaimana kekuatan emosi dan psikologis dapat mempengaruhi pengambilan keputusan investasi.

Menurut Dewi Ayu Wulandari dan Rr.Iramani :

Ketika investor dihadapkan pada situasi yang memaksakan untuk memilih jenis investasi apa yang akan mereka pilih kemungkinan ada unsur subyektivitas, emosi dan factor psikologis lain yang justru lebih

dominan mempengaruhi reaksi itu.³

Beberapa faktor yang termasuk dalam *behaviour motivation* antara lain gender, *risk attituded* (pola perilaku terhadap risiko), *mental accounting* (akuntansi mental), perilaku *overconfidence* (terlalu percaya diri), dan sikap *fear* (ketakutan) atau *greed* (tamak) yang dimiliki oleh manajer.

Menurut Erlinda Kusuma Wardani dan Sukirno: **“Sikap manajer yang hanya menarik data tertentu sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan, maka kemungkinan akan terbentuk *framing* dalam sebagian informasi yang diterima”.**⁴

Pembingkaian (*framing*) adalah suatu cara menggunakan bahasa untuk mengelola makna. Ini merupakan cara pemimpin untuk mempengaruhi bagaimana suatu kejadian harus dilihat atau dipahami. Pembingkaian melibatkan pemilihan dan penekanan satu atau lebih aspek dari suatu subjek dengan mengabaikan yang lain. Pembingkaian informasi dapat terjadi ketika manajer dihadapkan pada kondisi ketidakpastian yang tidak memungkinkan para manajer memperoleh informasi yang sempurna kemudian memunculkan sebuah konsekuensi dimana informasi yang diterima manajer adalah informasi yang tidak lengkap sehingga menimbulkan bias. Selain *framing effect* para pengambil keputusan seringkali sangat percaya diri dalam memandang kemampuannya sendiri dalam menyelesaikan sebuah tugas yang sulit secara sukses (*overconfidence*). Bentuk

³Dewi Ayu Wulandari dan Rr. Iramani, *Studi Experienced Regret, Risk Tolerance, Overconfidence dan Risk Perception pada Pengambilan Keputusan Investasi Dosen Ekonomi, Journal of Business and Banking*, Vol.4, No.1, 2014, hal. 56.

⁴Erlinda Kusuma Wardani dan Sukirno, **Op. Cit.**, hal. 53.

sikap yang lebih khusus dari *overconfidence* yaitu *self efficacy* untuk melihat pengaruh dari sikap tersebut terhadap pengambilan keputusan investasi.

Menurut Bandura (dalam Abd. Mukhid), **“*Self efficacy* sebagai *judgement* seseorang atas kemampuannya untuk merencanakan dan melaksanakan tindakan yang mengarah pada pencapaian tujuan tertentu”**.⁵ Istilah *self efficacy* mengacu pada keyakinan tentang kemampuan seseorang untuk mengorganisasikan dan melaksanakan tindakan untuk pencapaian hasil. Keyakinan *self efficacy* merupakan faktor kunci sumber tindakan manusia (*human agency*), yaitu apa yang orang pikirkan, percaya dan rasakan mempengaruhi bagaimana mereka bertindak. Disamping itu, keyakinan *self efficacy* juga mempengaruhi cara atas pilihan tindakan seseorang, seberapa banyak upaya yang mereka lakukan, seberapa lama mereka akan tekun dalam menghadapi rintangan dan kegagalan, seberapa kuat ketahanan mereka menghadapi kemalangan, seberapa banyak tekanan dan kegundahan pengalaman mereka dalam meniru tuntutan lingkungan dan seberapa tinggi tingkat pemenuhan yang mereka wujudkan. *Self efficacy* dapat digunakan untuk meramalkan keputusan investasi yang akan diambil manajer. Dalam hal ini, *self efficacy* diperlukan manajer dalam pencapaian tujuan, namun tanpa disertai pertimbangan yang matang dan rasional ternyata dapat menyebabkan pengambilan keputusan yang tidak tepat.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Silfiana dengan perlakuan, keadaan, dan lingkungan yang berbeda. Dimana Silfiana menemukan hasil penelitian bahwa *Framing Effect* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan

⁵Abd. Mukhid, *Self Efficacy (Perspektif Teori Kognitif Sosial dan Implikasinya terhadap Pendidikan)*, Vol.4, No.1, 2009, hal. 108.

investasi, Kompensasi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi, *Self Efficacy* tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi, dan secara bersama-sama *Framing Effeact*, Kompensasi, dan *Self Efficacy* tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi.

Perbedaan kultur budaya juga mungkin dapat mempengaruhi pengambilan keputusan investasi. Dimana kultur budaya Kota Yogyakarta berbeda dengan Kota Medan, didalam pengambilan keputusan investasi yang dipengaruhi oleh *framing effect*, kompensasi, dan *self efficacy*.

Partisipan eksperimen ini adalah mahasiswa Universitas Sumatera Utara. Dimana Universitas Sumatera Utara dipilih dikarenakan Mahasiswa Universitas Sumatera Utara memiliki kultur budaya yang beraneka ragam dan dianggap mampu mewakili seluruh mahasiswa di Sumatera Utara. Penelitian ini berfokus pada pengambilan keputusan dibidang akuntansi manajemen dan manajemen keuangan sehingga syarat untuk menjadi partisipan eksperimen ini adalah mahasiswa yang telah atau sedang menempuh matakuliah akuntansi manajemen dan manajemen keuangan. Keputusan yang diambil mahasiswa dengan tingkat pemahaman yang relatif sama pada kedua bidang tersebut diharapkan mampu menyerupai keputusan para praktisi. Mahasiswa dapat dioperasikan menjadi seorang manajer dan dianggap telah mampu melakukan pengambilan keputusan sebagaimana manajer sesungguhnya, meskipun demikian penggunaan mahasiswa sebagai sampel tidak dapat mewakili keseluruhan peran manajer. Sebagaimana umumnya sebuah penelitian eksperimen yang melakukan manipulasi terhadap kondisi atau keadaan dalam laboratorium kelas.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dengan ini penulis melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh *Framing effect*, Kompensasi, dan *Self Efficacy* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh *Framing Effect* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada mahasiswa Universitas Sumatera Utara?
2. Apakah pengaruh kompensasi terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada mahasiswa Universitas Sumatera Utara?
3. Apakah pengaruh *Self Efficacy* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada mahasiswa Universitas Sumatera Utara?
4. Apakah pengaruh *Framing Effect*, Kompensasi, dan *Self Efficacy* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada mahasiswa Universitas Sumatera Utara?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini permasalahan dibatasi pada masalah yang berkaitan dengan *Framing Effect*, Kompensasi, dan *Self Efficacy* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada mahasiswa Universitas Sumatera Utara. Pengambilan investasi dari sudut pandang manajer tingkat atas (*top manager*) yang berfokus pada pengambilan keputusan investasi melalui perbaikan internal perusahaan

untuk meningkatkan nilai perusahaan. Peneliti juga tidak mengkaji seluruh faktor yang berhubungan dengan pengambilan keputusan investasi yang meliputi faktor ekonomi (*economics factor*) yang terdiri dari informasi akuntansi dan kompensasi serta faktor emosi dan psikologi (*behaviour motivation*) yang terdiri dari gender, *mental accounting* (akuntansi mental), sikap *fear* (takut) dan *greed* (tamak). Peneliti hanya mengkaji pengaruh *Framing effect*, kompensasi, dan *self efficacy* terhadap pengambilan keputusan investasi.

Variabel *framing effect* dibatasi dalam dua perlakuan yaitu *framing effect* positif dan *freaming effect* negatif. Variabel kompensasi juga dibatasi dalam dua perlakuan yakni ketersediaan informasi mengenai kompensasi dan tidak disediakannya informasi mengenai kompensasi. Selanjutnya, variabel *self efficacy* dimanipulasi kedalam dua perlakuan yaitu manajer dengan *Self Efficacy* yang tinggi dan manajer dengan *self efficacy* yang rendah.

Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Sumatera Utara angkatan 2015 yang sedang atau sudah menempuh mata kuliah Akuntansi Manajemen dan Manajemen Keuangan yang diajukan sebagai syarat subjek penelitian ini. Penelitian ini merupakan penelitian eksperimen yang menggunakan mahasiswa sebagai penyuluh manajer dimana hasil dari penelitian laboratorium semacam ini tidak dapat digeneralisasikan kedalam keadaan yang sebenarnya.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Framing Effect* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kompensasi terhadap Pengambilan Keputusan Investasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Self Efficacy* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Framing effect*, Kompensasi, dan *Self efficacy* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan serta pola pikir tentang pengaruh *Framing Effect*, Kompensasi, dan *Self efficacy* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan memberikan tambahan literatur yang dapat membantu dalam perkembangan ilmu akuntansi dan menambah wawasan tentang Pengambilan Keputusan Investasi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bermanfaat memberikan tambahan pemikiran dan informasi bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai

pengaruh *Framing effect*, Kompensasi, dan *Self efficacy* terhadap
Pengambilan Keputusan Investasi.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengambilan Keputusan Investasi

1. Definisi Pengambilan Keputusan Investasi

Menurut Ardina Zahrah Fajaria: **“Keputusan investasi adalah salah satu keputusan yang harus diambil manajer keuangan untuk mengalokasikan dana-dana yang ada agar mendatangkan keuntungan dimasa mendatang”**.⁶

Investasi dapat berasal dari dalam maupun luar perusahaan. Investasi yang berasal dari dalam perusahaan meliputi kas, surat-surat berharga, piutang dagang, persediaan, beban-beban yang dibayar dimuka (sewa dibayar dimuka), dan investasi jangka pendek lainnya. Sebaliknya, investasi dari luar perusahaan meliputi peralatan, tanah, gedung, mesin, kendaraan, dan investasi jangka panjang lainnya. Proses pengambilan keputusan investasi modal umumnya juga sering disebut dengan *Capital Budgeting*. *Capital Budgeting* merupakan proses perencanaan serta pengambilan keputusan yang berhubungan dengan pengeluaran dana yang *return* atau masa kembalinya dalam waktu yang relatif panjang (lebih dari satu tahun buku).

Menurut Richard L. Daft, **“Pengambilan keputusan (*decision making*) adalah proses dalam mengenali masalah-masalah dan peluang-peluang**

⁶Ardina Zahrah Fajaria, **Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan**, 2015, hal. 4.

untuk kemudian dipecahkan”.⁷ Pengambilan keputusan investasi juga dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan investasi selalu menghasilkan satu pilihan final. Keputusan investasi dibuat untuk mencapai tujuan melalui pelaksanaan atau tindakan. Sesuai tingkatannya, semakin tinggi level manajemen, maka manajer akan semakin berurusan dengan keputusan-keputusan jangka panjang yang berisiko. *Top management* akan dihadapkan pada informasi-informasi non rutin dan berkewajiban mengambil keputusan-keputusan tidak terprogram (*nonprogrammed decisions*).

Menurut Richard L. Daft :

Keputusan-keputusan dalam manajemen biasanya dibagi kedalam dua kategori: yang terprogram atau tidak terprogram. Keputusan yang terprogram (*programmed decision*) berada dalam situasi yang telah sering muncul hingga aturan-aturan dalam mengambil keputusan bisa dibuat dan diterapkan. Keputusan yang terprogram dibuat untuk menjawab persoalan-persoalan organisasi yang kerap kali terjadi. Keputusan tidak terprogram (*nonprogrammed decisions*) diambil untuk menjawab situasi yang unik, sulit dekenali dan sangat tidak terstruktur, serta membawa konsekuensi penting bagi organisasi. Sebagian besar keputusan tidak terprogram berkaitan dengan perencanaan strategi karena tingkat ketidaksiplannya yang tinggi dan keputusan-keputusan yang harus diambilpun rumit.⁸

Dari luasnya aspek-aspek pengambilan keputusan oleh manajer, pengambilan keputusan investasi termasuk dalam keputusan-keputusan yang tidak terprogram (*nonprogrammed decisions*) yang kelak akan berdampak besar terhadap masa depan perusahaan. Sebagai keputusan yang tidak diprogram, para

⁷Richard L. Daft, **Era Baru Manajemen**, Edisi Sembilan, Buku Satu: Salemba Empat, Jakarta, 2012, hal. 283.

⁸Loc. Cit

manajer akan bergantung pada informasi-informasi non rutin yang banyak mengandung ketidakpastian dan risiko. Di sinilah kepiawaian manajer sebagai seorang *decision maker* dibutuhkan.

Menyederhanakan uraian mengenai definisi pengambilan keputusan investasi di atas, pada hakikatnya pengambilan keputusan investasi merupakan keputusan yang berdampak besar terhadap masa depan perusahaan dan diharapkan memberikan keuntungan dimasa yang akan datang karena melibatkan sejumlah besar sumber daya perusahaan, dan untuk para manajer dituntut untuk mampu mengambil keputusan yang rasional.

2. Jenis-Jenis Pengambilan Keputusan Investasi

Menurut Stephen P. Robbins dan Mary Coulter :

Manajer di semua jenis organisasi menghadapi jenis masalah dan keputusan yang berbeda pada saat mereka melakukan pekerjaannya. Bergantung pada sifat masalahnya, manajer dapat membuat satu atau dua jenis keputusan yang berbeda.⁹

Investasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dapat dipandang dari 2 (dua) sisi, yakni pengambilan keputusan investasi dari sudut pandang pihak luar dan dari sudut pandang manajer dalam perusahaan. Pertama, pengambilan keputusan investasi dilihat dari sudut pandang pihak luar yaitu melalui transaksi jual beli sekuritas di bursa efek yang bertujuan untuk mengalokasikan atau menghimpun modal. Pengambilan keputusan investasi dari sudut pandang tersebut dijelaskan secara mendalam pada bidang ilmu manajemen keuangan. Kedua, pengambilan keputusan investasi yang dilihat dari sudut pandang manajer

⁹Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, **Manajemen**, Edisi Tiga Belas, Jilid Satu: Erlangga, Jakarta, 2016, hal. 53.

adalah pengambilan keputusan investasi melalui perbaikan-perbaikan internal guna memaksimalkan nilai perusahaan yaitu dengan melakukan pengambilan keputusan investasi pada pabrik, peralatan, sistem produksi yang baru, dan sebagainya. Pengambilan keputusan investasi dari sudut pandang tersebut dibahas pada bidang ilmu akuntansi manajemen.

3. Langkah-langkah pengambilan keputusan Rasional

Menurut Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, **“Kita mengasumsikan bahwa manajer akan menggunakan pengambilan keputusan rasional bahwa mereka akan membuat pilihan yang logis dan konsisten untuk memaksimalkan nilai”**.¹⁰ Pengambilan keputusan yang rasional akan sangat objektif dan logis. Masalah yang dihadapi akan menjadi jernih dan tidak mendua, serta membuat keputusan akan mempunyai tujuan yang jelas dan spesifik serta mengetahui semua alternatif yang mungkin dan konsekuensinya.

Menurut Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, ada 8 (delapan) langkah pengambilan keputusan rasional, yaitu :

Langkah 1: Mengidentifikasi Suatu Masalah

Setiap keputusan diawali dengan masalah, yaitu perbedaan antara kondisi yang ada dan yang diinginkan. Juga ingat bahwa masalah bersifat subjektif. Seperti yang anda lihat, mengidentifikasi masalah secara efektif sangatlah penting, tetapi tidak mudah.

Langkah 2: Mengidentifikasi Kriteria Keputusan

Setelah manajer mengidentifikasi masalah, dia harus mengidentifikasi kriteria keputusan yang penting atau relevan untuk memecahkan masalah. Setiap pengambilan keputusan mempunyai kriteria yang memandu keputusannya, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit.

Langkah 3: Mengalokasikan Bobot pada Kriteria

¹⁰Ibid., hal. 50.

Jika kriteria yang relevan tidak sama arti pentingnya, pengambilan keputusan harus memberi bobot pada masing-masing kriteria agar dapat memberinya prioritas yang tepat dalam membuat keputusan.

Langkah 4: Mengembangkan Alternatif

Langkah empat dalam proses pembuatan keputusan mengharuskan pengambilan keputusan menyusun daftar alternatif yang akan memecahkan masalah. Ini merupakan langkah di mana pengambilan keputusan harus kreatif. Pada titik ini, alternatif hanya didaftar, tidak dievaluasi.

Langkah 5: Menganalisis Alternatif

Setiap alternatif didefinisikan, pengambilan keputusan harus mengevaluasi setiap kemungkinan.

Langkah 6: Memilih Sebuah Alternatif

Langkah keenam dalam proses pembuatan keputusan adalah memilih alternatif terbaik atau yang menghasilkan total tertinggi di Langkah 5.

Langkah 7: Mengimplementasikan Alternatif

Pada langkah 7 dalam proses pengambilan keputusan, anda menerapkan keputusan ke dalam tindakan dengan memberlakukan kepada mereka yang terpengaruh dan membuat mereka berkomitmen terhadapnya.

Langkah 8: Mengevaluasi Efektivitas Keputusan

Langkah terakhir dalam proses pengambilan keputusan melibatkan evaluasi hasil keputusan untuk melihat apakah masalahnya telah terpecahkan. Jika evaluasi menunjukkan bahwa masalahnya masih ada, manajer harus menilai apa yang salah. Apakah masalahnya salah didefinisikan? Apakah kesalahan dilakukan pada saat mengevaluasi alternatif? Apakah alternatif benar yang benar telah terpilih, tetapi diimplementasikan secara buruk? Jawabannya mungkin membuat anda harus melakukan lagi langkah-langkah sebelumnya atau bahkan harus mengulangi semua proses dari awal.¹¹

¹¹Ibid., hal. 46.

2.2 *Framing Effect*

1. Definisi *Framing Effect*

Framing Effect merupakan pembingkaiian informasi atau sering disebut *framing* adalah efek pada penilaian yang kita buat karena cara penyampaian informasi. Informasi yang sama jika disampaikan dengan cara berbeda akan menimbulkan penilaian yang berbeda.

Menurut Erlinda Kusuma Wardani dan Sukirno :

Sikap manajer yang hanya menarik data tertentu sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan, maka kemungkinan akan akan terbentuk *framing* dalam sebagian informasi yang diterima. Pembingkaiian (*framing*) adalah suatu cara menggunakan bahasa untuk mengelola makna. Ini merupakan cara pemimpin untuk mempengaruhi bagaimana suatu kejadian harus dilihat atau dipilih. Pembingkaiian melibatkan pemilihan dan penekanan satu atau lebih aspek dari suatu subjek dengan mengabaikan yang lain.¹²

Berdasarkan berbagai definisi para ahli, mengenai *framing effect*, dapat disimpulkan bahwa *framing effect* terjadi karena penyajian yang berbeda terhadap cara, format atau penekanan hal-hal tertentu sebuah informasi yang menyebabkan perbedaan efek penilaian oleh pengambilan keputusan.

2. Jenis-jenis *Framing Effect*

Framing effect dibagi menjadi dua jenis, yaitu :

1. *Framing effect* positif adalah pemaparan suatu masalah dalam kaitannya dengan keuntungan yang akan mempengaruhi pembuat keputusan menjadi mengurangi risiko. Jika seseorang berhadapan dengan prospek keuntungan, maka sebagian besar pembuat keputusan

¹²Erlinda Kusuma Wardani dan Sukirno, **Op. Cit.**, hal. 53.

tidak ingin melepas keuntungan tersebut dengan cenderung mengurangi risiko (*risk averse*).

2. *Framing effect* negatif adalah pemaparan suatu masalah dalam kaitannya dengan kerugian yang akan mempengaruhi pembuat keputusan menjadi pencari risiko. Dengan tidak ada lagi yang tersisa selain informasi tentang kerugian, maka sebagian besar pengambil keputusan menjadi pencari risiko (*risk seeking*).

Masalah yang dibingkai dalam sebuah cara yang memberikan penekanan terhadap positif *gains* melalui informasi yang mengandung potensi penghematan akan menghantarkan pembuat keputusan ke dalam sebuah tendensi pengambilan keputusan yang konservatif (bisa disebut juga *risk averse*/penghindar risiko). Sebaliknya, masalah yang dibingkai dalam sebuah cara yang memberikan penekanan terhadap negatif *outcome* melalui informasi yang mengandung potensi kerugian akan mengarahkan manajer untuk membuat keputusan yang berisiko (disebut juga *risk seeking*/pencari risiko).

3. Pengaruh Framing Effect terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Framing yang diadopsi pembuat keputusan dapat mempengaruhi keputusannya. *Frame* yang dianut tergantung pada formulasi masalah yang dihadapi, norma, kebiasaan, dan karakteristik pembuatan keputusan itu sendiri. Fenomena *framing effect* terjadi ketika cara penyajian sebuah masalah dapat menyebabkan dihasilkannya keputusan yang berbeda terhadap masalah yang sebenarnya sama. Fenomena *framing effect* dapat terjadi karena proses seleksi

informasi yang hanya memberikan perhatian pada bagian-bagian tertentu saja. Informasi yang disajikan dalam *framing effect* positif cenderung mengarahkan manajer untuk menghindari risiko (*risk averse*) dalam pengambilan keputusan investasi. Sebaliknya, informasi yang disajikan dalam *framing effect* negatif mengarahkan pembuat keputusan untuk mengambil keputusan investasi berisiko (*risktaker*). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa cara sebuah informasi disajikan (*framing effect*) dapat mempengaruhi pengambilan keputusan investasi

2.3 Kompensasi

1. Definisi kompensasi

Menurut I Komang Ardana, et.al, **“Segala sesuatu yang diterima oleh karyawan sebagai balas jasa atas kontribusinya kepada perusahaan atau organisasi dapat dikatakan sebagai kompensasi”**.¹³

Kompensasi juga merupakan imbalan jasa atau balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada tenaga kerja karena tenaga kerja tersebut telah memberikan sumbangan tenaga dan pikiran demi kemajuan perusahaan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Jadi secara umum dapat dikatakan bahwa kompensasi itu merupakan balasan jasa yang diterima oleh karyawan sehubungan dengan pengorbanan yang telah diberikan kepada perusahaan. Pemberian kompensasi ini bisa diberikan langsung berupa uang maupun tidak langsung berupa uang dari perusahaan ke karyawannya.

¹³I Komang Ardana, et.al, **Manajemen Sumber Daya Manusia**, Edisi Pertama, Cetakan Pertama: Graha Ilmu, Yogyakarta, 2012, hal. 153.

Pemberian kompensasi kepada karyawan harus dilakukan dengan sebaik mungkin, karena pemberian kompensasi yang tidak menarik kepada karyawan akan menimbulkan kurangnya motivasi karyawan dalam bekerja. Hal ini dapat menyebabkan terganggunya proses pencapaian tujuan dalam perusahaan. Tetapi akan berbeda jika kompensasi diberikan dengan menarik, maka setiap karyawan akan merasa lebih dihargai dan termotivasi untuk lebih giat lagi menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan mereka sehingga target-target yang ditetapkan oleh perusahaan dalam rangka tujuan perusahaan dapat terealisasi dengan optimal. Dengan dilaksanakannya pemberian kompensasi yang tepat kepada karyawan diharapkan dapat meningkatkan motivasi kerja pada karyawan tersebut.

2. Hubungan Keagenan

Kompensasi sebagai salah satu aplikasi nyata *agency cost* bermula dari munculnya konflik keagenan yang dapat dijelaskan melalui teori keagenan. Teori keagenan merupakan basis teori yang mendasari praktik bisnis yang dipakai selama ini. Teori tersebut berakar dari sinergi teori ekonomi, teori keputusan, sosiologi, dan teori organisasi. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang yaitu investor (*principle*) dengan pihak yang menerima wewenang (*agen*) yaitu manajemen yang mengelola perusahaan.

Menurut Mursalim (dalam Oyong Lisa) :

Teori keagenan dapat dipandang sebagai suatu versi dari *game theory*, yang membuat suatu modal kontrak antara dua atau lebih orang

(pihak), dimana salah satu pihak tersebut agen dan pihak yang lain disebut *principal*.¹⁴

Masalah agensi timbul karena adanya konflik kepentingan antara *shareholder* dan manajer, karena tidak bertemunya utilitas yang maksimal antara mereka. Kompensasi selanjutnya muncul sebagai salah satu mekanisme *agency cost* yang dapat digunakan perusahaan untuk memacu kinerja manajer dan mendorong para manajer untuk senantiasa mengambil keputusan terbaik demi kelangsungan hidup perusahaan dan bertinadad sesuai dengan kepentingan para pemegang saham.

3. Pengaruh Kompensasi terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Teori keagenan menyatakan, besarnya wewenang manajer dengan fungsinya sebagai agen yang ditugaskan oleh prinsipal untuk mengambil segala keputusan bisnis memunculkan sebuah konflik kepentingan antara manajer dengan perusahaan. Kompensasi muncul sebagai biaya agen (*agency cost*) guna memastikan terciptanya keselarasan tujuan antara manajer dengan para pemegang saham.

Keputusan investasi merupakan salah satu keputusan bisnis yang melibatkan sejumlah sumber daya perusahaan yang cukup besar sehingga keputusan investasi yang salah dapat berakibat fatal. Sistem kompensasi yang tepat dapat mencegah manajer untuk melanjutkan proyek berisiko namun penerapan sistem kompensasi yang tidak tepat justru dapat meningkatkan tendensi manajer untuk melakukan tambahan investasi dan melanjutkan proyek berisiko. Masalah penerapan sistem

¹⁴Oyong Lisa, **Asimetri Informasi dan Manajemen Laba: Suatu Tinjauan Dalam Hubungan Keagenan**, Jurnal WIGA, Vol.2, No.1, 2012, hal. 43.

kompensasi tersebut kemudian menjadi sebuah masalah yang mendapat perhatian oleh penulis.

Penulis mengusulkan sebuah rencana insentif jangka panjang dalam bentuk saham fantom. Paket kompensasi insentif jangka panjang ini bertujuan untuk memaksa manajer berpikir jangka panjang sehingga mereka kemudian diharapkan mampu mengambil sebuah keputusan investasi yang bijaksana demi kelangsungan perusahaan di masa depan.

4. Tujuan dan Manfaat Kompensasi

Menurut I Komang Ardana, et.al, tujuan dan manfaat kompensasi yaitu :

1. **Ikatan kerja sama.** Dengan pemberian kompensasi maka terjalinlah ikatan kerjasama formal antara majikan dengan karyawan, di situ karyawan harus mengerjakan tugas-tugas dengan baik sedangkan pengusaha atau majikan wajib membayar kompensasi itu sesuai dengan perjanjian.
2. **Kepuasan kerja.** Dengan balas jasa karyawan akan dapat memenuhi kebutuhan fisik, sosial dan egoistiknya sehingga karyawan memperoleh keputusan kerja dari jabatan itu.
3. **Pengadaan efektif.** Jika program kompensasi ditetapkan cukup besar maka pengadaan karyawan yang qualified untuk perusahaan itu akan lebih mudah.
4. **Motivasi.** Jika balas jasa yang diberikan cukup besar, manajer akan lebih mudah memotivasi bawahannya.
5. **Stabilitas karyawan.** Dengan program kompensasi atas prinsip adil dan layak serta eksternal konsistensi yang kompetitif maka stabilitas karyawan lebih terjamin karena *turn over* relatif kecil.
6. **Disiplin.** Dengan pemberian balas yang cukup maka disiplin semakin baik, mereka akan menyadari serta mentaati peraturan yang berlaku.
7. **Pengaruh serikat buruh.** Dengan program kompensasi yang baik pengaruh serikat buruh dapat dihindarkan dan karyawan akan berkonsentrasi pada pekerjaannya.
8. **Pengaruh pemerintah.** Jika program kompensasi itu sesuai dengan undang-undang perburuhan yang berlaku (seperti upah batas minimum) maka intervensi pemerintah dapat dihindari.¹⁵

¹⁵ *Ibid.*, hal. 154.

2.4 *Self Efficacy*

1. Definisi *Self Efficacy*

Self efficacy merupakan predictor tingkahlaku yang dikombinasikan dengan lingkungan. *Self efficacy* memiliki peranan yang penting dalam mengontrol tingkahlaku manusia. Menurut Alwisol (dalam Laelatul Ngafifah), **“*Self efficacy* adalah penilaian, apakah dapat melakukan tindakan yang baik dan buruk, tepat atau salah, bias atau tidak mengerjakan sesuatu dengan dipersyaratkan”**.¹⁶ Sedangkan menurut Feist dan Feist (dalam Silfiana), **“*Self efficacy* adalah keyakinan diri seseorang terhadap kemampuannya untuk melakukan suatu bentuk kontrol terhadap keberfungsian orang itu sendiri dan kejadian dalam lingkungan”**.¹⁷ Manusia bertindak dalam suatu situasi bergantung pada hubungan timbal balik dari perilaku, lingkungan, dan kondisi kognitif, terutama faktor-faktor kognitif yang berhubungan dengan bahwa mereka mampu atau tidak mampu melakukan suatu tindakan untuk menghasilkan pencapaian yang diinginkan dalam suatu situasi.

Self Efficacy membantu seseorang dalam menentukan pilihan, usaha mereka untuk maju, kegigihan, ketekunan yang mereka tunjukkan dalam menghadapi kesulitan, dan derajat kecemasan atau ketenangan yang mereka alami saat mereka mempertahankan keputusan-keputusan yang mencakup kehidupan mereka. Dari definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa

¹⁶Laelatul Ngafifah, **Hubungan antara *Self Efficacy* dengan Pengambilan Keputusan Karir pada Siswa Kela XII SMA Negeri 1 Majenang**, Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2016, hal. 16.

¹⁷Silfiana, **Pengaruh *Framing Effect*, Kompensasi, dan *Self Efficacy* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi 2012 Universitas Negeri Yogyakarta**, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2015, hal. 75.

self efficacy adalah keyakinan atau kemantapan individu terhadap kemampuan yang dimilikinya dalam mengambil keputusan sehingga mampu mencapai tujuan yang diharapkan.

2. Faktor Pembentuk *Self Efficacy*

Keyakinan diri terus berkembang sepanjang hidup individu. *Self Efficacy* tidak langsung terbentuk sendiri dalam diri individu. *Self efficacy* itu didapatkan, dibentuk, dan dikembangkan atau diturunkan.

Menurut Feist dan Feist (dalam Laelatul Ngafifah), Efikasi personal didapatkan, ditingkatkan, atau berkurang melalui salah satu atau kombinasi dari empat sumber yaitu:

a. *Mastery Experiences*

Cara yang paling efektif untuk menciptakan *self efficacy* yang kuat adalah pengalaman dalam penguasaan. Keberhasilan yang diperoleh akan membangun suatu keyakinan yang kuat akan kepercayaan diri. Kegagalan akan melemahkan, khususnya jika kegagalan terjadi sebelum keyakinan pada diri terbentuk.

b. Modeling Sosial

Self efficacy seseorang akan meningkat ketika mengamati keberhasilan orang lain yang memiliki kemampuan yang sama dengan dirinya. Begitu pula sebaliknya, *self efficacy* akan menurun ketika melihat kegagalan seseorang yang memiliki kemampuan yang sama dengan dirinya. Kesan yang ditimbulkan oleh modeling pada *self efficacy* dipengaruhi dengan kuat oleh kesamaan akan kemampuan yang dimiliki orang lain dan dirinya.

c. Persuasi Sosial

Cara ketiga untuk memperkuat *self efficacy* adalah dengan persuasi social atau disebut juga persuasi verbal. Persuasi verbal berhubungan dengan dorongan atau hambatan yang diterima oleh seseorang dari lingkungan sosial yang berupa pemaparan mengenai penilaian secara verbal dan tindakan dari orang lain, baik secara disengaja maupun tidak disengaja.

Individu mendapat bujukan atau sugesti untuk percaya bahwa ia dapat mengatasi masalah-masalah yang akan dihadapinya.

d. Kondisi Fisik dan Emosi

Seseorang juga mengandalkan pada kondisi fisik dan emosi untuk menilai kemampuan mereka. Dalam hal ini bukan reaksi fisik dan emosi yang penting, tetapi bagaimana amereka mengetahui dan mengartikan kondisi fisik dan emosi mereka. Seseorang yang yakin akan kondisi emosi dan fisik mereka akan mempunyai *self efficacy* yang lebih besar, sedangkan mereka yang ragu dengan keadaan mereka maka akan melemahkan *self efficacy* mereka.¹⁸

3. Komponen dalam *Self Efficacy*

Menurut Bandura (dalam Yonar Agian Trisnatio), Perbedaan efikasi diri pada setiap individu terletak pada tiga komponen, yaitu *magnitude*, *strength* dan *generality*. Masing-masing mempunyai implikasi penting di dalam performansi, yang secara lebih jelas dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Tingkat kesulitan tugas (*Magnitude*)

Yaitumasalah yang berkaitan dengan derajat kesulitan tugas individu. Komponen ini berimplikasi pada pemilihan perilaku yang akan dicoba individu berdasar ekspektasi efikasi pada tingkat kesulitan tugas. Individu akan berupaya melakukan tugas tertentu yang dapat dilaksanakannya dan akan menghindari situasi atas perilaku di luar batas kemampuannya.

b. Kekuatan keyakinan (*Strength*)

Yaitu berkaitan dengan kekuatan pada keyakinan individu atas kemampuannya. Pengharapan yang kuat dan mantap pada individu akan mendorong untuk gigih dalam berupaya mencapai tujuan,

¹⁸ Laelatul Ngafifah, *Op. Cit.*, hal. 19

walaupun mungkin belum memiliki pengalaman-pengalaman yang menunjang. Selanjutnya pengharapan yang lemah dan ragu-ragu akan kemampuan diri akan mudah digoyahkan oleh pengalaman-pengalaman yang tidak menunjang.

c. *Generalitas (Generality)*

Yaitu hal yang berkaitan cakupan luas bidang tingkahlaku dimana individu merasa yakin terhadap kemampuannya. Individu dapat merasa yakin terhadap kemampuan dirinya, tergantung pada pemahaman kemampuan dirinya yang terbatas pada suatu aktivitas dan situasi tertentu atau pada serangkaian aktivitas dan situasi yang lebih luas dan bervariasi.

4. Pengaruh *Self Efficacy* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Self efficacy adalah *judgment* seseorang terhadap kemampuan dirinya sendiri dalam mencapai tingkatan kinerja yang diinginkan atau ditentukan, yang akan mempengaruhi tindakan selanjutnya. Saat seseorang dihadapkan pada tugas tertentu, mula-mula ia membentuk penilaian umum mengenai kemampuan dirinya untuk menyelesaikan tugas tersebut. Berdasarkan hasil penilaian tersebut, selanjutnya ia menentukan besar daya dan upayanya dalam menyelesaikan tugas tersebut. *Self efficacy* biasanya dihubungkan dengan prestasi individu. Individu dengan *self efficacy* tinggi diprediksi akan menyelesaikan tugas dengan lebih berhasil daripada individu dengan *self efficacy* rendah.

Berlawanan dengan sisi positif *self efficacy*, para ahli menemukan dampak negatif dari *self efficacy* yang tinggi. *Self efficacy* yang tinggi mengarahkan

manajer untuk terus melakukan tambahan investasi pada proyek yang gagal, mengambil risiko lebih besar untuk menolong proyek yang gagal, dan lebih mampu bertahan karena keyakinan mereka bahwa dengan bertahan akan menghasilkan keberhasilan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam konteks pengambilan keputusan investasi, manajer dengan *self efficacy* yang tinggi akan cenderung lebih *risk taker* dengan terus melakukan tambahan investasi proyek yang tidak menguntungkan dibanding manajer dengan *self efficacy* yang rendah.

2.5 Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini penulis mencantumkan berbagai hasil peneliti terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, kajian yang mempunyai relasi atau keterkaitan dengan kajian ini adalah sebagai berikut :

1. Silfiana melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Framing Effect*, Kompensasi, dan *Self Efficacy* Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi 2012 Universitas Negeri Yogyakarta”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Framing Effect* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi, Kompensasi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi, *Self Efficacy* tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi, dan secara bersama-sama *Framing Effect*, Kompensasi, dan *Self Efficacy* tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi.

2. Barkah Susanto dan Riana Mashar melakukan penelitian dengan judul “Motivasi Intrinsik dan Pembingkaiian Informasi Anggaran Dalam Pengambilan Keputusan Investasi: Perbandingan Keputusan Individu dan Kelompok”. Hasil penelitian menunjukkan pembingkaiian informasi berpengaruh terhadap sifat keputusan yang diambil, ketika informasi disajikan dalam positif *frame*, individu lebih mengambil risiko daripada kelompok, dan sebaliknya ketika informasi disajikan dalam negatif *frame* justru kelompok cenderung lebih berani mengambil risiko daripada individu. Persamaan penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan *Framing Effect* (efek pembingkaiian) sebagai variabel independen.
3. Fitri Nurhayati dan Sukirno melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Adverse Selection* dan Kompensasi Terhadap Eskalasi Komitmen”. Hasil penelitian menunjukkan kompensasi tidak mempengaruhi keputusan manajer dalam mengevaluasi proyek investasi yang tidak menguntungkan. Selain itu penelitian ini tidak dapat memberikan bukti adanya interaksi antar *adverse selection* dengan kompensasi dalam mengurangi kecenderungan manajer melakukan eskalasi komitmen. Persamaan penelitian ini dengan dengan penelitian terdahulu tersebut adalah sama-sama menggunakan variabel kompensasi sebagai variabel independen.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Silfiana (2012)	Pengaruh <i>Framing Effect</i> , Kompensasi, dan <i>Self Efficacy</i> Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi 2012 Universitas Negeri Yogyakarta	Variabel Bebas : - <i>Framing Effect</i> - Kompensasi - <i>Self Efficacy</i> Variabel Terikat : - Pengambilan Keputusan Investasi	Dari pengujian yang telah dilakukan, <i>Framing Effect</i> berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi, Kompensasi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi, sedangkan <i>Self Efficacy</i> tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi. Dan secara bersama-sama <i>Framing Effect</i> , Kompensasi, dan <i>Self Efficacy</i> tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi.
2	Barkah Susanto dan Riana Mashar (2008)	Motivasi Intrinsik dan Pembingkai-an Informasi Anggaran Dalam Pengambilan Keputusan Investasi: Perbandingan Keputusan Individu dan Kelompok	Variabel Bebas : - Motivasi Intrinsik - Pembingkai-an Variabel Terikat : - Pengambilan keputusan Investasi	Dari pengujian yang telah dilakukan, pembingkai-an informasi berpengaruh terhadap sifat keputusan yang diambil, ketika informasi disajikan dalam positif <i>frame</i> , individu lebih mengambil risiko daripada kelompok, dan sebaliknya ketika informasi disajikan dalam negatif <i>frame</i> justru kelompok cenderung lebih berani mengambil risiko daripada individu
3	Fitri Nurhayati dan Sukirno (2014)	Pengaruh <i>Adverse Selection</i> dan Kompensasi Terhadap Eskalasi Komitmen	Variabel Bebas : - <i>Adverse Selection</i> - Kompensasi Variabel Terikat : - Eksalasi Komitmen	Dari pengujian yang telah dilakukan, Kompensasi tidak terbukti berpengaruh terhadap eskalasi komitmen. Dan secara bersama-sama <i>Adverse Selection</i> dan kompensasi tidak terbukti berpengaruh terhadap eksalasi komitmen.

Sumber : Data Diolah Penulis, 2019

2.6 Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual adalah suatu model yang menerangkan bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor-faktor penting yang telah diketahui dengan suatu masalah tertentu. Kerangka konseptual akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian yaitu variabel-variabel bebas dengan variabel yang terkait. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Framing Effect*, Kompensasi, dan *Self Efficacy*. Variabel terikatnya adalah Pengambilan Keputusan Investasi.

1. Pengaruh *Framing Effect* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Pembuatan keputusan akan menghasilkan keberhasilan atau kegagalan. Sikap manajer yang hanya menarik data tertentu sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan, maka kemungkinan akan terbentuk *frame* dalam sebagian informasi yang diterima. Pembingkaiian (*framing*) adalah suatu cara menggunakan bahasa untuk mengelola makna. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa cara penyampaian sebuah informasi yang disajikan (*framing effect*) dapat mempengaruhi pengambilan keputusan investasi.

2. Pengaruh Kompensasi terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Dalam teori keagenan menyatakan, manajer sebagai agen dan ditugaskan oleh principal untuk mengambil segala keputusan bisnis sebaik-baiknya untuk menghasilkan utilitas yang maksimal antara mereka.

Keputusan investasi adalah keputusan bisnis yang melibatkan sumber daya perusahaan yang cukup besar sehingga manajer diharapkan mampu mengambil keputusan bisnis yang paling tepat. Kompensasi muncul sebagai biaya agen guna memastikan terciptanya keselarasan tujuan antara manajer dengan para pemegang saham. Imbalan jasa atau balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada tenaga kerja karena tenaga kerja tersebut telah memberikan sumbangan tenaga dan pikiran demi kemajuan perusahaan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

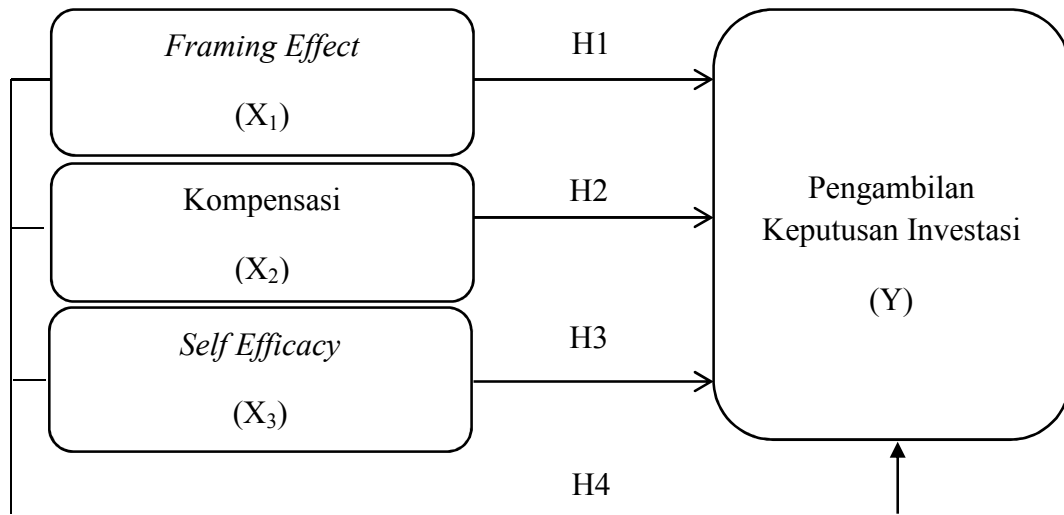
3. Pengaruh *Self Efficacy* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Keyakinan diri seseorang terhadap kemampuannya untuk melakukan suatu bentuk control terhadap keberfungsian orang itu sendiri dan kejadian dalam lingkungan mempengaruhi individu di dalam pengambilan keputusan investasi.

Penilaian apakah dapat melakukan tindakan yang baik dan buruk, tepat atau salah, bias atau tidak mengerjakan sesuatu dengan dipersyaratkan sebagai pilihan yang tepat dalam melakukan pengambilan keputusan investasi.

Berdasarkan informasi tersebut, maka hubungan antar variabel dapat dikemukakan pada Gambar 2.1.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual Penelitian



2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual penelitian dan gambar dari kerangka konseptual penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka disusun hipotesis sebagai berikut:

- H1: *Framing Effect* berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Investasi
- H2: Kompensasi berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Investasi
- H3: *Self Efficacy* berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Investasi
- H4: *Framing Effect*, Kompensasi, dan *Self Efficacy* berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara dengan responden Mahasiswa jurusan Akuntansi Stambuk 2015. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2019.

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksperimen. Dalam penelitian eksperimen, penelitian melakukan suatu set tindakan dan pengamatan, yang dilakukan untuk mengecek atau menyalahkan hipotesis atau menggali hubungan sebab akibat antara gejala. Dalam penelitian eksperimen, sebab dari suatu gejala akan diuji untuk mengetahui apakah sebab (variabel bebas) tersebut mempengaruhi akibat (variabel terikat).

Penelitian juga akan memilih salah satu pendekatan yang dipandang paling cocok, yaitu sesuai dengan masalah yang akan dipecahkan. Pertimbangan lainnya adalah masalah efisiensi, yaitu dengan memperhatikan keterbatasan dana, tenaga, waktu, dan kemampuan. Sehingga pendekatan penelitian yang baik adalah yang efisien, valid, dan riabel agar data tersebut dapat digunakan untuk memecahkan masalah.

Desain penelitian ini menggunakan desain faktorial (*factorial experimental design*). Desain faktorial adalah desain eksperimen yang secara simultan mengakomodasi penelitian atas pengaruh dua atau lebih variabel independen, baik pengaruh utama (*main effect*) maupun pengaruh interaksi (*interaction effect*) terhadap variabel dependen. Beberapa keunggulan dari desain faktorial adalah kebutuhan subjek dalam jumlah yang lebih sedikit dan terletak pada kesempatan yang dimiliki peneliti untuk menyelidiki pengaruh dua atau lebih variabel independen yang diberikan secara bersamaan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Mudrajad Kuncoro, **“Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian”**.¹⁹ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Sumatera Utara angkatan 2015 yang berjumlah 55 orang.

Alasan pemilihan mahasiswa sebagai populasi adalah karena mahasiswa tidak berbeda secara signifikan dengan para praktisi bisnis sehingga dianggap mampu menjadi penyuluh manajer dalam tugas pengambilan keputusan investasi. Meskipun demikian, mahasiswa yang dapat menjadi subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang sedang atau sudah menempuh beberapa mata kuliah tertentu sebagai syarat yang diajukan penulis.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi. Peneliti dapat mempelajari sampel yang diambil dari populasi dan kemudian mengambil kesimpulan untuk digeneralisasi

¹⁹Mudrajad Kuncoro, **Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi**, Edisi Empat: Erlangga, Jakarta, 2013, hal. 118.

terhadap populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* (sampel berdasarkan pertimbangan tertentu). Sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu, pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (*judgment sampling*) melibatkan penulisan subjek yang berada di tempat yang paling menguntungkan atau dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang diperlukan. Dalam penelitian ini, beberapa kriteria yang diajukan sebagai sampel adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa Program studi Akuntansi Perguruan Tinggi Kota Medan
2. SKS kumulatif yang sudah diambil \pm 80 s/d 144 SKS
3. Sudah mengambil mata kuliah Akuntansi Manajemen atau Manajemen Keuangan.
4. IPK diatas 3,2

Berdasarkan teknik pengambilan sampel dan kriteria di atas penelitian ini menggunakan sebanyak 32 orang partisipan sebagai sampel. Dimana 32 orang partisipan tersebut telah memenuhi kriteria yang sudah ditentukan dan dapat dijadikan sebagai partisipan.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Willy Abdillah dan Jogiyanto Hartono, **“Data primer adalah data yang belum pernah diolah pihak tertentu untuk kepentingan tertentu”**.²⁰ Data primer menunjukkan keaslian informasi yang terkandung di dalam data tersebut. Data primer pada umumnya bersumber dari sumber primer, yaitu data berada pada pihak utama yang memiliki data tersebut.

²⁰Willy Abdillah dan Jogiyanto Hartoni, **Partial Least Square (PLS) – Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis**, Edisi Satu: Andi, Yogyakarta, 2015, hal. 49.

Sumber data penelitian ini adalah dengan menggunakan sumber primer. Menurut Willy Abdillah dan Jogiyanto Hartono, “**Sumber primer adalah data yang diperoleh melalui atau berasal dari pihak pertama yang memiliki suatu data**”.²¹

3.5 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner

Menurut Willy Abdillah dan Jogiyanto Hartono :

Kuesioner adalah metode pengumpulan data primer menggunakan sejumlah item pertanyaan atau pernyataan dengan format tertentu. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang paling umum digunakan dalam studi lapangan atau survei.²²

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *Self-administered*, yaitu metode distribusi langsung kuesioner kepada responden, bahkan dengan memberi pengarahan dan informasi pendahuluan tentang proses pengisian kuesioner.

2. Metode Kepustakaan

Penulis membaca buku-buku yang mendukung dan berhubungan dengan permasalahan yang diangkat penulis. Membaca informasi dari berbagai literatur-literatur misalnya jurnal yang memuat pembahasan berkaitan dengan penelitian.

3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Menurut Ananta

²¹**Ibid.**, hal. 51.

²²**Ibid.**, hal. 52.

Wikrama Tungga A, et.al, “**Variabel *independen* atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat)**”.²³ Variabel *independen* dalam penelitian ini adalah *framing effect*, kompensasi, dan *self efficacy*. Menurut Ananta Wikrama Tungga A, et.al, “**Variabel *dependen* atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas**”.²⁴ Variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan investasi.

3.6.2 Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Independen

1. *Framing Effect*

Framing effect atau efek pembingkaiian adalah efek pada penilaian yang dibuat pengambil keputusan karena penyajian yang berbeda terhadap cara, format, atau penekanan hal-hal tertentu sebuah informasi. *Framing effect* menimbulkan perilaku yang berbeda dalam pengambilan keputusan terhadap sebuah masalah yang sebenarnya sama. Terdapat 2 (dua) tipe *framing effect* yakni *framing effect* positif dan *framing effect* negatif.

Framing effect positif ditampilkan dalam suatu bentuk informasi yang mengandung potensi penghematan atau keuntungan (*gain*). Sebaliknya, *framing effect* negatif ditampilkan dalam suatu bentuk informasi yang mengandung potensi pemborosan atau kerugian (*loss*). *Framing* adalah efek pada penilaian yang kita buat karena cara penyampaian informasi. Informasi yang sama jika disampaikan dengan cara berbeda akan menimbulkan penilaian yang berbeda. Untuk melihat pengaruh

²³Ananta Wikrama Tungga A, et.al, **Metodologi Penelitian Bisnis**, Cetakan Pertama: Graha Ilmu, Yogyakarta, 2014, hal. 25.

²⁴Loc. Cit

variabel *Framing Effect* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi, variabel ini dimanipulasi dengan memberi responden satu dari delapan versi kasus yang berbeda, yaitu kasus A, B, C, dan D dengan manipulasi informasi yang mengandung *Framing Effect* positif. Selanjutnya, manipulasi informasi yang mengandung *Framing Effect* negatif terdapat pada kasus E, F, G dan H. Variabel *Framing Effect* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan variabel *dummy*. Peneliti memberikan angka 0 untuk kondisi *framing effect* positif dan kategori 1 untuk kondisi *framing effect* negatif.

2. Kompensasi

Kompensasi adalah bentuk balas jasa berupa uang, barang langsung atau tidak langsung yang diberikan kepada manajer atas kinerja yang diberikan. Kompensasi merupakan salah satu biaya agen (*agency cost*) yang dikeluarkan perusahaan sebagai biaya riil atas sistem pengendalian manajemen. Tujuan pemberian kompensasi kepada manajer adalah agar manajer memberikan kinerja terbaik dan bergerak sesuai tujuan dan strategi perusahaan.

Untuk melihat pengaruh Kompensasi terhadap Pengambilan Keputusan Investasi, variabel ini dimanipulasi dengan memberi responden satu dari delapan kasus yang berbeda, yaitu kasus A, C, E, dan G yang memberikan informasi kepada manajer mengenai adanya Kompensasi beserta konsekuensi atas penerimaan Kompensasi tersebut, sedangkan kasus B, D, F dan H tidak memberikan informasi kepada manajer mengenai adanya Kompensasi. Variabel Kompensasi dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan variabel *dummy*. Peneliti memberikan angka 0 jika tidak terdapat informasi mengenai Kompensasi dan angka 1 jika terdapat informasi mengenai Kompensasi.

3. *Self Efficacy*

Self efficacy adalah keyakinan diri seseorang terhadap kemampuannya untuk melakukan suatu bentuk control terhadap keberfungsian orang itu sendiri dan kejadian dalam lingkungan mempengaruhi individu di dalam pengambilan keputusan investasi. penilaian apakah dapat melakukan tindakan yang baik dan buruk, tepat atau salah, bias atau tidak mengerjakan sesuatu dengan dipersyaratkan sebagai pilihan yang tepat dalam melakukan pengambilan keputusan. Untuk melihat pengaruh *Self Efficacy* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi, variabel ini dimanipulasi dengan dua perlakuan yaitu *Self Efficacy* yang rendah dan *Self Efficacy* yang tinggi Variabel *self efficacy* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan variabel *dummy*. Peneliti memberikan angka 0 untuk kondisi *self efficacy* yang rendah dan angka 1 untuk kondisi *self efficacy* yang tinggi.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Pengambilan Keputusan Investasi. Pengambilan Keputusan Investasi adalah komitmen dana pada satu atau lebih asset yang biasanya berjangka waktu panjang dengan harapan memperoleh keuntungan di masa depan. Variabel Pengambilan Keputusan Investasi dalam penelitian ini menunjukkan preferensi keyakinan partisipan dalam memilih untuk melakukan atau tidak melakukan Pengambilan Keputusan Investasi.

3.7 Teknik Analisi Data

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Terdapat dua jenis pendekatan untuk mengukur validitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *face validity* dan analisis faktor dengan *Confirmatory Factor Analysis*. Suatu instrumen disebut memiliki *face validity* jika menurut penilaian subjektif di antara para profesional bahwa instrumen tersebut merefleksikan secara akurat sesuatu yang seharusnya diukur.

Untuk uji validitas digunakan *Pearson Correlation*, *Pearson Correlation* merupakan salah satu ukuran korelasi yang digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan linier dari dua variabel. Dua variabel dikaitkan berkorelasi apabila perubahan salah satu variabel disertai dengan perubahan variabel lainnya, baik dalam arah yang sama ataupun arah yang sebaliknya.

Setelah instrumen diketahui validitasnya, maka tahap selanjutnya adalah menghitung reliabilitas instrumen. Metode yang digunakan untuk menghitung reliabilitas instrumen dalam penelitian ini adalah metode *Cronbach's Alpha* yaitu salah satu teknik dalam pengujian reliabilitas *internal consistency*. Pengujian reliabilitas dengan teknik *Cronbach's Alpha* dilakukan untuk jenis data essay/interval.

3.7.2 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Framing Effect*, Kompensasi, dan *Self Efficacy* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi. Pengujian hipotesis menggunakan pengujian secara parsial (Uji t) dan pengujian secara simultan (Uji F).

1. Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independennya. Atau dengan kata lain menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai signifikansi lebih kecil dari α maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan), berarti secara individual variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih besar dari α maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan), yang berarti secara individual variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan dalam menolak atau menerima hipotesis adalah :

Ha diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ untuk $\alpha = 5\%$

Ha ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ untuk $\alpha = 5\%$

