

## Bias Perilaku dalam Pengambilan Keputusan Keuangan UMKM: Studi Kasus Pendanaan Jangka Panjang Atwaajus Payaman Andonosari Kec. Tutur Kab. Pasuruan

Ach. Sadili Ridho<sup>1</sup>, Ainur Rohmadiyah Sherina Puteri<sup>2</sup>, Ditta Noviana Putri<sup>3</sup>,  
Muhammad Sofiyah Hadi<sup>4</sup>, Nurul Izzahtul Islamiah<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Yudharta Pasuruan

sadiliridho192@gmail.com<sup>1</sup>, sherinaputeri82@gmail.com<sup>2</sup>, dittanoviana856@gmail.com<sup>3</sup>,  
izzahn686@gmail.com<sup>4</sup>

### ABSTRACT

*This study examines the influence of behavioral biases on long-term financing decisions in the ATWAJUUS PAYAMAN MSME, located in Desa Andonosari, Tutur District, Pasuruan. Primary data were collected through semi-structured interviews with the business founders, field observations, and operational documentation since 2015. A thematic analysis was conducted to identify decision-making patterns driven by psychological factors such as risk aversion, loss aversion, status quo bias, and herding behavior. The results indicate that the owners consistently rely on internal capital to avoid the psychological burden of interest and installments, reduce production volume when input prices surge, and maintain manual processes despite available automation options to empower local labor. The introduction of new product variants is also influenced by observing successful peers, even without formal market analysis. Limited financial literacy delays the adoption of digital financing, but positive responsiveness emerges following education and guidance. These findings underscore the need for training programs and access to low-interest micro-loans to support production capacity building and product innovation in rural MSMEs.*

**Keywords :** Behavioral bias; long-term financing; MSMEs; risk aversion; internal capital

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh bias perilaku dalam pengambilan keputusan pendanaan jangka panjang pada UMKM ATWAJUUS PAYAMAN di Desa Andonosari, Kecamatan Tutur, Kabupaten Pasuruan. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan pendiri usaha, observasi lapangan, dan dokumentasi operasional sejak tahun 2015. Analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti risk aversion, loss aversion, status quo bias, dan herding behavior. Hasil menunjukkan bahwa pemilik usaha secara konsisten mengandalkan modal internal untuk menghindari tekanan bunga dan cicilan, mengurangi volume produksi saat harga bahan baku melonjak, serta mempertahankan metode manual meskipun ada opsi otomatis, demi memberdayakan tenaga kerja lokal. Keputusan menambah varian produk juga dipengaruhi oleh pengamatan terhadap pelaku UMKM lain yang sukses, meski tidak selalu didasarkan pada analisis pasar formal. Tingkat literasi keuangan yang terbatas menghentikan penerapan pembiayaan digital, namun responsivitas positif muncul setelah adanya edukasi dan pendampingan. Temuan ini menegaskan perlunya program pelatihan dan akses modal mikro dengan bunga rendah untuk mendukung pengembangan kapasitas produksi dan inovasi produk pada UMKM pedesaan.

**Kata kunci :** Bias perilaku; pendanaan jangka panjang; UMKM; penghindaran risiko; modal dalam.

### PENDAHULUAN

Penciptaan nilai ekonomis perusahaan bermula pada keputusan keuangan sebagai elemen dasar dan terbesar (Hall dalam Siallagan, 2020). Fenomena keputusan keuangan

dapat dijelaskan dengan lebih baik melalui model yang mengakui bahwa beberapa investor tidak sepenuhnya rasional atau menyadari bahwa tidak mungkin sesuai dengan perhitungan (Barberis dan Thaler dalam Fityani & Arfinto, 2015). Pada kenyataannya, investor tidak selalu berpikir dan berperilaku rasional dalam mengambil suatu keputusan di bidang keuangan. Perilaku investor dapat didorong oleh keserakahan dan ketakutan, spekulatif, disesatkan oleh emosi yang ekstrim, pemikiran yang subjektif serta mengikuti keinginan sebagian besar orang dan secara konsisten membentuk irrational expectation untuk kinerja masa depan perusahaan dan ekonomi secara keseluruhan dan dilakukan prediksi atas nilai-nilai fundamental yang terjadi (Shiller dalam Agustina, 2021). Perilaku keuangan pada pasar yang efisien tidak hanya didasarkan pada asumsi sederhana rasionalitas investor, tetapi lebih banyak penelitian telah menunjukkan bahwa mereka tidak realistis (Abu Zarour dalam Ady, 2016). Argumen ini diperkuat pada penelitian lainnya di pasar keuangan yang menemukan bahwa bias kognitif individu yang berbeda yang disebabkan oleh perbedaan psikologi individu memunculkan dugaan tentang kehandalan dan efektivitas pencapaian terhadap suatu harapan atau hasil (Huston Meithiana, 2017). Pengambilan keputusan keuangan didasarkan pada perilaku keuangan (behavioral finance) yang mempertimbangkan bagaimana sifat psikologis mempengaruhi individu atau kelompok bertindak sebagai investor, analis dan manajer (Brown dan Reilly dalam Amirullah & Ratnasari, 2020).

Perilaku keuangan (behavioral finance) merupakan studi tentang kesalahan kognitif dan emosi dalam keputusan keuangan (Sukandani et al., 2019). Memperhatikan pentingnya peran perilaku keuangan dalam proses pengambilan keputusan, maka diperlukan studi lanjutan untuk mencari dan menambahkan teori standar keuangan. Metode utama dari perilaku keuangan adalah bahwa investor tidak selalu rasional dan rentan untuk dipengaruhi dalam kondisi pasar yang tidak selalu efisien (Solihat & Nugraha, 2020; Statman, 2014). Diperlukan prinsip-prinsip emosional untuk pengembangan pengambilan keputusan keuangan (Adinda & Rohman, 2015).

Dua teori yang mendasari perilaku keuangan yakni Heuristics dan Prospect Theory. Pendekatan non-algoritma, trik dan teknik yang digunakan untuk menyelesaikan masalah mengarah ke pendekatan pemecahan masalah heuristik. Investor menentukan temuan untuk diri sendiri dengan proses coba-coba, yang memandu para investor untuk memilih peluang tertentu. Pengambilan keputusan investor tidak rasional sehingga sangat sulit untuk memisahkan faktor-faktor emosional dan mental yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan investor yang melewati proses pengumpulan dan evaluasi informasi yang relevan (Yuesti, 2017). Prospect Theory Utility mengkritik teori utilitas tersebut, yang menyatakan bahwa keputusan investasi terutama saat kondisi berisiko didasarkan pada faktor psikologi, artinya investor dalam berinvestasi tidak hanya menggunakan estimasi atas prospek instrument investasinya tetapi faktor psikologi yang mempengaruhi perilaku keuangan (Hartono et al., 2020; Kahneman & Tversky, 2013). Terkait dengan dua teori itu maka terdapat beberapa bias dalam perilaku manusia yang mempengaruhi keputusan keuangan (Siregar et al., 2022). Kesembilan bias dalam perilaku tersebut adalah (1) Overconfidence, kepercayaan diri yang berlebihan yang mengakibatkan irasional pengambilan keputusan, (2) Representativeness, keterwakilan suatu kejadian

yang disamakan dengan kejadian lainnya, (3) Herding, kesalahan dalam membuat keputusan karena informasi dari kawan yang berlebihan, (4) Anchoring, sikap bertahan pada suatu point untuk merefleksikan keuntungan dan kerugian, (5) Cognitive Dissonance, memperkuat komitmen yang telah dibuat sebelumnya meskipun mungkin terlihat bahwa itu adalah hal yang salah untuk dilakukan (6) Regret aversion, kesalahan psikologis yang muncul dari fokus yang berlebihan pada perasaan penyesalan karena telah membuat keputusan, yang ternyata buruk (7) Gamblers fallacy, ketika investor secara tidak tepat memperkirakan bahwa tren akan berbalik dan ditarik ke dalam pemikiran kontrarian, (8) Mental Accounting, kecenderungan bagi orang untuk memisahkan uang mereka ke dalam rekening terpisah berdasarkan berbagai alasan subjektif. (9) Hindsight, kecenderungan untuk berpikir bahwa seseorang akan mengetahui peristiwa aktual akan terjadi sebelum terjadi, ada yang hadir saat itu atau memiliki alasan untuk memperhatikan (Sina, 2014; Suprasta & Nuryasman, 2020).

Kesembilan bias perilaku tersebut merupakan elemen perilaku irasional yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan keuangan dan atau investasi yang pada akhirnya juga mempengaruhi hasil. Behavioral finance mencoba untuk menemukan jawaban atas pertanyaan tentang apa, mengapa dan bagaimana sudut pandang keuangan dari perilaku individu. Perilaku keuangan muncul sejalan dengan tuntutan dunia bisnis dan akademis yang mulai mengatasi kehadiran aspek perilaku dalam proses pengambilan keputusan keuangan (Gumanti dalam Agung, 2016).

Dalam konteks pengembangan UMKM di Indonesia, pengambilan keputusan keuangan merupakan aspek krusial yang sangat memengaruhi keberlanjutan usaha, khususnya dalam hal pendanaan jangka panjang. Namun, keputusan-keputusan tersebut tidak selalu didasarkan pada pertimbangan rasional semata, melainkan juga dipengaruhi oleh berbagai bentuk bias perilaku (behavioral bias) yang kerap kali tidak disadari oleh pelaku usaha. Studi kasus ini difokuskan pada UMKM Atwaajus yang berlokasi di Desa Payaman, Kecamatan Tukur, Kabupaten Pasuruan, dengan tujuan untuk menggali secara mendalam bagaimana bias perilaku memengaruhi keputusan finansial jangka panjang yang diambil oleh pemilik usaha.

Melalui serangkaian pertanyaan eksploratif, studi ini menginvestigasi berbagai aspek psikologis dan sosial yang dapat memengaruhi preferensi pelaku usaha, seperti kecenderungan untuk lebih memilih dana pribadi dibandingkan pembiayaan eksternal, pengambilan keputusan berdasarkan ketakutan terhadap risiko kerugian, pengaruh lingkungan sosial seperti keluarga dan sesama pelaku UMKM, serta kebiasaan mempertahankan metode lama walaupun ada alternatif yang lebih efisien. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti sikap pelaku usaha terhadap inovasi keuangan seperti pemanfaatan fintech atau layanan pinjaman online, serta bagaimana pengalaman emosional di masa lalu membentuk pola pengambilan keputusan keuangan saat ini.

Berdasarkan hal tersebut, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah: Bagaimana bentuk dan pengaruh bias perilaku dalam pengambilan keputusan pendanaan jangka panjang pada UMKM Atwaajus, serta bagaimana bias tersebut memengaruhi strategi dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang? Pertanyaan ini

menjadi dasar untuk menganalisis lebih jauh implikasi psikologis dan struktural dari perilaku pengambilan keputusan keuangan di sektor UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam pengaruh bias perilaku (behavioral bias) dalam proses pengambilan keputusan pendanaan jangka panjang pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dengan studi kasus pada UMKM Atwajus Payaman di Kecamatan Tuter, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Secara lebih khusus, penelitian ini ingin mengidentifikasi jenis-jenis bias perilaku yang muncul, seperti ketergantungan terhadap dana pribadi, keengganan terhadap risiko (*risk aversion*), ketakutan terhadap kerugian (*loss aversion*), serta pengaruh sosial dari keluarga atau rekan UMKM terhadap keputusan keuangan.

Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana emosi dan pengalaman masa lalu memengaruhi keputusan keuangan yang bersifat jangka panjang, seperti investasi alat produksi atau pengembangan produk baru. Selain itu, studi ini akan menelaah sejauh mana pelaku usaha mempertahankan praktik keuangan tradisional dan sejauh mana keterbukaan mereka terhadap inovasi, termasuk pemanfaatan layanan teknologi keuangan seperti pinjaman online berbasis *peer-to-peer lending*. Dengan menganalisis semua aspek ini, penelitian ini diharapkan dapat merumuskan gambaran komprehensif tentang bagaimana perilaku keuangan pelaku UMKM dibentuk oleh faktor psikologis, sosial, dan kultural dalam konteks lokal.

Penelitian ini memiliki nilai strategis dalam memberikan kontribusi ilmiah dan praktis bagi pengembangan studi keuangan berbasis perilaku (*behavioral finance*) di sektor UMKM. Dari sisi akademik, penelitian ini memperkaya literatur dengan mengangkat konteks nyata dari pelaku usaha di pedesaan yang sering kali belum terwakili dalam studi-studi sebelumnya, khususnya dalam isu pengambilan keputusan finansial yang tidak sepenuhnya rasional. Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif baru mengenai bagaimana bias-bias psikologis dapat secara nyata memengaruhi struktur permodalan dan arah kebijakan keuangan jangka panjang dalam usaha mikro.

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pembuat kebijakan, lembaga keuangan, koperasi, maupun pendamping UMKM sebagai landasan dalam merancang program pembiayaan dan edukasi keuangan yang lebih responsif terhadap karakter dan kebutuhan pelaku usaha kecil. Misalnya, dengan menyediakan layanan pinjaman berbunga ringan yang disertai pelatihan literasi keuangan dan pendampingan dalam pemanfaatan fintech, agar pelaku UMKM dapat membuat keputusan yang lebih bijak dan terinformasi. Selain itu, pemahaman terhadap kecenderungan bias perilaku dapat membantu lembaga terkait dalam menyusun strategi komunikasi yang tepat dalam menyosialisasikan program-program pendanaan jangka panjang yang aman dan inklusif.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya penting untuk mengisi celah dalam kajian akademik, tetapi juga relevan secara sosial dan ekonomi untuk mendukung pertumbuhan dan ketahanan UMKM, khususnya di wilayah pedesaan.

## TINJAUAN LITERATUR

Berbagai studi sebelumnya telah mengulas secara komprehensif mengenai tantangan yang dihadapi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama dalam hal

keterbatasan akses terhadap pendanaan formal dan rendahnya literasi keuangan. Penelitian-penelitian seperti yang dilakukan oleh Beck & Demirgüç-Kunt (2006), Tambunan (2011), serta Lusardi & Mitchell (2014), banyak menyoroti bahwa pelaku UMKM di negara berkembang cenderung bergantung pada sumber pembiayaan informal, seperti dana pribadi atau pinjaman dari kerabat, karena keterbatasan akses ke lembaga keuangan formal maupun karena faktor kepercayaan.

Di sisi lain, perkembangan literatur dalam bidang *behavioral finance* atau keuangan berbasis perilaku telah berhasil mengidentifikasi sejumlah bias psikologis yang sering kali memengaruhi pengambilan keputusan keuangan, baik pada level individu maupun institusi. Beberapa bias yang sering dikaji antara lain *loss aversion* (ketakutan terhadap kerugian), *status quo bias* (kecenderungan mempertahankan kondisi lama), *herding behavior* (ikut-ikutan pelaku lain), serta *anchoring* dan *confirmation bias* (Barberis & Thaler, 2003; Shefrin, 2007; Kahneman & Tversky, 1979). Namun, penelitian-penelitian ini mayoritas masih berfokus pada pasar keuangan modern dan perilaku investor, bukan pada pelaku usaha mikro, terutama yang berada di wilayah pedesaan.

Hal tersebut menimbulkan kesenjangan dalam literatur, yaitu kurangnya studi yang secara langsung meneliti bagaimana bias perilaku memengaruhi pengambilan keputusan finansial pada pelaku UMKM, khususnya dalam konteks keputusan jangka panjang seperti ekspansi usaha, investasi alat produksi, atau penggunaan pendanaan dari lembaga nontradisional seperti fintech. Sebagian besar penelitian UMKM masih menggunakan pendekatan rasional dan struktural, dengan mengabaikan faktor emosional, psikologis, dan sosial dalam proses pengambilan keputusan mereka.

Selain itu, studi berbasis pendekatan studi kasus kualitatif mikro juga masih terbatas. Studi semacam ini diperlukan untuk mengungkap dinamika realitas sosial dan emosional yang tidak tertangkap oleh pendekatan kuantitatif. Terlebih, di tengah pesatnya perkembangan teknologi finansial (fintech dan P2P lending), belum banyak kajian yang mengidentifikasi alasan mengapa pelaku UMKM di pedesaan masih enggan memanfaatkan peluang pembiayaan modern tersebut. Apakah karena faktor ketidaktahuan, bias kognitif, kekhawatiran akan risiko, atau tekanan sosial dari lingkungan?

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi untuk dilakukan guna mengisi kekosongan tersebut. Studi ini akan mengintegrasikan teori-teori *behavioral finance* dalam konteks riil pelaku UMKM, sekaligus menggali secara mendalam bagaimana bias perilaku seperti ketakutan terhadap utang, preferensi terhadap status quo, dan pengaruh lingkungan sosial, secara nyata membentuk pola pengambilan keputusan keuangan mereka. Penelitian ini juga akan memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi pendampingan dan edukasi keuangan yang lebih kontekstual dan berbasis kebutuhan psikologis pelaku usaha.

## Deskripsi Kasus

UMKM *Atwajus Payaman* merupakan usaha minuman sari buah yang dirintis sejak tahun 2015 oleh pasangan suami istri, Hj. Sugeng dan Ibu Kholifah, yang berdomisili di Dusun Payaman, Desa Andonosari, Kecamatan Tuter, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Latar belakang usaha ini berawal dari hasil panen apel yang awalnya hanya dijual ke

tengkulak dengan harga fluktuatif. Melihat potensi buah apel yang melimpah dan keinginan untuk meningkatkan nilai tambah, mereka mulai mengolahnya menjadi minuman sari apel.

Nama "Atwajus" merupakan gabungan dari kata "Atwa" yang berarti berkah atau pemberian, dan "jus", merujuk pada bentuk produknya. Sementara "Payaman" adalah nama dusun tempat usaha ini berdiri. Produksi pertama dilakukan dengan alat sederhana dari dapur rumah tangga. Seiring waktu, jenis produknya berkembang menjadi sari jeruk, jambu, sirsak, dan nanas. Bahan bakunya diperoleh dari kebun sendiri maupun petani sekitar. Produk dikemas dalam cup plastik 120 ml dan dipasarkan dalam kardus berbagai ukuran isi (16, 24, dan 32 cup). Hingga saat ini, seluruh pendanaan bersumber dari modal pribadi tanpa melibatkan pinjaman eksternal.

Atwajus beroperasi di sektor minuman olahan buah, yang dalam beberapa tahun terakhir mengalami pertumbuhan signifikan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap konsumsi sehat. Di wilayah Pasuruan, industri ini didominasi oleh pelaku UMKM yang menjual produk serupa dengan skala kecil hingga menengah. Lanskap persaingan cukup padat karena banyaknya produsen lokal yang memasarkan produk melalui warung tradisional, pasar desa, maupun secara langsung kepada konsumen.

Namun, tantangan utama sektor ini adalah keterbatasan akses terhadap teknologi modern, permodalan, dan inovasi pemasaran digital. Meskipun begitu, keunggulan Atwajus terletak pada bahan baku lokal yang segar dan alami, serta proses produksi higienis, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Berikut kronologi berdirinya UMKM ATWAAJUS PAYAMAN

Tahun	Peristiwa Penting
2015	Mulai produksi sari apel secara mandiri dengan peralatan rumahan dan modal dari hasil panen pribadi.
2016	Peluncuran varian sari jeruk; mulai menjalin kerja sama dengan petani jeruk lokal.
2017	Tambahan varian sari jambu; memperluas distribusi ke pasar tradisional di sekitar Pasuruan.
2018	Memulai sistem titip jual di warung-warung dan toko kecil di pinggir jalan.
2019	Mengembangkan agrowisata petik apel di kebun keluarga sebagai strategi promosi.
2020	Memproduksi varian sari sirsak dan nanas berdasarkan tren pasar lokal.
2021	Evaluasi sistem produksi; mempertimbangkan penggunaan mesin semi-otomatis.
2022	Mulai melakukan promosi sederhana melalui media sosial dan WhatsApp Group.
2023	Menjelajahi kemungkinan pembiayaan jangka panjang melalui fintech, masih dalam tahap penjajakan.

Berikut kita juga menyebutkan beberapa pihak yang terlibat dalam UMKM ini:

1. Pendiri (Hj. Sugeng & Ibu Kholifah): Bertanggung jawab atas semua keputusan strategis perusahaan, mulai dari operasional hingga ekspansi produk.

2. Keluarga Inti: Terlibat aktif dalam operasional usaha serta menjadi sumber ide dalam pengembangan produk dan kemasan.
3. Petani Sekitar: Pemasok utama bahan baku buah yang menjalin hubungan saling menguntungkan dengan UMKM ini.
4. Pekerja Lokal: Dibantu oleh warga sekitar yang direkrut untuk proses produksi, khususnya saat permintaan meningkat.
5. Pengecer & Mitra Distribusi: Warung kecil, toko kelontong, dan pedagang di pasar tradisional menjadi kanal utama penyaluran produk.
6. Konsumen Lokal & Wisatawan: Target utama penjualan yang berasal dari komunitas sekitar dan pengunjung agrowisata.
7. Pemerintah Desa & Lembaga Koperasi: Berpotensi menjadi mitra dalam program pelatihan UMKM dan fasilitasi akses pembiayaan.
8. Pihak Fintech & Lembaga Keuangan: Calon mitra pembiayaan masa depan untuk ekspansi dan modernisasi usaha.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan kerangka studi kasus untuk memahami secara mendalam pengaruh bias perilaku terhadap keputusan pendanaan jangka panjang UMKM Atwajus Payaman di Dusun Krajan, Desa Andonosari, Kecamatan Tutur, Pasuruan.

Data primer dihimpun melalui wawancara semi-terstruktur dengan kedua pendiri (Hj. Sugeng dan Ibu Kholifah), berfokus pada pola pengambilan keputusan, pilihan sumber modal, pengalaman emosional, serta sikap terhadap inovasi keuangan seperti layanan fintech. Sebagai pelengkap, peneliti melakukan observasi langsung di lokasi produksi dan mengumpulkan dokumentasi seperti catatan keuangan, foto aktivitas, dan materi promosi.

Proses analisis memanfaatkan analisis tematik, yakni menyaring wawancara untuk menemukan pola-pola utama, kemudian mengaitkannya dengan konsep-konsep dalam behavioral finance (misalnya *loss aversion*, *status quo bias*, dan *herding behavior*). Untuk memastikan keandalan temuan, digunakan teknik triangulasi data (wawancara, observasi, dokumentasi), serta member checking dengan narasumber dan penyajian deskripsi kontekstual yang kaya. Berikut sebagai pedoman dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini. Literature Review Bias Perilaku dalam Pengambilan Keputusan Keuangan UMKM: Studi Kasus Pendanaan Jangka Panjang Sari Apel di Tutur, Pasuruan

No:	Indikator	Pertanyaan	Informan	Teknik Pengumpulan Data	Alat Bantu
1.	Latar Belakang Usaha dan Keuangan	a. Bisakah Bapak/Ibu ceritakan sedikit tentang sejarah berdirinya usaha ini?	Pemilik Usaha (Hj. Sugeng & Ibu Kholifah)	Wawancara	Pedoman wawancara, alat rekam

		b. Bagaimana biasanya Bapak/Ibu mendapatkan modal usaha (baik jangka pendek maupun panjang)?	Pemilik Usaha	Wawancara	Pedoman wawancara, alat rekam
2.	Preferensi dan Pengambilan Keputusan	a. Apakah Bapak/Ibu lebih suka menggunakan dana pribadi dibandingkan pinjaman? Mengapa?	Pemilik Usaha	Wawancara	Pedoman wawancara, alat rekam
3.	Pengaruh Emosi dan Psikologi	a. Apakah Bapak/Ibu pernah mengambil keputusan penting karena rasa khawatir atau takut rugi?	Pemilik Usaha	Wawancara	Pedoman wawancara, alat rekam
		b. Seberapa besar pengaruh pendapat orang lain (keluarga, teman, rekan UMKM) terhadap keputusan finansial Bapak/Ibu?	Pemilik Usaha	Wawancara	Pedoman wawancara, alat rekam
4.	Bias Perilaku	a. Apakah Bapak/Ibu cenderung mempertahankan cara lama meskipun ada cara baru yang lebih efektif?	Pemilik Usaha	Wawancara	Pedoman wawancara, alat rekam
		b. Apakah pernah mengambil keputusan hanya karena ikut-ikutan pelaku UMKM lain yang dianggap sukses?	Pemilik Usaha	Wawancara	Pedoman wawancara, alat rekam
		c. Apakah Bapak/Ibu cenderung menghindari risiko, meskipun peluangnya besar?	Pemilik Usaha	Wawancara	Pedoman wawancara, alat rekam
5.	Fintech dan Inovasi	a. Apakah Bapak/Ibu pernah atau tertarik menggunakan pinjaman online (P2P lending, fintech)? Mengapa ya/tidak?	Pemilik Usaha	Wawancara	Pedoman wawancara, alat rekam
6.	Refleksi dan Harapan	a. Kalau melihat ke belakang, adakah keputusan finansial yang menurut Bapak/Ibu terlalu emosional?	Pemilik Usaha	Wawancara	Pedoman wawancara, alat rekam
		b. Apa harapan Bapak/Ibu terkait dukungan keuangan	Pemilik Usaha	Wawancara	Pedoman wawancara, alat rekam



		jangka panjang di masa depan?			
--	--	-------------------------------	--	--	--

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan pemilik usaha ATWAJUUS PAYAMAN, ditemukan bahwa pengelolaan keuangan usaha dilakukan secara konservatif dan mengutamakan kenyamanan psikologis. Sejak awal berdirinya pada tahun 2015, usaha ini sepenuhnya dibiayai dari modal pribadi, yang berasal dari hasil penjualan apel kebun sendiri. Strategi pembiayaan bersifat internal, di mana keuntungan dari penjualan produk digunakan kembali untuk membeli bahan baku, alat produksi, dan kebutuhan kemasan. Pemilik usaha tidak pernah mengakses pembiayaan dari bank atau lembaga lain, bahkan untuk kebutuhan operasional jangka pendek sekalipun, karena merasa perputaran kas dari penjualan sudah cukup untuk mendukung kelangsungan produksi secara mandiri.

Kecenderungan menggunakan dana sendiri didasari oleh kekhawatiran terhadap risiko pinjaman, terutama terkait kewajiban pembayaran bunga dan cicilan yang berpotensi menimbulkan tekanan mental. Sebagai usaha rumahan dengan skala kecil, pemilik merasa lebih tenang dan fleksibel dalam menjalankan bisnis tanpa beban utang. Meskipun pertumbuhan usaha tidak berlangsung secara cepat, pendekatan ini memberikan rasa aman. Pemilik juga menyatakan bahwa apabila di kemudian hari usaha telah mencapai stabilitas yang lebih baik, pinjaman akan dipertimbangkan dengan syarat bunga ringan dan proses pengajuan yang tidak memberatkan.

Selain itu, dalam menghadapi fluktuasi harga bahan baku seperti apel, pemilik menunjukkan pola pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh rasa khawatir akan potensi kerugian. Ketika harga apel melonjak tinggi, mereka tidak serta-merta menghentikan produksi, melainkan menurunkan jumlah output agar tetap bisa beroperasi. Keputusan ini mencerminkan sikap kehati-hatian yang dipengaruhi oleh faktor emosional, sekaligus menunjukkan strategi kompromi agar usaha tetap berjalan meskipun dalam skala terbatas.

Sikap hati-hati juga terlihat dalam penerapan teknologi baru. Pemilik cenderung mempertahankan metode produksi manual meskipun telah tersedia opsi mesin otomatis, dengan alasan keterjangkauan biaya dan keinginan untuk tetap memberdayakan tenaga kerja dari lingkungan sekitar. Dalam hal inovasi produk, keputusan untuk menambah varian rasa seperti sari sirsak juga tidak sepenuhnya berasal dari perhitungan rasional, melainkan karena mengikuti tren pelaku UMKM lain yang dianggap berhasil. Namun, pendekatan ini terbukti cukup berhasil karena varian baru tersebut diterima pasar dengan baik.

Keterbatasan pengetahuan terhadap layanan pembiayaan digital (seperti fintech atau pinjaman online) menyebabkan pemilik belum tertarik memanfaatkannya. Mereka mengakui masih belum memahami sistem bunga dan tenor pinjaman secara utuh, dan merasa khawatir akan risiko tagihan yang membebani jika terjadi kesalahpahaman. Meskipun demikian, apabila terdapat pendampingan dari pihak terpercaya dan edukasi yang jelas, mereka membuka diri untuk mempertimbangkan opsi tersebut sebagai sumber pendanaan alternatif di masa depan.

Refleksi atas pengalaman masa lalu juga menunjukkan adanya pengaruh emosional dalam pengambilan keputusan keuangan, terutama pada tahap awal usaha. Pemilik pernah melakukan pembelian alat produksi yang ternyata tidak terlalu dibutuhkan, sehingga jarang digunakan dan dinilai kurang efisien. Dari pengalaman tersebut, mereka belajar untuk tidak terburu-buru dalam mengambil keputusan, terutama ketika menyangkut alokasi dana dalam jumlah besar.

Di sisi lain, pemilik menyampaikan harapan adanya program bantuan dari pemerintah atau koperasi lokal, terutama dalam bentuk pembiayaan yang terjangkau serta pelatihan kewirausahaan. Akses terhadap pinjaman berbunga ringan dan prosedur yang tidak rumit akan sangat membantu dalam meningkatkan kapasitas produksi serta mendukung pengembangan produk. Selain itu, pelatihan manajemen usaha yang aplikatif diharapkan dapat meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola keuangan dan memperluas jaringan pemasaran.

## **KESIMPULAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan keuangan dalam usaha ATWAJUUS PAYAMAN sangat dipengaruhi oleh bias perilaku, khususnya dalam konteks pendanaan jangka panjang. Pemilik usaha cenderung menghindari risiko (risk averse) dengan lebih memilih menggunakan modal internal dibandingkan pinjaman eksternal. Hal ini dilatarbelakangi oleh kekhawatiran terhadap bunga, cicilan, serta beban psikologis yang menyertainya.

Selain itu, terdapat kecenderungan loss aversion yang ditunjukkan melalui pengurangan volume produksi saat terjadi kenaikan harga bahan baku, sebagai upaya meminimalisasi potensi kerugian. Sementara itu, status quo bias tampak dari keputusan untuk tetap menggunakan metode produksi manual meskipun tersedia teknologi otomatis yang lebih efisien, demi mempertahankan kenyamanan kerja dan pemberdayaan tenaga lokal. Keputusan untuk menambah variasi produk juga menunjukkan adanya herding behavior, yakni meniru pelaku UMKM lain yang dianggap sukses, meskipun tanpa didahului analisis pasar yang mendalam.

Keterbatasan literasi keuangan menyebabkan rendahnya pemanfaatan layanan pembiayaan digital, seperti fintech. Namun, pemilik usaha menunjukkan sikap terbuka untuk mencoba sumber pendanaan alternatif tersebut apabila tersedia pendampingan dan edukasi yang memadai. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa pengambilan keputusan finansial pada UMKM tidak sepenuhnya rasional, melainkan dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial yang bersifat personal. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dalam bentuk pelatihan keuangan dan akses pendanaan yang inklusif, agar UMKM di pedesaan mampu tumbuh secara berkelanjutan dan kompetitif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adinda, A. R., & Rohman, A. (2015). Pengaruh faktor perilaku terhadap pengambilan keputusan investasi pada mahasiswa. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(4), 1–12.
- Agung, W. D. (2016). *Bisnis keuangan mikro di Indonesia: Analisis posisi dan peran BMT dalam pemberdayaan ekonomi umat* (Tesis, Universitas tidak disebutkan).

- Amirullah, & Ratnasari, S. L. (2020). *Keuangan Perusahaan*. Bumi Aksara.
- Barberis, N., & Thaler, R. (2003). A survey of behavioral finance. *Handbook of the Economics of Finance*, 1, 1053–1128
- Beck, T., & Demirgüç-Kunt, A. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2931–2943.
- Brown, K. C., & Reilly, F. K. (2009). *Analysis of Investments and Management of Portfolios* (9th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Fityani, S., & Arfinto, A. (2015). Pengaruh perilaku investor terhadap pengambilan keputusan investasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(2), 1–15.
- Hartono, J., Nugroho, L., & Suryanto, T. (2020). Behavioral finance dan pengaruhnya terhadap keputusan investasi di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 13–24.
- Huston, M. (2017). Financial literacy and the financial behaviors of Millennials. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 28(2), 181–196.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (2013). *Choices, Values, and Frames*. Cambridge University Press.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Siallagan, M. (2020). *Behavioral Finance: Keputusan Investasi dan Psikologi Investor*. Graha Ilmu.
- Sina, P. G. (2014). Tipe kepribadian dalam personal finance. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 8(1), 54–59.
- Siregar, S., Marbun, D. S., & Sinaga, B. L. (2022). Perilaku investor dan pengaruhnya terhadap keputusan investasi generasi milenial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(2), 101–115.
- Shefrin, H. (2007). *Behavioral Corporate Finance: Decisions that Create Value*. McGraw-Hill/Irwin.
- Shiller, R. J. (2003). From efficient markets theory to behavioral finance. *Journal of Economic Perspectives*, 17(1), 83–104.
- Solihat, A., & Nugraha, N. M. (2020). Behavioral bias dalam pengambilan keputusan investasi. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 159–170.
- Statman, M. (2014). *Behavioral Finance: The Second Generation*. CFA Institute Research Foundation.
- Sukandani, Y., Firmansyah, R., & Ramadhani, Y. (2019). Faktor-faktor psikologis dalam pengambilan keputusan investasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 20(1), 33–41.
- Suprasta, N., & Nuryasman, M. N. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan investasi saham. *Jurnal Ekonomi*, 25(2), 251–269.
- Tambunan, T. T. H. (2011). Development of small and medium enterprises in a developing country: The Indonesian case. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 5(1), 68–82.

- Yuesti, A. (2017). Pengaruh literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan investasi. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(2), 85–94.
- Zarour, A. (2016). Behavioral biases in investment decision making: Evidence from Palestine. *Middle East Journal of Business*, 11(1), 45–52.