

EKONOMI BEHAVIORAL UNTUK PELANCONG

Rendra Suroso
Dept. Cognitive Science
Bandung Fe Institute

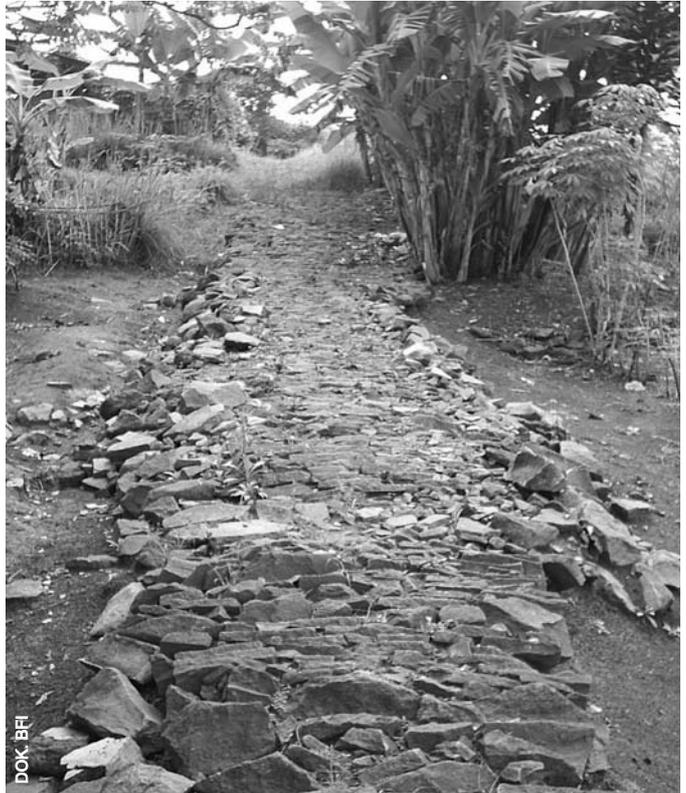
ARTIKEL INI SEMOGA MENJADI PENUNJUK JALAN yang tepat ke ekonomi behavioral (*behavioral economics*, BE), dari definisi, metodologi, temuan, dan sedikit komentar. Pendek dan ringkas, dengan harapan, cukup bagi pembaca yang hanya melancong, tapi tidak merasa berkepentingan untuk hidup di dalamnya.

Mengapa setelah kata 'ekonomi' ada kata 'behavioral'? BE bukan behaviorisme yang memperlakukan pikiran manusia sebagai kotak hitam yang hanya bisa diamati masukan dan keluarannya saja. Alih-alih, BE mengasumsikan keberadaan mesin mental yang memproses informasi yang diterima oleh mekanisme sensorik, biasa disebut persepsi, dan akhirnya membangkitkan perilaku, *behavior* atau *behaviour* yang teramati oleh orang luar. BE adalah salah satu cabang ilmu ekonomi yang berusaha mencari sebab musabab berbagai perilaku ekonomis, baik dari persepsi, maupun dari efek mental yang ada di mesin mental yang bersangkutan.

Bila sebab-sebab ini dikumpulkan, maka yang kita dapat dari BE adalah model agensi ekonomis, atau secara sederhana, bagaimana setelah mendapat input, seorang agen ekonomis akan memprosesnya sebelum akhirnya membagikan perilaku ekonomis tertentu.

METODOLOGI

BE adalah sebuah ilmu yang, seperti inspirasi behavioralnya, sangat eksperimental. Temuan-temuan



DOK: BFI

BE adalah temuan eksperimental, biasanya dengan memakai sekelompok partisipan di sebuah lingkungan eksperimen. Hasil yang didapatkan memang sangat sering bersifat spesifik bergantung eksperimennya, susah terhubung dengan temuan eksperimen lain, tetapi jelas menunjukkan pelanggaran terhadap model standar agensi ekonomis. Model yang dimaksud adalah model neoklasik yang di artikel ini secara sederhana hanya diterangkan mencakup dua hal: peluang dan pilihan.

Tapi sebelum melangkah lebih jauh, perlu ditekankan, karena ketakteraturan temuan BE, akhirnya BE menjadi sains yang menurut beberapa tokohnya, eklektik, campur-campur. Istilah Colin Camerer dan Richard Loewenstein, BE seperti seorang buruh tambang yang punya berjenis-jenis bor untuk membuat liang di tanah yang sama. Tidak ada kriteria tegas yang memisahkan dia dari ekonomi maupun psikologi.

Untunglah ada semacam heuristik, semacam metode umum yang mencegah semua eksperimen dan interpretasi eksperimental menjadi barbar yang nantinya akan membuat pelancong seperti kita akan tersesat. Jelasnya sebagai berikut.

Awalnya, periset BE harus punya sebuah model standar tentang agen ekonomi (biasanya model standar yang dipakai ekonom neoklasik), gambaran paling umum tentang *homo oeconomicus*, prinsip-prinsip dasar ekonomis apa saja yang setiap manusia mungkin punya. Tatkala model standar ini bergerak menjauhi data eksperimental, maka agenda riset BE adalah merumuskan modifikasi model yang sesuai dengan data. Tapi setiap modifikasi harus mematuhi tiga batasan, anggap saja semacam doktrin: *realitas*, *generalitas*, dan *traktabilitas*.

Realitas mengharuskan bahwa semua model agen ekonomi harus dibangun dari asumsi yang realistis. Artinya, model yang didapat harus dibangun oleh variabel-variabel yang secara psikologis maupun ekonomis ada, dan bisa diukur. *Generalitas* menyatakan bahwa, setelah kita mempunyai model standar yang umum, menambahkan sedikit variabel adalah sah-sah sahaja karena tambahan variabel ini tidak mengubah model awal, dan generalitas alias keberlakuannya secara umum di manusia manapun diasumsikan tetap terjaga. Terakhir, *traktabilitas*, lebih menyangkut kapasitas kalkulasi atau komputasi. Artinya, setiap model hasil modifikasi harus tetap traktabel, pergerakan variabelnya bisa dihitung dengan tangan atau alat, dan ternyata masih mempunyai solusi yang konklusif.

Baru setelah itu, bor BE bisa diarahkan ke target tertentu. Target umum biasanya hanya dua: *peluang* dan *pilihan*, keduanya ditempatkan di berbagai kasus realistik dan biasanya terinspirasi oleh 'data lapangan' (ini istilah asli yang dipakai BE). Yang dikritik dari model standar yang memakai konsep peluang, secara sederhana, adalah pernyataan, '*Semakin sering sesuatu, semakin benarlah ia, atau semakin salahlah kebalikannya.*' Yang dikritik dari model standar tentang pilihan, secara sederhana, adalah pernyataan, '*Manusia memilih barang yang nilai gunanya atau utilitasnya maksimal bagi dia relatif terhadap barang lain.*'

Berikut beberapa kritik berdasar fakta eksperimental. Akan ada banyak fenomena spesifik, dan tiap efek biasanya diberi nama tertentu. Untuk tiap nama, saya memakai huruf KAPITAL KECIL untuk penyebutan pertama.

KRITIK KE MODEL PROBABILISTIK

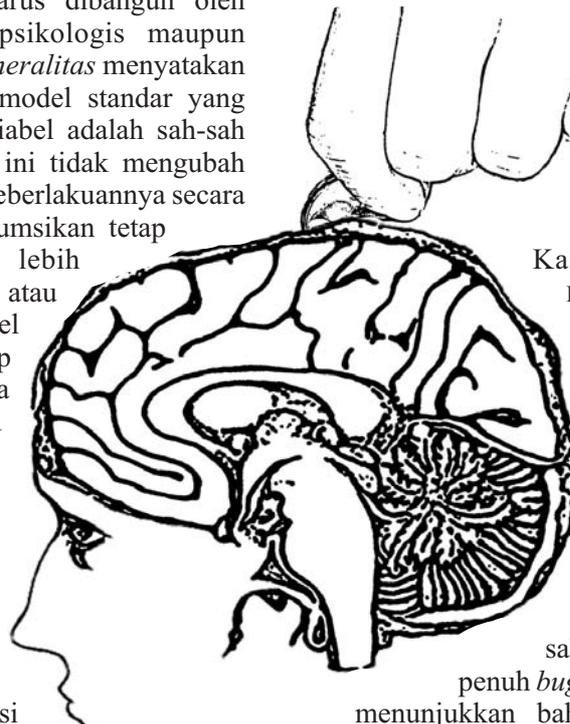
HEURISTIK KETERSEDIAAN (*AVAILABILITY HEURISTIC*)

Dari teori tentang peluang, kita ingat semakin banyak data, maka semakin benarlah hipotesis tentang data itu. Model standar, sayangnya, tidak mempedulikan urutan

kedatangan data. Padahal, orang cenderung menilai peluang tentang terjadinya sesuatu di masa depan berdasarkan mudah tidaknya kejadian itu dibayangkan atau diingat.

Akibatnya, muncul beragam keanehan. Yang paling menonjol adalah *HINDSIGHT BIAS*. Orang lebih mudah membayangkan yang biasanya terjadi, dan bukannya hal-hal yang tidak biasa atau luar biasa. Ketika berdasarkan hal yang biasa, orang menambatkan harapan ke masa depan, berharap akan ada utilitas lebih. Ketika yang terjadi di masa depan ternyata hal yang tidak biasa, akhirnya muncul ketidaktercapaian utilitas, dan ekspresi behavioralnya dramatis. Seorang investor akan menuntut

brokernya gara-gara biasanya si investor untung hingga suatu ketika, di luar kebiasaan, si broker jadi salah portofolio, dan investor jadi rugi besar. Padahal, broker juga manusia.



Kasus lain disebut KUTUKAN PENGETAHUAN (dari psikolog developmental Jean Piaget), yaitu orang yang lebih pintar cenderung sukar membayangkan mengapa orang lain yang kurang pintar susah berpikir dengan cara dia. Programmer Microsoft pernah disuruh melihat bagaimana pengguna yang dikurung di kotak kaca-satu-arah bersusah-payah menggunakan program penuh *bug* yang mereka buat, hanya untuk menunjukkan bahwa tidak semua orang bisa menggunakan komputer sebagaimana seorang programmer handal bisa.

HEURISTIK REPRESENTATIVITAS

Representativitas adalah cara mesin mental dalam menaruh atribut, sifat, atau fitur dari sebuah himpunan ke anggota himpunan, hingga ketika kita bertemu satu anggota himpunan, kita dibimbing oleh heuristik ini untuk melekatkan sifat ke satu anggota himpunan itu. Penggunaan heuristik ini memang efektif dan *handy* dalam keseharian, misalnya, setelah bertemu 10 orang Padang, 9 diantaranya adalah pedagang, maka sifat orang Padang adalah 'pandai dagang'. Ternyata, representativitas kadang melanggar batasan lain yang jelas berlaku.

Di eksperimen Tversky dan Kahneman, partisipan disodori 100 profil deskriptif, diberi tahu bahwa ada 30 insinyur dan 70 pengacara. Berdasarkan profil dan perbandingan ini, setiap partisipan lantas disuruh memutuskan, sebuah profil lebih cocok ke profesi apa, insinyur atukah pengacara. Kemudian, dengan 100 profil yang sama, partisipan yang sama diberi tahu bahwa

ada 70 insinyur dan 30 pengacara dan pertanyaan diulang. Komposisi yang sebenarnya antara insinyur dan pengacara tidak diketahui.

Untuk kasus pertama, seharusnya, pemakaian profil yang menunjuk ke pengacara, lebih banyak bila dibandingkan dengan yang menunjuk ke insinyur, tepatnya 7/3. Sementara, di kasus kedua, perbandingannya seharusnya 3/7. Pada kenyataannya, ternyata kedua perbandingan ini cenderung sama saja untuk kedua kasus. *Base rate* atau perbandingan antara jumlah insinyur dan pengacara di kedua kasus menjadi tidak penting.

HUKUM JUMLAH KECIL

Kita tahu bahwa semakin besar sampel, semakin bagus probabilitas mewakili setiap kejadian. Lemparan koin Rp 500 yang adil tentu menghasilkan 50% melati, dan 50% garuda. Jika kita melemparnya 200 kali dan 4 kali, tentu kemunculan peluang 50% lebih didekati lemparan 200 kali daripada 4 kali. Nyatanya, orang tetap menganggap bahwa keduanya sama saja.

Eksperimen Kahneman dan Tversky melibatkan mahasiswa S-1 yang diberi tahu bahwa ada dua rumah sakit, besar dan kecil, masing-masing mencatat berturut-turut kelahiran bayi laki-laki tiap hari adalah 45 dan 15 orang. Mahasiswa juga diberitahu bahwa keseluruhan bayi laki-laki yang lahir adalah 50%, meskipun kadang bertambah atau berkurang tiap hari. Dalam setahun, tiap rumah sakit mencatat kelahiran per hari bayi laki-laki sebesar 60%. Mahasiswa ditanya, rumah sakit mana yang berpeluang lebih banyak mencatat hari-hari ini? Hanya 22% mahasiswa yang menjawab benar (semakin kecil sampel, semakin jauh ia dari gambaran peluang), yaitu rumah sakit yang kecil.

BIAS KONFIRMASI

Efek ini menyangkut masalah kesalahan pengkodean, yaitu ketika hasil persepsi tidak diterjemahkan sebagaimana mestinya. Hasilnya, ketika kita mempunyai data baru yang bertentangan dengan keyakinan kita, maka data ini justru kita anggap masih sesuai dengan keyakinan kita. Anggap saja seperti ketika kita melihat gadis cantik menjadi buruk rupa, tetapi dia sendiri sebenarnya cantik. Gara-gara kita cemburu karena dia lebih cantik dari kita sajalah, dan bukan karena kita rabun, maka dara jelita ini terlihat jelek di mata kita.

Bayangkan ketika di sebuah pertandingan bulu tangkis, Taufik Hidayat yang sedang menuju kekalahan memprotes wasit karena penjaga garis dia tuduh curang. Taufik *ngambek*, dan suporter fanatik Indonesia menghujat wasit. Lalu ada tayangan ulang. Meskipun

tayangan ulang menunjukkan bahwa sebenarnya penjaga garis tidak keliru, suporter fanatik masih bersikukuh bahwa pertandingan telah menjadi tidak sportif. Mereka memblokir observasi baru yang seharusnya mengubah penilaian mereka tentang curangnya wasit. Suporter dari negeri asing menganggap pertandingan tetap adil karena mereka memakai penilaian yang berbeda. Kedua jenis suporter seakan melihat dua jenis pertandingan yang berbeda. Dalam kejadian sebenarnya, kasus ini diuji oleh Matthew Rabin dan Joel Schrag untuk sebuah pertandingan betulan dan suporter betulan yang menonton tayang ulang.

Kasus lainnya adalah EFEK FITUR POSITIF, misalnya ketika kita baru saja membeli sebuah Toyota Avanza, tahu-tahu kita merasa ada banyak sekali mobil sejenis di jalan, meskipun sebenarnya jumlahnya tidak berubah. Kita hanya bertambah awas terhadap mobil yang serupa dengan punya kita.

EFEK KONJUNGSI

Lewat teori probabilitas, seharusnya kita tahu bahwa peluang untuk mendapatkan satu kejadian *B* lebih besar atau sama dengan peluang untuk mendapatkan *A* dan *B* sekaligus, jika *A* dan *B* independen. Peluang untuk mendapati mahasiswa yang pintar di satu kelas pasti lebih besar dengan peluang untuk mendapati mahasiswa yang pintar sekaligus ganteng, dan mungkin peluangnya sama jika mahasiswa yang pintar ternyata ganteng semua.

Di eksperimen Tversky dan Kahneman, sekelompok partisipan dihadapkan pada uraian berikut:

Linda, 31 tahun, adalah seorang gadis yang masih lajang, terbuka, dan sangat cerdas. Dia jebolan fakultas filsafat. Dulu, ketika masih mahasiswa, dia sangat perhatian terhadap isu-isu diskriminasi dan keadilan sosial, dan aktif berpartisipasi di demonstrasi-demonstrasi anti-nuklir.

Partisipan lalu disodori dua pilihan yang menggambarkan Linda saat ini, yaitu: 1) Linda adalah seorang kasir bank, dan: 2) Linda adalah seorang kasir bank yang aktif dalam pergerakan feminisme. Kita ingat bahwa pernyataan 1) lebih tinggi kemungkinan benarnya dibanding yang kedua. Tapi ternyata, lebih dari 85% partisipan memilih pernyataan kedua.

Kasus yang tidak memakai figur fiktif seperti Linda, memakai bintang lapangan tenis betulan, Bjorn Borg. Partisipan disuruh berandai-andai, Borg sedang di final Wimbledon. Daripada memilih, 'Borg akan mungkin kalah di set pertama,' partisipan lebih memilih, 'Borg mungkin kalah di set pertama tapi akan memenangkan pertandingan.'

setiap model hasil modifikasi harus tetap traktabel, pergerakan variabelnya bisa dihitung dengan tangan atau alat, dan ternyata masih mempunyai solusi yang konklusif

KRITIK KE MODEL PREFERENSIAL

EFEK ACUAN

Efek ini terkenal dengan eksperimen 'penyakit Asia' rekaan Kahneman dan Tversky. Bayangkan ada 600 penderita penyakit imajiner ini, dan Anda punya peluang untuk menyelamatkan penderitanya dengan dua cara. Cara pertama A mengandung kepastian, yaitu 200 orang pasti selamat. Cara kedua B sedikit tidak pasti, ada peluang $1/3$ bahwa semua selamat, tetapi ada peluang $2/3$ semuanya mati. Pilih mana? Orang cenderung memilih A yang tidak mengandung resiko kehilangan semua. Ini untuk ACUAN POSITIF.

Sekarang, untuk penyakit yang sama, kita ubah sedikit cara penyelamatan. Cara pertama A' mengakibatkan kematian 400 orang secara pasti. Cara kedua B' masih sama, yaitu ada peluang $2/3$ bahwa semua bakal tewas, dan peluang $1/3$ semua akan selamat. Di ACUAN NEGATIF ini, orang lebih memilih cara kedua.

Menakjubkan. Dengan mengubah sedikit kalimat yang sebenarnya artinya sama saja, preferensi orang bisa berubah menjadi berlawanan.

EFEK JANGKAR (ANCHORING EFFECT)

Fenomena ini menyangkut kehadiran informasi yang seharusnya tidak relevan, tetapi ternyata masuk hitungan dalam menentukan sebuah pilihan.

Misalkan Anda dihadapkan pada sebuah papan rolet yang menerakan angka 0 sampai 100. Ada jarum di papan rolet yang setelah papan diputar, akan menunjuk satu angka. Rolet diputar. Sebelum rolet berhenti, Anda disuruh menebak, apakah angka yang keluar akan lebih besar atau kecil dengan jumlah negara Afrika di PBB. Eksperimen Tversky dan Kahneman menunjukkan bahwa dari sekelompok orang yang menjalani tes ini, ketika rolet menghasilkan angka 10, nilai tengah jumlah negara yang dipilih adalah 25. Ketika rolet menghasilkan 65, jumlah negaranya menjadi 45.

Putaran rolet bisa kita anggap random, sementara jumlah negara di Afrika yang masuk PBB adalah angka yang bisa diperkirakan dari pengetahuan latar belakang apapun. Tidak ada hubungan antara putaran rolet dan jumlah negara di PBB. Nyatanya, orang terpengaruh oleh informasi yang tidak relevan. Bahkan, ketika partisipan dibayar (hal ini lumrah di eksperimen BE dan ekonomi eksperimental), efek jangkar tetap ada.

PEMBALIKAN PREFERENSI

Misalkan Anda bisa menang lotere F dengan peluang



$9/10$ untuk mendapatkan Rp 100.000, dan hanya ada peluang $1/10$ di lotere G untuk mendapatkan Rp 1.000.000. Nilai ekspektasi keduanya tak terpaut jauh. Pilih mana? Di lain kesempatan, Anda yang jadi bandar dengan peluang dan nilai lotere yang sama, F dan G , sehingga nilai ekspektasi keduanya juga tetap berdekatan. Sekarang Anda pilih mana?

Di kasus pertama, sesuai hasil eksperimen Tversky dan Richard Thaler, orang yang disuruh berperan sebagai pembeli lotere cenderung memilih yang peluang menangnya besar, F . Di kasus kedua, ketika orang berperan jadi bandar, mereka lebih suka lotere G .

Bisa saja dibilang, tidak ada preferensi yang diubah atau dibalik, karena perubahan peran dari pembeli ke bandar, meski implisit, seharusnya juga mengakibatkan perubahan preferensi. Periset BE akhirnya hanya menyatakan bahwa efek seperti ini harus diwaspadai jika ingin diintegrasikan ke sebuah model.

EFEK KONTEKS

Kita biasa bilang, sebuah barang mahal sekali, sementara yang lain murah, tetapi kita tidak punya batasan harga, mana yang mahal dan mana yang murah.

Di efek konteks, sebuah oven bisa dianggap mahal. Tetapi ketika ada oven merek lain masuk pasar, tiba-tiba oven jenis lama tadi berubah menjadi murah. Ini bisa menjadi tambahan pertimbangan di, misalnya, sebuah strategi *marketing mix*.

Eksperimen efek konteks Simonson dan Tversky adalah dengan memberikan pengumuman ke sekelompok orang bahwa akan ada undian dan pemenangnya akan menerima \$6. Pemenang diberi pilihan untuk menukar \$6 ini dengan satu pulpen yang telah dipajang. 10% orang dinyatakan sebagai pemenang, baik yang memilih uang maupun pulpen.

Di eksperimen lanjutan, jenis pulpen ditambah. Ada jenis baru yang kurang menarik dibanding pulpen pertama. Memang cuma 2% dari pemenang yang memilih menukar uang dengan pulpen jelek ini. Tetapi mendadak

permintaan pulpen pertama jadi naik, dari 36% di eksperimen pertama menjadi 46% di eksperimen kedua.

REKAP

Sekarang waktunya merekapitulasi apa yang sudah kita lalui. Kita telah mendapatkan berbagai macam fenomena spesifik, yaitu HEURISTIK KETERSEDIAAN, *HINDSIGHT BIAS*, KUTUKAN PENGETAHUAN, HEURISTIK REPRESENTATIVITAS, EFEK KONJUNSI, HUKUM JUMLAH KECIL, BIAS KONFIRMASI, EFEK FITUR POSITIF, EFEK ACUAN POSITIF, EFEK ACUAN NEGATIF, EFEK JANGKAR, PEMBALIKAN PREFERENSI, EFEK KONTEKS.

Lumayan banyak dan berantakan, atau istilah yang lebih bersahabat, eklektik. Masih banyak efek spesifik seperti TEORI PROSPEK, PREFERENSI TAK-BERUBAH-TERHADAP-WAKTU, QUASI-BAYESIAN, PERSPEKTIF JANGKA-PANJANG, EFEK HIBAH, dan DISKON TERHADAP WAKTU. Jika semua dimasukkan dalam tur kita, tidak ada ruang yang mencukupi.

Dalam rekap ini, saya ingin menekankan beberapa butir pokok pikiran.

Pertama, perangai eklektik dari BE walau bagaimanapun, dihasilkan desain eksperimen bukannya arbitrer, tidak semata-mata manasuka karena aliran data juga diperhitungkan. Artinya, sebuah desain eksperimen sangat disesuaikan dengan kebutuhan. Ini seperti mencocokkan langsung antara mesin mental dengan faktor eksternal yang dihadapi dan dihasilkanlah proposisi yang relevan. Hasilnya memang sangat membantu menyelesaikan masalah.

Yang harus dicatat, menciptakan desain eksperimen tetap harus mempertimbangkan kriteria psikologis. Meskipun orang bisa paham pertanyaan kuesioner sejanggal apapun, tetap ada kriteria pembatasnya, yaitu semantik. Kasus penyakit Asia sudah cukup aneh. Lebih aneh lagi kasus di buku *Thinking and Deciding* Jonathan Baron edisi 2 berikut:

“Varey and Kahneman (1992) told subjects that A must carry a 30-pound suitcase for 200 years, B must carry it for 550 years, and C must carry it for 900 years. When subjects were asked whether B’s “overall physical discomfort for the task as a whole” is closer to A’s or C’s, most subjects thought it was closer to A’s.”

Makhluk apakah yang bisa menggotong kopor sampai ratusan tahun? Parahnya, dia bisa merasa tidak nyaman, lagi. Buku ini konon akhirnya direvisi di edisi 3.

Kedua, menyangkut level deskripsi. Perubahan model untuk berbagai kebutuhan menghasilkan detil yang semakin bertambah. Strategi ini memang berpotensi menghilangkan sebuah model umum agensi ekonomis. Tetapi untuk koleksi agen ekonomi yang makin besar, model yang lebih umum harus dipertahankan, terutama

karena alasan traktabilitas.

Tapi ada strategi lain di BE yang bahkan bergerak semakin mengecil (dan demikian makin memerlukan detail, makin mengesampingkan traktabilitasnya), misalnya menjelaskan agensi ekonomi bahkan tingkat neuronal (misalnya neuroekonomi dan neuromarketing Colin Camerer yang memakai bantuan alat pencitraan otak seperti fMRI). Sepanjang pengetahuan saya, 'pemikroan' seperti ini mem-*by-pass* problem-problem yang tak kunjung terselesaikan di psikologi kognitif, sains kognitif, dan kecerdasan artifisial. Resikonya, neuroekonomi seakan membangun istana pasir, menyusun teori di atas asumsi yang penuh keraguan.

Di sisi lain, isu level deskripsi menjadi sensitif untuk menjawab terhadap kritik filsuf dan ekonom terhadap mesin mental, dan akhirnya agensi ekonomis. Kritik standar biasanya menyatakan bahwa ekonomi tidak memerlukan penjelasan tentang agensi yang rumit-rumit dengan alasan: pertama, tidak perlu; kedua: tidak mungkin; ketiga, tidak menganggap manusia sebagai sebuah keutuhan, tapi hanya angka-angka.

Ketiga, tur untuk para pelancong kita telah selesai. Jelas sudah, artikel ini tidak dilengkapi usaha sugestif, misalnya laporan tentang sub-model formal yang telah dibuat orang. Ini tugas untuk artikel atau paper lain. Jika kita tertarik dengan BE dan tidak sekadar melihat-lihat, ingin menyusun sub-model baru untuk kasus baru, kita bisa mulai dengan daftar bacaan di bawah ini. ■

BACAN LEBIH LANJUT

C. Camerer, G. Loewenstein, & M. Rabin, (ed.), (2002), *Advances in Behavioral Economics*. Princeton: Princeton University Press.

buku teks yang berisi kumpulan paper dari semua bidang riset di BE; metode bervariasi, dari eksperimen partisipan, simulasi komputer, sampai pencitraan otak

Kahneman, D., & A. Tversky. (1979). 'Prospect theory: An Analysis of Decision under Risk'. *Econometrica*, 47(2): 263-92.

paper seminal yang membuatnya paling sering dikutip di *Econometrica*; berisi formulasi awal teori prospek yang dikembangkan dari kecenderungan loss-aversion warisan Maurice Allais

Rabin, M. (1998). 'Psychology and Economics.' *Journal of Economics Literature*, 36(1): 11-46.

Sebuah reviu pendek tentang berbagai macam fenomena spesifik BE dan memberi porsi penjelasan lebih tentang efek dari pembelajaran

Tversky, A., P. Slovic, D. Kahneman. (1990). 'The Causes of Preference Reversal'. *The American Economic Review*, 80(1): 204-17.

Interpretasi dari efek pembalikan preferensi; spekulasi bahwa efek ini lebih dipengaruhi utilitas terhadap harga daripada terhadap pilihan

Tidak MENGAPA KAMI MENDUKUNG PENGURANGAN SUBSIDI BBM ?

yang sedemikian besar



Sebab permasalahan ekonomi bukanlah sekadar permasalahan yang linier...

Lihatlah faktanya. Pencabutan subsidi secara tergesa-gesa menimbulkan tak cuma efek ekonomi, tapi juga efek psikologis dan sosial. Permasalahan harga minyak dunia adalah masalah ketersediaan energi. Permasalahan subsidi adalah efek dari permasalahan tersebut. Mengganti subsidi dengan kompensasi pada orang miskin ibarat mengobati pening di kepala karena sakit gigi dengan memakan obat sakit kepala, padahal pening akan hilang cukup dengan mencabut/mengobati gigi yang sakit. Hanya jika masalah ekonomi bersifat linier saja, maka simulasi tersebut menjadi benar.

Rendahnya harga domestik dibanding harga internasional mendorong rebaknya penyelundupan BBM. Tapi ini tentu bukan masalah harga BBM. Rebaknya penyelundupan adalah karena penyelundupan mungkin dilakukan. Permasalahan penyelundupan adalah permasalahan sosial yang sangat tak linier ketika dikaitkan dengan masalah BBM.

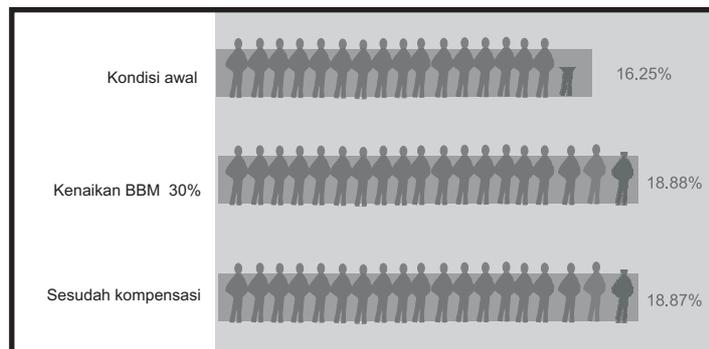
Pencabutan subsidi sepatasnya memikirkan pula situasi pasar dan kebijakan energi nasional. Pengurangan subsidi harus dibarengi upaya dan kebijakan energi alternatif yang sejak lama perlu dipersiapkan sedemikian sehingga ongkos sosial yang mesti dibayar bisa berkurang. Sudah sejauh mana kebutuhan energi industri dan domestik kita siap dengan energi alternatif?

Program kompensasi BBM, apalagi dalam bentuk "bagi-bagi uang pada rakyat" adalah upaya yang cenderung "meninabobokkan" masyarakat secara temporer. Pembangunan adalah tugas negara untuk melayani *stake holder*-nya, yaitu warga negara Indonesia. Jadi tentu terlalu mengada-ada menghubungkan-hubungkan satu masalah dengan masalah lainnya.

Tugas intelektual adalah untuk mencermati permasalahan se-obyektif mungkin. Intelektual disebut intelektual karena terus belajar akan berbagai hal baru dalam menangkap berbagai fenomena dalam masyarakat. Sikap intelektual adalah sikap yang berpijak pada kebenaran ilmiah, *refutability*, dan bukan pada sikap justifikasi yang justru kurang rasional.

Hanya dengan sikap ilmiah ini, intelektual dapat memberikan sumbangsuhnya bagi penajaman kebijakan, dan tak sekadar meng-amin-i angka-angka yang memang terkadang menyilaukan... pun hanya di selembar kertas iklan surat kabar...

DAMPAK KENAIKAN BBM*
Jumlah penduduk



*) simulasi dilakukan pada dunia artifisial sederhana dengan memperhitungkan tingkat inflasi pasca kenaikan BBM dan rasio kompensasi yang diberikan per kebutuhan pokok. Untuk informasi lebih lanjut kunjungi <http://www.bandungfe.net/>