

**PENGARUH GAYA KOGNITIF DAN SPONSORSHIP BIAS
TERHADAP PERLAKUAN OPPORTUNITY COST
DALAM KEPUTUSAN ALOKASI SUMBER DAYA**

**Tesis
untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-2**

**Program Studi Akuntansi
Magister Sains Ilmu Ekonomi
Kelompok Bidang Ilmu-ilmu Sosial**



**diajukan oleh
H. Alfian
22382/IV-3/2285/04**

**Kepada
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS GADJAH MADA
2007**

Tesis

Pengaruh Gaya Kognitif dan *Sponsorship Bias* Terhadap Perlakuan *Opportunity Cost* Dalam Keputusan Alokasi Sumber Daya

dipersiapkan dan disusun oleh

H. Alfian

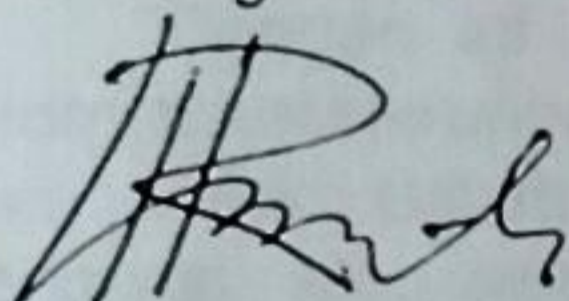
22382/IV-3/2285/04

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 30 Maret 2007

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Dr. Bambang Riyanto LS., MBA

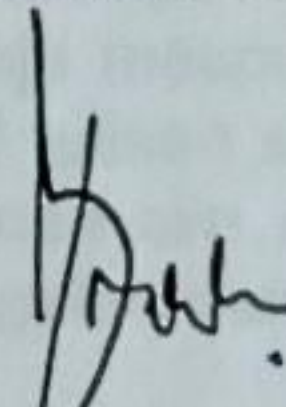
Pembimbing Pendamping I

Pembimbing Pendamping II

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Eko Suwardi, M. Sc

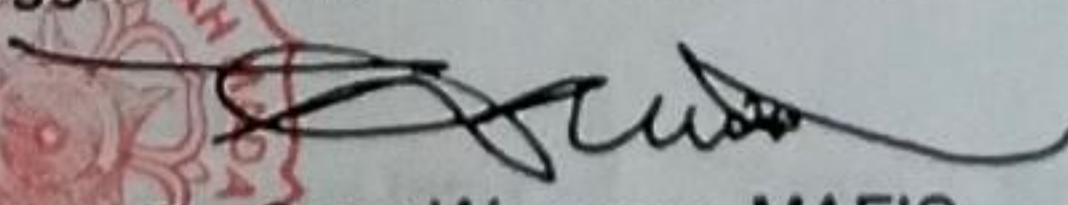
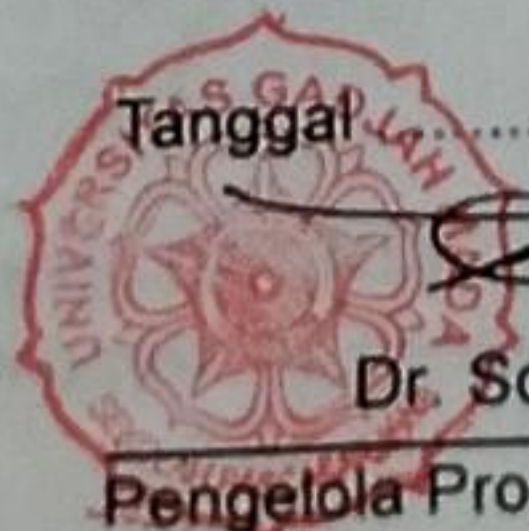


Ratna Nurhayati, SE, M. Com

Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Magister

09 APR 2007

Tanggal



Dr. Sony Warsono, MAFIS

Pengelola Program Studi : Akuntansi



UNIVERSITAS GADJAH MADA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM MAGISTER SAINS DAN DOKTOR

Program Studi Ilmu-Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Manajemen, Akuntansi

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa tesis dengan judul :

**Pengaruh Gaya Kognitif dan *Sponsorship Bias*
Terhadap Perlakuan *Opportunity Cost*
Dalam Keputusan Alokasi Sumber Daya**

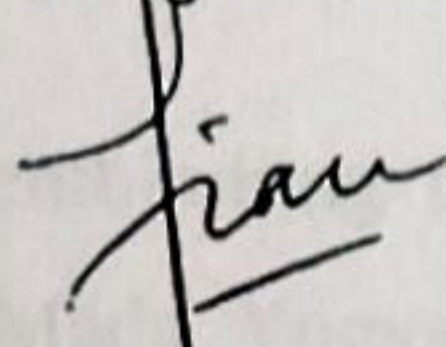
dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 30 Maret 2007, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tesis ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, - atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik tesis yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

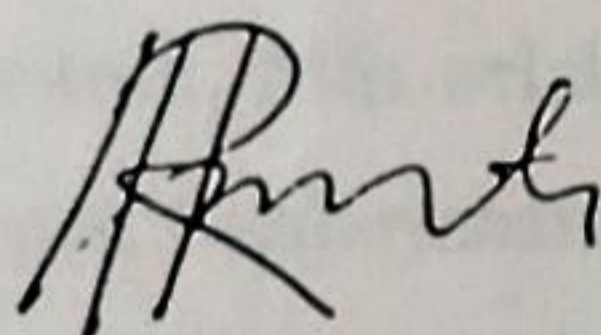
Yogyakarta, 30 Maret 2007

Yang memberi pernyataan



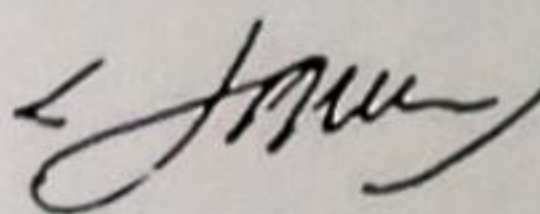
H. Alfian

Saksi 1, sebagai pembimbing tesis merangkap anggota tim penguji tesis:



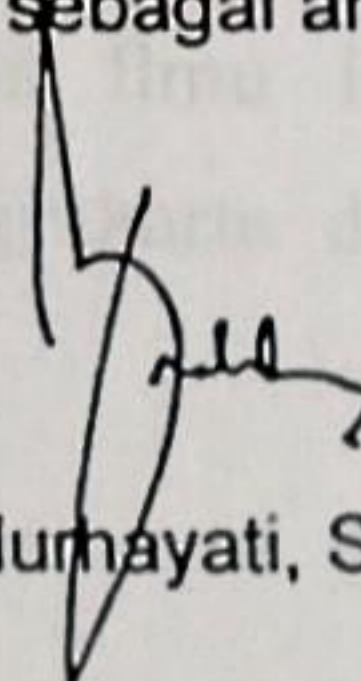
Dr. Bambang Riyanto LS., MBA

Saksi 2, sebagai anggota tim penguji tesis:



Dr. Eko Suwardi, M. Sc

Saksi 3, sebagai anggota tim penguji tesis:



Ratna Nurnayati, SE, M. Com

DAFTAR ISI

Judul	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Lembar Persembahan	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	viii
Abstraksi	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II. TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS.....	7
2.1. Opportunity Cost.....	7
2.1.1. Opportunity Cost Eksplisit Vs Implisit.....	8
2.2. Gaya Kognitif.....	10
2.2.1. Framing Keputusan Alokasi Sumber Daya.....	16
2.3. Sponsorship Bias.....	18
2.4. Interaksi Gaya Kognitif dan Sponsorship Bias	22
BAB III. CARA PENELITIAN.....	24
3.1. Desain Penelitian.....	24
3.2. Subjek Penelitian.....	26
3.3. Variabel Penelitian	26
3.4. Jalan Penelitian.....	27
3.5. Uji Manipulasi.....	32
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	33
4.1.1. Penentuan Gaya Kognitif	33
4.1.2. Hasil Uji Manipulasi	34
4.1.3. Struktur Data Setelah Uji Manipulasi	35
4.2. Pembahasan.....	38
4.2.1. Statistika Deskriptif.....	38
4.2.2. Analisis Tambahan Setelah Tidak Melanjutkan Uji Hipotesis	40
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	52
5.1. Simpulan	52
5.2. Saran.....	54
Daftar Pustaka	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

2.1. Karakteristik gaya kognitif.....	14
3.1. Penyebaran subjek dalam masing-masing gaya kognitif.....	24
4.1. Penyebaran subjek dalam masing-masing gaya kognitif.....	33
4.2. Penyebaran subjek dalam masing-masing gaya kognitif setelah uji manipulasi.....	35
4.3. Hasil uji hipotesis tanpa interaksi antar variabel.....	36
4.4. Hasil uji hipotesis dengan interaksi antar variabel.....	36
4.5. Keputusan berbasis informasi <i>opportunity cost</i> eksplisit.....	39
4.6. Penggunaan informasi relevan oleh keempat gaya kognitif.....	40
4.7. Uji 1 terhadap dimensi pemrosesan persepsi	42
4.8. Uji 2 terhadap dimensi pemrosesan pertimbangan.....	42
4.9. Uji 3 terhadap Sp dan SR	43
4.10. Uji <i>homogeneity of variance</i> terhadap uji 1 sampai uji 3 sebelum interaksi.....	45
4.11. Uji <i>homogeneity of variance</i> terhadap uji 1 sampai uji 3 setelah interaksi	45
4.12. Uji Normalitas	46
4.13. Hasil <i>2-ways anova</i> tanpa interaksi.....	48
4.14. Hasil <i>2-ways anova</i> dengan interaksi	50

The Effect of Cognitive Style and Sponsorship Bias on the Treatment of Opportunity Costs in Resources Allocation Decisions

ABSTRACT

The current research seeks to identify factors that may potentially influence the way managers respond to opportunity costs when relevant data are not explicitly provided. Identification of such factors should enhance our understanding of why some managers respond to opportunity costs in ways that may be inconsistent with normative economic theory. This information could then be used to identify those situations in which structural and procedural precautions are necessary to correct limitations and biases in human information processing and so ensure the correct treatment of opportunity costs.

Disability of individual processes of perception dimension of Jungs' typology on research of Chenhall & Morris (1991) to explain difference of managers' way to making decision, lead us to research questions are: *first*, which cognitive style combination have a proclivity to incorporate implicit opportunity costs in their economic analysis? *Second*, used of two dimensions of cognitive style, will project sponsorship encourage managers to ignore negative economic signals derived from opportunity costs that are nevertheless relevant to the resource allocation decision?

A laboratory experiment with 2x4 factorial designs was used to investigating the effect of cognitive style on the managers' decision of opportunity costs in situation of absence sponsorship or not. The results indicated that intuitive managers tended to incorporate opportunity costs in their decisions whereas sensation individuals appeared to focus more on the directness of the relationship between expenditure and a project to determine the relevance of the cost. Opportunity cost implications tended not to be identified by the sensation group. Evidence was found that sponsorship moderated the influence of cognitive style on decision to include opportunity costs.

Keywords: *Cognitive style, sponsorship bias, and opportunity cost*

Pengaruh Gaya Kognitif dan *Sponsorship Bias* Terhadap Perlakuan *Opportunity Cost* Dalam Keputusan Alokasi Sumber Daya

INTISARI

Penelitian ini mencoba mengidentifikasi faktor-faktor yang potensial mempengaruhi cara manajer merespon *opportunity cost* ketika data relevan tidak secara eksplisit tersedia. Identifikasi faktor-faktor tersebut akan memperluas pemahaman kita tentang mengapa manajer merespon *opportunity cost* dengan cara yang mungkin tidak konsisten dengan teori ekonomi. Informasi atas faktor-faktor tersebut dapat digunakan untuk mengidentifikasi situasi ketika tindakan pencegahan (*precaution*) struktural dan prosedural yang diperlukan untuk memperbaiki keterbatasan dan bias pemrosesan informasi manusia, untuk selanjutnya dapat menjamin perlakuan *opportunity cost* secara benar.

Ketidakmampuan penggunaan satu dimensi gaya kognitif tipologi Jung pada penelitian Chenhall & Morris (1991) dalam menjelaskan berbedanya cara manajer untuk membuat keputusan, mengarahkan pada pertanyaan penelitian *pertama*, kombinasi gaya kognitif manajer manakah yang cenderung untuk memasukkan *opportunity cost* implisit dalam analisis ekonomi mereka? *Kedua*, apakah *project sponsorship* akan tetap mendorong manajer untuk mengabaikan signal ekonomi negatif yang diperolehnya dari *opportunity cost* meskipun relevan dengan keputusan alokasi sumber daya, jika kedua dimensi gaya kognitif dikombinasikan?

Lab-eksperimen dengan *factorial design 2x4* digunakan dalam penelitian ini yang mencoba menginvestigasi pengaruh gaya kognitif terhadap keputusan manajer pada *opportunity costs* dalam kondisi dengan *sponsorship* dan tanpa *sponsorship*. Hasil mengindikasikan manajer intuitif cenderung memasukkan *opportunity cost* dalam keputusan mereka, sebaliknya individual sensasi nampak lebih fokus pada kelangsungan hubungan antara pengeluaran dan projek untuk menentukan relevansi kos tersebut. Implikasinya, *opportunity cost* cenderung tidak teridentifikasi oleh kelompok manajer sensasi. Bukti yang ditemukan adalah pengaruh gaya kognitif dimoderasi oleh keberadaan *sponsorship* dalam keputusan untuk memasukkan *opportunity cost*.

Kata-kata kunci: *Gaya kognitif, sponsorship bias, and opportunity cost*