

BAB VI

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

6.1 Simpulan

Hasil penelitian dan pembahasan mengenai praktik *mental accounting* pada *k-popers* yang pernah mengalami penipuan dalam pembelian *merchandise*, dapat disimpulkan bahwa pengalaman penipuan tidak hanya dimaknai sebagai peristiwa kehilangan uang, tetapi juga sebagai pengalaman yang mengubah cara individu mengelola, mengevaluasi, dan mengambil keputusan keuangan. Pengalaman tersebut membentuk kesadaran baru bagi informan mengenai pentingnya kehati-hatian dalam melakukan transaksi pembelian *merchandise* secara *online*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman penipuan menyebabkan terjadinya perubahan dalam praktik *mental accounting* informan. Sebelum mengalami penipuan, pengeluaran untuk kebutuhan *k-pop* lebih dimaknai sebagai bentuk hiburan, pemenuhan kepuasan emosional, serta wujud dukungan terhadap idola yang disukai. Namun, setelah mengalami penipuan, informan mulai melakukan pengelolaan keuangan secara lebih terstruktur dengan memisahkan uang untuk kebutuhan *k-pop*, melakukan evaluasi terhadap setiap pengeluaran, serta mempertimbangkan risiko sebelum melakukan transaksi. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman kerugian berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan yang lebih rasional dan berhati-hati.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa pengalaman penipuan mengubah cara informan dalam memaknai manfaat dari suatu transaksi (*transaction utility*). Informan tidak lagi hanya mempertimbangkan kepuasan yang diperoleh dari kepemilikan *merchandise*, tetapi juga mulai mempertimbangkan aspek keamanan transaksi, kejelasan *GO*, serta kemungkinan terjadinya kerugian. Dengan demikian, proses pengambilan keputusan pembelian tidak lagi didasarkan semata-mata pada dorongan emosional, melainkan juga disertai dengan pertimbangan yang lebih rasional.

Penelitian ini juga menemukan adanya *sunk cost effect*, di mana pengalaman penipuan tidak menyebabkan informan menghentikan aktivitas

fandom maupun pembelian *merchandise* secara keseluruhan. Informan tetap mempertahankan aktivitas tersebut karena adanya keterikatan emosional, investasi waktu, dan pengorbanan finansial yang telah dilakukan selama menjadi penggemar *k-pop*. Meskipun demikian, pengalaman penipuan mendorong informan untuk lebih berhati-hati dan selektif dalam melakukan transaksi berikutnya. Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak psikologis akibat penipuan tidak berlangsung secara permanen. Seiring berjalannya waktu, perasaan kecewa, marah, dan sedih yang dirasakan informan mulai berkurang. Informan dapat menerima kerugian yang telah dialami dan menjadikan pengalaman tersebut sebagai pembelajaran untuk menghindari kejadian serupa di masa mendatang. Kondisi ini menunjukkan adanya proses *payment depreciation*, yaitu berkurangnya dampak emosional dari suatu kerugian seiring berjalannya waktu.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman penipuan memiliki makna sebagai pengalaman pembelajaran finansial yang menghasilkan perubahan dalam pola pikir, perilaku konsumsi, dan praktik *mental accounting* informan. Dalam perspektif *mental accounting* Richard H. Thaler, pengalaman penipuan memengaruhi proses pengorganisasian, evaluasi, dan pengendalian aktivitas keuangan individu. Sementara itu, dalam perspektif akuntansi, pengalaman tersebut menjadi informasi yang relevan dalam mendukung pengambilan keputusan ekonomi yang lebih hati-hati dan rasional di masa mendatang.

6.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan yang terletak pada penelitian terdahulu masih sedikit yang membahas mengenai *mental accounting* pada *k-popers*, khususnya pada pengalaman penipuan ketika membeli hal yang berhubungan dengan *k-pop*. Penelitian banyak yang berfokus pada *mental accounting* di ranah bisnis, rumah tangga, hobi, dan individu, sehingga penelitian terdahulu yang sejalan dengan penelitian membahas mengenai penipuan dan perubahan yang ada pada *mental accounting* dikarenakan dampak penipuan belum ada. Selain itu penelitian juga berfokus pada pengalaman informan yang terkena penipuan sehingga hanya fokus pada mengenai pembelian *merchandise k-pop*

secara *online*. Namun, ada banyak penipuan lain pada aktivitas ekonomi dalam *fandom k-pop* lainnya yang belum di eksplor, seperti pembelian tiket konser, pembelian album, *photocard trading*, hingga jasa titip (*jastip*). Berbagai aktivitas tersebut berpotensi menimbulkan pengalaman keuangan dan praktik *mental accounting* yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini belum mampu menggambarkan secara sangat detail mengenai keseluruhan praktik pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh *k-popers* dalam berbagai aktivitas *fandom*.

6.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik bagi *k-popers*, *GO*, maupun peneliti selanjutnya.

Bagi *k-popers*, khususnya yang aktif melakukan transaksi pembelian *merchandise* secara *online*, diharapkan agar lebih meningkatkan kewaspadaan dan kehati-hatian dalam setiap transaksi yang dilakukan. Penggemar sebaiknya tidak hanya mempertimbangkan harga yang murah atau keinginan untuk segera memperoleh *merchandise* yang diinginkan, tetapi juga perlu memperhatikan aspek keamanan transaksi. Beberapa langkah yang dapat dilakukan antara lain dengan memeriksa reputasi penjual, membaca ulasan dari pembeli sebelumnya, meminta bukti kepemilikan barang, menggunakan rekening bersama atau platform yang menyediakan perlindungan konsumen, serta menghindari transaksi dengan penjual yang tidak memiliki identitas yang jelas. Selain itu, *k-popers* juga diharapkan dapat menerapkan pengelolaan keuangan yang lebih terencana, seperti membuat anggaran khusus untuk kebutuhan *fandom* agar aktivitas konsumsi tetap berada dalam batas kemampuan finansial.

Bagi pemilik *GO k-pop*, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan mengenai pentingnya membangun kepercayaan konsumen dalam transaksi *online*. *GO* perlu meningkatkan transparansi dengan memberikan informasi yang jelas mengenai kondisi barang, harga, estimasi pengiriman, serta identitas penjual. Selain itu, penjual juga perlu menjaga komunikasi yang baik dengan pembeli dan memberikan bukti transaksi secara terbuka untuk menciptakan rasa aman dan nyaman dalam proses jual beli. Dengan adanya transparansi dan profesionalisme

dalam bertransaksi, diharapkan dapat meminimalkan potensi terjadinya penipuan dan meningkatkan kepercayaan dalam komunitas *k-pop*.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan melibatkan jumlah informan yang lebih banyak dan memiliki karakteristik yang lebih beragam, seperti perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, maupun lama menjadi penggemar *k-pop*. Penelitian selanjutnya juga dapat membandingkan pengalaman antara *k-popers* yang pernah mengalami penipuan dan yang tidak pernah mengalami penipuan, sehingga dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh pengalaman negatif terhadap praktik *mental accounting*. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian pada bentuk aktivitas *fandom* lainnya, seperti pembelian tiket konser, *group order*, atau aktivitas perdagangan *photocard*.