

Manusia yang tak luput dari goda: eksperimen lapangan peningkatan keberhasilan program konversi BBM BBG bagi nelayan kecil = Humans who are not able to escape from temptation: field experiment in increasing fuel-gas conversion program success for small-scale fishermen

Abdul Luky Shofiul Azmi S, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20477825&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini merupakan eksperimen lapangan yang dilakukan dengan menggunakan randomized controlled trials untuk mengeksplorasi peran dari self control problem dan social preference dalam proses pengambilan keputusan individu dengan kasus upaya peningkatan keberhasilan program konversi BBM BBG bagi nelayan kecil. Upaya ini dilakukan dengan dua jenis perlakuan yaitu program cashback dan stiker social norm. RCT dilakukan dengan unit randomisasi klaster dan unit analisis individu guna meminimalisir terjadinya bias dan spillover effect. Total sampel adalah 302 yang dialokasikan secara stratified randomization pada tahap kabupaten menjadi 79 sampel perlakuan stiker, 83 sampel perlakuan cashback, 62 sampel perlakuan kombinasi stiker-cashback, dan 78 sampel kontrol. Pengukuran endline dilakukan dua puluh satu hari setelah pelaksanaan program konversi pemberian mesin BBG kepada nelayan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penggunaan BBG baik secara status penggunaan BBG pada akhir pengamatan maupun secara durasi penggunaan BBG di kelompok perlakuan stiker, kelompok perlakuan cashback dan kelompok perlakuan stiker-cashback lebih tinggi dibandingkan kelompok kontrol. Hal ini menunjukkan bahwa nudge cashback dan stiker social norm mampu meningkatkan keberhasilan program konversi BBM BBG bagi nelayan kecil.

<hr />

This field experiment was conducted by using randomized controlled trials to explore the role of self control problem and social preference in individual decision-making process, especially in increasing fuel-gas conversion program success for small-scale fishermen. Nudge of soft commitment called cashback for self control problem and nudge of social norm sticker for social preference were used as additional treatment in order to increase the program success. Trials were done by cluster randomization and individual analysis. Total sample was 302 allocated by stratified randomization in district level into 79 sample of sticker treatment group, 83 sample of cashback treatment group, 62 sample of sticker and cashback combination treatment group, and 78 sample of control group. Twenty-one days observations were conducted starting from the program implementation. Status and duration of the gas usage were analyzed in ETT and ITT analysis. The results demonstrate that the use of cashback and social norm sticker has a positive effect on increasing fuel-gas conversion program success for small-scale fishermen.