

VALUASI EKONOMI: STATED-PREFERENCE METHODS

Disiapkan oleh Arianto A. Patunru
Untuk Program Pelatihan Analisis Biaya-Manfaat
LPEM-FEUI, 2004.

Disarikan dan diadaptasi dari: Thomas C. Brown, 2003. Introduction to Stated Preference Methods. In Champ, Boyle, and Brown (eds), A Primer on Nonmarket Valuation. Dordrecht, the Netherlands: Kluwer Academic Publishing. Jika ingin mengutip, kutip sumber aslinya, bukan intisari ini.

1. Pengantar

Stated-Preference Method (Metode Preferensi Tersurat – SPM) sangat tergantung kepada jawaban responden terhadap survei yang disusun dengan hati-hati. Kebanyakan ekonom tidak menyukai pendekatan SPM – mereka tidak percaya kemauan atau kemampuan responden menjawab pertanyaan-pertanyaan survei dengan baik dan jujur. Namun, seperti yang dikatakan oleh Manski (2000), penolakan mentah-mentah atas metode SPM adalah sebuah kenafian. Padahal, SPM yang dirancang dan dilakukan dengan baik bisa menjadi lebih *powerful* ketimbang pendekatan RPM. Ditambah lagi, ada beberapa barang yang tidak bisa dinilai dengan hanya mengandalkan metode RPM. Misalnya, barang non-pasar dengan nilai pasif.

2. Klasifikasi

Tabel di bawah menyarikan karakteristik dari beberapa pendekatan SPM.

Metode	Tujuan valuasi	Jumlah item yang perlu ditanggapi oleh responden	Objek valuasi
<i>Contingent valuation</i>	Nilai moneter	Umumnya satu	Barang (atau atribut)
<i>Conjoint choice</i>	Urutan preferensi atau nilai moneter	Banyak	Atribut
<i>Paired comparison</i>	Urutan preferensi atau nilai moneter	Banyak	Barang

Tabel berikut menyarikan tipe-tipe pertanyaan yang digunakan.

	Ordinal-level response				Ratio-level response
	Binary choice	Multinomial choice	Ranking	Rating	
<i>Contingent valuation: Open-ended</i>					X
<i>Contingent valuation: Dichotomous</i>	X				
<i>Conjoint choice</i>	X	X	X	X	
<i>Paired comparison</i>	X				

3. Validitas

Kriteria untuk mengevaluasi suatu studi dengan SPM adalah:

1. *Criterion validity*: apakah ada pendekatan lain yang bisa menghasilkan pengukuran yang kurang lebih sebanding. Sebaiknya “*criterion*” (pembanding) adalah yang lebih mendekati konstruksi teoretis. Misalnya, validitas format referendum *contingent valuation* diuji dengan cara dibandingkan dengan metode “*controlled vote experiment*” .
2. *Construct validity*: apakah hasil estimasi dekat dengan hasil estimasi jika menggunakan pendekatan lain. Misalnya membandingkan inferensi dari *contingent valuation* dengan *travel cost model*.
3. *Content validity*: apakah isi survei sudah memenuhi standar mutu.

4. Tahap-tahap

1. Petakan pendekatan valuasi dengan menentukan:
 - a. Tujuan pengukuran
 - b. Populasi yang akan disampel
 - c. Konstruksi teoretis
 - d. Metode valuasi yang cocok
 - e. Moda respon
 - f. Ukuran nilai
 - g. Model statistik
2. Susun survei instrumen dan rencana sampling:
 - a. Item (barang atau atribut) yang akan dinilai
 - b. Besaran moneter yang akan digunakan dalam pertanyaan survei.
 - c. Variabel-variabel independen.
 - d. Moda administrasi
 - e. Detail lain-lain untuk survei

- f. Sampel
 - g. Detail lain-lain untuk sampel
- 3. Pelaksanaan survei.
- 4. Pembersihan dan analisis data.