

## PEMAHAMAN ASIMETRI DAN TRANSPARANSI INFORMASI BAGI SISWA/I SMA SANTO KRISTOFORUS II

Verawati<sup>1</sup>, Elsa Felicia<sup>2</sup> & Angel<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: verawati@fe.untar.ac.id*

<sup>2</sup>Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: elsa.125220068@stu.untar.ac.id*

<sup>3</sup>Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: angel.125220063@stu.untar.ac.id*

### ABSTRACT

*Every decision is made based on an analysis of the information obtained. Therefore, the information obtained must be high quality information, such as complete and easy to access. Difficulty in accessing information can cause information asymmetry between the party providing the information and the party receiving the information. Differences in information that occur can cause disputes between the two parties. In order to avoid information asymmetry, transparency of high-quality information is needed. PKM partner is SMA Santo Kristoforus II. The problem faced by SMA Santo Kristoforus II is the needs of understanding for students of the importance of information in decision making, so that caution is needed in sorting information, and vice versa, in disseminating information. The solution provided is to provide training on information asymmetry, information transparency, and quality information concept. The training was conducted face-to-face and equipped with a lemon market theory game that was carried out at the beginning of the training session. After the game session ended, it was continued with an explanation of the material. The material presented was the concept of information asymmetry, information transparency, and characteristics of quality information. The training activities went well and smoothly. The result of PKM activity is that the students understand the concept of information asymmetry and the importance of transparency and caution in filtering and disseminating information.*

**Keywords:** *Information, Information Asymmetry, Information Transparency, Quality Information*

### ABSTRAK

Setiap keputusan didasari oleh analisis atas informasi yang diperoleh. Oleh karena itu, informasi yang diperoleh haruslah informasi yang berkualitas, diantaranya adalah lengkap dan mudah diakses. Akses informasi yang tidak mudah dapat menimbulkan asimetri informasi antara pihak yang menyediakan informasi dan pihak yang menerima informasi. Perbedaan informasi yang terjadi dapat menimbulkan perselisihan diantara kedua pihak tersebut. Supaya tidak terjadi asimetri informasi, maka diperlukan transparansi atas informasi yang berkualitas. Mitra PKM adalah SMA Santo Kristoforus II. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah supaya para siswa memahami pentingnya informasi dalam pengambilan keputusan, sehingga diperlukan kehati-hatian dalam memilah informasi, dan sebaliknya, dalam menyebarkan informasi. Solusi yang diberikan adalah memberikan pelatihan mengenai asimetri informasi, transparansi informasi, dan informasi yang berkualitas. Pelatihan dilakukan secara tatap muka dan dilengkapi dengan permainan lemon market theory yang dilakukan di awal sesi pelatihan. Setelah sesi permainan berakhir, dilanjutkan dengan penjelasan materi. Materi yang disampaikan berupa konsep asimetri informasi, transparansi informasi, dan ciri-ciri informasi yang berkualitas. Kegiatan pelatihan berjalan dengan baik dan lancar. Hasil kegiatan PKM adalah para siswa memahami konsep dari asimetri informasi serta pentingnya transparansi dan kehati-hatian dalam menyaring dan menyebarkan informasi.

**Kata kunci:** *Informasi, Asimetri Informasi, Transparansi Informasi, Kualitas Informasi*

### 1. PENDAHULUAN

Setiap keputusan yang diambil pasti didukung dengan informasi. Informasi memiliki pengertian yang berbeda dengan data. Data merupakan suatu fakta atas suatu kejadian, baik yang telah diolah maupun yang belum diolah. Sedangkan, informasi adalah data yang telah diolah dan bernilai tambah bagi penerimanya, karena berdasarkan informasi yang telah diterima tersebut, penerima informasi dapat melakukan analisis dan mengambil keputusan tertentu (Hall, 2019). Supaya keputusan yang diambil tepat dan tidak salah, maka informasi yang dikumpulkan haruslah informasi yang berkualitas. Ciri-ciri dari informasi yang berkualitas adalah (a) relevan; (b) andal; (c) lengkap; (d) tepat waktu; (e) mudah dipahami; (f) dapat diverifikasi; dan (g) mudah diakses

(Romney & Steinbart, 2018). Informasi yang relevan adalah informasi yang sesuai dengan jenis keputusan yang akan diambil. Informasi yang andal adalah informasi yang tidak mengandung kesalahan. Informasi yang lengkap adalah informasi yang memiliki semua aspek penting dari suatu fakta/kejadian dan tidak ada yang dihilangkan. Informasi yang tepat waktu adalah informasi yang tersedia ketika keputusan akan dibuat. Informasi yang mudah dipahami adalah informasi yang diperoleh dalam bentuk/format yang jelas. Informasi yang dapat diverifikasi adalah informasi yang dapat dibuktikan keabsahannya. Informasi yang mudah diakses adalah informasi yang tersedia kapanpun dibutuhkan.

Transaksi dapat dikatakan sebagai pertukaran informasi antara 2 pihak. Sebagai contoh, transaksi penjualan adalah transaksi antara pihak penjual dan pihak pembeli, dimana informasi yang disampaikan antara lain terkait harga jual, kondisi produk, jumlah unit yang dibeli, dan sebagainya. Contoh lainnya, transaksi investasi yang merupakan transaksi antara pihak perusahaan dan pihak investor, dimana informasi yang disampaikan antara lain terkait kondisi perusahaan dan nilai investasi. Ketika salah satu pihak memiliki informasi yang lebih lengkap dan andal dibandingkan pihak lainnya, maka akan terjadi kesenjangan informasi. Kesenjangan informasi disebut juga dengan istilah asimetri informasi. Asimetri informasi adalah perbedaan informasi yang timbul karena satu pihak mempunyai informasi yang lebih lengkap daripada pihak lainnya (Amanda, 2022; Hayes, 2024). Sebagai contoh, asimetri informasi pada transaksi penjualan misalnya pihak penjual mengetahui kondisi dari produk yang dijual, sedangkan pihak pembeli tidak mengetahui dengan pasti kondisi produk yang akan dibeli. Contoh lainnya, asimetri informasi pada transaksi investasi, misalnya pihak perusahaan mengetahui dengan pasti kondisi keuangan perusahaan, sedangkan pihak investor tidak.

Konsep mengenai asimetri informasi pertama kali dicetuskan oleh George Akerlof melalui artikel yang dipublikasi pada tahun 1970. Pada artikel tersebut dibahas mengenai perbedaan informasi antara pihak penjual dan pembeli pada bursa mobil bekas. Pihak penjual mobil bekas memiliki informasi yang lebih banyak dan lebih tepat mengenai kondisi mobil bekas yang mereka jual, sedangkan pihak pembeli tidak mengetahui dengan pasti kondisi dari mobil bekas yang ada. Oleh karena pihak pembeli tidak mengetahui bagaimana kondisi mobil bekas, maka pembeli cenderung akan menawar pada harga yang lebih rendah dibandingkan harga rata-rata mobil bekas. Kondisi ini dapat menyebabkan pembeli akan membeli mobil bekas yang kurang baik kondisinya dengan harga tersebut, sedangkan penjual dengan kondisi mobil bekas yang baik akan keluar dari bursa mobil bekas karena tidak menemukan pembeli yang menawar dengan harga tinggi (Chen, 2024). Dengan demikian, timbullah masalah lemon. Ketika penjual dengan mobil bekas yang masih baik kondisinya keluar dari bursa, maka yang tersisa hanyalah penjual dengan kondisi mobil bekas yang kurang baik. Pembeli berikutnya akan menawar pada harga yang lebih rendah dibandingkan sebelumnya. Lama kelamaan, akan mengarah pada berakhirnya bursa mobil bekas, karena tidak ada lagi penjual dan pembeli yang sepakat bertransaksi.

Asimetri informasi dan masalah lemon, tidak hanya diterapkan pada bursa mobil bekas saja, melainkan dapat diterapkan pada kegiatan lainnya. Sebagai contoh, perbedaan informasi antara manajemen perusahaan dan investor. Manajemen perusahaan memiliki informasi yang lebih terinci mengenai kondisi perusahaan dibandingkan investor. Hal ini disebabkan karena manajemen yang mengelola langsung kegiatan operasional dalam perusahaan, sedangkan investor hanyalah pihak yang memberikan investasi saja. Investor akan mendapatkan gambaran mengenai kondisi perusahaan melalui laporan keuangan yang disampaikan oleh manajemen. Laporan keuangan merupakan laporan yang dibuat oleh manajemen dan investor adalah penggunanya. Laporan keuangan dibuat dan diberikan kepada para pengguna, baik pengguna saat ini maupun pengguna di masa depan, dengan tujuan untuk menyediakan informasi keuangan dan non keuangan terkait

mengenai kondisi perusahaan sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan (Kieso et al., 2018). Jika informasi yang disajikan dalam laporan keuangan yang disampaikan oleh pihak manajemen merupakan informasi yang tidak tepat dan tidak menggambarkan kondisi yang sesungguhnya dari kinerja perusahaan, maka informasi tersebut merupakan informasi yang menyesatkan bagi para penggunanya. Investor yang menggunakan informasi dalam laporan keuangan tersebut sebagai dasar dalam melakukan analisis fundamental untuk mengambil keputusan investasi akan mengambil keputusan investasi yang tidak tepat. Keputusan investasi yang tidak tepat dapat merugikan investor. Dengan demikian, informasi akan lebih banyak pada pihak manajemen dibandingkan pihak investor.

Asimetri informasi dapat memberikan keuntungan kepada pihak yang memiliki lebih banyak informasi, dan sebaliknya dapat merugikan pihak yang memiliki lebih sedikit informasi. Supaya semua pihak mendapatkan informasi yang sama, maka diperlukan transparansi informasi. Transparansi informasi berarti pihak yang memiliki informasi lebih banyak akan menyampaikan semua informasi yang mereka ketahui kepada pihak lainnya. Dalam kaitannya dengan laporan keuangan perusahaan terbuka yang mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia, perusahaan diharuskan untuk menyampaikan keterbukaan informasi. Keterbukaan informasi berarti memberikan kemudahan akses kepada seluruh pengguna informasi. Selain itu, laporan keuangan tidak hanya berisikan angka-angka saja, namun juga dilengkapi dengan penjelasan yang tertuang pada catatan atas laporan keuangan. Melalui pengungkapan yang dimasukkan dalam catatan atas laporan keuangan, para pengguna akan mendapatkan informasi yang lebih lengkap mengenai kondisi perusahaan. Dalam kaitannya dengan transaksi perdagangan, maka pihak penjual harus memberikan informasi yang lengkap mengenai produk yang dijual, sehingga calon pembeli dapat mengambil keputusan pembelian yang tepat dan produk yang mereka beli dapat bermanfaat. Ketika produk yang dibeli memberikan manfaat, maka pembeli dapat melakukan pembelian ulang dan dapat merekomendasikannya kepada pihak lainnya. Dengan demikian, transparansi informasi dapat menjadi salah satu sarana pemasaran juga.

Salah satu karakteristik dari informasi yang berkualitas adalah andal, dimana andal berarti informasi yang disampaikan tidak mengandung kesalahan. Transparansi informasi merupakan hal yang baik bagi semua pihak, namun harus dipastikan bahwa informasi yang disampaikan merupakan informasi yang tidak menyesatkan. Informasi yang menyesatkan dapat merugikan pihak pengguna informasi. Keputusan yang diambil oleh para pengguna informasi tersebut menjadi tidak tepat, karena didasarkan pada informasi yang salah. Terkait laporan keuangan, dapat dibuktikan keandalan informasinya melalui proses audit yang dilakukan oleh auditor independen. Laporan keuangan yang dilengkapi dengan laporan auditor independen dapat menguatkan bahwa informasi pada laporan keuangan yang disampaikan oleh manajemen bebas dari salah saji material. Investor dapat menggunakan informasi pada laporan keuangan tersebut dengan lebih aman dan terpercaya. Terkait dengan transaksi perdagangan, informasi dari produk yang dijual dapat dibuktikan kebenarannya melalui testimoni dari para pengguna sebelumnya, atau dapat pula dari garansi yang diberikan oleh pihak penjual. Dengan demikian, calon pembeli dapat mengambil keputusan pembelian dengan lebih tepat.

Perkembangan teknologi memberikan dampak yang besar bagi masyarakat. Sebagai contoh, dengan adanya perkembangan teknologi pada bidang telekomunikasi, masyarakat dapat berkomunikasi tanpa hambatan dan dengan biaya yang lebih murah. Namun, dibalik manfaat yang didapatkan, ada risiko yang perlu dipertimbangkan. *Internet* dan sosial media memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengakses informasi, namun juga dapat memberikan dampak negatif (Adhari & Naomi, 2023). Salah satunya adalah penyebaran informasi melalui jaringan telekomunikasi harus dapat dipastikan kebenarannya sebelum disebarluaskan kepada pihak

lainnya. Kemudahan dalam menyebarkan informasi kepada pihak lainnya mengharuskan kita untuk lebih berhati-hati dan memilah mana informasi yang terpercaya dan mana informasi yang tidak terpercaya. Ketika informasi yang disebarkan kepada pihak lainnya ternyata adalah informasi yang menyesatkan (hoax), maka akan semakin banyak pihak yang dirugikan.

SMA Santo Kristoforus II, mitra PKM, merupakan salah satu unit persekolahan yang berada di bawah pengelolaan Yayasan Diannanda. Sekolah Kristoforus mengembangkan pendidikan berbasis KRISTOFORUS VALUES, yaitu *Knowledge, Responsibility, Integrity, Sincerity, Teamwork, Obedience, Faithful, Openness, Respect, Unity, Service Excellence*. Nilai-nilai tersebut kemudian diintegrasikan dengan Iman, Moral, dan Pengetahuan untuk membentuk pribadi yang cerdas dan bermartabat. SMA Santo Kristoforus II beralamat di Perum Taman Palem Lestari Blok A-18, Cengkareng, Jakarta Barat. Saat ini, kepala sekolah SMA Santo Kristoforus II adalah Bapak Tri Yudianto, S.Pd. Permasalahan mitra PKM adalah ingin memberikan penyuluhan dan pemahaman mengenai informasi kepada para siswa. Kemudahan akses *Internet* dan banyaknya siswa yang menggunakan sosial media harus didampingi dengan pengetahuan yang memadai atas informasi. Generasi milenial perlu diberikan pemahaman mengenai informasi yang bersifat hoax, bagaimana mereka dapat mengenali dan memilah informasi hoax, apa dampak negatif dari informasi hoax, apa konsekuensi hukum dari penyebaran informasi hoax, dan memahami bahwa informasi yang disebarkan haruslah informasi yang bermanfaat (Adhari & Naomi, 2023; Paramita, 2023). Mitra PKM berharap para siswa dapat lebih bijaksana dalam menerima, menggunakan, dan menyebarkan informasi. Solusi yang diberikan kepada mitra PKM adalah memberikan pelatihan mengenai asimetri informasi dan transparansi informasi kepada para siswa SMA Santo Kristoforus II.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Pelatihan yang diberikan kepada siswa kelas XI SMA Santo Kristoforus II adalah pelatihan mengenai konsep asimetri informasi dan transparansi informasi, dimana pelatihan ini dilakukan secara luring. Kegiatan PKM ini dilaksanakan oleh tim yang terdiri 1 (satu) dosen dan 2 (dua) mahasiswa. Melalui pelatihan ini, diharapkan para siswa dapat mengetahui apa yang dimaksud dengan asimetri informasi, apa dampak dari asimetri informasi, bagaimana mencegah terjadinya asimetri informasi, pentingnya transparansi/keterbukaan informasi, pentingnya informasi yang berkualitas dalam pengambilan keputusan, dan dampak negatif dari informasi yang menyesatkan. Lebih lanjut, para siswa juga diharapkan dapat mengetahui apa saja karakteristik dari informasi yang berkualitas serta bagaimana cara memilah informasi yang ada supaya keputusan yang diambil didasarkan pada informasi yang berkualitas, sehingga akan menjadi keputusan yang tepat.

Menurut Budiutono (2023), asimetri informasi dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pasar *online*. Transaksi perdagangan yang dilakukan secara *online* mengakibatkan para penjual dapat menjangkau pelanggan baru dengan mudah, dan pelanggan dapat memilih dari banyaknya penjual yang tersedia (Verawati et al., 2024). Oleh karena para siswa sudah terbiasa dalam melakukan pembelian secara *online*, maka digunakan metode permainan dimana setiap siswa akan bersimulasi melakukan analisis sebelum melakukan transaksi pembelian pada salah satu penjual *online* di *marketplace*. Kegiatan pelatihan dimulai dengan permainan *lemon market theory*. Pada permainan tersebut, *lemon market theory* dikaitkan dengan keputusan melakukan pembelian suatu barang secara *online* di *marketplace*. Permainan ini mengajarkan pentingnya informasi dalam keputusan sederhana, yaitu membeli barang dari salah satu penjual *online* yang tersedia. Kedepannya, para siswa akan memahami pentingnya melakukan analisis terlebih dahulu atas setiap informasi yang diterima maupun yang diberikan kepada pihak lain. Prosedur kegiatan PKM dapat dilihat pada Gambar 1.

Berdasarkan gambar 1, prosedur dari pelaksanaan kegiatan PKM adalah sebagai berikut. Pertama, melakukan koordinasi awal dengan mitra PKM berupa wawancara dan observasi dengan Kepala Sekolah SMA Santo Kristoforus II untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi mitra saat ini dan pengaturan jadwal pelatihan. Kedua, tim PKM melakukan persiapan sebelum pelatihan dilakukan, antara lain menyiapkan materi, membuat lembar kerja permainan, dan kuesioner.

**Gambar 1**  
*Prosedur Pelaksanaan PKM*



Ketiga, memberikan permainan *lemon market theory* supaya siswa dapat ikut terlibat secara langsung sehingga mudah memahami materi yang akan disampaikan. Setelah permainan selesai dilakukan, tim PKM menyampaikan materi mengenai asimetri informasi, transparansi informasi, dan informasi berkualitas kepada para siswa. Keempat, mengadakan sesi tanya jawab kepada para siswa dan menutup pelatihan dengan memberikan kesimpulan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mitra PKM adalah siswa kelas XI SMA Santo Kristoforus II. Kegiatan pelatihan yang diberikan adalah pemahaman atas asimetri informasi dan transparansi informasi yang dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 24 April 2025 secara luring. Pelatihan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan penyuluhan kepada para siswa kelas XI mengenai pentingnya informasi dalam melakukan pengambilan keputusan. Informasi yang bermanfaat adalah informasi yang tidak asimetri, bersifat transparan/terbuka, dan tidak menyesatkan. Melalui pelatihan ini, siswa dapat mengetahui bahwa informasi yang tidak transparan dan mengandung kesalahan dapat berdampak negatif bagi penerima informasi. Selain itu, siswa juga dapat memahami bahwa semua informasi yang diperoleh harus disaring terlebih dahulu. Begitu pula untuk informasi yang akan disampaikan ke pihak lain haruslah informasi yang benar.

Kegiatan pelatihan yang dilakukan meliputi 2 tahapan, yaitu (1) tahapan permainan *lemon market theory* dan (2) tahapan penyampaian materi. Pada tahapan pertama, yaitu tahapan permainan *lemon market theory*, para siswa akan melakukan permainan simulasi dimana siswa akan melakukan pembelian kepada para penjual *online* yang ada di *platform marketplace*. Guna menunjang analisis, para siswa diberikan lembar kerja yang nantinya akan diisi oleh siswa. Lembar kerja tersebut berisikan tabel yang memiliki 5 kolom dan 10 baris, dimana pada baris pertama adalah nama penjual *online* yang tersedia dan kolom pertama adalah berbagai informasi yang menjadi kriteria dalam pengambilan keputusan pembelian *online*. Pada setiap baris, siswa akan diminta untuk memilih diantara 2 penjual yang ada berdasarkan informasi tertentu yang telah diberitahukan. Oleh karena informasi diberitahukan secara bertahap, siswa akan berpikir dan menganalisis berdasarkan informasi yang tersedia. Pada baris ke-10, siswa akan diminta untuk

menganalisis berdasarkan keseluruhan informasi sebelumnya dan memilih 1 penjual akhir. Setelah sesi permainan berakhir, siswa diminta untuk menceritakan alasan dibalik keputusannya dalam memilih melakukan pembelian kepada penjual yang mana.

Pada tahapan kedua, pelatihan dilanjutkan dengan penjelasan materi. Siswa diajak untuk menelaah kembali keputusan yang telah dilakukan dan kemudian dijelaskan mengenai konsep dari asimetri informasi. Ketika hanya ada 1 informasi yang diberikan dan ketika semua informasi telah diberikan, ada perbedaan keputusan yang diambil. Kelengkapan informasi yang diberikan dapat mendukung pengambilan keputusan pembelian *online* yang lebih tepat karena mempertimbangkan berbagai aspek. Setelah itu, siswa dijelaskan bahwa kelengkapan informasi yang mereka dapat merupakan konsep dari transparansi informasi. Kemudian, para siswa dijelaskan juga mengenai apa saja ciri-ciri dari informasi yang berkualitas. Materi yang disampaikan dapat dilihat pada Tabel 1, sedangkan foto kegiatan pelatihan dapat dilihat pada Gambar 2.

**Tabel 1**

*Materi Pelatihan Asimetri dan Transparansi Informasi*

Materi	Tujuan
Permainan <i>lemon market theory</i>	Siswa terlibat langsung dalam pengambilan keputusan pembelian <i>online</i> pada <i>marketplace</i> . Pengambilan keputusan didasarkan pada informasi yang diketahui. Tujuannya adalah siswa dapat lebih memahami konsep asimetri dan transparansi informasi. Selain itu, permainan ini juga dapat melatih siswa untuk melakukan analisis terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan.
<i>Lemon market theory</i>	Siswa mengetahui siapa yang mencetuskan teori ini, apa yang dimaksud dengan masalah lemon, dan apa dampaknya dalam kegiatan perdagangan. Tujuannya adalah supaya siswa mengetahui bahwa konsep yang mendasari asimetri informasi adalah teori ini.
Asimetri informasi	Siswa mengetahui apa yang dimaksud dengan asimetri informasi serta apa dampak negatif yang ditimbulkan dari asimetri informasi. Tujuannya adalah supaya siswa dapat lebih berhati-hati dalam mengumpulkan dan menganalisis informasi untuk pengambilan keputusan.
Transparansi informasi	Siswa mengetahui apa yang dimaksud dengan transparansi informasi dan manfaatnya kepada semua pihak yang bertukar informasi. Tujuannya adalah siswa mengetahui bahwa keterbukaan informasi dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Dalam konteks permainan <i>lemon market theory</i> yang dilakukan pada awal pelatihan, manfaat baik bagi penjual antara lain bisnisnya dapat dipercaya oleh banyak pelanggan sehingga dapat meningkatkan penjualan dan bagi pembeli dimana pembeli mendapat pemanfaatan dari produk yang dibeli.
Karakteristik informasi yang berkualitas	Siswa mengetahui ciri-ciri dari informasi yang berkualitas. Tujuannya adalah supaya dapat membantu siswa dalam mengumpulkan informasi dan menghasilkan informasi yang berkualitas.

**Gambar 2**

*Foto Kegiatan Pelatihan*



Pelatihan mengenai asimetri informasi, transparansi informasi, dan karakteristik informasi yang berkualitas berjalan dengan memuaskan. Konsep asimetri informasi dan masalah lemon yang dijadikan sebagai contoh dalam pelatihan ini adalah asimetri informasi pada transaksi perdagangan. Transaksi perdagangan yang dimaksud adalah transaksi pembelian secara *online* pada *platform marketplace*. Transaksi perdagangan digunakan sebagai contoh karena para siswa sudah sering menggunakan *platform marketplace* untuk membeli produk yang mereka butuhkan. Selain itu, para siswa juga sudah terbiasa dalam menggunakan *smartphone* dan *Internet* untuk mencari informasi mengenai produk yang akan mereka beli, termasuk fitur-fitur dan istilah yang ada dalam *platform marketplace*. Ketika para siswa melakukan permainan pembelian produk secara *online*, informasi mengenai penjual dan produk diberikan secara bertahap. Dengan demikian, para siswa dapat memahami bahwa semakin sedikit informasi mengenai penjual dan produk yang diketahui, maka semakin sulit dalam memutuskan akan membeli kepada penjual yang mana. Semakin banyak informasi yang diketahui, maka para siswa dapat melakukan pertimbangan lebih dalam mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, para siswa jadi memahami bagaimana penerapan konsep asimetri informasi. Selain itu, setelah semua informasi disampaikan, para siswa dapat mengambil keputusan yang tepat, dimana hal ini mencerminkan konsep transparansi informasi.

Para siswa kelas XI SMA Santo Kristoforus II yang mengikuti pelatihan dapat memahami materi yang disampaikan dengan baik. Siswa dapat dengan cepat memahami materi yang diberikan karena pelatihan dimulai dengan permainan *lemon market theory* terlebih dahulu. Melalui permainan tersebut, siswa terlibat dalam proses pengambilan keputusan pembelian *online* secara langsung. Keikutsertaan siswa dalam analisis informasi terkait penjual yang tersedia, menjadikan siswa berpikir dan memahami bahwa informasi yang benar dan tepat sangatlah penting. Siswa juga mempelajari bahwa tidak semua informasi yang tersedia merupakan informasi yang berkualitas, sehingga dapat membantu siswa untuk lebih bijaksana dalam memilah dan menyebarkan informasi yang diterima. Terutama dalam kondisi perkembangan teknologi yang sangat pesat, dimana informasi dapat tersebar dengan mudah melalui jaringan *Internet*.

Selain itu, melalui permainan *lemon market theory*, siswa jadi mengetahui bahwa pihak pembeli memerlukan informasi yang lengkap sebelum mengambil keputusan pembelian *online*. Dengan demikian, ketika siswa berniat untuk berwirausaha di kemudian hari, informasi yang benar dan lengkap terkait produk yang mereka jual haruslah mereka sediakan. Informasi yang lengkap yang mereka sediakan bagi calon pembeli dapat juga menjadi salah satu cara untuk meningkatkan penjualan. Respon baik dari pembeli sebelumnya dapat menjadi salah satu alat pemasaran yang efisien.

#### **4. KESIMPULAN**

Pada setiap kegiatan, informasi diperlukan supaya kegiatan yang dilakukan adalah kegiatan yang efektif dan efisien. Begitu pula dalam kegiatan bisnis, dimana bisnis yang berhasil adalah bisnis yang berkelanjutan. Guna mencapai bisnis yang berkelanjutan, maka informasi yang berkualitas diperlukan dalam setiap keputusan yang diambil. Begitu pula sebaliknya, bisnis yang berkelanjutan juga harus dapat memberikan keterbukaan/transparansi informasi terkait proses bisnis perusahaan kepada masyarakat/*stakeholder*. Oleh karena itu, pemahaman mengenai asimetri informasi dan pentingnya transparansi informasi serta bagaimana mendapatkan informasi yang berkualitas perlu diketahui sejak dini. Pelatihan yang diberikan kepada siswa kelas XI SMA Santo Kristoforus II adalah pelatihan mengenai asimetri informasi, transparansi informasi, kualitas informasi melalui permainan *lemon market theory*. Permainan pengambilan keputusan pembelian secara *online* di *marketplace* mengajarkan kepada para siswa bahwa setiap informasi yang berbeda akan mengarah pada keputusan pembelian yang berbeda pula. Terlebih lagi pada kemajuan

teknologi yang terjadi, dimana semua informasi tersedia secara elektronik di *Internet* sehingga memerlukan kehati-hatian dalam pemanfaatannya. Setiap individu maupun bisnis harus mampu menganalisis informasi mana yang berkualitas untuk setiap keputusan yang akan diambilnya. Kemampuan untuk menyaring informasi akan sangat bermanfaat pada pengambilan keputusan lainnya. Misalnya, keputusan dalam memilih jurusan di sekolah dan keputusan dalam memilih universitas yang sesuai. Lebih jauh lagi, pemahaman akan informasi yang berkualitas akan sangat berguna ketika mereka akan mengambil keputusan berwirausaha, keputusan investasi, dan lain sebagainya. Dengan demikian, pelatihan serupa mengenai asimetri dan transparansi informasi dapat diberikan pada para siswa di sekolah lainnya dan dapat diberikan kepada para siswa di jenjang pendidikan yang berbeda, mengingat perkembangan teknologi sudah digunakan oleh semua kalangan mulai dari anak-anak sampai dengan usia dewasa.

#### **Ucapan Terima Kasih** (*Acknowledgement*)

Keberhasilan dari kegiatan PKM ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, sehingga kami selaku tim PKM ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara sebagai instansi yang memberikan sarana dan dana, SMA Santo Kristoforus II yang telah bersedia menjadi mitra PKM dan Mahasiswa serta rekan yang telah membantu pelaksanaan serta memberikan saran dan masukan

#### **REFERENSI**

- Adhari, A., & Naomi, S. (2023). Eksistensi Milenial Dalam Menangkal Hoax. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(3), 1207–1214. <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i3.26216>
- Amanda, C. (2022, December 5). *Asymmetric Information*. <https://Finance.Binus.Ac.Id/2022/12/Asymmetric-Information-Lecturenotes/>.
- Budiutono, S. (2023). Analisis Asimetris Informasi: Perilaku Konsumen Pada Pasar Online. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, VII(2), 645–658.
- Chen, J. (2024, February 13). *The Problem of Lemons: Buyer vs. Seller*. <https://Www.Investopedia.Com/Terms/l/Lemons-Problem.Asp>.
- Hall, J. A. (2019). *Accounting Information Systems* (10th ed.). Cengage Learning, Inc.
- Hayes, A. (2024, April 29). Adverse Selection: Definition, How It Works, and The Lemons Problem. Investopedia.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & D. W. Terry. (2018). *Intermediate Accounting IFRS Edition* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Paramita, S. (2023). Pelatihan Pengelolaan Instagram Jurnalisme Online Bagi Remaja Pasca Gemba Bumi Di Ciherang. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(4), 1728–1734. <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i4.28481>
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2018). *Accounting Information Systems* (Fourteenth). Pearson.
- Verawati, Rusi, & Alberto, M. (2024). Pemahaman Transparansi Informasi Melalui Permainan Lemon Market Theory Bagi Siswa/i SMA Katolik Ricci 1. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 7(2), 402–409.