

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat dan Penjualan Kartu Kredit BCA di PT. DIKA

(Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat dan Penjualan Kartu Kredit BCA di PT. DIKA)

Andrie Alexandra Kusumah Dinata^{1*}, Levyda Levyda², Fauziah Eddyono³

Universitas Sahid, Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

andrie.alexandra@gmail.com^{1*}, levyda@usahid.ac.id², fauziaheddyono@usahid.ac.id³



Riwayat Artikel

Diterima pada 22 Agustus 2024
Revisi 1 pada 18 September 2024
Revisi 2 pada 09 Oktober 2024
Revisi 3 pada 17 Oktober 2024
Disetujui pada 21 Oktober 2024

Abstract

Purpose: The purpose of the thesis is to analyze the impact of the COVID-19 pandemic on credit card sales performance at PT Danamas Insan Kreasi Andalan (PT DIKA), with a focus on factors influencing customer behavior in credit card usage. It uses statistical methods to evaluate changes before and after the pandemic.

Methodology/approach: The methodology in this study adopts a descriptive and quantitative approach, utilizing hypothesis testing. The data consists of both primary and secondary sources, with samples drawn from PT Danamas Insan Kreasi Andalan (PT DIKA) customers, specifically credit card holders.

Results/findings: The research finds that consumer demand for credit cards decreased during the pandemic due to changes in financial behavior and income instability. However, income, credit limits, down payments, and low-interest rates continue to attract consumers. Credit cards remain relevant, especially for consumers with stable jobs and income.

Conslusions: Factors such as income, limit, down payment and low interest are still the main attractions for consumers in deciding to have a credit card.

Limitations: The limitations of the research include data constraints from the year 2023, and a reliance on surveys from active credit card users. Additionally, easier access to credit cards raises concerns about promoting a consumerist lifestyle that can lead to higher financial burdens.

Contribution: This study provides an analysis using an econometric model based on a survey of users and non-users of credit cards for a specific corporation engaged in the credit card business. Additionally, the results offer a practical overview for further analysis in terms of financial and managerial aspects.

Keywords: *Banking Services, Credit Card, Economic Impact, Income Stability, Sales*

How to Cite: Dinata, A, A, K., Levyda., Eddyono, F. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat dan Penjualan Kartu Kredit BCA di PT. DIKA. *Studi Ilmu Manajemen dan Organisasi*, 6(1), 1-20.

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara yang terdampak pandemi Covid-19. Pemerintah Indonesia menerapkan langkah-langkah untuk menekan penyebaran coronavirus dengan tingkat yang berbeda-beda. Diantaranya penutupan perbatasan, sekolah dan tempat kerja yang biasa disebut dengan "Lockdown" membuat kegiatan ekonomi Indonesia terhenti dan merugikan bisnis yang mengakibatkan

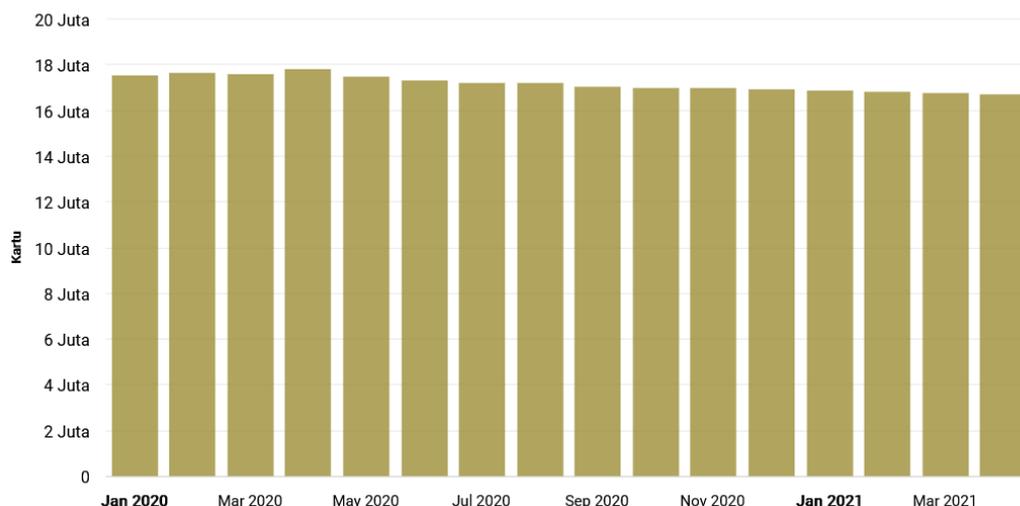
jumlah pengangguran meningkat, aktivitas perputaran barang menurun dan industri jasa pun ikut terpuruk (Muhyiddin & Nugroho, 2021; Sari et al., 2024).

Pembatasan aktivitas masyarakat akan berakibat pada penurunan *agregat supply* yang berdampak pada jumlah produksi yang terus menurun. Mengingat bahwa aspek-aspek vital ekonomi yaitu *supply, demand and supply chain* telah terganggu maka dampak krisis dirasakan secara merata ke seluruh lapisan atau tingkatan masyarakat. Pandemi ini memiliki dampak buruk pada karyawan, konsumen, rantai pasokan dan juga pasar keuangan (BAPPENAS, 2021; Wirdiyanti et al., 2023).

Kegiatan ekonomi sebelum adanya pandemic pada tahun 2019. Berdasarkan Produk Domestic Bruto triwulan pertama menunjukkan ekonomi Indonesia tumbuh termasuk sektor jasa keuangan kredit. Jasa keuangan kredit diketahui berkontribusi pada ekonomi nasional (Bongomin et al., 2017). Dengan demikian, penjualan kartu kredit ikut menyumbang ekonomi nasional. Namun, kegiatan ekonomi pada masa pandemi Covid-19 telah menyebabkan menurunnya ekonomi di Indonesia adalah meningkatnya angka pengangguran dan penduduk miskin akibat Pemutusan Hubungan Kerja selama pandemic Covid-19 (Ginting & Ginting, 2021). Pada saat sulit tersebut tingkat konsumsi masyarakat menurun drastis termasuk untuk pengeluaran kartu kredit. Padahal kartu kredit merupakan salah satu alat intermediasi aliran dana dari perbankan kepada masyarakat untuk berkonsumsi (Ummah et al., 2018).

Moody's Analytics tahun 2021 menyatakan kualitas kredit menurun meski restrukturisasi dan penurunan suku bunga kredit bisa memberikan sedikit dukungan, meski demikian tebalnya permodalan dapat menjadi penawar untuk menghadapi resiko yang meningkat (Emalia et al., 2020). Selama tiga tahun belakangan sejak 2020, rasio kecukupan modal CAR perbankan tercatat stabil diatas 0%. Pada Januari 2020 CAR hampir mencapai 3%, namun tekanan pada profitabilitas perbankan sulit dihindari. Otoritas Jasa Keuangan mencatat sepanjang tahun 2020 laba perbankan menurun berkisar 30-40% dibandingkan tahun lalu. Anjloknya laba perbankan karena restrukturisasi kredit akibat Covid-19.

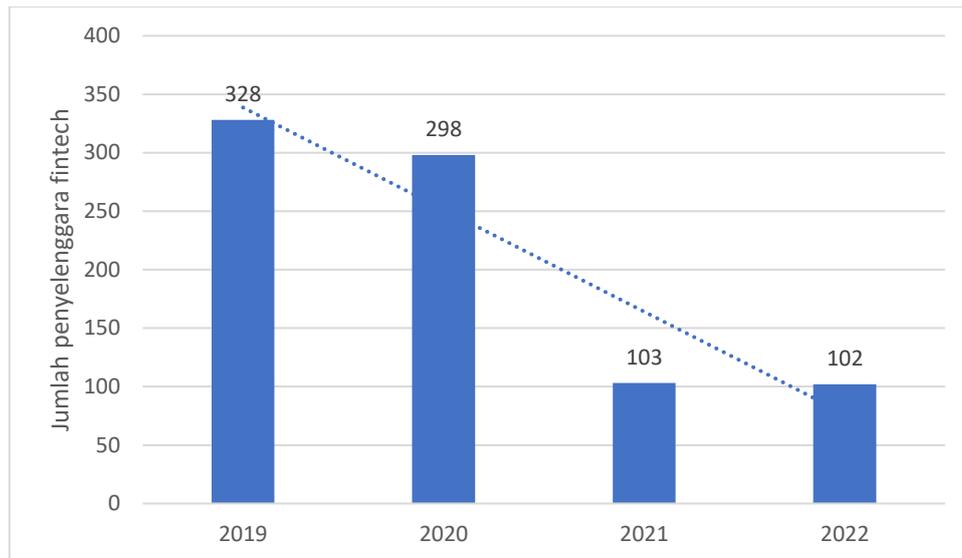
Berdasarkan data dari Bank Indonesia, secara nasional Jumlah kartu kredit yang beredar di masyarakat mengalami penurunan signifikan selama pandemi virus corona Covid-19. Penurunan tersebut terjadi sejak Mei 2020.



Grafik 1.1. Jumlah kartu kredit 2020 - 2021

Sumber: katadata.co.id

Diketahui kartu kredit yang beredar pada Mei 2020 sebanyak 17,5 juta unit, turun 1,76% dibandingkan bulan sebelumnya yang sebanyak 17,8 juta unit. Jumlah kartu kredit terus turun hingga tersisa 16,7 juta unit pada April 2021.



Grafik 1.2. Jumlah penyelenggara fintech di Indonesia
 Sumber: OJK, diolah

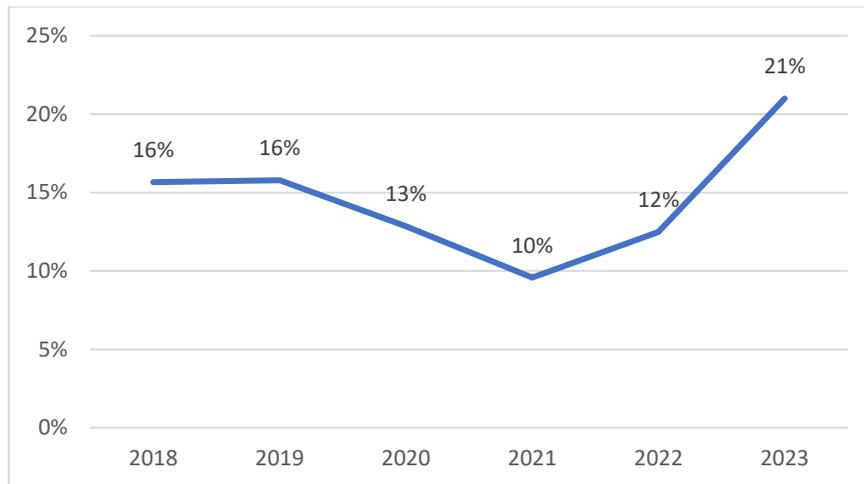
Tidak hanya jumlah kartu kredit yang menurun secara umum di masyarakat, akan tetapi fintech yang notabene adalah pesaing dari produk kartu kredit mengalami penurunan dari sisi perusahaan yang menyediakan fintech sejak 2019 hingga 2022.

Berdasarkan data OJK, tingkat kredit macet perbankan mengalami kenaikan 3.22%. Meski terjadi penurunan laba dan peningkatan kredit macet, data OJK menunjukkan bahwa likuiditas perbankan Indonesia cukup memadai untuk menyalurkan kredit guna mendukung pertumbuhan ekonomi. OJK mencatat hingga Agustus 2020, total Alat Likuid perbankan mencapai Rp 1.913 Triliun, sehingga sektor jasa keuangan di Indonesia masih memiliki kapasitas yang memadai untuk permodalan maupun likuiditas, dalam menyalurkan kredit atau pembiayaan yang dapat mendukung target pertumbuhan ekonomi Indonesia (Asri et al., 2024; Sumahir et al., 2022).

Penelitian (Triyawan & El, 2021) mengungkap bahwa pandemi Covid-19 berdampak pada keberlangsungan beberapa perusahaan jasa termasuk jasa keuangan. Lebih jauh lagi (Czech & Puszer, 2021) dalam penelitiannya yang berjudul *Impact of the Covid-19 Pandemic on the Consumer Credit Market* dengan menggunakan regresi *time-series* menjelaskan bahwa pandemi memiliki pengaruh terhadap permintaan kredit terutama kredit konsumsi di pasar karena pola konsumsi masyarakat yang berubah. Diketahui bahwa konsumen bereaksi terhadap krisis dengan *panic buying*. Sedangkan anggaran masyarakat tidak siap untuk penurunan pendapatan yang disebabkan oleh krisis Covid-19. Akibatnya, status kredit memburuk dan lembaga keuangan secara signifikan mengurangi pinjaman mereka. Padahal sektor jasa keuangan termasuk kartu kredit di dalamnya memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional (Putra, 2017). Adapun yang terdampak bukan masyarakat sebagai konsumen tetapi juga perusahaan yang menjual kartu kredit terutama *salesperson*.

(Khanafi, 2021) dalam penelitiannya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengambilan kartu kredit menyimpulkan bahwa produk promosi, place, prosedur, kualitas – baik secara parsial maupun simultan – berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit.

PT Danamas Insan Kreasi Andalan (PT DIKA) merupakan perusahaan pengelola uang dana pensiun karyawan Bank BCA dan salah Satu vendor Terbesar Bank BCA. Sebagai lembaga intermediasi yang termasuk besar di Indonesia Bank BCA mempercayakan bisnis kartu kredit kepada PT Dika untuk menjalankan fungsi perbankan yakni sebagai lembaga intermediasi keuangan melalui penjualan kartu kredit.



Grafik 1.3. *Approval rate* kartu kredit di PT DIKA dari 2018 sampai 2023
Sumber: PT DIKA, diolah

Data yang diperoleh dari PT DIKA menunjukkan bahwa *approval rate* untuk penjualan kartu kredit mengalami penurunan pada 2019 hingga 2021 sebesar 6%. Kemudian pada 2022 nilai *approval rate* mengalami kenaikan tipis sebesar %. Adapun kenaikan yang cukup signifikan terjadi dari 2022 hingga November 2023 yakni dari 12% menjadi 21%. Berdasarkan grafik 1.3 tersebut terlihat bahwa kondisi *recovery economy* yang terjadi pada 2021 hingga 2022 diikuti dengan kenaikan penjualan kartu kredit di PT DIKA.

Pada tesis ini, akan diteliti mengenai dampak pandemi Covid-19 terhadap penjualan kartu kredit dan terhadap performa hasil penjualan sales kartu kredit BCA di PT DIKA dengan menggunakan *tools* statistika runtut waktu berbasis data penjualan kartu kredit yang tersedia di PT Dika dengan berfokus pada peran sales saat menawarkan kartu kredit hingga berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk berfseedia *apply* kartu kredit.

1.1. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dikemukakan dalam tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik hasil penjualan sales kartu kredit BCA di PT Danamas Insan Kreasi Andalan (PT DIKA) Sebelum dan setelah pandemi.
2. Bagaimana dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam memutuskan untuk mengambil kartu kredit BCA di PT Danamas Insan Kreasi Andalan (PT DIKA).

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Konsep/Teori

2.1.1. Uang, Alat Pembayaran, dan Kartu Kredit

Uang merupakan sejumlah aset yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi yang memiliki tiga fungsi yakni sebagai penyimpan nilai, alat satuan hitung, dan media pertukaran (Mankiw & Weinzierl, 2009) Uang dalam artian penyimpan nilai adalah cara untuk mentransfer daya beli dari saat ini ke masa depan (*from present value to future value*) sedangkan alat satuan hitung mengacu pada uang yang dapat memberikan ketentuan di mana harga berlaku dan hutang dicatat. Terakhir, uang sebagai media pertukaran berarti alat yang dapat digunakan untuk membeli barang dan jasa.

Alat pembayaran terus berevolusi mengikuti evolusi uang dengan 3 unsur penggerak yaitu inovasi teknologi dan model bisnis, tradisi masyarakat, dan kebijakan otoritas. Awal mula alat pembayaran yaitu sistem barter antarbarang yang diperjualbelikan. Hanya saja masalah muncul ketika dua orang ingin bertukar tidak sepakat dengan nilai pertukarannya atau salah satu pihak tidak terlalu membutuhkan barang yang akan ditukar (Kamila et al., 2024).

Kartu kredit adalah alat pembayaran menggunakan kartu (APMK) yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk transaksi pembelanjaan dan/atau untuk melakukan penarikan tunai, dimana kewajiban pembayaran pemegang kartu dipenuhi terlebih dahulu oleh acquirer atau penerbit, dan pemegang kartu berkewajiban untuk melakukan pembayaran pada waktu yang disepakati baik dengan pelunasan secara sekaligus (*charge card*) ataupun dengan pembayaran secara angsuran.

Kehadiran alat pembayaran non tunai disinyalir dapat menggantikan peranan uang tunai dalam transaksi ekonomi di Indonesia. Pada saat ini, masyarakat berharap pada kecepatan proses transaksi dan pembayaran untuk kelancaran pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Masyarakat membutuhkan sistem pembayaran yang cepat, handal, dan aman dalam bertransaksi. Alat transaksi yang bersifat praktis dan efisien relatif banyak diminati oleh masyarakat di kota-kota besar. Selain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari penelitian yang dilakukan oleh (Czech & Puszer, 2021) mengungkapkan bahwa kartu kredit digunakan juga untuk gaya hidup.

2.1.2. Teori Consumer Behaviour

Ketatnya persaingan dalam penjualan produk harus mengantisipasi bagaimana keadaan pasar. Keadaan ini dapat diantisipasi dengan cara melakukan segmentasi pasar, tidak hanya melakukan klasifikasi berdasarkan golongan umur, Pendidikan, jenis kelamin, Tingkat pendapatan dan kelas sosial. Tetapi, perlu diikutsertakan perbedaan dalam sikap, perilaku, dan Tingkat keterbukaan untuk menerima produk (Utami, 2015).

Konsumen merupakan individu yang memiliki kapasitas untuk membeli barang dan jasa yang ditawarkan, sehingga dapat memenuhi kepuasan pribadi atau kebutuhan, keinginan dan rumah tangga. (Mowen, 1993) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai studi unit dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide.

Menurut Normawati et al., 2021a, pengertian perilaku konsumen adalah suatu proses atau aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Proses keputusan pembelian akan melalui tahapan – tahapan yang akan dilakukan oleh konsumen. (Kotler & Keller, 2016) menjelaskan bahwa proses keputusan pembelian yaitu mengenali masalah atau kebutuhan, pencarian informasi mengenai produk atau brand tertentu yang dibutuhkan, pemilihan alternative dalam memilih brand, melakukan keputusan dan menentukan perilaku pasca pembelian.

Perilaku konsumen terhadap barang maupun jasa akan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu pendapatan, selera konsumen, dan harga barang disaat kondisi yang lain tidak berubah (Normawati et al., 2021b). Perilaku konsumen didasarkan hal tersebut menjelaskan bahwa seseorang mempunyai pendapatan, maka dapat membeli suatu barang maupun jasa yang dikehendakinya demi mencapai kepuasan sesuai dengan kebutuhan atau harapannya. Sedangkan menurut (Kotler et al., 2001), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah kebudayaan, faktor sosial, pribadi, psikologis. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Faktor kebudayaan

Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarga dan lembaga-lembaga penting lainnya. Kebudayaan memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada tingkah laku konsumen.

- a. Budaya adalah Kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.
- b. Sub budaya adalah sekelompok orang dengan sistem nilai terpisah berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang umum. Sub budaya termasuk nasionalitas, agama, kelompok, ras, dan wilayah geografis.

2. Faktor Sosial

Kelas sosial merupakan pembagian Masyarakat yang relative homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Kelas sosial ditentukan oleh satu faktor tunggal, seperti pendapat yang diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan dan dalam beberapa sistem sosial, anggota dari kelas yang berbeda memelihara peran tertentu dan tidak dapat mengubah posisi sosial mereka.

3. Faktor Pribadi

Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seseorang, seperti umur dan tahap daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi dan gaya hidup, serta kepribadian dan prinsip diri.

4. Faktor Psikologis

Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh di masa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang. Pilihan barang yang dibeli seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh faktor psikologi yang penting, kebutuhan yang cukup untuk mengarahkan seseorang mencari cara untuk memuaskan kebutuhan. Dalam urutan kepentingan, jenjang kebutuhannya adalah kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman. Faktor-faktor psikologis perilaku konsumen mempengaruhi pembelian konsumen antara lain, harga, promosi, pekerjaan, umur, dan distribusi.

2.2. Penelitian Sebelumnya

Berikut beberapa penelitian sebelumnya yang akan dijadikan rujukan utama di dalam penelitian ini:

Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil
Lin dkk (2018)	<i>Determinants of credit card spending and debt of Chinese consumers</i>	Regresi berganda	Usia dan gender merupakan determinan penting dalam mempengaruhi seseorang untuk pengeluaran kartu kredit sedangkan pendapatan rumah tangga tidak berpengaruh signifikan.
Yildiray Kizgin, Kubra Karaosmanoglu, Gulay Hiz, dan Tahir Benli (2013)	<i>A Field Study on the Determination of the Credit Card Users' Awareness of the Products/Services Offered with Credit Cards: Turkey Case</i>	Logistic Regression analysis	Variabel pendapatan, jenis kelamin, kemudian variabel seperti durasi dan jumlah penggunaan kartu diketahui signifikan secara statistik terhadap <i>product awareness</i> dari kartu kredit
Nesia Ardelia dan Farah Margaretha Leon (2021)	Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan dan berhutang dengan	Regresi berganda berbasis data survei 333 responden	Terdapat pengaruh dari faktor demografis (usia, pendapatan, ukuran keluarga), fitur

	kartu kredit di Jabodetabek		kredit kartu (batas kredit), dan sikap terhadap uang (metode pembayaran utama dengan kartu kredit, tenor kartu) dalam penggunaan kartu kredit; juga faktor demografi (jenis kelamin, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, pendapatan) dan sikap terhadap uang (pembayaran minimum) pada hutang kartu kredit
Muhammad Yusman Khanafi (2021)	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Pengambilan kredit pada PT. Finansia multi finance Semarang	Regresi berganda dengan analisis multivariate	Produk promosi, place, prosedur, kualitas – baik secara parsial maupun simultan – berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit
Dwi Rahmandhani S dan Eka Indriyani MS	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengambilan kredit di masa pandemi Covid-19	Regresi berdanda dengan analisis multivariate	tingkat suku bunga, pendapatan dan kualitas pelayanan secara bersamaan (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit pada Bank Sulselbar Cabang Palu. Secara parsial ketiga variabel yaitu tingkat suku bunga, pendapatan dan kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk mengambil kredit

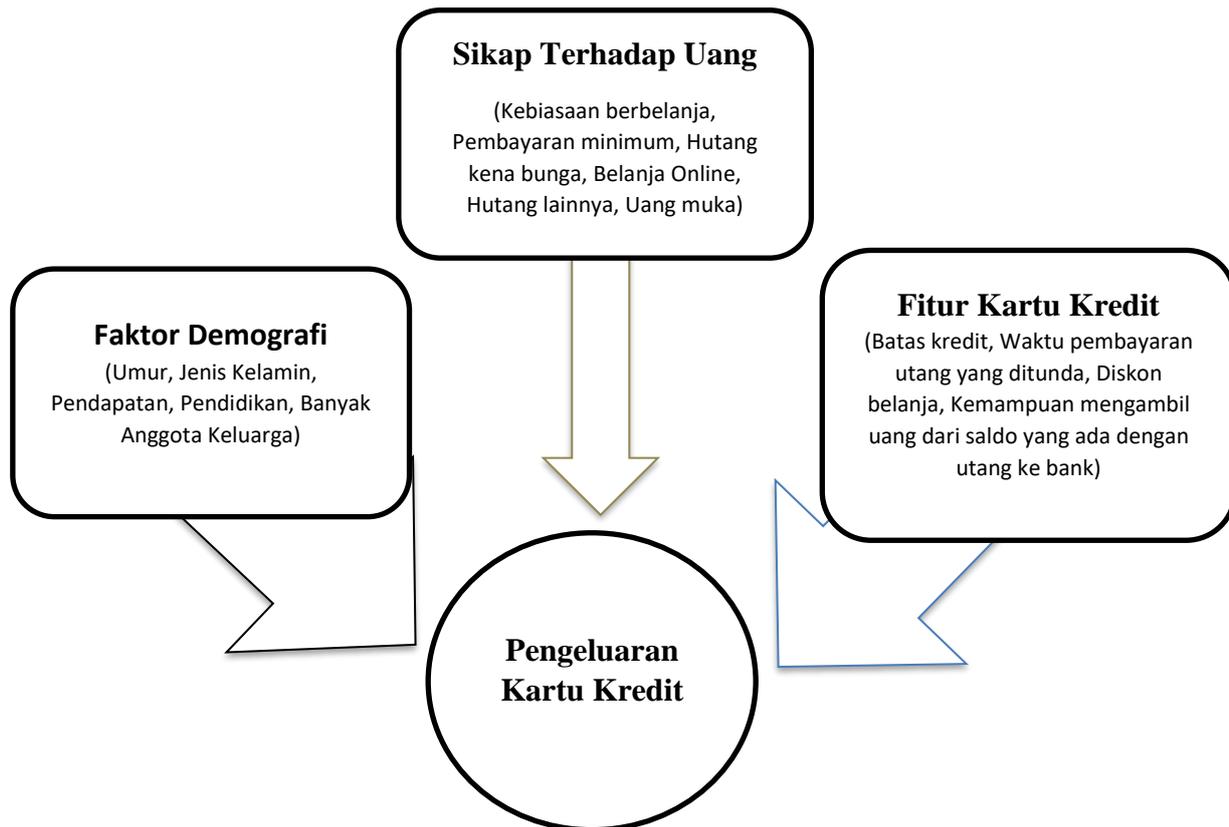
Sumber: Ringkasan penulis (2023)

2.3. Kerangka Pemikiran

Kartu kredit menawarkan beberapa keuntungan bagi konsumen, termasuk berkurangnya kebutuhan membawa uang tunai, tersedianya catatan pembelian yang akurat dan dokumentasi kelayakan kredit.

Namun maraknya penggunaan kartu kredit juga menimbulkan kemungkinan timbulnya berbagai masalah hutang kartu. Tingkat tunggakan pembayaran cenderung dipengaruhi oleh seperti lokasi pemegang kartu, usia atau jenis kelamin. Penggunaan kartu kredit telah menghasilkan setidaknya 3 metode utama pada riset: Identifikasi penggunaan kartu kredit, faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan kartu kredit, faktor-faktor yang membedakan debitur dan non debitur, penentu jumlah pembayaran hutang dan keputusan pembayaran.

Berdasarkan hasil penelitian (Lin et al., 2019) yang melaporkan bahwa *Determinants of Credit Card Spending and Debt of Chinese Consumers* ada beberapa faktor yang menjadi dasar pengeluaran kartu kredit dan hutang yaitu



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Diketahui faktor demografi, sikap terhadap uang dan fitur kartu kredit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usia berpengaruh signifikan terhadap penggunaan kartu kredit, konsumen dengan usia muda (kurang dari 35 tahun) menghabiskan rata-rata RMB 1.496 lebih banyak dibandingkan usia tua (lebih dari 35 tahun).

3. Metode Penelitian

3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam lingkup perusahaan dimana yang menjadi objek penelitian ini adalah PT Danamas Insan Kreasi Andalan (PT DIKA) merupakan perusahaan pengelola uang dana pensiun karyawan Bank BCA dan salah Satu vendor Terbesar Bank BCA. Penelitian ini mengambil data pada 023, karena keterbatasan data yang tersedia. Maka unit analisis dalam penelitian ini adalah nasabah, khususnya nasabah yang tercatat memiliki kartu kredit.

3.1.1. Metode Yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif dengan menggunakan pengujian hipotesis. Populasi diambil adalah nasabah kartu kredit, mengingat banyak nasabah yang memiliki kartu kredit maka pemilihan sampel akan dilakukan.

3.1.2. Jenis dan Sumber data

Data Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer bersumber dari para responden yakni yang informasinya diperoleh menggunakan daftar pertanyaan kuesioner yang telah dipersiapkan. Adapun penggunaan data sekunder diperlukan sebagai pendukung yang didapat dari laporan perusahaan yang dapat dipublikasikan yang mendukung penelitian ini.

3.1.3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi memiliki arti kumpulan dari objek yang diteliti dan sampel adalah sebagian dari populasi. Secara terperinci (Sugianto et al., 2020a) menjelaskan bahwa populasi yang berarti keseluruhan inti atau individu dalam ruang lingkup yang ingin diteliti ini bisa dibedakan menjadi:

a. Populasi Sasaran (Target Population), adalah keseluruhan individu dalam suatu lokasi dan kurun waktu tertentu sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan.

b. Populasi Sampel (Sampling Population), merupakan keseluruhan individu yang akan menjadi satuan analisis dalam populasi yang layak dan sesuai untuk dijadikan atau ditarik sebagai sampel penelitian sesuai dengan kerangka sampelnya.

Kerangka sampel di sini adalah seluruh daftar individu yang menjadi satuan analisis yang ada dalam populasi dan akan diambil sampelnya. Adapun sampel sepeham dengan pendapat Lukas merupakan sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya (Sugianto et al., 2020b). PT Dika dipilih sebagai objek penelitian dengan alasan perusahaan pengelola uang dana pensiun karyawan Bank BCA dan salah satu vendor terbesar Bank BCA.

Menurut Hadi, 2001 tidak ada suatu ketetapan yang mutlak berapa persen suatu sampel yang harus diambil dari populasi. Berdasarkan data sekunder, informasi nasabah sulit didapat, karena para nasabah tidak banyak men-*disclose* data diri karena privasi. Kemudian, jalur formal ditempuh oleh peneliti melalui izin penelitian di PT DIKA untuk mendapatkan data responden dan menyebarkan kuesioner. Kemudian untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Dimana:

n = sampel,

N = populasi, dan

e = nilai kritis ketelitian (batas yang masih dapat ditolerir maksimal 10%). Dalam penelitian ini jumlah populasi diambil dari jumlah nasabah yang aktif menggunakan kartu kredit untuk mendapatkan data yang kredibel.

3.1.4. Defenisi Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi	Skala Pengukuran
1	Keputusan Pengeluaran Kartu Kredit	Responden yang melakukan transaksi menggunakan kartu kredit dengan berbagai faktor yang mempengaruhinya	Teknik Binary Logit diukur dengan kategori, 1 = jika berpengaruh, 0 = tidak berpengaruh
Demografi			
2	Usia Responden	Umur dari masing-masing individu	Variabel continuous yang diukur berdasar usia responden dalam satuan tahun (Tahun).

3	Jenis Kelamin	Jenis kelamin responden yang diidentifikasi perbedaan pola penggunaan kartu kredit	Variable continous yang di ukur berdasarkan gender responden
4	Pendapatan	Pendapatan nasabah	Variabel continuous yang diukur dalam satuan rupiah (Rp)
5	Pendidikan	Tingkat pendidikan yang telah dicapai, tidak pernah sekolah, tidak tamat SD, tama, SLTP, SLTA, Perguruan tinggi. Latar belakang pendidikan formal yang ditamatkan	Variabel continuous yang diukur berdasarkan lama pendidikan responden
Sikap terhadap Uang			
6	Uang muka	Sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh responden dimuka sebagai tanda jadi atau bagian dari kesepakatan pembelian atau pembayaran	Variabel Continous yang diukur dalam rupiah (Rp.)
Fitur Kartu Kredit			
7	Batas Kredit	Limit atau jumlah batas maksimum yang diberikan kepada responden oleh penerbit dalam melakukan transaksi	Variabel Continous yang diukur dalam rupiah (Rp.)
8	Kemampuan mengambil uang dari saldo yang ada dengan utang ke bank	Responden menarik sejumlah uang tunai melalui ATM atau bank dengan menggunakan kartu kredit, walaupun tidak ada saldo yang tersedia	Variabel Continous yang diukur rupiah (Rp.)

3.1.5. Teknis Analisis Data

3.1.5.1. Teknik Analisis Data

Dari lapangan dengan berdasar pada kuesioner responden didapat data mentah yang kemudian akan diolah, dianalisis, dan dilakukan pengujian hipotesis. Model persamaan menggunakan metode analisis Binary Logistic Regression dengan alat analisis SPSS 16. Binary Logistic Regression yang digunakan karena selain variabel dependennya bersifat dikotomi yaitu menggunakan variabel dummy, variabel bebasnya pun merupakan kombinasi antara matrik dan nominal (non metrik).

Dalam menentukan justifikasi signifikansi statistik bagi masing-masing variabel yang diuji adalah dengan mendasarkan pada nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka variabel independen yang diamati berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya. Mengingat alat analisis yang digunakan adalah model Binary Logistic Regression, maka nilai koefisien determinasi (R^2) tidak dapat digunakan untuk mendeteksi kesesuaian model (goodness of fit). Goodness of fit bagi model ini dapat dilihat berdasarkan nilai percentage of correct prediction (Gujarati, 2010). Analisis Binary Logistic Regression ini akan mencari model terbaik (best-fit model), dengan demikian akan dilakukan beberapa skenario untuk mendapatkan model terbaik tersebut. Perumusan model secara lengkap dan matematis dapat dinotasikan dalam persamaan:

$$\text{MPSI} : f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6) \dots\dots\dots (3.2)$$

Dimana:

- X1 = Usia responden - Keputusan pengeluaran kartu kredit
- X2 = Jenis kelamin – Keputusan pengeluaran kartu kredit
- X3 = Pendapatan - Keputusan pengeluaran kartu kredit
- X4 = Pendidikan - Keputusan pengeluaran kartu kredit
- X5 = Metode pembayaran kartu kredit – Keputusan pengeluaran kartu kredit
- X6 = Uang muka – Keputusan pengeluaran kartu kredit
- X7 = Batas kredit – Keputusan pengeluaran kartu kredit
- X8 = Waktu pembayaran yang ditunda – Keputusan pengeluaran kartu kredit

Adapun bentuk model ekonometri dengan cross-section dapat dikonotasikan dalam persamaan sebagai berikut:

$$MPSI_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e_i \dots \dots \dots (3.2)$$

Dimana:

MPSI = 1 bila berpengaruh melakukan transaksi terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit dan 0 bila sebaliknya yaitu tidak berpengaruh terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit. Untuk mengestimasi parameter model di atas dan untuk menghitung rata-rata kemungkinan responden memutuskan untuk melakukan keputusan pengeluaran kartu kredit.

Maka digunakan fungsi Binary Logistic Regression. Dasar penggunaannya karena variabel dependennya berbentuk dummy yaitu 1= jika berpengaruh terhadap pengeluaran kartu kredit; 0= sebaliknya. Kelebihan metode regresi logistik adalah lebih fleksibel dibanding teknik lain yaitu:

- a. Regresi logistik tidak mempunyai asumsi normalitas atas variabel yang digunakan dalam model. Artinya variabel penjelas tidak harus memiliki distribusi normal, linier, maupun memiliki varian yang sama dalam setiap grup.
- b. Variabel bebas dalam regresi logistik bisa campuran dari variabel kontinyu, diskrit dan dikotomi.
- c. Regresi logistik amat bermanfaat digunakan apabila distribusi respon atas variabel terkait diharapkan non linier dengan satu atau lebih variabel bebas.

3.1.5.2. Pengujian Model Fit

Persamaan fungsi 3.4 kemudian dilakukan beberapa pengujian yaitu pengujian model fit, antara lain:

- a. Menilai Model Fit (*Goodness of Fit*). Langkah pertama adalah menilai keseluruhan fit model terhadap data.

Hipotesis untuk menilai model fit adalah :

H₀: Model yang dihipotesakan fit dengan data

H_A: Model yang dihipotesakan tidak fit dengan data.

Dari hipotesis di atas pada penelitian H₀ tidak akan ditolak karena model sesuai dengan data. Statistik yang digunakan berdasarkan pada fungsi likelihood. Likelihood L dari model adalah probabilitas, bahwa model yang dihipotesis menggambarkan data input.

Dalam menguji H₀ dan H_A L bertransformasi menjadi -2LogL yang kadang disebut likelihood rasio χ^2 . Statistik -2LogL dapat juga digunakan untuk menentukan jika variabel bebas ditambahkan ke dalam model apakah secara signifikan memperbaiki model fit. Selisih -2LogL untuk model dengan konstanta saja dan -2LogL untuk model dengan konstanta dan variabel bebas didistribusikan sebagai χ^2 dengan df (selisih kedua model). Menguji keseluruhan model dapat dilakukan dengan membandingkan nilai dari -2LogL pada awal (block number 0) dan -2LogL kedua (block number 1). Bila terjadi penurunan maka model ini baik.

b. Cox dan Snell's R Square

Cox dan Snell's R Square merupakan ukuran yang mencoba meniru ukuran R² pada multiple regression yang didasarkan pada teknik estimasi likelihood dengan nilai maksimum kurang dari satu sehingga sulit diinterpretasikan. Nagelkerke's R² merupakan modifikasi dari koefisien Cox dan Snell untuk memastikan bahwa nilainya bervariasi dari 0 sampai 1.

Hal ini dilakukan dengan cara membagi nilai Cox dan Snell's R² dengan nilai maksimumnya. Nilai Nagelkerke's R² dapat diinterpretasikan seperti nilai R² pada multiple regression.

c. Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test

Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test digunakan untuk menguji hipotesis. Jika nilai signifikansi Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test Statistic sama dengan atau kurang dari $\alpha = 0.05$ maka H₀ ditolak.

Artinya ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga Goodness of Fit model tidak baik karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya. Yang baik adalah ketika signifikansi Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test Statistic $> \alpha = 0,05$.

d. Nilai Percentage of Correct Prediction pada Tabel klasifikasi x2

Tabel klasifikasi x2 digunakan untuk menghitung nilai estimasi yang benar dan salah. Pada model yang sempurna maka semua kasus akan berada pada diagonal dengan tingkat ketepatan peramalan 100% (Ghozali, 2006b) jika terdapat homoskedastisitas maka prosentase benar akan sama di kedua baris. Jika dalam kedua baris berbeda maka bebas dari homoskedastisitas dan dapat dilakukan penelitian selanjutnya.

3.1.5.3. Uji Hipotesis

Untuk menentukan justifikasi signifikansi bagi masing-masing variabel yang diuji adalah dengan mendasarkan pada nilai wald ratio (χ^2 - wald). Jika probabilitasnya $< \alpha = 0.05$, maka variabel independen yang diamati berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis statistik H₀ ditolak bila p-value $< \alpha = 0.05$. Menurut (Nachrowi, 2005), untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai wald ratio (χ^2 - wald) dengan hipotesis sebagai berikut:

a. Hipotesis I, yaitu variabel Usia responden

H₀ : $\beta_1 = 0$: tidak ada pengaruh signifikan variabel usia terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit.

H₁ : $\beta_1 > 0$: terdapat pengaruh positif variabel usia terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit.

b. Hipotesis II, yaitu variabel jenis kelamin

H₀ : $\beta_1 = 0$: tidak ada pengaruh yang signifikan variabel jenis kelamin terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit.

H₁ : $\beta_1 > 0$: terdapat pengaruh positif variabel jenis kelamin terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit.

c. Hipotesis III, yaitu variabel Pendapatan

H₀ : $\beta_1 = 0$: tidak ada pengaruh signifikan variabel pendapatan terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit.

H₁ : $\beta_1 < 0$: terdapat pengaruh negatif variabel pendapatan terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit.

d. Hipotesis IV, yaitu variabel Pendidikan

H₀ : $\beta_1 = 0$: tidak ada pengaruh yang signifikan variabel pendidikan terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit.

H₁ : $\beta_1 > 0$: terdapat pengaruh positif variabel pendidikan terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit.

e. Hipotesis V, yaitu variabel Metode pembayaran kartu kredit

H₀ : $\beta_1 = 0$: tidak ada pengaruh yang signifikan variabel metode pembayaran kartu kredit terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit.

H₁ : $\beta_1 > 0$: terdapat pengaruh positif variabel metode pembayaran kartu kredit terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit.

f. Hipotesis VI, yaitu variabel Uang muka

H₀ : $\beta_1 = 0$: tidak ada pengaruh yang signifikan variabel uang muka terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit.

H1 : $\beta_1 > 0$: terdapat pengaruh positif variabel uang muka terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit.

g. Hipotesis VII, yaitu variabel Batas kredit

H0 : $\beta_1 = 0$: tidak ada pengaruh yang signifikan variabel batas kredit terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit.

H1 : $\beta_1 > 0$: terdapat pengaruh positif variabel batas kredit terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit.

h. Hipotesis VIII, yaitu variabel Kemampuan mengambil uang dari saldo yang ada dengan utang ke bank

H0 : $\beta_1 = 0$: tidak ada pengaruh yang signifikan variabel kemampuan mengambil uang dari saldo yang ada dengan utang ke bank terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit.

H1 : $\beta_1 > 0$: terdapat pengaruh positif variabel Kemampuan mengambil uang dari saldo yang ada dengan utang ke bank terhadap keputusan pengeluaran kartu kredit.

Apabila pada tingkat kepercayaan 95% nilai χ^2 –wald $< 0,05$ berarti H0 ditolak dan H1 diterima, artinya ada pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dan apabila pada tingkat kepercayaan 95% nilai χ^2 –wald $> 0,05$, berarti H0 diterima dan H1 ditolak, artinya tidak ada pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil

Penggunaan kartu kredit di masyarakat saat ini dipengaruhi oleh beberapa faktor. Data yang ditemukan oleh peneliti melalui survei yang dilaksanakan terhadap 242 responden menunjukkan bahwa keputusan untuk menggunakan kartu kredit dipengaruhi oleh faktor-faktor baik dari dalam maupun dari luar individu tersebut. Berikut hasil uji validitas dan Reliabilitas dari kuesioner yang disebar.

Tabel 4.1. Hasil uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

		Penghasilan	Pendidikan	Pekerjaan	Bunga_Rendah	Kemudahan
Penghasilan	Pearson Correlation	1	.251**	-.118	.097	.118*
	Sig. (2-tailed)		.000	.056	.108	.049
	N	284	284	265	278	277
Pendidikan	Pearson Correlation	.251**	1	-.087	.010	.119*
	Sig. (2-tailed)	.000		.160	.866	.048
	N	284	284	265	278	277
Pekerjaan	Pearson Correlation	-.118	-.087	1	.055	-.038
	Sig. (2-tailed)	.056	.160		.378	.543
	N	265	265	265	259	258
Bunga_Rendah	Pearson Correlation	.097	.010	.055	1	.236**

Kemudahan	Sig. (2-tailed)	.108	.866	.378		.000
	N	278	278	259	278	277
	Pearson Correlation	.118*	.119*	-.038	.236**	1
	Sig. (2-tailed)	.049	.048	.543	.000	
	N	277	277	256	277	277

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Sumber: Data diproses menggunakan Stata 14 (2023)

Semua item kuesioner yang disebar menunjukkan hasil yang valid dengan menggunakan alpha 5%. Adapun model yang dibangun adalah sebagai berikut.

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X1_i + \beta_2 X2_i + \beta_3 X3_i + \beta_4 X4_i + \beta_5 X5_i + \beta_6 X6_i + \beta_7 X7_i + \beta_8 X8_i$$

Dimana:

Y = Keputusan memiliki kartu kredit (dummy 1=memiliki; 0=tidak)

X1 = Penghasilan

X2 = Limit

X3 = Uang muka

X4 = Bunga rendah

X5 = Kemudahan

X6 = Pekerjaan

X7 = Jenis kelamin (dummy 1=laki-laki; 0=perempuan)

X8 = Pendidikan (lulusan sekolah primer hingga tersier)

Tabel 4.2. Hasil Analisis Data

Logistic regression	Number of obs	=	255
	Wald chi2 (10)	=	48.41
	Prob > chi2	=	0.0000
Log pseudolikelihood = -66.1841	Pseudo R2	=	0.2986

keputusan	Robust					
	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
penghasilan	.5663041	.2425762	2.33	0.020	.0908634	1.041745
limit	2.407967	.4817032	5.00	0.000	1.463846	3.352088
uangmuka	1.372759	.5504964	2.49	0.013	.2938057	2.451712
bungarendah	.3650525	.3214584	1.14	0.256	-.2649944	.9950994
kemudahan	-.7871606	.284826	-2.76	0.006	-1.345409	-.2289119
3. pekerjaan	1.034699	.4893801	2.11	0.034	.0755317	1.993867
jenis kelamin	.2271082	.4711385	0.48	0.630	-.6963063	1.150523
pendidikan						
4	.2748565	.8478778	0.32	0.746	-1.386954	1.936667
5	-.7223366	.5526149	-1.31	0.191	-1.805442	.3607686

6	-.5659903	.9242743	-0.61	0.540	-2.377535	1.245554
_cons	-.4098185	1.205006	-0.34	0.734	-2.771586	1.951949

Sumber: Data diproses menggunakan Stata 14 (2023)

Berdasarkan data hasil analisis diatas dengan menggunakan stata 14, pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan kartu kredit ialah sebagai berikut:

4.1.1. Penghasilan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, nilai koefisien faktor penghasilan ialah sebesar 0,167 dengan nilai signifikan sebesar 0,008. Berdasarkan data tersebut, faktor penghasilan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan kartu kredit. Nilai koefisien yang berangka positif memiliki arti apabila penghasilan yang dimiliki oleh seseorang meningkat, maka keinginan untuk memiliki dan menggunakan kartu kredit akan semakin tinggi.

Adanya korelasi tersebut dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Orang dengan penghasilan yang lebih tinggi, cenderung akan menggunakan kartu kredit bahkan dapat memiliki lebih dari satu kartu kredit, serta memiliki sikap yang positif terhadap pengeluaran kartu kredit yang mereka miliki. Selain itu, dengan memiliki penghasilan yang lebih besar, menjadikan mereka lebih mudah untuk membayar biaya cicilan kartu kredit dan membuat tingkat penggunaan kartu kredit menjadi lebih tinggi (Ardelia & Leon, 2021a). Faktor lain yang mempengaruhi tingginya penggunaan kartu kredit terhadap orang dengan penghasilan yang lebih tinggi ialah karena memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi, sehingga memungkinkan mereka untuk lebih bijak dalam mengatur pengeluaran menggunakan kartu kredit dan menggunakannya sesuai dengan kebutuhan (Margaretha & Sari, 2015a).

4.1.2. Limit

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, nilai koefisien faktor limit ialah sebesar ,405 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan data tersebut, faktor limit memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan kartu kredit. Nilai koefisien yang berangka positif memiliki arti apabila limit yang ditawarkan penyedia layanan kartu kredit semakin tinggi, maka keinginan untuk memiliki dan menggunakan kartu kredit akan semakin tinggi juga.

Berdasarkan analisis tersebut, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingginya penggunaan kartu kredit yang berbanding lurus dengan semakin tingginya limit yang diberikan. Limit kredit yang lebih tinggi biasanya membuat konsumen lebih leluasa untuk menggunakan kartu tersebut untuk membayar berbagai pengeluaran yang dimiliki. Hal tersebut didukung dengan kemudahan untuk membayar karena limit yang dimiliki dapat digunakan untuk beberapa pembayaran sekaligus (Ham et al., 2023). Selain itu, limit yang tinggi juga menjadi daya tarik bagi konsumen yang awalnya tidak memiliki kartu kredit kemudian memutuskan untuk menggunakan kartu kredit. Hal ini terjadi karena limit yang tinggi juga menjadi salah satu daya tawar yang menarik bagi calon konsumen ketika mereka mendapatkan penjelasan dan promosi kartu kredit sehingga memutuskan untuk menggunakan kartu kredit tersebut (Ibrahim & Austin, 2023).

4.1.3. Uang Muka

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, nilai koefisien faktor uang muka ialah sebesar 1,360 dengan nilai signifikan sebesar 0,019. Berdasarkan data tersebut, faktor uang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan kartu kredit. Nilai koefisien yang berangka positif memiliki arti apabila semakin tinggi uang muka yang ditawarkan penyedia layanan kartu kredit, maka keinginan untuk memiliki dan menggunakan kartu kredit akan semakin tinggi juga.

Berdasarkan analisis tersebut, tingginya uang muka yang diberikan oleh pihak penyedia layananan kartu mendorong konsumen untuk lebih tenang dalam menggunakan kartu kredit dalam aktivitas pembayaran maupun pembiayaan yang dilakukan oleh konsumen. Tingginya uang muka dapat membuat pengguna kartu kredit lebih leluasa karena uang yang digunakan untuk membayar keperluan, maupun proses

pembayaran yang nantinya akan dilakukan dapat menjadi lebih cepat sehingga tidak menumpuk banyak utang yang harus dibayarkan (Akbar, 2023). Tingginya uang muka yang diberikan juga akan memudahkan dan menghindarkan para pengguna dari berbagai kondisi yang memungkinkan terjadinya peningkatan jumlah utang yang harus dibayar secara signifikan, sehingga memberikan rasa aman terhadap konsumen untuk bertransaksi menggunakan kartu kredit tersebut (Alhamdani et al., 2021).

4.1.4. Bunga Rendah

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, nilai koefisien faktor bunga rendah ialah sebesar 0,344 dengan nilai signifikan sebesar 0,267. Berdasarkan data tersebut, faktor bunga rendah memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan kartu kredit. Meskipun demikian, pengaruh bunga yang rendah tidak terlalu signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan kartu kredit. Nilai koefisien yang berangka positif memiliki arti apabila semakin rendah bunga yang ditawarkan penyedia layanan kartu kredit, maka keinginan untuk memiliki dan menggunakan kartu kredit akan semakin tinggi juga.

Bunga menjadi salah satu faktor penting dalam pembiayaan perbankan, terutama dalam kartu kredit karena dapat menentukan jumlah pembayaran yang akan diterima dalam satu transaksi tertentu. Bunga rendah yang ditawarkan penyedia kartu kredit kepada konsumennya biasanya cukup membuat minat masyarakat untuk menggunakan kartu kredit semakin meningkat. Hal ini terjadi karena dengan bunga yang rendah, maka beban pengeluaran yang harus dibayarkan konsumen dalam setiap transaksi tidak terlalu besar (Arif, 2016). Selain itu, bunga yang rendah juga mempengaruhi kecenderungan penggunaan kartu kredit yang dilakukan oleh masyarakat. Semakin rendah bunga yang diberikan, maka kecenderungan orang tersebut untuk menggunakan kartu kredit semakin tinggi karena merasa aman dengan biaya yang dikeluarkan setiap membayar bunga yang dibebankan. Hal ini juga erat kaitannya dengan peningkatan gaya hidup konsumtif yang dimiliki oleh pengguna kartu kredit (Lestari et al., 2015).

4.1.5. Kemudahan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, nilai koefisien faktor kemudahan ialah sebesar -0,706 dengan nilai signifikan sebesar 0,011. Berdasarkan data tersebut, faktor kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan kartu kredit. Meskipun demikian, pengaruh kemudahan mendapatkan kartu kredit justru membuat keputusan untuk menggunakan kartu kredit semakin menurun. Nilai koefisien yang berangka negatif memiliki arti apabila semakin mudah kartu kredit didapatkan oleh konsumen, maka keinginan untuk memiliki dan menggunakan kartu kredit akan semakin menurun.

Kemudahan konsumen dalam mendapatkan kartu kredit biasanya akan mendorong masyarakat untuk memiliki dan menggunakan kartu tersebut. Namun demikian, justru kemudahan penggunaan kartu kredit di masyarakat membuat keinginan untuk mendapatkan kartu kredit menjadi menurun. Salah satu faktor terbesarnya ialah adanya kekhawatiran dari masyarakat dengan mudahnya mendapatkan kartu kredit, maka mereka akan memiliki gaya hidup konsumtif (Ardelia & Leon, 2021b). Hal tersebut membuat masyarakat memiliki kekhawatiran dengan beban pengeluaran yang semakin besar sehingga pembayaran kartu kredit yang mereka miliki akan semakin membengkak juga. Sehingga kemudahan untuk mendapatkan kartu tersebut menjadi sebuah kehati-hatian bagi para konsumen untuk memiliki kartu karena khawatir tidak dapat mengontrol diri dalam pengeluaran (Margaretha & Sari, 2015b). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini mengkonfirmasi teori TAM dari sisi *intention to use* alih-alih *perceived ease of use*, walaupun terdapat kemudahan dalam menggunakan kartu kredit dimana pengguna bisa tinggal gesek kartu untuk transaksi tetapi sebagian masyarakat ternyata memilih tujuan penggunaan.

4.1.6. Pekerjaan

Hasil regresi logistik menunjukkan bahwa pekerjaan swasta memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan untuk memiliki kartu kredit. Hal ini sejalan dengan penelitian (Soekarno et al., 2021) bahwa ketika seseorang itu sudah bekerja maka kebutuhan akan transaksi kredit meningkat. Seseorang yang sudah bekerja berarti memiliki penghasilan tetap yang dapat diprediksi sehingga

memiliki kemampuan untuk membayar tagihan tiap bulannya. Pekerjaan yang di maksud di dalam survei adalah swasta.

4.1.7. Jenis Kelamin

Variabel jenis kelamin yang digunakan adalah dummy variabel, dimana 1 bermakna responden laki-laki sedangkan 0 adalah perempuan. Berdasarkan hasil regresi diketahui bahwa jenis kelamin tidak signifikan berpengaruh terhadap keputusan untuk memiliki kartu kredit.

4.1.8. Pendidikan

Di dalam penelitian ini, pendidikan dibuat menjadi 4 kategorikal yakni: 4.Diploma 5.Sarjana 6.Magister. Adapun tingkat pendidikan 4 memiliki arah positif terhadap keputusan untuk memiliki kartu kredit. Berbeda dengan tingkat pendidikan 4, dimana tingkat pendidikan 5 dan 6 menunjukkan arah negatif. Artinya kecenderungan untuk tidak memiliki kartu kredit. Kemungkinan, semakin tinggi tingkat pendidikan ada kecenderungan untuk pembayaran non tunai atau bukan kredit. Semua tingkat pendidikan secara statistik diketahui tidak signifikan mempengaruhi keputusan memiliki kartu kredit. Hal ini dimungkinkan semakin tinggi tingkat pendidikan berkaitan erat dengan tingkat pengetahuan dan juga pendapatan yang tinggi sehingga orang-orang cenderung menggunakan transaksi *online* dengan nominal yang besar dan juga menggunakan *smartphone* yang memiliki keamanan yang tinggi walau dengan harga gawai yang mahal. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Soekarno et al., 2021) bahwa orang-orang dengan pendidikan tinggi cenderung menggunakan transaksi *online*. Adapun fenomena ini dipengaruhi juga oleh sistem pembayaran yang menggunakan transaksi *online* yang mulai marak di Indonesia bukan hanya untuk transaksi besar tetapi juga retail (Wirdiyanti et al., 2022)

4.2. Pembahasan

Kartu kredit masih menjadi alat pembayaran yang populer di kalangan masyarakat modern. Berdasarkan pengolahan data dari survei yang dilaksanakan, kecenderungan penggunaan kartu kredit masih sangat besar di masyarakat karena menawarkan beberapa kemudahan, terutama berkaitan dengan manfaat yang didapatkan oleh pemilik kartu.

Salah satu alasan utama masyarakat masih menggunakan kartu kredit adalah berkaitan dengan penghasilan. Penghasilan yang stabil dan cukup besar memungkinkan individu untuk mengakses fasilitas kartu kredit dengan lebih mudah. Kartu kredit menawarkan fleksibilitas dalam mengelola keuangan, terutama ketika ada kebutuhan mendesak yang tidak dapat ditunda. Bagi mereka yang memiliki penghasilan tetap, kartu kredit menjadi alat yang praktis untuk melakukan pembelian tanpa harus segera membayar dengan uang tunai. Ini memberikan ruang gerak finansial yang lebih besar, memungkinkan individu untuk memanfaatkan penghasilan mereka secara lebih efektif.

Limit atau batas kredit yang diberikan oleh kartu kredit juga menjadi daya tarik tersendiri. Bank biasanya memberikan limit kredit berdasarkan penilaian terhadap kemampuan finansial pemegang kartu. Limit ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian dalam jumlah besar yang mungkin tidak dapat dilakukan jika hanya mengandalkan uang tunai atau tabungan. Misalnya, pembelian barang-barang elektronik, kebutuhan rumah tangga, atau perjalanan wisata dapat dibiayai dengan menggunakan kartu kredit, asalkan masih dalam batas limit yang diberikan. Ini memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna dalam mengatur pembelian mereka sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansial.

Kartu kredit menawarkan fleksibilitas yang tidak dimiliki oleh metode pembayaran lainnya, terutama dalam hal uang muka. Dalam banyak transaksi, terutama yang melibatkan jumlah besar seperti pembelian kendaraan atau barang-barang mahal lainnya, biasanya diperlukan uang muka yang cukup besar. Kartu kredit memungkinkan pengguna untuk mengurangi beban uang muka tersebut dengan cara mencicil pembayaran secara bertahap. Hal ini sangat membantu dalam mengelola keuangan karena pengguna tidak perlu menyediakan uang dalam jumlah besar di awal. Dengan demikian, kartu kredit memberikan alternatif yang lebih mudah dan terjangkau dalam melakukan pembayaran besar.

Salah satu faktor penting yang membuat kartu kredit tetap diminati adalah bunga yang rendah. Meskipun tidak semua kartu kredit menawarkan bunga rendah, banyak bank dan lembaga keuangan yang memberikan program bunga rendah untuk menarik lebih banyak pengguna. Bunga rendah ini tentu saja sangat menguntungkan bagi pemegang kartu karena mengurangi beban biaya tambahan yang harus dibayar. Selain itu, banyak bank yang menawarkan program-program promosi seperti bunga 0% untuk jangka waktu tertentu atau cashback yang dapat mengurangi biaya bunga secara keseluruhan. Hal ini menjadikan kartu kredit sebagai alat pembayaran yang lebih ekonomis dibandingkan dengan metode pinjaman lainnya.

Kemudahan adalah salah satu alasan utama mengapa masyarakat masih berminat menggunakan kartu kredit. Kartu kredit menawarkan kemudahan dalam berbagai aspek, mulai dari kemudahan dalam transaksi hingga kemudahan dalam pengelolaan keuangan. Dalam hal transaksi, kartu kredit memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran dengan cepat dan mudah, baik secara online maupun offline. Pengguna tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar, yang juga meningkatkan keamanan dalam bertransaksi. Selain itu, banyak kartu kredit yang menawarkan fitur-fitur tambahan seperti program reward, poin loyalitas, diskon khusus, dan fasilitas penarikan tunai yang semuanya memberikan nilai tambah bagi pemegang kartu.

Kartu kredit juga mempermudah pengelolaan keuangan dengan menyediakan laporan bulanan yang detail tentang semua transaksi yang dilakukan. Ini membantu pengguna untuk memantau dan mengendalikan pengeluaran mereka dengan lebih baik. Selain itu, beberapa kartu kredit menawarkan fitur-fitur manajemen keuangan seperti pengingat pembayaran, pengaturan batas pengeluaran, dan akses ke alat-alat perencanaan keuangan yang dapat membantu pengguna dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih efektif.

Secara keseluruhan, kartu kredit menawarkan berbagai keuntungan dan kemudahan yang membuatnya tetap diminati oleh masyarakat. Penghasilan yang stabil, limit yang fleksibel, kemudahan dalam mengelola uang muka, bunga yang rendah, dan kemudahan dalam penggunaan adalah beberapa alasan utama mengapa kartu kredit masih menjadi pilihan favorit. Dengan memahami dan memanfaatkan keuntungan yang ditawarkan oleh kartu kredit, pengguna dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih baik dan mendapatkan manfaat maksimal dari alat pembayaran tersebut.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, data yang diperoleh merupakan hasil survey bukan pengguna dan pengguna aktif sejak pandemi Covid-19. Penurunan penjualan selama pandemi kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk perubahan perilaku konsumen yang lebih berhati-hati dalam mengelola keuangan mereka. Selain itu, pandemi juga memengaruhi stabilitas penghasilan konsumen, yang pada gilirannya menurunkan permintaan terhadap produk kartu kredit.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti penghasilan, limit, uang muka dan bunga rendah masih menjadi daya tarik utama bagi konsumen dalam memutuskan untuk memiliki kartu kredit. Terlepas dari tantangan yang dihadapi selama pandemi, produk kartu kredit masih memiliki relevansi dan daya tarik yang kuat di kalangan konsumen, terutama bagi mereka yang memiliki penghasilan dengan pekerjaan tertentu dan stabil.

Limitasi dan Studi Lanjutan

Keterbatasan penelitian ini meliputi keterbatasan data dari tahun 2023, dan ketergantungan pada survei dari pengguna kartu kredit aktif. Selain itu, akses yang lebih mudah ke kartu kredit menimbulkan kekhawatiran tentang promosi gaya hidup konsumerisme yang dapat menyebabkan beban keuangan yang lebih tinggi.

Ucapan terima kasih

Kami ucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang mendukung dan membantu dalam penulisan artikel ilmiah ini. Pertama-tama kami ucapkan terima kasih kepada Anugrah Rahmatulloh dari Universitas Padjadjaran atas sumbangsih saran dan masukan kepada kami terkait dengan substansi

instrumen penelitian yang dapat melengkapi proses penulisan ini. Tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada Yudi Iryanda atas sumbangsih dan bantuan pelaksanaan survei sehingga data-data terkait yang dibutuhkan dalam penulisan artikel ini dapat terkumpul dengan baik.

Referensi

- Alhamdani, F. D. S., Dianti, A. A., & Azhar, Y. (2021). Segmentasi Pelanggan Berdasarkan Perilaku Penggunaan Kartu Kredit Menggunakan Metode K-Means Clustering. *JISKA (Jurnal Informatika Sunan Kalijaga)*, 6(2), 70–77. <https://doi.org/10.14421/jiska.2021.6.2.70-77>
- Ardelia, N., & Leon, F. (2021a). Faktor–faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan dan berhutang dengan kartu kredit di Jabodetabek. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2, 83–101. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i2.136>
- Ardelia, N., & Leon, F. (2021b). Faktor–faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan dan berhutang dengan kartu kredit di Jabodetabek. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2, 83–101. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i2.136>
- Arif, J. (2016). Penerapan Asas Proporsionalitas Perjanjian Penggunaan Kartu Kredit Dalam Sistem Transaksi Perdagangan. *Al-Adl : Jurnal Hukum*, 8. <https://doi.org/10.31602/al-adl.v8i2.458>
- Asri, N. D., Legowo, E. H., & Yusgiantoro, P. (2024). The impact of the pandemic on environmental health from the perspective of energy sector. *International Journal of Public Health Science*, 13(1), 282–293. <https://doi.org/10.11591/ijphs.v13i1.23027>
- BAPPENAS. (2021). *Studi Pembelajaran Penanganan COVID-19 Indonesia* (1st ed.). Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS).
- Bongomin, G. O. C., Ntayi, J. M., Munene, J. C., & Malinga, C. Akol. (2017). The relationship between access to finance and growth of SMEs in developing economies: Financial literacy as a moderator. *Review of International Business and Strategy*, 27(4), 520–538. <https://doi.org/10.1108/RIBS-04-2017-0037>
- Cresentia Ham, E., Budiarto, B., & Maharani Wibowo, J. (2023). Analisis Perilaku Konsumsi terhadap Kartu Kredit PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK Wilayah Sumba Barat. *Syntax Idea*, 5(11), 2185–2196. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i11.2724>
- Czech, M., & Puszer, B. (2021). Impact of the COVID-19 Pandemic on the Consumer Credit Market in V4 Countries. *Risks*, 9(12), 229. <https://doi.org/10.3390/risks9120229>
- Deasy Emalia, Pratana Puspa Midiastuty, Eddy Suranta, R. I. (2020). Dampak dari auditor quality, financial stability, dan financial target terhadap fraudulent financial reporting (The impact of auditor quality, financial stability, and financial targets on fraudulent financial reporting). *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 1(1), 44–59. <https://ojs.unida.ac.id/JAKD/article/view/4457/2770>
- Ginting, K. R., & Ginting, D. B. P. (2021). Kebijakan Pemulihan Ekonomi Indonesia Menuju. *Journal of Business Administration Ecoomic & Entrepreneurship*, 3(2), 89–94.
- Hadi, S. (2001). *Analisis Regresi* (Andi, Ed.).
- Ibrahim, & Austin, T. (2023). Evaluasi Pembuatan Kartu Kredit di Bank Mandiri Kantor Wilayah 2 Kota Palembang. *Jurnal EMT KITA*, 7, 223–228. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.847>
- Kamila, N., Dwita, F., Adhi, T. M., & Desliana, N. (2024). Dampak Rasio Kecukupan Modal dan Risiko terhadap Profitabilitas pada Bank Konvensional di Indonesia (The Impact of Capital Adequacy Ratio and Risk on Profitability in Conventional Banks in Indonesia). *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 5(2), 207–221.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management / Philip Kotler, Kevin Lane Keller* (15th ed.,). Pearson Education.
- Lestari, B., Suharjo, B., & Muflikhati, I. (2015). Minat Kepemilikan Kartu Kredit (Studi Kasus Kota Bogor). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.1.143>
- Lin, L., Revindo, M. D., Gan, C., & Cohen, D. A. (2019). Determinants of credit card spending and debt of Chinese consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2), 545–564. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2018-0010>
- Margaretha, F., & May Sari, S. (2015a). Faktor Penentu Tingkat Literasi Keuangan Para Pengguna Kartu Kredit di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 16(2), 132–144. <https://doi.org/10.18196/jai.2015.0038.132-144>

- Margaretha, F., & May Sari, S. (2015b). Faktor Penentu Tingkat Literasi Keuangan Para Pengguna Kartu Kredit di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 16(2), 132–144. <https://doi.org/10.18196/jai.2015.0038.132-144>
- Muhammad Nur Akbar. (2023). *Clustering Analysis For Credit Card User Segmentation Using K-Means Algorithm And Principal Component Analysis* (Volume 3). Universitas Islam Negeri Makassar.
- Muhyiddin, M., & Nugroho, H. (2021). A Year of Covid-19: A Long Road to Recovery and Acceleration of Indonesia's Development. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.36574/jpp.v5i1.181>
- Normawati, R., Rahayu, S., & Worokinasih, S. (2021a). *Financial Knowledge, Digital Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Behaviour and Financial Satisfaction on Millennials*. <https://doi.org/10.4108/eai.6-3-2021.2305967>
- Normawati, R., Rahayu, S., & Worokinasih, S. (2021b). *Financial Knowledge, Digital Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Behaviour and Financial Satisfaction on Millennials*. <https://doi.org/10.4108/eai.6-3-2021.2305967>
- Putra, Y. (2017). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, 9. <https://doi.org/10.52353/ama.v9i2.142>
- Sari, W. F., Saputra, D., Yasmin, Y., Belitung, U. B., & Belitung, B. (2024). Analisis Kinerja Keuangan Bank BUMN dan Bank Swasta Indonesia : Studi Komparatif (Financial Performance Analysis of State-Owned Banks and Private Banks in Indonesia : A Comparative Study). *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 5(2), 269–283.
- Soekarno, S., Mambea, I. Y., Mardiyah, M. M., & Setiawati, M. (2021). Determining key factors that affect millennial indonesians in using mobile financial services using rasch measurement scale. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 27, 98–112.
- Sugianto, D., Suwartono, C., & Sutanto, S. (2020a). *Reliabilitas Dan Validitas Self-Compassion Scale Versi Bahasa Indonesia*. 1228–2580. <https://doi.org/10.24854/jpu02020-337>
- Sugianto, D., Suwartono, C., & Sutanto, S. (2020b). *Reliabilitas Dan Validitas Self-Compassion Scale Versi Bahasa Indonesia*. 1228–2580. <https://doi.org/10.24854/jpu02020-337>
- Sumahir, G. N., Wahyudi, H., & Nirmala, T. (2022). Effect of Research and Development (R&D) Investment, E-Commerce Company Employee, and E-Commerce Transaction Volume on Economic Growth in Indonesia 2010Q1 – 2020Q4. *Peradaban Journal of Economic and Business*, 1(2), 9–18. <https://doi.org/10.59001/pjeb.v1i2.9>
- Triyawan, A., & El, Z. (2021). Dampak pandemi covid-19 terhadap keberlangsungan perusahaan jasa konstruksi. *Forum Ekonomi*, 23, 223–230.
- Ummah, B., Nuryartono, N., & Anggraeni, L. (2018). Analisis Inklusi Keuangan Dan Pemerataan Pendapatan Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 4, 1–27. <https://doi.org/10.29244/jekp.4.1.2015.1-27>
- Utami, S. (2015). Analisis Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 13(01), 115759.
- Wirdiyanti, R., Yusgiantoro, I., Sugiarto, A., Harjanti, A. D., Mambea, I. Y., Soekarno, S., & Damayanti, S. M. (2022). How does e-commerce adoption impact micro, small, and medium enterprises' performance and financial inclusion? Evidence from Indonesia. *Electronic Commerce Research*. <https://doi.org/10.1007/s10660-022-09547-7>
- Wirdiyanti, R., Yusgiantoro, I., Sugiarto, A., Harjanti, A. D., Mambea, I. Y., Soekarno, S., & Damayanti, S. M. (2023). How does e-commerce adoption impact micro, small, and medium enterprises' performance and financial inclusion? Evidence from Indonesia. In *Electronic Commerce Research* (Vol. 23, Issue 4). Springer US. <https://doi.org/10.1007/s10660-022-09547-7>
- Yusman Khanafi, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit Pada Pt. Finansia Multi Finance Semarang. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1). <https://doi.org/10.26714/vameb.v16i1.7251>