



## RINGKASAN

JUSUP AGUS SAYONO. **ANALISIS FAKTOR DEMOGRAFI, MOTIVASI, SIKAP DAN KEPERIBADIAN KONSUMEN YANG BERHUBUNGAN DENGAN KEPEMILIKAN, PENGGUNAAN DAN PEMBAYARAN KARTU KREDIT.** Dibimbing oleh UJANG SUMARWAN, NOER AZAM ACHSANI dan HARTOYO.

Kartu kredit sebagai alat pembayaran, memberikan kemudahan dan penerimaan yang luas di mana saja termasuk pusat perbelanjaan, hotel, restoran dan bisa diterima di berbagai tempat di seluruh dunia karena kartu kredit dinilai lebih praktis dan aman (*cashless*). Fenomena transaksi dalam bisnis kartu kredit memang terus meningkat dari waktu ke waktu. Hal ini menunjukkan prospek yang sangat baik dalam bisnis tersebut, namun di sisi lain perlu diwaspadai menyusul masih tingginya kredit bermasalah pada jenis pembiayaan ini. Trend kredit bermasalah (*Non-Performing Loan / NPL*) kartu kredit cenderung naik dan terjadi sejak tahun 2001-2008, dan persentasenya melebihi ketentuan atau regulasi Bank Indonesia (PBI No. 7/52/PBI/2005). Hal ini menandakan bahwa bank-bank penerbit kartu kredit terkesan melupakan prinsip *prudential banking* (kehati-hatian) dalam berkompetisi memasarkan kartu kreditnya. Berdasarkan pokok masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk (1) Menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan kepemilikan kartu kredit; (2) Menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan penggunaan kartu kredit; (3) Menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan pembayaran kartu kredit; (4) Menganalisis faktor-faktor penyebab peluang terjadinya gagal bayar; (5) Merumuskan strategi pemasaran kartu kredit yang memiliki daya saing secara berkelanjutan, meningkatkan keuntungan, dan mengurangi risiko-risiko dari perilaku pembayaran kartu kredit yang akan terjadi.

Penelitian dilakukan kepada karyawan/karyawati di delapan perusahaan besar yang berdomisili di Jakarta. Perusahaan-perusahaan tersebut bergerak dalam bidang jasa perbankan (Bank Central Asia Tbk, Bank Internasional Indonesia Tbk, dan Bank Ganesha), jasa asuransi (PT Dayin Mitra Asuransi Tbk, PT Lumbung Sari, dan PT Surya Pertiwi), jasa penyewaan mobil (Indorent), dan perusahaan manufaktur (PT Polychem Indonesia, Tbk). Penentuan sampel ditentukan secara bertingkat (*stratified random sampling*), yaitu berdasarkan jabatan kepegawaian dengan level staf, supervisor, manager dan direktur, jumlah sampel adalah 300 responden, yang terdiri dari 225 responden memiliki kartu kredit dan 75 responden tidak memiliki kartu kredit. Variabel utama dalam penelitian ini adalah kepemilikan kartu kredit, pemakaian kartu kredit, pembayaran kartu kredit dan peluang terjadinya gagal bayar oleh karena pembayaran dibawah ketentuan minimal pembayaran sebesar 10% dan pengenaan denda karena terlambat membayar tagihan, serta variabel demografi (usia, jenis kelamin, status pernikahan, jumlah anggota keluarga, pendidikan, jabatan, dan pendapatan) dan psikografik (motivasi, sikap dan kepribadian). Metode statistik regresi logistik digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi (a) Kepemilikan; (b) Penggunaan; (c) Pembayaran; (d) Gagal bayar (pembayaran kurang dari 10% dan denda).

Analisis deskriptif demografi menunjukkan bahwa responden yang tidak memiliki maupun memiliki kartu kredit sama-sama mayoritas tinggal di Jakarta, usia responden berkisar antara 19 sampai 77 tahun, mayoritas responden yang tidak memiliki kartu kredit adalah berusia antara 17-40 tahun dan mayoritas responden yang memiliki kartu kredit berusia antara 26-55 tahun, kecenderungan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



yang terjadi adalah mayoritas pemilik kartu kredit merupakan usia produktif yang menuju usia mapan, sementara yang tidak memiliki kartu kredit sebagian besar merupakan golongan usia yang lebih muda. Responden laki-laki mendominasi responden secara keseluruhan, baik yang tidak memiliki kartu kredit dan memiliki kartu kredit. Responden yang telah menikah lebih cenderung memiliki kartu kredit dibandingkan responden yang tidak menikah. Sementara itu, responden dengan jumlah keluarga lebih dari dua orang menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi untuk memiliki kartu kredit dibandingkan responden yang jumlah keluarganya lebih kecil. Berdasarkan tingkat pendidikannya, mayoritas responden yang tidak memiliki kartu kredit dan memiliki kartu kredit sama-sama memiliki tingkat pendidikan sarjana. Responden dengan latar belakang jabatan staf, yang merupakan mayoritas dalam populasi penelitian ini. Mayoritas pendapatan per bulan responden tanpa kartu kredit teridentifikasi pada kisaran kurang dari Rp 3 juta dan responden pemilik kartu kredit antara Rp 3 juta hingga Rp 10 juta.

Analisis deskriptif psikografi menunjukkan bahwa motivasi hedonik berupa gengsi, trend, iklan, dan pergaulan, kurang memotivasi responden. Responden lebih termotivasi dengan motivasi utilitarian, yaitu keamanan, cadangan dana, kemudahan berbelanja lebih, dan sarana berutang. Mayoritas responden memiliki sikap negatif apabila kartu kredit dihubungkan dengan konsumtivitas dan sikap positif ditunjukkan oleh mayoritas responden, baik tidak memiliki maupun memiliki kartu kredit, dengan pernyataan kartu kredit merupakan cara mendapatkan kredit tanpa agunan jangka pendek. Hampir seluruh responden telah memahami risiko memiliki kartu kredit, di antaranya tidak mampu melunasi tagihan, adanya beban bunga berkepanjangan, berhadapan dengan *debt collector*, dan memiliki catatan buruk di perbankan. Kepribadian responden dianalisis berdasarkan pengambilan keputusan berkaitan risiko dan aktif pasifnya dalam berinovasi. Berdasarkan pilihan risikonya responden yang memiliki kartu kredit lebih berani dalam mengambil risiko dibandingkan responden yang tidak memiliki kartu kredit. Di sisi lain, pilihan inovasi yang diambil responden menggambarkan bahwa responden yang memiliki kartu kredit justru lebih pasif dalam menerima inovasi dibandingkan responden yang tidak memiliki kartu kredit.

Hasil regresi logistik dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berhubungan dengan kepemilikan kartu kredit (Y1) adalah faktor usia, pendidikan, jabatan, pendapatan, dan *motivasi*. Faktor-faktor yang berhubungan dengan penggunaan dalam jumlah transaksi atau frekuensi kartu kredit (Y2) adalah status pernikahan, jumlah keluarga, jabatan direktur, pendapatan lebih Rp 10 juta sampai tidak terhingga dan *kepribadian*. Faktor-faktor yang berhubungan dengan penggunaan dalam nilai transaksi kartu kredit (Y3) adalah usia, jabatan manager dan direktur, pendapatan lebih dari Rp 5 juta sampai Rp 10 juta dan *kepribadian*. Faktor-faktor yang berhubungan dengan pola pembayaran tagihan kartu kredit (Y4) adalah jenis kelamin, jabatan supervisor dan manager, pendapatan lebih dari Rp 3 juta sampai Rp 5 juta, pendapatan dari lebih Rp 10 juta sampai tidak terhingga, *motivasi*, *sikap*, dan *kepribadian*. Faktor-faktor yang berhubungan dengan denda karena terlambat membayar tagihan kartu kredit (YD) adalah status pernikahan dan *motivasi*.

Implikasi manajerial yang komprehensif spesifik dilakukan dengan pembuatan model implikasi kombinasi strategi pemasaran dan manajemen risiko. Pembuatan model berdasarkan analisa hasil deskriptif dan kuantitatif dalam penelitian ini. Model implikasi kombinasi tersebut merupakan deskripsi diagramatik ringkas tentang berbagai hal yang perlu dilakukan atau diakomodir dalam pelaksanaan strategi pemasaran dan manajemen risiko sehingga dapat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

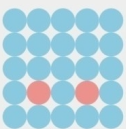


*Hak cipta dilindungi Undang-Undang*

berjalan secara harmonis dan berkelanjutan. Secara umum model tersebut terbagi menjadi tiga bagian, yaitu bank penerbit atau pengelola kartu kredit, perusahaan dan karyawan yang bekerja pada perusahaan. Prosesnya adalah kemitraan atau partnership antara perusahaan dan bank penerbit atau pengelola kartu kredit, di mana konsep dasar perusahaan adalah untuk memberikan kesejahteraan karyawannya melalui kartu kredit sebagai cadangan dana yang dibutuhkan sewaktu-waktu, sehingga karyawan akan nyaman dalam bekerja dan bisa memberikan kontribusi yang maksimal bagi perusahaan, sedangkan konsep dasar bank penerbit atau pengelola kartu kredit adalah untuk memperluas pasar dan meminimalkan resiko kredit bermasalah. Atas dasar konsep tersebut maka dilakukan kerja sama kemitraan antara kedua belah pihak. Masing-masing pihak memiliki hak dan kewajiban yang wajib dipatuhi dan dilaksanakan sehingga tujuan akhir dari keseluruhan pihak terkait dapat tercapai. Model ini menjawab tujuan penelitian dan menambahkan kebaruan dalam penelitian ini

Kata Kunci: *Kartu Kredit, Perilaku Konsumen, Demografi, Psikografi, Regresi Logistik, Kepemilikan Kartu Kredit, Penggunaan Kartu Kredit, Perilaku Pembayaran, Risiko Gagal Bayar dan Kredit Bermasalah atau Non Performing Loan*

© Hak cipta milik IPB, tahun 2009



**MB-IPB**  
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.