

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

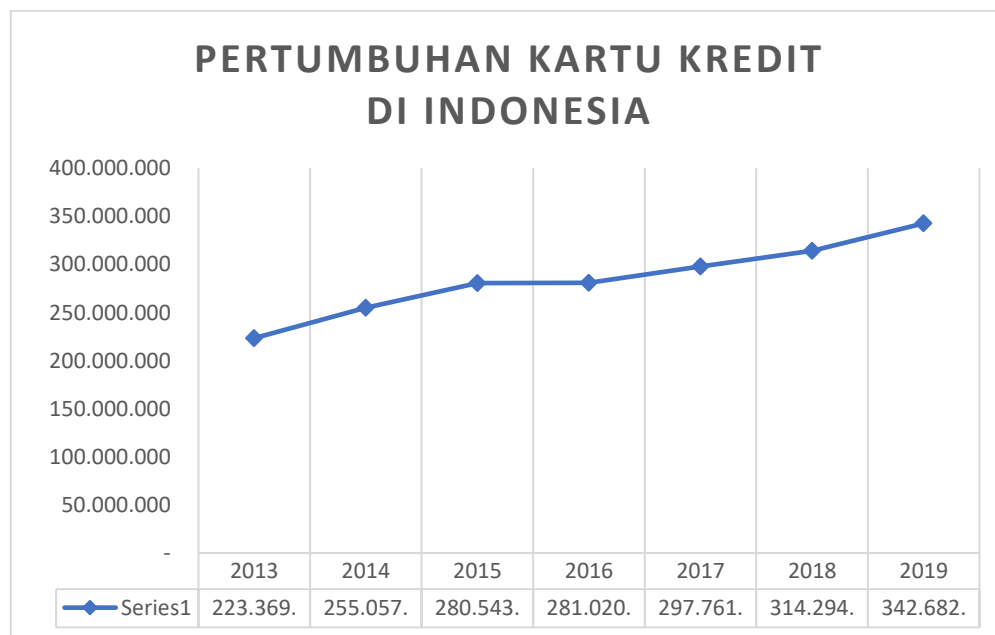
Pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia yang semakin besar menjadikan masyarakat Indonesia memiliki banyak kebutuhan setiap harinya, baik kebutuhan pokok ataupun kebutuhan sekunder. Pertumbuhan ekonomi negara Indonesia dengan negara yang berbasis berdasarkan indikator GDP, mayoritas memiliki kontribusi tertinggi pada tingkat konsumsi (Wijaya & Sadria, 2019). Hal ini juga dibuktikan oleh Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) yaitu Suhariyanto yang menjelaskan, bahwa sektor konsumsi rumah tangga menjadi salah satu penopang pertumbuhan ekonomi pada kuartal III 2019. Bahkan menurutnya konsumsi rumah tangga ini juga masih mampu tumbuh sebesar 5,01% sedikit lebih tinggi apabila dibandingkan dengan tahun 2018 yang hanya mampu tumbuh sekitar 5,00%. Dengan hal tersebut maka Suhariyanto menyimpulkan bahwa daya beli masyarakat Indonesia masih terjaga dan masih bisa terus berkembang setiap tahunnya. Fenomena tersebut juga menjadi target pasar potensial bagi beberapa perusahaan, baik perusahaan pada bidang keuangan maupun non keuangan. Pada pertumbuhan dan pembangunan ekonomi nasional, perusahaan pada sektor keuangan merupakan aspek yang melekat dalam kehidupan masyarakat luas. Lembaga keuangan juga memiliki jenis dan variasi yang beragam seperti perbankan, Lembaga pembiayaan, usaha perasuransian, dana pensiun, pegadaian, dan

pasar modal (Tsalitsa & Rachmansyah, 2016). Dengan adanya berbagai perusahaan yang berkembang pada industri perkenomian dan kebutuhan masyarakat yang juga semakin beragam menyebabkan perusahaan-perusahaan tersebut menciptakan berbagai produk dan jasa untuk seluruh masyarakat. Produk dan jasa yang dibuat oleh lembaga pembiayaan hingga saat ini masih menjadi pilihan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan - kebutuhannya baik dalam keadaan darurat ataupun tidak. Hal ini juga didukung akan adanya kemudahan dari fasilitas yang disediakan dalam produk atau jasa tersebut menjadikan masyarakat jaman sekarang menjadi semakin mudah dalam mengakses produk dan jasa tersebut. Selain terdapat kemudahan, lembaga yang menciptakan produk juga memberikan beberapa keuntungan kepada para konsumennya seperti adanya promo, pengambilan tanpa adanya jaminan, adanya potongan cicilan saat promo berlangsung, dan hal lainnya yang menjadikan masyarakat sekarang semakin ramai untuk menggunakan layanan produk dan jasa yang diberikan. Selain itu, pemerintah sekarang ini sedang gencar dalam memasarkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) melalui Bank Indonesia secara resmi telah mencanangkan GNNT guna mendorong masyarakat agar menggunakan instrumen non tunai (*Cash Less Society/CLS*). Berbagai instansi pemerintah lainnya pun juga ikut mendukung gerakan CLS seperti yang ditunjukkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Kementerian Ketenagakerjaan (Kemenaker), serta Badan Nasional Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (BNP2TKI) tentunya dengan melakukan penandatanganan nota kesepahaman yang berisikan peningkatan kepemilikan transaksi

non-tunai dan perluasan akses keuangan bagi tenaga kerja Indonesia di Jakarta. Dalam melakukan transaksi di era globalisasi ini, berbagai sarana pembayaran dapat digunakan mulai dari cara yang paling tradisional, sampai dengan cara yang paling modern sekalipun. Seiring dengan berkembangnya jaman berbagai cara yang efisien dan efektif telah ditemukan. Hal ini tentu saja bertujuan untuk melakukan transaksi pembayaran salah satu produk yang memberikan banyak kemudahan dalam bertransaksi juga termasuk dalam produk CLS adalah Kartu Kredit yang mampu menggantikan fungsi uang sebagai alat pembayaran.

Kartu Kredit merupakan salah satu APMK (alat pembayaran yang menggunakan kartu). Kartu kredit ini juga menawarkan fungsi yang berbeda kepada para konsumennya yaitu sebagai alat pembayaran dan sumber kredit. Kartu kredit ini dapat pula digunakan untuk berbagai keperluan yang berfungsi sebagai alat pembayaran tunai (Lestari, Suharjo, & Muflikhati, 2015). Untuk berbagai transaksi dan keperluan keuangan lainnya penggunaan kartu kredit dirasa lebih aman dan *simple*, bahkan kartu kredit sudah dapat digunakan dalam pembayaran skala internasional. Kartu kredit kini menjadi salah satu aspek kebutuhan dalam kehidupan masyarakat modern, karena kartu kredit dapat menjadi alat pembayaran pengganti uang tunai untuk ditukarkan dengan barang dan jasa yang diinginkan penggunaannya. Beberapa pusat perbelanjaan kota atau mall besar di Indonesia, kini juga telah menawarkan adanya pembayaran melalui sistem pembayaran kartu kredit, cukup dengan menggesekkan kartu kredit dan memberikan tanda tangan sebagai tanda konfirmasi atas barang yang dibeli. Prosedur penggunaan kartu kredit ini juga mengikuti seperti aturan yang telah diterapkan di

hampir seluruh bagian negara Eropa dan Amerika, apabila di Indonesia membutuhkan tanda tangan untuk konfirmasi pemilik, di negara Eropa dan Amerika membutuhkan adanya kesamaan antara nama yang tertera pada Kartu Identitas seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP) dengan nama yang tertera pada kartu kredit yang ingin digunakan sebagai alat transaksi demi meminimalisirnya penipuan atau lebih dikenal dengan fraud. Dengan adanya berbagai kemudahan dan keuntungan yang didapatkan saat menggunakan kartu kredit, masyarakat Indonesia mulai tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Seperti pada data yang bisa kita lihat pertumbuhan kartu kredit di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan.



Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Kartu Kredit di Indonesia (2019)

Source : www.bi.go.id

Beberapa lembaga perbankan yang mengeluarkan produk kartu kredit juga mengatakan hal serupa seperti Bank Mandiri mengatakan bahwa sales volume kartu kredit bank mandiri hingga September 2019 tumbuh sekitar 20,4% (yoy) dari periode sebelumnya yang hanya mendapat total sales sebesar Rp10,8 Triliun meningkat menjadi Rp13 Triliun. Adapun hal yang sama juga dikatakan oleh salah satu bank terbesar di Indonesia yaitu Bank Central Asia (BCA) bahwa sales volume kartu kredit BCA nilainya hingga September 2019 lalu telah mencapai Rp13,4 Triliun dan mengalami peningkatan sebesar 10,4% (yoy). Dan juga terdapat pertumbuhan nasabah kartu kredit baru yang berkisar meningkat sekitar 12-13%. Perkembangan kartu kredit kian berkembang seiring berjalannya waktu, namun terdapat pelopor yang mengembangkan awal mula produk kartu kredit di Indonesia dilakukan oleh Citibank dan Bank Duta. Sekarang ini berbagai jenis kartu kredit yang telah beredar di Indonesia adalah Master Card, Visa Card, Visa BCA, Dinner Club, Amex Card dan kartu-kartu kredit lainnya. Khusus untuk Dinner Club merupakan kartu kredit yang bukan dikeluarkan oleh bank, akan tetapi kartu kredit ini dileuarkan oleh lembaga pembiayaan seperti PT. Dinner Jaya Indonesia. Bank Indonesia juga telah mengeluarkan peraturan terkait penerbitan kartu kredit, untuk pemegang kartu yang memiliki penghasilan kisaran Rp3 sampai dengan Rp10 juta serta memiliki maksimal 2 kartu dari 1 penerbit. Namun saat ini masih banyak nasabah kartu kredit yang memiliki lebih dari 2 (dua) kartu. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, prinsipal kartu kredit adalah American Express, JCB, Mastercard, Visacard, dan CUP, dan terdapat 13 bank yang menerbitkan kartu kredit

dari para prinsipal, yaitu BCA, Bank Mandiri, BII, dan sebagainya. Berikut merupakan data penerbit kartu kredit yang tercatat pada Bank Indonesia

Tabel 1.1 Daftar Bank Penerbit Kartu Kredit

NO	NAMA PENERBIT	NO	NAMA PENERBIT
1	Bank BUKOPIN	14	Bank PERMATA
2	Bank Central Asia	15	Bank QNB Indonesia
3	Bank CIMB Niaga	16	Bank Rakyat Indonesia (persero)
4	Bank Danamon Indonesia	17	Bank Sinarmas CITIBANK
5	Bank DBS Indonesia	18	Bank UOB Indonesia
6	Bank HSBC Indonesia	19	BNI Syariah
7	Bank MNC Internasional	20	Citibank
8	Bank ICBC Indonesia	21	PAN Indonesia Bank
9	Bank MANDIRI (Persero)	22	Standard Chartered Bank
10	Bank Maybank Indonesia	23	Bank Mayapada
11	Bank Mega	24	PT. AEON Credit Services
12	Bank Negara Indonesia 1946	25	PT. Shinhan Indo Finance
13	Bank OCBC NISP		

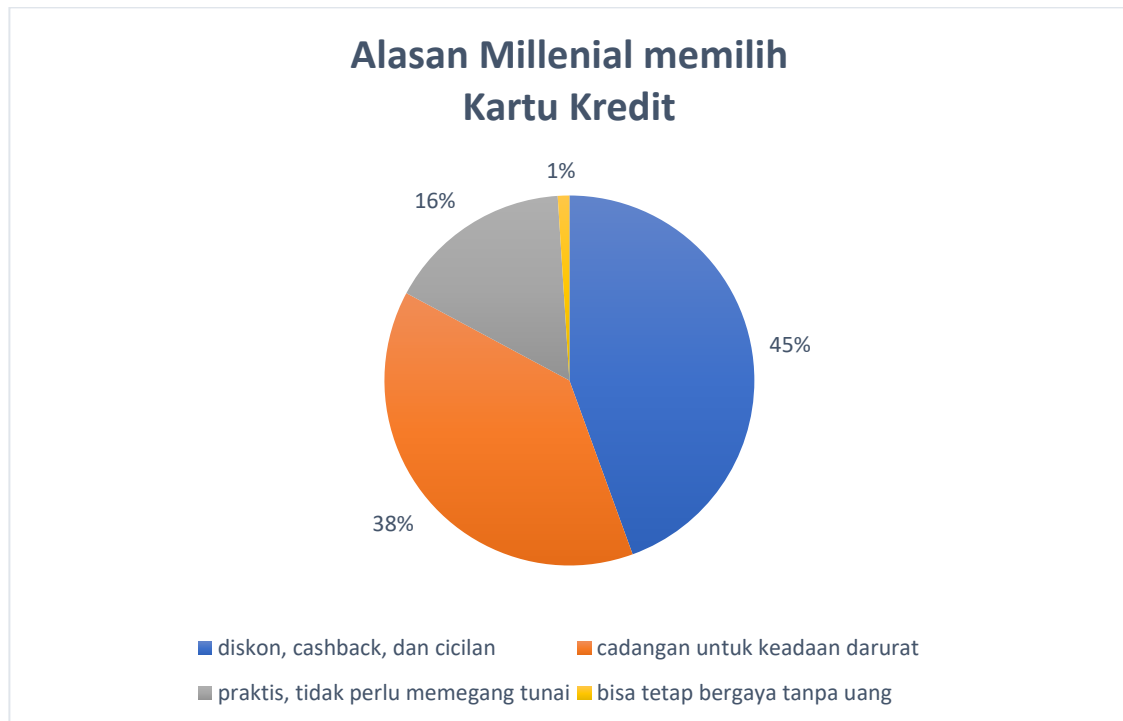
Sumber : Bank Indonesia (2019)

Bagi sebagian besar perusahaan proses yang dilakukan konsumen saat mengambil keputusan dalam menggunakan kartu kredit cukup menarik. Mereka melakukan penelitian untuk mencari tahu produk apa saja yang konsumen beli, di mana dan bagaimana mereka membeli, kapan serta mengapa mereka melakukan pembelian tersebut. Para peneliti mengalami beberapa kesulitan dalam menemukan jawaban mengapa konsumen tersebut memilih membeli barang / jasa tersebut. Hal tersebut dikarenakan jawabannya masih terkunci didalam kepala manusia. Para peneliti mendefinisikan bahwa keputusan konsumen dalam melakukan pembelian menggunakan kartu kredit adalah ketika konsumen membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pribadi mereka menggunakan kartu kredit sebagai alat pembayaran (Pengetahuan et al., 2015).

Menurut beberapa peneliti sikap konsumen dalam menggunakan kartu kredit dianggap menjadi hal yang menguntungkan dari waktu ke waktu. Hal ini disebabkan berdasarkan dari kartu kredit yang memiliki sifat praktis, dan mudah maka membuat banyak orang terpicat untuk menggunakannya. Mayoritas pengguna kartu kredit menggunakan kartu kreditnya untuk menutupi pengeluaran yang sifatnya digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Tetapi, fakta menarik justru menunjukkan bahwa tidak ada sama sekali pengguna kartu kredit yang menggunakan untuk pembiayaan asset. Maka, terlihat bahwa para pengguna kartu kredit lebih memilih melakukan pembayaran yang sifatnya tertunda dan menanggung tagihan kartu kredit dengan suku bunga yang relatif tinggi (Haryana, 2017)

Selain itu, dalam penggunaan kartu kredit terdapat 2 jenis pola penggunaan kartu kredit yaitu pola penggunaan positif dan pola penggunaan negatif. Pola penggunaan positif merupakan pola atau sikap penggunanya dapat mengelola dan memanfaatkan kartu kredit itu sendiri dengan baik seperti dimanfaatkan sebagai alat yang mempermudah dalam proses transaksi pembelian, selain itu pengguna kartu kredit juga dapat menaikkan harga diri penggunanya dengan menjadi ciri individu modern dan tentunya selalu melakukan pembayaran kartu kredit secara lunas, penggunaannya pun tidak melebihi dari batas kartu kredit. Selain bersifat positif dari yang sudah disebutkan ada pula kartu kredit yang bersifat negatif. Jika dalam sisi positif kartu kredit dijadikan sebagai alat yang mempermudah transaksi, penggunaan yang negatif justru sebaliknya yaitu ketika pola atau sikap saat memanfaatkan kartu kredit digunakan dengan berlebihan dalam pemenuhan kebutuhannya, dan tidak menyesuaikan dengan kemampuan keuangan yang dimilikinya, Individu yang memiliki pola penggunaan negatif dalam pembayaran kartu kredit ini cenderung lebih sering membayar terlambat dan mendapat sanksi atau denda karena terlambat dalam melakukan pembayaran, individu yang bersifat negative ini juga lebih sering menggunakan kartu kredit melebihi dari limit sehingga sering dikenakan biaya tambahan. Pola negatif inilah yang akhirnya cenderung membentuk individu menjadi berperilaku konsumtif serta suka berhutang melalui kartu kredit karena penggunaannya yang salah dan tentunya berlebihan atau tidak sesuai dengan kebutuhan konsumsi (Destianata & Lutfi, 2019).

Sebagian besar anak millennial menyukai produk keuangan yang efektif dan efisien, survey membuktikan bahwa sebanyak 63% dari 1.021 responden yang disurvei oleh brilio.net melalui Jackpat mobile survey menyatakan millennial mengakui memiliki kebutuhan akan kartu kredit. Berbagai macam kartu kredit yang beredar saat ini, membuat konsumen pemegang kartu kredit akan memiliki berbagai alasan dalam memilih kartu kredit serta menggunakannya sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan kartu kredit tersebut. Beberapa nasabah menganggap sistem pembayaran tunai mengurangi kenyamanan dalam bertransaksi terlebih jika nilainya besar. Hal inilah yang membuat kartu kredit memiliki nilai lebih karena dengan adanya fasilitas kartu kredit dari perbankan membuat konsumen terbantu dengan sistem pembayaran yang lebih cepat, praktis, dan aman. Hal ini pula yang mendorong setiap pemegang kartu kredit memiliki motivasi yang berbeda dalam penggunaan kartu kredit. Berdasarkan survey tersebut juga menunjukkan beberapa alasan mengapa millennial merasa membutuhkan kartu kredit, diantaranya adalah sebanyak 45% millennial menggunakan kartu kredit karena terdapat banyaknya promo / *discount*, *cashback*, dan cicilan, 38% milenial menggunakan alasan cadangan untuk keadaan mendesak yang membutuhkan pembayaran saat itu juga, sebanyak 16% memilih dengan alasan kepraktisan karena dengan kartu kredit milenial tidak perlu lagi memegang tunai untuk melakukan pembayaran saat berbelanja. Sedangkan 1% milenial memilih kartu kredit sebagai alat pembayaran agar dapat tetap bergaya tanpa memegang uang.



Gambar 1.2 Alasan milenial memilih Kartu Kredit

Source : marketeers.com (2018)

Pada survey tersebut pula terdapat daftar pengeluaran terbanyak yang dilakukan milenial dalam menggunakan kartu kredit seperti menjadikan gadget, berlibur, berbelanja pakaian dan fashion bahkan untuk sekedar berkumpul Bersama teman-teman atau yang biasa disebut nongkrong (*hangout*). Seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.3 kartu kredit pada pengguna millennial dihabiskan untuk produk elektronik sebesar (27%), makanan dan minuman sebesar (25%), perjalanan wisata sebesar (23%), dan pembelian produk *fashion* sebesar (15%)



Gambar 1.3 Pengeluaran Kartu Kredit Milenial

Sumber : marketeers.com (2018)

Terdapat beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih dan menggunakan alat pembayaran elektronik, seperti kartu kredit. Disebutkan faktor - faktor tersebut antara lain *Socio-demographic* dan karakteristik finansial yang terdiri dari umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan seseorang, pendapatan per bulan yang diterima hingga status pernikahan seseorang (Malelak, Memarisa, & Anastasia, 2016). Berdasarkan faktor demografi inilah individu dapat mengetahui keinginan serta kebutuhannya, karena faktor demografi yang dimiliki setiap individu pasti berbeda-beda hal itulah yang juga dapat membedakan kebutuhan yang harus dipenuhi seseorang. Seperti adanya perbedaan dalam usia sudah membedakan tingkat kebutuhan seseorang, misal kebutuhan lelaki yang sudah memasuki usia pensiun memiliki pemikiran serta kebutuhan yang berbeda dengan lelaki yang masih masuk kategori generasi milenial, karena usia yang masuk dalam

generasi milenial cenderung lebih memiliki banyak keinginan yang mereka ingin penuhi diluar dari kebutuhan pokok. Serta generasi milenial saat ini juga lebih menyukai hal-hal yang lebih mudah dan cepat salah satunya dalam menggunakan produk keuangan. Menurut Joe Wadaketlakal sebagai CEO & CO-Founder Brilio.net kini *Millennials* sudah menyukai transaksi nontunai, dan mereka berharap akan adanya infrastruktur pembayaran dan sumber daya manusia yang dapat mendukung mereka untuk penggunaan transaksi non tunai lebih sering lagi. Menurutnya pun, kegemaran *millennials* dalam menggunakan transaksi nontunai juga akan mendukung target pemerintah dalam pembentukan masyarakat agar lebih aktif dalam menggunakan transaksi nontunai (*less-cash society*). Saat ini, populasi generasi *millennials* di Indonesia menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) yang ada pada laporan Alvara Research Center diperkirakan akan berjumlah 83 juta jiwa pada tahun 2020 atau 34% dari jumlah penduduk Indonesia.

Berdasarkan dari fenomena yang sudah dipaparkan sebelumnya perilaku masyarakat masa kini yang selalu menginginkan adanya suatu kemudahan ketika akan memenuhi kebutuhannya khususnya pada penggunaan produk dan jasa di sektor keuangan menjadikan kekhawatiran tersendiri. Banyaknya variasi produk keuangan yang ditawarkan oleh perbankan sendiri bertujuan untuk mempermudah adanya proses transaksi, hal tersebut menuntut masyarakat sebaiknya memiliki literasi keuangan yang baik. Karena dengan memiliki literasi keuangan yang baik, maka masyarakat dapat membuat pilihan yang tepat terkait dengan masalah keuangan yang mereka hadapi,

baik itu dalam pengambilan keputusan investasi, pinjaman ataupun sekedar tabungan. Dengan literasi keuangan yang baik juga masyarakat mampu memanfaatkan dan mengambil keuntungan lebih maksimal dari produk dan jasa keuangan yang ditawarkan oleh bank. Hal ini juga diperjelas didalam Margaretha & Pambudhi (2015) yang menjelaskan bahwa dengan banyaknya pengenalan tentang produk keuangan baru menjadikan literasi keuangan semakin kompleks selama beberapa tahun terakhir. Tingkat minimum literasi keuangan kini sudah menjadi suatu hal yang penting karena dasar-dasar literasi keuangan tersebut dapat digunakan untuk memahami risiko dan keuntungan yang terkait dengan produk keuangan yang akan digunakan. Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik dapat menggunakan produk dan jasa keuangan secara efektif sehingga individu tersebut tidak mudah ditipu oleh pihak yang menjual produk keuangan yang tidak sesuai dengan individu tersebut. Literasi keuangan juga dapat membantu pertumbuhan ekonomi dan pembangunan negara dengan meningkatkan kualitas pelayanan keuangannya dan dapat memberikan kontribusi kepada perekonomian negara. Literasi keuangan sendiri merupakan seberapa jauh atau seberapa besar tingkat pengetahuan dan implementasi dalam mengelola keuangan pribadi mereka. Menurutnya tingkat literasi keuangan seseorang dapat dilihat dari bagaimana individu tersebut mampu mengelola sumberdaya keuangannya, bagaimana individu tersebut menentukan sumber pembelanjannya, bagaimana mereka mengelola risiko jiwa, mengelola aset yang dimilikinya, sampai bagaimana individu tersebut mempersiapkan keamanan simpanan keuangannya untuk dimasa mendatang apabila sudah tidak bekerja (Margaretha & May Sari, 2015). Literasi keuangan juga

memungkinkan seseorang untuk memperbaiki keseluruhan kesejahteraannya. Karena literasi keuangan dapat menolong seseorang untuk memperbaiki tingkat pemahaman seseorang dalam menghadapi masalah keuangan untuk mengolah informasi keuangannya dengan banyaknya pertimbangan dari informasi yang sudah dibuat individu tersebut dapat membuat keputusan *financial* dengan baik dan benar. Maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan secara langsung berpengaruh terhadap kesejahteraan seseorang. Selama beberapa tahun terakhir literasi keuangan terus berkembang pesat. Hal ini juga dibuktikan oleh hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019 tahun lalu, tingkat literasi keuangan dan inklusi keuangan tahun 2019 masing-masing mencapai 38,03% dan 76,19%. Angka ini cukup membuat bangga karena Indonesia telah berhasil melampaui target yang ditetapkan oleh Pemerintah dalam Peraturan Presiden No. 82 tahun 2016 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) sebesar 75% untuk tingkat inklusi keuangan, sementara target tingkat literasi keuangan yang ditetapkan dalam Peraturan Presiden No. 50 tahun 2017 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen sebesar 35% juga telah terlampaui. Angka ini menunjukkan peningkatan cukup signifikan dari survei sebelumnya yang dilakukan pada tahun 2016 dimana terdapat peningkatan pemahaman keuangan (*awareness*) masyarakat sebesar 8,33% serta peningkatan akses terhadap produk dan layanan jasa keuangan sebesar 8,39%. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan literasi keuangan terus berkembang antara lain karena adanya tingkat bunga tabungan yang rendah, meningkatnya tingkat kebangkrutan dan tingkat hutang, juga adanya

peningkatan tanggung jawab dari masing-masing individu untuk membuat keputusan yang akan mempengaruhi perekonomian mereka di masa depan (Margaretha & May Sari, 2015). Banyak penelitian yang dilakukan pada generasi millennial dan hasilnya pun menunjukkan bahwa pengetahuan mereka tentang literasi keuangan masih sangat rendah bahkan untuk dasar-dasar literasi keuangan. Generasi millennial sebagai generasi muda sebaiknya sejak sedini mungkin harus sudah memiliki pengetahuan di bidang *personal finance* karena dengan adanya pengetahuan tersebut akan membantu mereka dalam mengatur keuangannya di masa kini bahkan di masa depan. Penelitian mengenai literasi keuangan pada pengguna kartu kredit ini juga menunjukkan hasil yang cukup beragam dengan menggunakan variabel yang berbeda-beda juga tentunya. Jika dilihat dari penelitian yang dilakukan Margaretha & May Sari, (2015) tingkat literasi keuangan para pengguna kartu kredit secara keseluruhan (rata-rata) memiliki nilai sebesar 59, 6172 % yang dapat disimpulkan bahwa tingkat literasi masih tergolong kategori rendah karena hasilnya masih kurang dari 60 %. Nilai tersebut diperoleh dari jumlah jawaban benar yang dijawab oleh responden. Hasil yang menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan pada pengguna kartu kredit masih rendah juga ditunjukkan pada penelitian Destianata & Lutfi (2019) berdasarkan hasil penelitian tingkat literasi keuangan pengguna kartu kredit hanya sebesar 55,85% yang artinya juga masih tergolong rendah, objek pada penelitian ini menggunakan para pekerja yang berdomisili di Banyuwangi. Variabel pada penelitian ini menggunakan pola penggunaan dan pengalaman keuangan yang menunjukkan tidak terdapat tingkat signifikansi pada pola penggunaan kartu kredit terhadap literasi keuangan. Lain pula

dengan survey yang dilakukan brilio.net adalah millennial ternyata dapat bertanggung jawab dalam penggunaan kartu kredit mereka. Hal ini dapat terlihat berdasarkan banyaknya millennial yaitu sebanyak 55% yang menyatakan bahwa mereka tidak pernah memakai kartu kredit mereka hingga batas maksimal. Sebanyak 84% millennial juga mengaku lebih sering membayar tagihannya sesuai dengan tagihan mereka masing-masing. Millennial juga menyatakan bahwa mereka bahkan tidak pernah membayar tagihannya melewati tanggal jatuh tempo hal ini ditunjukkan dengan persentase sebesar 72%. Itu semua menunjukkan bahwa mereka menggunakan kartu kredit tidak hanya semata-mata untuk kepentingan social saja melainkan terdapat beberapa pula yang memperhatikan tentang dasar dalam literasi keuangan.

Disamping pentingnya seorang individu memiliki literasi keuangan yang baik, diperlukan juga adanya sebuah sikap yang baik dalam pengelolaan keuangan salah satunya dalam mengelola serta menggunakan kartu kredit. Sikap keuangan merupakan pra disposisi dalam berperilaku dengan cara tertentu yang dibentuk karena adanya kepercayaan dari pengetahuan ekonomi maupun non ekonomi yang dimiliki oleh individu pada hasil perilaku tertentu (Garg & Singh, 2018). Pada dasarnya setiap orang yang memiliki *financial attitude* atau sikap keuangan akan membantu individu tersebut, contohnya pada penggunaan kartu kredit adalah saat mereka ingin mengambil keputusan keuangan pribadinya, individu tersebut akan memiliki caranya sendiri untuk memilih antara kebutuhan dan keinginan. Terdapat penelitian lain pula yang menyatakan bahwa sikap keuangan seseorang lebih memungkinkan untuk

menunjukkan tipikal dari seseorang dalam penggunaan kartu kreditnya (Singh, Rylander, & Mims, 2016). Biasanya seseorang yang memiliki sikap keuangan yang baik mereka akan memprioritaskan pada kebutuhannya terlebih dahulu sehingga penggunaan kartu kredit tidak berlebihan dan konsumtif karena diri mereka sudah tertanam bagaimana menentukan cara berperilaku dan sikap yang baik saat mereka menghadapi berbagai kondisi keuangan. Seseorang yang sudah memiliki sikap keuangan yang baik tentunya akan memiliki banyak pengalaman dalam mengatur, menggunakan, serta memutuskan pilihannya dengan berbagai produk keuangan, hal ini disebut pengalaman keuangan.

Pengalaman keuangan (*financial experience*) merupakan pengalaman seseorang dalam melakukan berbagai aktivitas dalam keuangan (Destianata & Lutfi, 2019). Pengalaman keuangan seseorang menjadi peran penting dalam mengelola atau *manage* keuangan, karena pada dasarnya setiap individu harus bisa mengatur pengeluaran uang yang digunakan agar tidak menjadi konsumtif dan mengalami kesulitan saat membutuhkan kebutuhan yang terkadang serba mendadak. Misal dalam penggunaan kartu kredit dengan pengalaman keuangan yang seseorang tersebut miliki, maka individu tersebut juga akan dapat memutuskan penggunaannya dengan baik dan benar. Seorang individu memiliki dua tipe yang dilihat berdasarkan antara pengalaman keuangan dengan penggunaan kartu kredit memiliki, yaitu pertama, Individu dengan pengalaman pada penggunaan kartu kreditnya tinggi. Kelompok ini cenderung selalu membayar tagihan kartu kreditnya secara tepat waktu sehingga individu tersebut tidak

banyak dikenakan denda dan jarang ditemukan individu pada kelompok ini menggunakan kartu kredit melebihi dari limit yang sudah ditentukan. Kedua, Individu dengan pengalaman pada penggunaan kartu kredit yang rendah (Lusardi & Tufano, 2015).

Berdasarkan hasil dari penelitian sebelumnya yang tidak selalu menunjukkan adanya konsistensi baik dari variabel dan juga hasilnya, maka pada penelitian ini penulis ditujukan untuk menganalisa literasi keuangan, faktor demografi, *financial attitude*, dan pengalaman keuangan pada pengguna kartu kredit khususnya pada generasi millennial yang sudah menggunakan kartu kredit apakah berdasarkan literasi, faktor demografi, sikap, dan juga pengalaman mereka sudah mempengaruhi pola penggunaan kartu kredit. Dari pertimbangan-pertimbangan tersebut pula maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Faktor Demografi, Literasi Keuangan, *Financial Attitude*, dan Pengalaman Keuangan pada Penggunaan Kartu Kredit Generasi Millennial”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan beberapa uraian diatas, penelitian terdahulu yang sudah disebutkan masih menunjukkan hasil yang belum konsisten atau sama semua dikarenakan penelitian-penelitian tersebut masih terdapat gap pada penggunaan variabel independen yang digunakan terhadap variabel dependen yaitu penggunaan kartu kredit. Oleh karena itu, penelitian ini berniat tentunya dengan tujuan untuk menguji kembali penelitian sebelumnya dengan memodifikasi dari kajian ilmiah yang

dilakukan oleh Destianata & Lutfi (2019), Malelak et al. (2016), Lusardi & Tufano (2015) serta mengubah objek penelitian yaitu Generasi Millennial yang sudah menggunakan kartu kredit

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, penulis dapat membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh pada Faktor Demografi (Usia, Gender, Pendidikan, Pendapatan, dan Status Pernikahan) terhadap Pola Penggunaan Kartu Kredit Generasi Milenial?
2. Apakah terdapat pengaruh pada Literasi Keuangan terhadap Pola Penggunaan Kartu Kredit Generasi Milenial?
3. Apakah terdapat pengaruh pada Pengalaman Keuangan terhadap Pola Penggunaan kartu kredit Generasi Milenial?
4. Apakah terdapat pengaruh pada *Financial Attitude* terhadap Pola Penggunaan Kartu Kredit Generasi Milenial?

1.4 Pembatasan Masalah

Penelitian hanya berfokus pada responden yang termasuk dalam kategori generasi millennial yang mana sesuai dengan buku panduan yang dibuat oleh kementerian pemberdayaan perempuan dan perlindungan anakserta badan pusat statistik menyimpulkan bahwa generasi milenial merupakan mereka yang dilahirkan antara tahun 1980-2000 atau dalam kisaran usia (20-40) tahun. Variabel independent yang

digunakan hanya faktor demografi, literasi keuangan, *financial attitude*, serta pengalaman keuangan sehingga tidak bisa melihat pengaruh dari penggunaan kartu kredit dari sisi lain.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka dibuatlah tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis apakah Faktor Demografi (Usia, Gender, Pendidikan, Pendapatan, Status Pernikahan) secara signifikan berpengaruh positif terhadap pola penggunaan kartu kredit generasi milenial
2. Mengetahui dan menganalisis apakah Literasi Keuangan secara signifikan berpengaruh positif terhadap pola penggunaan kartu kredit generasi milenial
3. Mengetahui dan menganalisis apakah Pengalaman Keuangan secara signifikan berpengaruh positif terhadap pola penggunaan kartu kredit generasi milenial
4. Mengetahui dan menganalisis apakah *Financial Attitude* secara signifikan berpengaruh positif terhadap pola penggunaan kartu kredit generasi milenial.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, dapat dibuat manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Manfaat untuk Akademisi.

a. Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan pengembangan ilmu keuangan mengenai kajian literasi keuangan.

b. Peneliti yang akan datang.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dasar perluasan penelitian dan penambahan wawasan untuk pengembangannya.

2. Manfaat untuk Praktisi.

a. Perusahaan.

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk perusahaan khususnya lembaga keuangan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat inovasi-inovasi baru dalam mengembangkan produk kartu kredit sebagai strategi perusahaan.

b. Generasi Milenial.

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk para generasi milenial sebagai bahan pertimbangan dalam penggunaan kartu kredit supaya lebih memahami tentang literasi keuangan.

1.7 Sistematika Penulisan

Secara garis besar penelitian ini dijabarkan dalam lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi ringkasan dari keseluruhan isi penelitian dan gambaran umum permasalahan dalam literasi keuangan, faktor demografi, *financial attitude*, pengalaman keuangan serta fenomena dari kartu kredit, dan generasi milenial. Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori dan penelitian terdahulu sebagai acuan dasar teori dan analisis. Dalam bab ini dikemukakan teori mengenai faktor demografi, literasi keuangan, *financial attitude*, pengalaman keuangan, kartu kredit serta pola penggunaan dari kredit itu sendiri. Pada bab ini juga menjelaskan tentang penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Membahas mengenai gambaran populasi dan sampel yang digunakan dalam studi empiris, pengidentifikasian variabel-variabel penelitian dan penjelasan mengenai cara pengukuran variabel-variabel tersebut. Selain itu juga dijelaskan teknik pemilihan data dan metode analisis data yang akan digunakan. Pada penelitian teknik pengujian data

menggunakan *Multiple Regression Analysis* (MRA) serta metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Merupakan isi pokok dari keseluruhan penelitian ini. Bab ini menyajikan hasil pengolahan data dan analisis atas hasil pengolahan tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan diuraikan kesimpulan hasil penelitian dan saran.