E-ISSN: 3031-8629
P-ISSN: 3032-3258
Halaman 208-219
Volume 1 Nomor 3 Tahun 2024

# Analisis Pembiayaan Macet Pada Pembiayaan Tanpa Agunan (PTA) dengan Crediet Card (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Di Yogyakarta)

Hanan Wihasto
Dosen IBS STEI Yogyakarta
e-mail: hananwihastosteiyo@gmail.com

Abstrak

Realisasi kartu kredit Non Performing Loan (NPL) pada periode tahun 2020 hingga tahun 2023 mengalami tren yang meningkat. Peningkatan NPL disebabkan oleh Pembiayaan Tanpa Agunan / Penggunaan Kartu Kredit dan Pembelian Berulang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Debitur PTA dan pembelian berulang terhadap risiko kredit macet. Variabel terdiri atas: Debitur PTA (Variabel Independen), Pembelian Berulang (Variabel Independen), dan Pembiayaan Macet (Variabel Dependen). Dengan menggunakan metode purposive sampling, responden penelitian ini adalah pengguna kartu kredit Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta, dan jumlah sampelnya adalah 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan pendekatan statistik inferensial dengan menggunakan Pendekatan SEM. Kesimpulan penelitian adalah: Penggunaan Kartu Kredit berpengaruh signifikan Terhadap Pembelian Berulang, Penggunaan Kartu Kredit tidak berpengaruh Signifikan terhadap Risiko Gagal Bayar dan Pembelian Berulang berpengaruh signifikan terhadap Risiko Gagal Bayar.
Kata Kunci: Debitur PTA, Pembelian Berulang, Pembiayaan Macet.

E-ISSN: 3031-8629
P-ISSN: 3032-3258
Halaman 208-219
Volume 1 Nomor 3 Tahun 2024

Abstract

The realization of Non-Performing Loan (NPL) credit cards in the period 2020 to 2023 is experiencing an increasing trend. The increase in NPL was caused by unsecured financing / use of credit cards and repeat purchases. The aim of this research is to determine the effect of PTA debtors and repeat purchases on the risk of bad credit. The variables consist of: PTA Debtors (Independent Variable), Repeat Purchases (Independent Variable), and Bad Finance (Dependent Variable). Using a purposive sampling method, the respondents of this study were Bank Syariah Indonesia credit card users in Yogyakarta, and the sample size was 100 respondents. The analytical method used is descriptive analysis and an inferential statistical approach using the SEM approach. The research conclusion is: Use of a credit card has a significant effect on repeat purchases, use of a credit card has no significant effect on the risk of default and repeat purchases have a significant effect on the risk of default.
Keywords: PTA Debtors, Repeat Purchases, Bad Financing.

## 1. PENDAHULUAN

Crediet Card atau dikenal dengan nama Kartu kredit (KK) adalah alat pembayaran pengganti uang tunai, berbentuk kartu yang memberikan fasilitas kredit kepada pemiliknya, di mana saat jatuh tempo dapat dibayar dengan jumlah minimum dan sisanya dijadikan kredit. Pertumbuhan bisnis KK sangat pesat, yaitu mulai banyaknya pasar swalayan dan juga toko-toko kecil yang mulai menerima KK sebagai alternatif alat pembayaran dibandingkan dengan uang tunai. Selain dari fitur-fiturnya semakin beragam dan berkembang, maka fleksibilitasnya juga sudah sangat tinggi.

Pemilik KK mempunyai alasan-alasan yang mendasar dalam menggunakan KK. Sistem pembayaran tunai dianggap dapat mengurangi Kenyamanan dalam melakukan transaksi manakala nilai transaksinya besar. Pembeli merasa mempunyai

risi- ko keamanan yang relatif tinggi. Oleh karenanya, dunia perbankan menawarkan fasilitas KK untuk menarik masyarakat menjadi nasabahnya. Dengan KK, sistem pembayaran menjadi lebih praktis, cepat, aman dan nyaman. Berbagai macam perilaku pemegang KK yang muncul dapat disebabkan karena berbagai kemudahan dan fasilitas yang diberikan oleh penerbit kepada pemegang KK. Hal ini mendorong setiap pemegang KK dapat memiliki motivasi yang berbeda dalam penggunaan KK dan perilaku belanja.

Perilaku belanja berulang merupakan proses pengulangan yang sering dan berlebihan dalam berbelanja yang dikarenakan oleh rasa ketagihan, tertekan atau rasa bosan (Solomon, 2022). Perilaku belanja kompulsif merupakan pembelian kronis yang berulang yang menjadi respon utama terhadap kejadian atau perasaan negatif (O'Guinn & Faber, 2022). Seperti dikutip Park & Burns (2015), biasanya pembelanja kompulsif adalah seseorang yang tidak dapat mengendalikan atau mengatasi dorongan untuk membeli sesuatu. Beberapa diantara mereka menunjukkan pembelian secara ekstrim atau yang disebut juga pembelian kompulsif (*compulsive buying*)

Perilaku belanja kompulsif dewasa ini menjadi salah satu topik menarik bagi sejumlah peneliti di bidang konsumsi maupun bidang pemasaran. Karena dianggap sebagai akibat dari materialisme dan dam- pak buruk dari konsumerisme. Alasannya, karena kedua hal tersebut berpengaruh sangat serius, baik itu secara perseorangan maupun bagi publik. Meskipun beberapa langkah terinci telah dibuat mengidentifikasi faktor-faktor pembelian kompulsif. Park (2023) menemukan bahwa penggunaan KK merupakan faktor yang paling berpengaruh disamping hasrat membeli barang-barang modis pada pembeli rumahan (*home shopper*) melalui TV. Perilaku belanja kompulsif dengan menggunakan KK dapat berdampak terhadap risiko gagal bayar. Hal ini disebabkan karena erbagai fasilitas, kemudah- an, dan kenyamanan yang diberikan membuat pemegang KK tidak menyadari dan tidak dapat mengontrol penggunaan. Raveendran (2008) menemukan bahwa pembelian kompulsif berpengaruh positif terhadap peluang terjadinya gagal bayar KK.

Perilaku pembayaran KK adalah perilaku pengguna KK pada saat mendapatkan jatuh tempo tagihan. Tagihan tersebut harus dibayarkan kembali dengan kondisi antara lain: pembayaran penuh (*full payment*), pembayaran minimal sebesar 10% dari total tagihan yang sisanya dikenakan bunga, pembayaran kurang dari 10%. Perilaku pembayaran kurang atau sebesar 10% dapat digolongkan dalam gagal bayar KK (Sayono, 2019).

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Pembiayaan Tanpa Agunan via Kartu Kredit (Crediet Card)

Pemegang Kartu Kredit (KK) memiliki beberapa motif yang berbeda dalam menggunakan KK. Beberapa nasabah menggunakan KK karena nyaman sebagai alat pembayaran (Chebat et al., 2018; Chien & Devaney, 2021). Ada juga yang menggunakan untuk membiayai konsumsi mereka (Lee & Kwon, 2022). Slocum & Matthews (2019) menemukan bahwa nasabah dengan kelas ekonomi lebih rendah meng- gunakan KK nya untuk pembiayaan cicilan. Sedangkan nasabah dengan kelas ekonomi lebih tinggi menggunakan KK nya untuk alasan Kenyamanan. Lebih lanjut lagi, Canner & Cyrnak (2016) menunjukkan alasan utama dari penggunaan KK adalah untuk kenyamanan likuiditas keuangan, dan berkorelasi positif dengan pendapatan dan umur. Kinsey (2021) menemukan bahwa kemudahan dalam membayar dan risiko membawa uang secara tunai adalah alasan utama dari menggunakan KK. Jika dilihat dari segi pendapatan, Kaynak et al. (2015) menemukan bahwa nasabah dengan pendapatan menengah dan kelas bawah lebih mengutamakan menggunakan KK karena manfaat yang bisa didapat. Sedangkan nasabah dengan pendapatan tinggi lebih mengutamakan layanan yang diberikan oleh KK, seperti keamanan dan kenyamanan bertransaksi.

Pola konsumsi dengan menggunakan KK terlihat ada kaitannya dengan kelas sosial, tingkat penghasilan dan gaya hidup seseorang. Menurut Ingene & Levy (2022), ada tiga alasan mengapa seseorang memilih untuk memakai KK daripada membayar tunai. Pertama, karena pemegang KK membutuhkan kredit untuk mampu membeli

barang atau jasa yang diinginkan. Kedua, pemegang KK ingin memanfaatkan kenyamanan untuk tidak perlu membawa uang tunai. Ketiga, pemegang KK merupakan orang yang sangat perhitungan dan memahami keuntungan yang diperoleh dari membeli sekarang dan membayar kemudian.

2.2. Risiko Pembiayaan Macet Kartu Kredit (Crediet Card)

Pembiayaan bermasalah menggambarkan suatu situasi dimana persetujuan pengembalian pembiayaan mengalami risiko kegagalan, bahkan menunjukkan kepada bank akan memperoleh kerugian yang potensial. Norum (2018) menguraikan bahwa kredit bermasalah merupakan kredit dimana cidera janji dalam pembayaran kembali sesuai perjanjian. Dengan demikian terdapat tunggakan, atau ada potensi kerugian di perusahaan penerbit KK. Perilaku pembayaran Kartu Kredit (KK) adalah perilaku pengguna KK pada saat mendapatkan jatuh tempo tagihan. Tagihan tersebut harus dibayarkan kembali dengan kondisi antara lain pembayaran penuh (full payment), pembayaran minimal sebesar 10% dari total tagihan yang sisanya dikenakan bunga, dan pembayaran kurang dari 10%. Menurut Sayono (2019) Perilaku pembayaran kurang atau sebesar 10% ini dapat digolongkan dalam gagal bayar KK. Dari Hasil kajian memperlihatkan bahwa terdapat satu karakteristik faktor demografi yaitu status responden yang sudah menikah dan faktor motivasi responden yang mempengaruhi responden terkena denda akibat terlambat dalam membayar tagihan.

2.3. Penggunaan KK dan Perilaku Belanja Berulang

KK telah berdampak pada perilaku belanja pemegang KK. Dalam dunia perilaku pemegang KK, KK pasti bisa ditafsirkan sebagai mempromosikan belanja dengan membuat transaksi sederhana atau dengan menghilangkan kebutuhan yang mendesak (Chien & DeVaney, 2021). Gan et al. (2018) menemukan bahwa memiliki KK lebih mungkin untuk membeli, memutuskan untuk membeli lebih cepat. Pembelian kompulsif telah meningkatkan per- tumbuhan bisnis KK. KK mudah diakses masyarakat dan dipasarkan secara agresif di lingkungan masyarakat (Faber & O'Guinn, 2022).

Pemilikan dan penggunaan KK menyebabkan peralihan penggunaan uang tunai. Bahkan KK me- nyebabkan peningkatan perilaku pembelian kompul- sif (Roberts & Jones, 2001). Beberapa peneliti misalnya Pinto et al. (2020); Roberts & Jones (2021). Peningkatan dramatis dari pemakaian KK oleh masyarakat beberapa tahun belakangan telah mem- percepat perubahan status pemegang KK menjadi masyarakat konsumtif. Hal ini berkaitan dengan strategi pemasaran dan pengembangan pasar yang agresif oleh perusahaan-perusahaan penerbit KK. Kenyamanan dalam menggunakan KK, mening- katkan jumlah pengguna KK untuk berbelanja. Kemudahan bertransaksi dengan menggunakan KK dapat memberikan keleluasaan secara finansial kepada masyarakat dalam berbelanja memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan perilaku belanja kompulsif. Masyarakat menjadi lebih sering berbelanja dengan menggunakan fasilitas KK yang mereka miliki. Hipotesis 1: Dengan demikian, semakin intensif berbelanja menggunakan KK maka semakin kompulsif perilaku belanja pemegang KK.

### 2.4. Penggunaan KK dan Risiko Pembiayaan Macet

Berbagai Bank sedang berlomba untuk me- nawarkan KK melalui para sales yang sering dijumpai di berbagai pusat perbelanjaan. Dengan tawaran dalam kemudahan dan fasilitas serta hadiah sehingga menarik pemegang KK untuk memiliki fasilitas KK. Fungsi KK hanyalah sebagai alat pembayaran dan bukan sebagai tambahan peng- hasilan. Hanya saja manfaat dari KK yang dapat kita gunakan adalah fasilitas kemudahan bertransaksi. Sebagian orang menggunakan KK secara berlebihan dengan segala fasilitas beserta kemudahannya. Sehingga pada akhirnya mereka berhutang dan kesulitan untuk membayar hutang dan bunganya. Oleh karena itu penggunaan KK yang berlebihan dan tidak mampu untuk mengendalikan diri terhadap berbagai godaan dapat menyebabkan terjadinya kegagalan bayar. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ditmar (2005) menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif antara hutang KK dan kegagalan bayar pemegang KK. Hal terjadinya gagal bayar yang diakibatkan karena tingkat suku

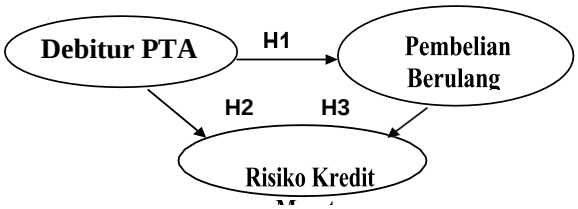
bunga yang lebih tinggi dan biaya tagihan yang timbul akibat penggunaan KK tersebut. Hipotesis 2: Dengan demikian, semakin intensif berbelanja menggunakan KK maka semakin tinggi risiko gagal bayar KK nya.

2.5. Perilaku Belanja Berulang dan Risiko Pembiayaan Macet

Perilaku belanja kompulsif menurut Solomon (2022) merupakan proses pengulangan yang sering dan berlebihan dalam berbelanja yang dikarenakan oleh rasa ketagihan, tertekan atau rasa bosan. Perilaku belanja kompulsif merupakan pembelian kronis yang berulang yang menjadi respon utama terhadap kejadi- an atau perasaan negatif. Faber & O'Guinn (2022) menyatakan bahwa, biasanya pembelanja kompulsif adalah seseorang yang tidak dapat mengendalikan atau mengatasi dorongan untuk membeli sesuatu. Perilaku belanja kompulsif dengan menggunakan KK dapat berdampak terhadap peluang terjadinya gagal bayar, hal ini disebabkan karena berbagai fasilitas, kemudahan dan kenyamanan yang diberikan membuat pemegang KK tidak menyadari dan tidak dapat mengontrol pemakaian. Hipotesis 3: Dengan demikian, semakin intensif perilaku belanja kompulsif maka semakin tinggi risiko gagal bayar KKnya.

2.6. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian teori hubungan antar variabel, dan penelitian terdahulu sebagaimana uraian di atas, maka dikembangkan kerangka konseptual penelitian sebagaimana Gambar 1 sebagai berikut :




3. METODE

Metode Penelitian adalah langkah-langkah yang diambil oleh peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi untuk diolah dan dianalisis secara ilmiah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Tabel 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Independen

| Variabel | Definisi Variabel | Indikator |
|---|---|---|
| Debitur PTA | Pihak yang mengajukan kredit tanpa agunan via Crediet Card dari lembaga keuangan | a. Pemegang KK<br>b. Kondisi Aktif<br>c. Pernah Bertransaksi Pembelian |
| Pembelian Berulang | Pembelian berulang mengacu pada tindakan pelanggan tetap yang melakukan beberapa pembelian dari bisnis atau merek yang sama dari waktu ke waktu. | a. Pembelian minimal 2 kali<br>b. Pembelian yang diulang<br>c. Lain-lain. |

*Sumber : Data Diolah*

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

## 4.1 HASIL

Hasil penelitian yang dilakukan dapat dilihat seperti pada Tabel 1. Dari tingkat probabilitas dan arah hubungan kausal, maka hasil penelitian secara statistik menunjukkan:

a.Penggunaan Kartu Kredit berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Belanja Kompulsif, (Prob. kausalnya 0,048 ≤ 0,10: signifikan, positif).

b.Penggunaan Kartu Kredit tidak berpengaruh positif terhadap Resiko Gagal bayar, (Prob. Kausalnya 0,911 > 0,10: tidak signifikan, positif).

c.Perilaku Belanja Kompulsif berpengaruh positif terhadap Resiko Gagal Bayar, (Prob. kausalnya 0,081 ≤ 0,10: signifikan, positif).

## 4.2 PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Kausalita

| Faktor | · | Faktor | Ustd Estimate | Std. Estimate | Probabilitas |
|---|---|---|---|---|---|
| Perilaku Belanja Kompulsif | · | Penggunaan Kartu Kredit | 0,822 | 0,475 | 0,048 |
| Resiko Gagal Bayar | · | Penggunaan Kartu Kredit | 0,022 | 0,013 | 0,911 |
| Resiko Gagal Bayar | · | Perilaku Belanja Kompulsif | 0,319 | 0,358 | 0,081 |
| | | | | Batas Signifikansi | ≤ 0,10 |

Dari ketiga pengujian hipotesis ditemukan bahwa pemegang KK di Yogyakarta berperilaku belanja kompulsif. Namun memiliki karakteristik sebagai transactor (mampu membayar tagihannya secara lunas). Sehingga dalam penggunaan KK tidak menyebabkan gagal bayar. Fenomena tersebut dapat dilihat dari pertimbangan dominan memiliki KK atas alasan keamanan. Responden terbanyak dalam penelitian ini adalah berumur 31-40 tahun, pendidikan sarjana dan penghasilan 5-10 juta per bulan yang memiliki kemampuan untuk membayar tagihan secara lunas 100%. Sesuai temuan Sayono (2019) bahwa pemegang KK dengan penghasilan tinggi, pendidikan sarjana atau pascasarjana memilih memi- liki KK untuk alasan keamanan. Berdasarkan penggunaan KK kemungkinan pemegang KK

Bank Mandiri Yogyakarta menggunakan KK untuk kepentingan kantor atau dinas, dimana tagihannya akan dibayarkan oleh perusahaan. Kemungkinan juga, pemegang KK Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta memiliki rasa takut apabila mendapat peringatan dari bank tentang jatuh tempo pembayaran tagihan, sehingga akan membayar tagihannya secara lunas 100%. Hal ini dapat dikatakan bahwa personality (karakter) pemegang KK Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta cukup baik.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan pernyataan responden saat penelitian bahwa responden banyak yang menyatakan kemudahan ketika berbelanja dengan menggunakan KK. Perilaku kompulsif dapat didefinisikan sebagai berikut (i) tiba-tiba dan spontan berkeinginan untuk mendapatkan (ii) keadaan ketidakseimbangan psikologis (iii) terjadinya psikologis mewakili konflik pertempuran dalam pikiran (iv) pengurangan dalam evaluasi rasional atribut produk (v) dan kurangnya penyangkalan atas konsekuensi dalam perilaku sejauh mana pemegang KK cenderung untuk menggunakan KK menentukan compulsivity mereka. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa perilaku pemegang KK cenderung menghabiskan uang, merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap risiko gagal bayar. Ketika menggunakan KK akan berbelanja lebih banyak dibandingkan dengan uang tunai, Sedangkan dari aspek reaktif pelaku belanja kompulsif akan membeli saat melihat produk di toko adalah tanpa rencana sebelumnya, hanya karena merasa harus memiliki, dari kecenderungan untuk menghabiskan uang dan aspek reaktif dari perilaku belanja kompulsif. Pada akhirnya pengguna KK akan merasa menyesal karena barang yang telah dibeli dirasakan kurang masuk akal. Dari faktor-faktor tersebut maka pengguna KK akan mengalami gagal bayar. Dari ketiga pengujian hipotesis ditemukan bahwa pemegang KK di Yogyakarta berperilaku belanja kompulsif. Namun memiliki karakteristik sebagai transactor (mampu membayar tagihannya secara lunas). Sehingga dalam penggunaan KK tidak menyebabkan gagal bayar. Fenomena

tersebut dapat dilihat dari pertimbangan dominan memiliki KK atas alasan keamanan.

Responden terbanyak dalam penelitian ini adalah berumur 31-40 tahun, pendidikan sarjana dan penghasilan 5-10 juta per bulan yang memiliki kemampuan untuk membayar tagihan secara lunas 100%. Sesuai temuan Sayono (2019) bahwa pemegang KK dengan penghasilan tinggi, pendidikan sarjana atau pascasarjana memilih memi liki KK untuk alasan keamanan. Berdasarkan penggunaan KK kemungkinan pemegang KK Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta menggunakan KK untuk kepentingan kantor atau dinas, dimana tagihannya akan dibayarkan oleh perusahaan. Kemungkinan juga, pemegang KK Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta memiliki rasa takut apabila mendapat peringatan dari bank tentang jatuh tempo pembayaran tagihan, sehingga akan membayar tagihannya secara lunas 100%. Hal ini dapat dikatakan bahwa personality (karakter) pemegang KK Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta cukup baik.

REFERENSI :

Basu, S. dan Handoko, H. 2017. Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Pemegang KK, BPFE, Yogyakarta.

Basuki dkk. 2022 . Crediet Card dan Pinjol. UPP FE UCY Yogyakarta.

Canner, G. B. and Cyrnak, A.W. 1986. Determinants of consumer credit card usage patterns. Journal of Retail Banking. 8(1 and 2): 9-18.

Casunia Kinasih. 2019. Kebijakan Pembiayaan Tanpa Agunan dan Kartu Kredit Bermasalah. Yayasan Pustaka Ilmu Dinar.

Chien, Y.W. and DeVaney, S. A. 2001. The effects of credit attitude and socio economic factors on credit card and installment debt. The Journal of Consumer Affair. 35(1): 162-179.

Faber, R.J. & O'Guinn, T.C. 1992. A clinical screener for compulsive buying. Journal of Consumer Research, 19, 459–469

Imam Ghozali, 2015. Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen, Edisi 3: Semarang, Badan Penerbitan UNDIP.

Japri, P. 2020. Dampak penggunaan credit card pada consumer credit dan gagal bayar pemegang KK, Tesis Universitas Indonesia.

Kotler, P. 2015. Manajemen Pemasaran, Edisi 11, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

Nastiti, A. 2017. Pengaruh bauran pemasaran ter- hadap kepuasan pemegang kartu kredit dengan perilaku pemegang kartu kredit sebagai variabel intervening (Studi Kasus Pengguna kartu kredit Citibank Silver Wilayah Surabaya). Jurnal Akuntansi, Manajemen Bisnis dan Sektor Publik. 14(1): 1-15.

Nirmalawati, D. and Pratiwi, M.D. 2019. Factors influencing the credit card default: an empirical analysis, Department of Management, Asian Banking Finance and Informatics Institute Perbanas. 1-11.

Sayono, J.A. 2019. Analisis faktor-faktor yang mem- pengaruhi kepemilikan, penggunaan, pemba- yaran dan peluang terjadinya gagal bayar dalam bisnis KK, Jurnal Ekonomi dan Bisnis. 3(1): 61-80.

Slocum, J.W. and Matthews, H.L. 1969. Social class and commercial bank credit card usage. Journal of Marketing. 33(1): 71-81.

Solomon, M.R. 2011. Consumer Behaviour. Prentice Hall International, Inc, New York.

.