

Pengaruh Perilaku Konsumtif Masyarakat terhadap Penggunaan Kartu Kredit

Maryam Batubara¹, Purnama Ramadan², Anni Zuhro Syafrida Hasibuan³,
Arnando Nasution⁴, Rifandi Syahputra⁵, Siti Aisah⁶

^{1,2,3,4,5,6} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

maryam.batubara@uinsu.ac.id, purnamaramadani@uinsu.ac.id,
annizuhrosyafridahsb@gmail.com, arnandonst123@gmail.com,
rifandisyahputra2991@gmail.com, sitiaisah20081999@gmail.com

ABSTRACT

This review plans to decide the destructive conduct of the local area towards the utilization of Visas. The technique utilized in this review is a quantitative strategy with a populace of charge card proprietors in the city of Medan. The consequences of this review demonstrate the utilization of Mastercards joined by unnecessary utilization by metropolitan networks, particularly in Medan. The intentions of metropolitan networks in the utilization of charge cards are adequacy and effectiveness as well as based on way of life and sign of societal position.

Keywords: *Consumptive, Credit Card*

ABSTRAK

Kajian ini berencana memutuskan perilaku destruktif daerah terhadap penggunaan Visa. Teknik yang digunakan dalam tinjauan ini adalah strategi kuantitatif dengan populasi pemilik kartu kredit di kota Medan. Konsekuensi dari tinjauan ini menunjukkan penggunaan Mastercard yang diikuti oleh penggunaan yang tidak perlu oleh jaringan metropolitan, khususnya di Medan. Maksud jaringan metropolitan dalam pemanfaatan kartu kredit adalah kecukupan dan efektivitas serta berdasarkan gaya hidup dan tanda posisi masyarakat.

Kata Kunci: Konsumtif, Kartu Kredit

PENDAHULUAN

Peningkatan kesempatan diikuti oleh kemajuan inovasi yang semakin maju dan terkini. Pergerakan dari setiap jenis tidak dapat dipisahkan dari pergantian peristiwa mekanis ini, mengingat untuk pertukaran. Saat ini, instrumen cicilan dapat dilakukan dengan berbagai strategi, salah satunya menggunakan Visa atau kartu kredit. Alam semesta industri dan bisnis mengikuti kemajuan mekanis yang dapat dirasakan oleh semua individu dalam menjalani pertukaran. Masyarakat umum dapat melibatkan kartu dalam interaksi angsuran yang pasti sering disebut sebagai APMK.

APMK adalah Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu yang diberikan oleh bank atau organisasi selain bank yang secara sah memberikan APMK yang terdiri dari Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kartu cek, dan Visa. Mastercard adalah APMK yang dapat digunakan untuk melakukan cicilan atas komitmen yang muncul dari pergerakan keuangan, termasuk pertukaran belanja dan selain itu untuk melakukan penarikan tunai, dimana komitmen cicilan pemegang kartu dipenuhi terlebih dahulu oleh pengakuisisi atau penjamin, dan pemegang kartu berkewajiban untuk melakukan cicilan. pada waktu yang telah disepakati, baik dengan membayarnya secara langsung (charge card) maupun dengan cara mencicil sebagian (Bank Indonesia, 2014).

Visa adalah metode cicilan dengan menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan cicilan atas komitmen yang timbul dari suatu tindakan finansial, termasuk pertukaran belanja untuk melakukan penarikan tunai dimana komitmen cicilan pemegang kartu dipenuhi terlebih dahulu oleh pengakuisisi atau penjamin, pemegang kartu berkewajiban untuk mengurus angsuran. pada waktu yang disepakati baik sekaligus atau sebagian (PBI pasal 1 angka 4 angka 10/8/PBI/2008).

Sementara menurut Munir Fuady (2003) Visa adalah kartu yang sebagian besar terbuat dari bahan plastik, dengan ditambahkan karakter pemegang atau pendukung, yang memberikan hak kepada siapa Visa diberikan untuk menandatangani suatu kuitansi pembayaran cicilan administrasi atau produk yang dibeli di tempat yang berbeda. tempat-tempat tertentu, misalnya pertokoan, penginapan, tempat makan, penyalur tiket angkutan dan lain-lain.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan kartu kredit yaitu:

1. Gaya hidup adalah contoh rutinitas sehari-hari atau kecenderungan mengalami individu yang merupakan jenis penyelesaian diri. Cara hidup menggambarkan "keseluruhan individu" yang berinteraksi dengan iklim. Gaya pernapasan juga menunjukkan penampilan umum dari standar perilaku pribadi individu dalam kehidupan sehari-hari (Kotler, 2013: 234). Seperti yang ditunjukkan oleh Fauzan (2017), untuk mengukur cara hidup individu harus dilihat dari:

- a. *Outer Directed*
Outer directed merupakan gaya hidup konsumen yang jika dalam membeli suatu produk harus sesuai dengan nilai-nilai dan norma tradisional yang telah terbentuk.
 - b. *Inner Directed*
Inner directed merupakan konsumen yang membeli produk untuk memenuhi keinginan dari dalam dirinya untuk memiliki sesuatu dan tidak terlalu memikirkan norma-norma budaya yang berkembang.
 - c. *Need Driven*
Need driven merupakan konsumen yang membeli sesuatu didasarkan atas kebutuhan bukan keinginan berbagai pilihan yang tersedia.
2. Lingkungan yang kompleks. Perilaku proses keputusan mereka dipengaruhi oleh
- a. budaya:
Perubahan kebudayaan adalah terkait dengan peningkatan peradaban, yaitu mengarah pada modernisasi. Modernisasi sendiri membawa perubahan budaya yang implikasinya tampak melalui kecerdasan individu, kecenderungan ke arah bentuk baru secara materialistik dan kecenderungan ke arah kreatifitas pribadi
 - b. kelas sosial:
Peranan dan status, kedudukan seseorang dalam setiap kelompok terdiri dari aktivitas yang diperkirakan dilakukan oleh seseorang sesuai dengan orang lain disekelilingnya dan setiap peranan akan mempengaruhi perilaku pembelinya. Setiap peranan membawa satu status yang mencerminkan penghargaan umum yang diberikan oleh masyarakat
 - c. pengaruh pribadi:
Setiap orang mempunyai kepribadian dan konsep diri yang berbeda yang akan mempengaruhi perilaku membeli. Kepribadian merupakan ciri-ciri psikologis yang membedakan seseorang dimana menyebabkan terjadinya jawaban yang secara relatif dan bertahan lama terhadap lingkungan.
 - d. keluarga:
Keluarga Para anggota keluarga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku membeli. Keputusan membeli dalam suatu keluarga dapat diamatai dalam empat sudut pandang, yaitu struktur peran, struktur kekuasaan, proses keputusan membeli keluarga dan karakteristik khusus dari keluarga.
 - e. situasi.
Perilaku akan berubah ketika situasi berubah. Kadang perubahan ini

terjadi tak menentu dan tidak dapat diramalkan.

3. Kelompok referensi

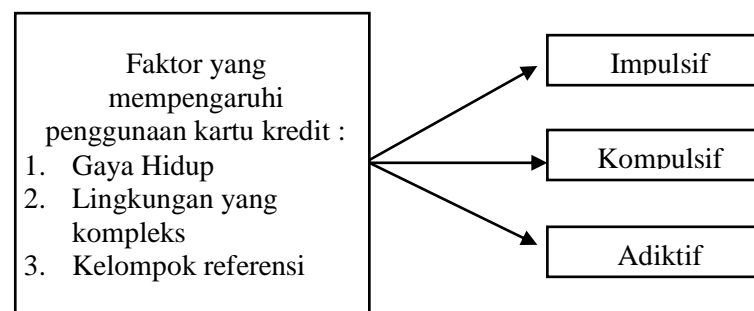
Kelompok referensi adalah kumpulan yang mempengaruhi cara pandang dan perilaku individu (Amirullah, 2002:47).

Tingkah laku yang tidak sopan adalah kekhasan yang menarik untuk dipelajari, terutama mengenai teknik angsuran yang dilakukan oleh wanita dewasa muda. Hal ini dikarenakan para wanita memandang berbelanja sebagai kegiatan yang menyenangkan sehingga mereka akan lebih sering menjadi tidak sopan. Selain itu, ada teknik cicilan, terutama Mastercard yang memberikan batasan kantor kredit yang melebihi pembayaran seseorang, sehingga berfungsi untuk berbelanja. Kadang-kadang akal sehat ini menyebabkan orang menjadi destruktif, sehingga perilaku pembelian tidak lagi melibatkan kapasitas asli dan menjadi ladang pemborosan biaya.

Menurut Moningga (2006) perilaku boros adalah perilaku individu dalam membeli tenaga kerja dan produk yang berlebihan meskipun faktanya tidak diperlukan. Macam-macam perbuatan boros secara keseluruhan adalah:

1. Perilaku Impulsif
2. Perilaku Kompulsif
3. Perilaku Adiktif

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu maka penulis mencoba menguraikan dalam bentuk kerangka pikir sebagai berikut:

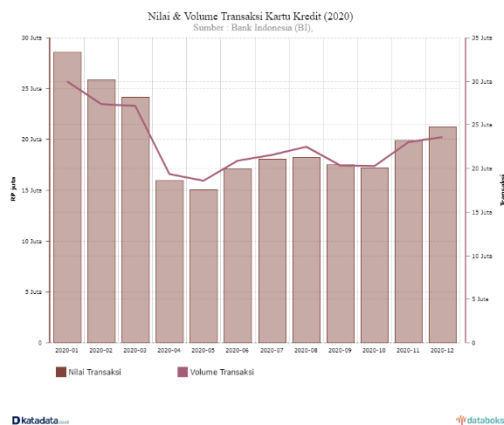


METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah eksplorasi dimana semua data atau informasi ditangani sebagai angka dengan strategi yang terukur (Azwar, 2012). . Penduduk yang digunakan dalam ulasan ini adalah pemilik Mastercard di kota Medan. Mengingat keterbatasan kajian untuk menjangkau seluruh populasi, para ilmuwan hanya menganalisis sebagian dari populasi atau disebut sebagai tes ujian yang akan digunakan sebagai subjek eksplorasi. Dalam tinjauan ini, strategi

pengujian non-kemungkinan yang digunakan adalah pemeriksaan insidental, yang merupakan metode pemeriksaan yang bergantung pada pengalaman kemungkinan dengan atribut pengujian yang memungkinkan dengan asumsi bahwa individu yang ditemui dianggap tepat dan memenuhi ukuran sebagai sumber informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Dalam pengadaan katadata.com, diketahui nilai tukar dengan Visa tercatat sebesar Rp. 238,9 triliun dari 274,7 juta bursa sepanjang tahun 2020. Angka tersebut menurun sekitar 30,3% dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar Rp. 342,7 triliun dari 349,2 juta. menukarkan. Hal ini dikarenakan masa pandemi membuat banyak orang enggan bepergian, sehingga membatasi aktivitas belanja juga. Namun, dampak dari perilaku tidak sopan pada penggunaan kartu kredit telah menjadi bawaan di zaman sekarang orang-orang yang memanfaatkan kemajuan inovatif dalam menyelesaikan latihan yang layak dan mahir.

Hasil dari tinjauan ini menunjukkan bahwa penggunaan Visa terdiri dari beberapa wawasan termasuk pandangan kegunaan adalah variabel penentu dalam cara hidup dan mentalitas terhadap penggunaan. Individu secara keseluruhan menggunakan kartu kredit karena akal sehat dan kegunaannya yang kuat, termasuk gaya hidup mereka. Cara hidup menyiratkan kebutuhan yang mengharapkan seseorang untuk melakukan dan memanfaatkan kantor yang ada. Kecenderungan orang-orang yang biasanya akan memilih Mastercard karena perasaan aman dan nyaman dan orang-orang menerima bahwa menggunakan Mastercard dapat membantu semua pertukaran tanpa masalah. Penggunaan Mastercard dapat memberikan kebutuhan kepada pemegangnya. Kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan pemegang kartu kredit yang diakui material atau tidak relevan. Dari

mendapatkan kebutuhan ini, orang dapat menggunakan Visa untuk memenuhi kebutuhan ideal mereka.

Berdasarkan persepsi para ilmuwan di lapangan, pemegang Visa dengan klasifikasi kebutuhan kritis biasanya diperlukan ketika kebutuhan mendadak muncul secara tidak terduga, misalnya, cicilan biaya sekolah dan biaya tambahan, biaya perawatan medis, dan semua biaya yang dibutuhkan pemegang Visa. untuk melakukan angsuran. gesek tunai (gestun). Kelas pemegang Visa untuk belanja boros diliputi oleh wanita dan remaja yang memiliki Mastercard. Wanita pemegang Visa suka terlibat untuk mencari barang dagangan yang tidak diharapkan mengikuti kejayaan, misalnya makan di tempat makan, berkumpul, atau mencari tenaga kerja dan produk yang berhubungan dengan perawatan diri (keindahan) sedangkan pemegang Visa yang lebih muda dari 25 juga menggunakan Visa sebagai gaya hidup dalam memenuhi kebutuhan pribadi dan kebutuhan untuk mendapatkan harga yang lebih murah saat membeli barang-barang seperti membeli kopi dengan harga diskon dengan asumsi menggunakan Mastercard tertentu.

KESIMPULAN

Dalam pengadaan katadata.com, diketahui nilai tukar dengan Visa tercatat sebesar Rp. 238,9 triliun dari 274,7 juta bursa sepanjang tahun 2020. Angka tersebut menurun sekitar 30,3% dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar Rp. 342,7 triliun dari 349,2 juta. menukarkan. Hal ini dikarenakan masa pandemi membuat banyak orang enggan bepergian, sehingga membatasi aktivitas belanja juga. Namun, dampak dari perilaku tidak sopan pada penggunaan kartu kredit telah menjadi bawaan di zaman sekarang orang-orang yang memanfaatkan kemajuan inovatif dalam menyelesaikan latihan yang layak dan mahir.

Hasil dari tinjauan ini menunjukkan bahwa penggunaan Visa terdiri dari beberapa wawasan termasuk pandangan kegunaan adalah variabel penentu dalam cara hidup dan mentalitas terhadap penggunaan. Individu secara keseluruhan menggunakan kartu kredit karena akal sehat dan kegunaannya yang kuat, termasuk gaya hidup mereka. Cara hidup menyiratkan kebutuhan yang mengharapakan seseorang untuk melakukan dan memanfaatkan kantor yang ada. Kecenderungan orang-orang yang biasanya akan memilih Mastercard karena perasaan aman dan nyaman dan orang-orang menerima bahwa menggunakan Mastercard dapat membantu semua pertukaran tanpa masalah. Penggunaan Mastercard dapat memberikan kebutuhan kepada pemegangnya. Kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan pemegang kartu kredit yang diakui material atau tidak relevan. Dari

mendapatkan kebutuhan ini, orang dapat menggunakan Visa untuk memenuhi kebutuhan ideal mereka.

Berdasarkan persepsi para ilmuwan di lapangan, pemegang Visa dengan klasifikasi kebutuhan kritis biasanya diperlukan ketika kebutuhan mendadak muncul secara tidak terduga, misalnya, cicilan biaya sekolah dan biaya tambahan, biaya perawatan medis, dan semua biaya yang dibutuhkan pemegang Visa. untuk melakukan angsuran. gesek tunai (gestun). Kelas pemegang Visa untuk belanja boros diliputi oleh wanita dan remaja yang memiliki Mastercard. Wanita pemegang Visa suka terlibat untuk mencari barang dagangan yang tidak diharapkan mengikuti kejayaan, misalnya makan di tempat makan, berkumpul, atau mencari tenaga kerja dan produk yang berhubungan dengan perawatan diri (keindahan) sedangkan pemegang Visa yang lebih muda dari 25 juga menggunakan Visa sebagai gaya hidup dalam memenuhi kebutuhan pribadi dan kebutuhan untuk mendapatkan harga yang lebih murah saat membeli barang-barang seperti membeli kopi dengan harga diskon dengan asumsi menggunakan Mastercard tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

Amirullah. 2002. Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Jakarta: Graha Ilmu.

Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.*

Fuady, munir, 1995. *Hukum Tentang Pembiayaan dalam Teori dan Praktek, Bandung, Penerbit: PT. Citra Aditya Bakti.*

Indriya, I., Faza, H., Nabila, A., Homsyah, S., & Azkia, K. (2021). Perilaku Konsumsi Generasi Milenial Terhadap Produk Islamic Fashion. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(3), 437-446. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.441>

Juliani, T., Rinofah, R., & Sari, P. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Financial Distress pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 - 2020. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 726-744. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.719>

VISA: Journal of Visions and Ideas

Vol 2 No 2 (2022) 172-180 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643

DOI: 47467/visa.v2i2.971

Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua,. Jakarta: Erlangga.

Moningka, C. 2006. Gambaran perilaku konsumtif terhadap sepatu pada perempuan dewasa awal. *Jurnal Psibernetika*, 5(2), 76-90.

PBI pasal 1 angka 4 nomor 10/8/PBI/2008

Rangkuti, A., Ibdalsyah, I., & Devi, A. (2021). Pengaruh Keuangan Inklusif dan Bank Syariah terhadap Konsumsi Nasional Indonesia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 27-37. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.520>