

**Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan dan Persepsi risiko terhadap
Minat Menggunakan Kartu Kredit
(Studi pada pengguna kartu kredit di lingkungan PT Bank OCBC Nisp)**

**Dita Nur Ikhsana Hidayati
Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawisata Tamansiswa**

Abstract

This study aims to determine the effect of perceive ease to use, perceive usefulness and perceive risk on intention to use credit cards. The research was conducted quantitatively by survey method using questionnaire. The sample of research was credit card users who happened to be encountered in the environment of PT Bank OCBC Nisp counted 96 people. Sampling technique was accidental sampling technique. Data were analyzed by using multiple linear regression analysis. The results showed that the perceive ease to use, perceive usefulness and perceive risk had a significant influence on the intention to use credit cards. The perceive ease to use, perceive usefulness and perceive risk had contributed 71,2% in influencing intention to use credit card to customers and employees of PT Bank OCBC nisp.

Keywords: perceive ease to use, perceive usefulness and perceive risk

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi saat ini telah mampu melahirkan sistem pembayaran yang membantu kegiatan transaksi yang dilakukan oleh manusia yang dikenal dengan sebutan Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu (APMK). Cara pembayaran yang paling populer di kalangan masyarakat pada masa sekarang ini adalah kemudahan berbelanja dengan menggunakan kartu kredit (Sumarwan *et al.*, 2009).

Kartu kredit memberikan begitu banyak keuntungan dan kemudahan terhadap penggunaannya karena mampu menggantikan fungsi uang sebagai alat pembayaran, dapat digunakan untuk berbagai keperluan yang berfungsi sebagai alat pembayaran tunai. Penggunaan kartu kredit dirasakan lebih aman dan praktis untuk segala keperluan, seperti untuk keperluan uang tunai dalam bepergian. Namun, permasalahan timbul ketika ada sekelompok masyarakat yang masih enggan bahkan belum menggunakan kartu kredit. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti, minimnya pemahaman masyarakat akan kartu kredit, minimnya edukasi terkait penggunaan dan keunggulan yang dimiliki kartu kredit, serta masalah keamanan menjadi salah satu faktor penyebab utama masyarakat menolak menggunakan kartu kredit. Hal ini terjadi karena adanya perilaku masyarakat yang menolak menggunakan kartu kredit (Fathia, 2012).

Selain memberikan kemudahan, kartu kredit juga membebankan pengguna kartu kredit dengan biaya. Biaya yang dikenakan terhadap pengguna kartu kredit membuat masyarakat mempertimbangkan untuk menggunakan kartu kredit. Biaya yang dibebankan kepada pengguna kartu kredit dalam memelihara kartu kredit yang digunakan, yaitu biaya keterlambatan, iuran tahunan, dan lainnya. Penggunaan kartu

kredit juga menyebabkan peralihan penggunaan uang tunai dan bahkan menyebabkan peningkatan perilaku pembelian kompulsif.

Perilaku merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Salah satu teori yang menjelaskan mengenai perilaku adalah *Theory of Planned Behaviour* (TPB). TPB merupakan bentuk pengembangan dari TRA (*Theory of Reasoned Action*) (Fishbein dan Ajzen, 1975) untuk mengetahui kondisi karena belum adanya pengendalian individu terhadap perilaku individu tersebut.

Berbagai peneliti telah melaporkan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan kartu kredit. Rochmawati (2014) menyatakan bahwa sikap, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, persepsi risiko dan persepsi kebermanfaatan merupakan faktor yang mempengaruhi niat menggunakan kartu kredit. Asbar (2014) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi niat menggunakan kartu kredit yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, gaya hidup dan sikap. Ahmed *et al.* (2009) melaporkan bahwa terdapat hubungan positif antara tingkat pendapatan seseorang dan kepemilikan kartu kredit. Kenyamanan dan keamanan unsur paling penting dalam penawaran kartu kredit bagi wanita. Ismail *et al.* (2014) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi sikap nasabah bank dengan memberikan hasil bahwa pengetahuan, kesadaran, persepsi, pengaruh keluarga dan faktor agama berpengaruh pada sikap terhadap penggunaan kartu kredit dan persepsi faktor yang paling berpengaruh pada sikap penggunaan kartu kredit. Oleh karena itu, penelitian ini tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan kartu kredit (Studi pada pengguna kartu kredit di lingkungan PT Bank OCBC Nisp).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei. Penelitian dilakukan di lingkungan PT Bank OCBC Nisp. Teknik sampling dilakukan dengan sampling aksidental. Besar sampel yang digunakan adalah 96 pengguna kartu kredit yang kebetulan ditemui di lingkungan PT Bank OCBC Nisp.

Variabel bebas yang diteliti adalah persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi risiko. Persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan diukur dengan menggunakan skala yang dikembangkan oleh Trakulmaykee *et al.* (2016). Persepsi risiko diukur dengan skala yang dikembangkan oleh Foon (2014). Variabel terikat yang digunakan adalah minat menggunakan yang diukur dengan skala yang dikembangkan oleh (Venkatesh *et al.*, 2014). Data diambil dengan menggunakan kuesioner. Data dianalisis dengan regresi linier ganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan terhadap 96 pengguna kartu kredit yang kebetulan ditemui di lingkungan PT Bank OCBC Nisp. Karakteristik responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik responden

Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Perempuan	58	60,4

Laki-laki	38	39,6
Usia		
17-27 Tahun	47	49
28-38 Tahun	31	32,3
39-49 Tahun	15	15,6
> 50 Tahun	3	3,1
Pendidikan		
SMP	2	2,1
SMK	44	45,8
Diploma/Sarjana/Master	50	52,1
Pekerjaan		
PNS	26	27,1
Pegawai swasta	53	55,2
Wiraswasta	14	14,6
Mahasiswa	3	3,1
Pendapatan		
< Rp. 1.800.000	22	22,9
Rp. 1.800.000 - Rp. 3.000.000	59	61,5
Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	9	9,4
> Rp. 5.000.000	6	6,3

Sumber: Data primer diolah (2017)

Responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada responden dengan jenis kelamin laki-laki. Hal ini karena perempuan mempunyai kecenderungan lebih konsumtif daripada laki-laki. Responden yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai usia dengan rentang antara 17 tahun sampai dengan lebih dari 50 tahun. Sebagian besar responden dalam penelitian ini berusia 17-38 tahun. sebagian besar responden terpilih merupakan tamatan Diploma/Sarjana/Master. Sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah pegawai swasta

Hubungan antara persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan kartu kredit dianalisis dengan analisis regresi linier ganda. Hasil analisis regesi linier ganda dipaparkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil uji regresi linier ganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	4,173	0,988
PM	0,313	0,063
PG	0,295	0,067
PR	-0,189	0,063

Sumber: Data primer kuesioner diolah peneliti (2017)

Berdasarkan hasil analisis, dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,313 X1 + 0,295 X2 - 0,189 X3$$

Keterangan:

Y = Minat menggunakan

X1 = Persepsi kemudahan

X2 = Persepsi kegunaan

X3 = Persepsi risiko

Uji hipotesis yang dilakukan kemudian diuji secara statistik yang meliputi uji t dan koefisien determinasi.

Tabel 3. Hasil uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	4,223	0,000
PM	5,003	0,000
PG	4,390	0,000
PR	-3,014	0,003

a, Dependent Variable: MG

Sumber: Data primer kuesioner diolah peneliti (2017)

Pada variabel persepsi kegunaan, diperoleh nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Pada variabel persepsi manfaat, diperoleh nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak. Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Pada variabel persepsi risiko, diperoleh nilai sig sebesar $0,003 < 0,05$ artinya H_0 ditolak. Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.

Nilai koefisien determinasi yang dihasilkan sebesar 0,696. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi risiko mempunyai kontribusi dalam mempengaruhi minat menggunakan kartu kredit sebesar 69,60 % dan sisanya sebesar 30,40 % dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Tabel 4. Hasil uji koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,834 ^a	0,696	0,686	1,44151

a. Predictors: (Constant), PR, PM, PG

Sumber: Data primer kuesioner diolah peneliti (2017)

Hubungan antara persepsi kegunaan dengan minat menggunakan kartu kredit

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan (PM) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kartu kredit. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan sebesar 0,313 yang menunjukkan nilai yang positif. Dengan demikian, persepsi kemudahan mempunyai hubungan secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan kartu kredit.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Warmika (2016) bahwa persepsi kemudahan memiliki keterkaitan dengan niat seseorang dalam menggunakan *Mobile Commerce*. Hasil serupa dinyatakan oleh Asbar (2014) dengan menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi niat menggunakan kartu kredit yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, gaya hidup dan sikap. Hasil serupa juga dilaporkan oleh Sulistiyarini (2013) dalam penelitiannya bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap individu dalam menggunakan *mobile banking*.

Kartu kredit memberikan kemudahan bagi responden yang ditunjukkan pada banyaknya responden yang menjawab setuju pada seluruh pertanyaan pada variabel persepsi kemudahan. Sebagian besar responden setuju bahwa kartu kredit mudah dipelajari, mudah digunakan untuk berbagai keperluan, jelas dan mudah dimengerti dan responden menjadi terampil menggunakan kartu kredit.

Persepsi kemudahan memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menggunakan kartu kredit. Persepsi kemudahan dari penggunaan kartu kredit akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi kemudahan seseorang tentang kemudahan menggunakan kartu kredit, maka semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan kartu kredit tersebut. Persepsi kemudahan terhadap kartu kredit merupakan kepercayaan yang timbul pada diri seseorang terhadap penggunaan kartu kredit, dimana dalam penggunaannya sangat mudah dipahami sehingga para pengguna tidak perlu untuk mempelajari teknologi tersebut secara mendalam (Dewi dan Warmika, 2016). Hal serupa dinyatakan oleh Andi (2010) bahwa perspektif kemudahan memberikan indikasi bahwa kartu kredit dirancang bukan untuk menyulitkan pemakaiannya, akan tetapi penggunaan kartu kredit justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan kartu kredit akan berkerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan kartu kredit. Dengan demikian, kartu kredit yang mempunyai perintah-perintah yang mudah dimengerti akan

mempengaruhi persepsi seseorang bahwa teknologi tersebut mudah digunakan sehingga seseorang menjadi cenderung akan menggunakan kartu kredit, mempunyai rencana menggunakan kartu kredit dan memprediksi akan menggunakan kartu kredit beberapa bulan ke depan.

Hubungan antara persepsi manfaat dengan minat menggunakan kartu kredit

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan (PG) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kartu kredit. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kegunaan sebesar 0,295 menunjukkan nilai yang positif. Dengan demikian, persepsi kegunaan mempunyai hubungan secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan kartu kredit.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Warmika (2016) bahwa persepsi kegunaan memiliki keterkaitan dengan niat seseorang dalam menggunakan *Mobile Commerce*. Hasil serupa dinyatakan oleh Asbar (2014) dengan menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi niat menggunakan kartu kredit yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, gaya hidup dan sikap. Hasil serupa dinyatakan oleh Andriyano (2014) bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel.

Responden menganggap bahwa kartu kredit dapat memberikan kemudahan. Sebagian besar responden setuju bahwa kartu kredit dapat memberikan kemudahan untuk melakukan apa yang saya ingin lakukan dengan menggunakan kartu kredit, responden merasa dapat melakukan apa yang ingin lakukan dengan cepat dengan menggunakan kartu kredit, responden setuju bahwa penggunaan kartu kredit dapat menghemat waktu dan .responden setuju bahwa kartu kredit dapat digunakan dimana saja dan kapan saja responden mau menggunakannya.

Para responden yang beranggapan bahwa penggunaan kartu kredit dapat memberikan manfaat bagi dirinya, maka responden tersebut dengan senang hati akan menggunakan kartu kredit. Sebaliknya, para responden yang beranggapan bahwa kartu kredit tidak memberikan manfaat sama sekali bagi dirinya, maka responden tersebut tidak akan berminat untuk menggunakan kartu kredit. Semakin tinggi persepsi kegunaan terhadap kartu kredit, maka semakin tinggi minat menggunakan kartu kredit. Hal ini karena para responden berkeyakinan bahwa penggunaan kartu kredit dapat memberikan pengaruh positif dan dapat meningkatkan kinerjanya. Faktor kognitif juga berperan penting dimana semakin besar relevansi penggunaan kartu kredit yang dirasakan oleh para responden mengenai derajat target penggunaan kartu kredit yang berlaku untuk mempermudah tugas dan pekerjaannya maka semakin banyak *output* penting yang berkualitas sehingga menimbulkan minat tinggi untuk menggunakan kartu kredit.

Hubungan antara persepsi risiko dengan minat menggunakan kartu kredit

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko (PR) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kartu kredit. Nilai koefisien regresi variabel persepsi risiko sebesar -0,189 menunjukkan nilai yang negatif. Dengan demikian, persepsi risiko mempunyai hubungan secara signifikan dan negatif terhadap minat menggunakan kartu kredit.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rochmawati (2014) dengan menyatakan persepsi risiko berpengaruh terhadap niat menggunakan kartu kredit. Hasil serupa dinyatakan oleh Andriyano (2014) bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel.

Sebagian besar responden menganggap bahwa penggunaan kartu kredit mempunyai risiko yang rendah. Sebagian besar responden tidak setuju jika penggunaan kartu kredit tidak aman sepenuhnya dalam menyediakan informasi pribadi di sistem pembayarannya, para responden tidak khawatir untuk menggunakan kartu kredit, para responden sebagian besar tidak setuju jika penggunaan tidak aman dan para responden sebagian besar tidak setuju jika risiko menggunakan kartu kredit cukup tinggi. Anggapan yang rendah mengenai persepsi risiko penggunaan kartu kredit membuat minat menggunakan kartu kredit cukup tinggi sehingga para responden memiliki kecenderungan, memprediksi dan berencana menggunakan kartu kredit pada beberapa bulan ke depan.

Semakin rendah ketidakpastian dan konsekuensi tidak diinginkan yang timbul maka semakin menurunkan persepsi risiko. Apabila persepsi risiko yang dihadapi rendah dapat menarik minat para responden untuk menggunakan kartu kredit. Sebaliknya, apabila persepsi risiko yang akan diterimanya tinggi dalam menggunakan kartu kredit, maka seseorang pada umumnya cenderung akan menghindarinya. Oleh karena itu, persepsi risiko dapat mempengaruhi minat para responden dalam menggunakan kartu kredit.

Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2), nilai koefisien determinasi yang dihasilkan sebesar 71,2 %. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi risiko mempunyai kontribusi dalam mempengaruhi minat menggunakan kartu kredit pada nasabah dan karyawan PT bank OCBC nisp sebesar 71,2 % dan sisanya sebesar 28,8 % dipengaruhi oleh variabel lainnya.

PENUTUP

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu:

Persepsi kegunaan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menggunakan kartu kredit. Persepsi manfaat pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menggunakan kartu kredit. Persepsi risiko pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap minat menggunakan kartu kredit.

Saran

Bagi Perusahaan, perlu meningkatkan persepsi kemudahan menggunakan kartu kredit dengan meningkatkan informasi tentang kemudahan menggunakan kartu kredit dan membuat panduan tata cara menggunakan kartu kredit sehingga akan semakin meningkatkan kemudahan nasabah dalam menggunakan kartu kredit.

Bagi peneliti lainnya, perlu mengambil objek yang lebih luas dan mengkaji variabel lain yang mempengaruhi minat menggunakan kartu kredit.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmed, A., Amanullah, A., & Hamid, M., 2009, Consumer perception and attitude towards credit card usage: A study of Pakistani consumers. *Journal of Comparative International Management*, Vol. 12, No. 1, Hal. 47-57.

- Andi Y.H., 2010, Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Berperilaku Para Mahasiswa Dan Mahasiswi Yang Bertempat Tinggal Di Wates Yogyakarta Dalam Menggunakan Internet. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Andriyano Y., 2014, Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan rekening ponsel (studi kasus pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta). *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Asbar, Y., 2014, Analysis of the effect of perceived of usefulness, perceived ease to ease, perceived lifestyle and attitudes toward on credit card usage, *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi 2014 Kesiapan Daerah Menghadapi Masyarakat Ekonomi Aean 2015*". Lhoukseumawe 18-20 November 2014, Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh.
- Dewi, N.M.A.D., dan Warmika, G.K., 2016, Peran persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi resiko terhadap niat menggunakan mobile commerce di Kota Denpasar, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 5, Hal. 2606-2636.
- Fathia, Arlini, 2012, Faktor Determinan Minat Individu Menggunakan Kartu Kredit, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Universitas Brawijaya Malang.
- Foon, L.K., 2014, Comparison of consumer's behavioral intention towards credit card mobile payment and octopus mobile payment in Hong Kong, *Thesis*, Hong Kong Baptist University, Hongkong.
- Ismail, A., Mat, N., Ridzuan, A.A., dan Herwina, R., 2014, Service quality in military peacekeeping mission as a determinant of customer's perceived value: Empirical evidence, *Intangible Capital*, Vol. 10, No. 3, Hal. 505-527.
- Rochmawati, S., 2014, Pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, persepsi resiko, persepsi kebermanfaatan terhadap niat penggunaan karty kredit, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol. 1, No. 2.
- Sulistiyarini S., 2013, Pengaruh minat individu terhadap penggunaan mobile banking: Nodel kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behaviour (TPB), Tesis, Universitas Brawujaya, Malang.
- Sumarwan, Ujang., Noer Azam Achsani, dan Hartoyo, 2009, Analisis Faktor-Faktor Kepemilikan, Penggunaan, Pembayaran dan Peluang, Terjadinya Gagal Bayar dalam Bisnis Kartu Kredit, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Trakulmaykee N., Trakulmaykee Y., dan Hnuchek, K., 2016, Statistical Analysis: Improvement of Technology Acceptance Model in Mobile Tourist Guide Context, *Journal of Advanced Management Science*, 4(3): 181-186.
- Ventakesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D., 2003, User acceptance of information technology: Toward a unified view, *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 3, Hal. 425-476.

