

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Satu dasawarsa silam dalam sebuah tayangan sinetron berjudul Si Doel Anak Sekolah, yang menceritakan tentang kehidupan sehari – hari masyarakat Betawi, kita diperlihatkan dengan suatu realita sosial dimana masyarakat dalam film tersebut sangat dekat dengan berkecukupan untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari dan barang – barang kebutuhan rumah tangga. Artinya masyarakat yang berada pada tingkat sosial ekonomi menengah ke bawah memang membutuhkan berkecukupan untuk memenuhi kebutuhannya. Namun, dewasa ini setiap hari di berbagai media massa dipenuhi oleh iklan yang menawarkan berbagai promosi terbaru dari kartu kredit. Mulai dari potongan harga untuk belanja di toko tertentu, cicilan 0 % untuk pembelian barang – barang elektronik, diskon untuk makan, nonton di bioskop, tiket perjalanan, dan lain sebagainya. Kartu kredit bukan lagi sesuatu yang asing bagi masyarakat terutama masyarakat dengan tingkat sosial Ekonomi menengah ke atas. Penggunaan kartu kredit yang merupakan salah satu bentuk perilaku berhutang adalah salah satu sarana transaksi yang sedang sangat diminati oleh penggunanya yang tentu saja berasal dari golongan sosial ekonomi menengah ke atas yang sebetulnya cukup mampu untuk membayar dengan uang tunai tanpa berkecukupan.

Selama ini, masyarakat beranggapan bahwa orang yang berhutang adalah masyarakat menengah kebawah seperti yang disebutkan dalam penelitian Cameron dan Golby, 1991(dalam Lea, Webley, & Walker, 1995) bahwa berhutang lebih sering terjadi pada orang yang memiliki pendapatan rendah dan pengeluaran tinggi, meskipun demikian hutang dapat terjadi juga pada masyarakat dengan pendapatan yang lebih tinggi. Namun sekarang, anggapan seperti diatas sudah mulai berubah. Cameron dan Golby (1990) yang berpendapat bahwa kemungkinan jumlah hutang individu yang memiliki penghasilan yang lebih tinggi akan cenderung lebih besar. Katona (1975) juga menyatakan bahwa penggunaan kredit merupakan simbol dari kemakmuran dan menunjukkan bahwa

rumah tangga dengan penghasilan yang lebih besar cenderung memiliki jumlah hutang yang lebih tinggi (Lea, Webley, & Walker, 1995). Oleh karena itu, secara umum mereka yang memiliki penghasilan lebih besar, atau berasal dari tingkat status sosial ekonomi menengah ke atas, meminjam lebih banyak uang (Katona, 1975; Parker, 1988 dalam Lunt & Livingstone, 1992). Jadi, perilaku berhutang tidak hanya dilakukan oleh individu dengan tingkat penghasilan menengah ke bawah saja, namun juga dipraktekkan oleh individu dari kelas ekonomi menengah ke atas.

Pendapat – pendapat diatas dapat menjelaskan fenomena maraknya penggunaan kartu kredit sekarang ini. Pengguna kartu kredit sudah jelas merupakan orang dari golongan ekonomi menengah ke atas. Karena untuk dapat mengajukan aplikasi kartu kredit, syarat gaji minimum yang ditetapkan oleh Bank Indonesia adalah 3x upah minimum regional (UMR) (www.surya online.com). Dimana upah minimum regional (UMR) untuk wilayah DKI Jakarta adalah Rp 972.604,80 (www.wikipedia.org). Dari fakta tersebut jika seseorang yang bekerja di DKI Jakarta ingin memiliki kartu kredit maka dia harus memiliki penghasilan minimum Rp 2.782.814,4. Dari jumlah pendapatan tersebut maka dapat dikatakan orang tersebut berada pada golongan ekonomi menengah atas.

Selain itu, masyarakat yang menggunakan kartu kredit juga makin meningkat. Menurut data Bank Indonesia, pertumbuhan kartu kredit yang beredar mencapai 24 persen dengan jumlah mencapai 10,3 juta per Mei 2008 meningkat dari 8,3 juta Mei tahun lalu. Adapun pertumbuhan jumlah transaksi belanja bulanan mencapai 39, 2 persen dari Rp 5,7 triliun ke Rp 8,05 triliun per Mei 2008. Kenaikan nilai transaksi didorong pertumbuhan frekuensi belanja menggunakan kartu kredit sebesar 34,7 persen per Mei tahun ini (www.surya online.com). Secara lebih spesifik lagi, hasil survey dari Asosiasi Kartu Kredit Indonesia (AKKI) pengguna kartu kredit Citibank bertambah 38 persen di Indonesia pada Mei 2008 dan penggunaannya sebesar 57 persen untuk pembelian baju dan sepatu serta 51 persen untuk makan di restoran. Masih dari data survey tersebut menunjukkan bahwa pengguna kartu kredit di Indonesia mencapai 11,4 juta jiwa dari 24 juta jiwa masyarakat di Indonesia (www.bisnis.com). Rasio pemilikan

kartu kredit di Indonesia satu banding dua, yang artinya setiap seorang pemegang kartu kredit minimal memiliki dua kartu kredit (www.inilah.com). Fakta mengenai peningkatan jumlah pengguna kartu kredit menunjukkan semakin meningkatnya perilaku berhutang yang dilakukan masyarakat. Disisi lain, penggunaan kartu kredit sudah menjadi gaya hidup bagi masyarakat pada tingkat ekonomi tertentu.

Melihat pasar yang sangat potensial, penawaran yang diberikan oleh bank – bank penyedia jasa kartu kredit kepada nasabahnya begitu banyak dan menarik. Mulai dari potongan harga yang besar hingga bonus hadiah dengan pembelian menggunakan kartu kredit. Berbagai iklan di media massa juga menawarkan kemudahan pemilikan barang dan jasa dengan cara kredit atau mencicil. Bisa dikatakan saat ini semua barang dan jasa bisa diperoleh dengan cara kredit, mulai dari rumah, perlengkapan elektronik, telepon seluler, kendaraan bermotor, hingga tiket konser dan makanan. Berbagai kemudahan ditawarkan dalam penyaluran kredit kepada masyarakat. Banyak bank atau perusahaan multinasional yang memberikan kredit dengan syarat yang mudah sehingga semua orang dapat kesempatan untuk ber kredit. Selain itu, resiko membawa uang tunai dengan jumlah yang besar bisa dihindari apabila seseorang memiliki kartu kredit. Berbagai kemudahan dan tawaran yang menarik yang telah disebutkan diatas tentu saja membuat konsumen banyak yang memilih membeli barang dengan cara kredit. Sebagai contoh, pada awal tahun 2009, Bank Bumiputra mempromosikan kartu kreditnya dengan memberikan penawaran cicilan 0% dan potongan harga yang cukup besar apabila membeli dengan kartu kredit. Blackberry 8900 keluaran terbaru dijual dengan harga Rp.4.900.000 dan Laptop Macbook dilepas dengan harga Rp.12.900.00 apabila menggunakan kartu kredit Bank Bumiputra tersebut. Harga yang ditawarkan berselisih 2 – 3 juta rupiah dari harga yang harus dibayarkan apabila membeli secara tunai. Efeknya adalah antrian yang sangat panjang di toko yang menawarkan harga tersebut dan di toko itu pula konsumen bisa langsung membuat kartu kredit Bank Bumiputra hanya dengan membawa fotokopi KTP. Tawaran potongan harga yang cukup besar pada beberapa restoran tertentu juga membuat konsumen lebih memilih membayar dengan kartu kreditnya daripada membeyar dengan uang tunai. Tidak lengkap rasanya apabila

bank penyedia jasa kartu kredit tidak memberikan kemudahan, misalnya untuk membuat sebuah kartu kredit yang diminta oleh setiap bank pada saat ini hanyalah KTP dan kartu keluarga serta memiliki tabungan di bank tersebut berapapun jumlahnya.

Apabila sudah menjadi gaya hidup, maka fenomena tingginya penggunaan kartu kredit di Indonesia tidak bisa hanya dijelaskan dari sudut pandang ekonomi saja. Faktor psikologis juga dapat menjadi bukti untuk memprediksikan perilaku berhutang dalam beberapa penelitian didapatkan bahwa kepribadian juga memiliki pengaruh terhadap perilaku berhutang.

Teori tipologi kepribadian Jung sangat menjelaskan perbedaan antar masing – masing individu. Teori ini menjelaskan pola yang ditunjukkan individu dalam memberikan respon terhadap stimulus yang diterima individu dari lingkungan sekitar. Perbedaan – perbedaan yang timbul pada masing – masing individu tersebut pada umumnya disebabkan oleh perbedaan cara tiap – tiap individu menggunakan pikirannya, khususnya cara mempersepsikan sesuatu (*perception*) dan cara mereka mengolah informasi (*judgement*). *Perception* berhubungan dengan proses menyadari akan suatu benda, orang, kejadian, dan ide – ide. Sedangkan *judgement* berhubungan dengan proses mendapatkan suatu kesimpulan atau keputusan atas apa yang telah dipersepsikan. Secara bersamaan, proses persepsi dan proses pengambilan keputusan yang membentuk sebagian besar dari aktivitas mental seseorang, menentukan perilaku yang akan ditampilkan oleh seseorang. Hal ini terjadi karena proses persepsi akan sangat menentukan apa yang dilihat dalam suatu situasi dan proses pengambilan keputusan menentukan apa yang akan mereka lakukan dalam situasi tersebut. Oleh karena itu, perbedaan dasar dalam proses persepsi dan pengambilan keputusan menghasilkan perbedaan dalam perilaku (Myers & Myers, 1995).

Manusia dilengkapi oleh dua cara yang berbeda dan saling bertolak belakang dalam mempersepsi sesuatu. Cara yang pertama adalah *sensing*, yaitu dimana kita dapat menyadari akan suatu hal melalui panca indera kita. Sedangkan yang kedua adalah *intuition*, yaitu dimana persepsi tidak langsung melalui alam tidak sadar, melibatkan ide – ide atau asosiasi – asosiasi dimana alam tidak sadar

ikut berkontribusi dalam proses persepsi. Sedangkan cara seseorang untuk mengambil suatu keputusan juga dapat dibedakan menjadi dua cara yang berbeda. Cara pertama adalah *thinking*, yaitu dimana proses pengambilan keputusan mengukuhkan logika pada informasi – informasi yang telah didapatkan. Cara yang kedua adalah *feeling*, yaitu dimana proses pengambilan keputusan melibatkan nilai – nilai personal dan subjektif.

Tiap – tiap orang mengembangkan salah satu dari dua jenis proses persepsi dan pengolahan informasi ini, dimana mereka lebih memperhatikan jenis proses yang mereka sukai dan mengabaikan jenis yang tidak mereka sukai. Proses pemilihan preferensi proses persepsi ini dimulai sejak seorang individu masih anak – anak. Semenjak masih anak – anak, seorang individu sudah mulai melatih salah satu jenis proses persepsi yang mereka sukai sehingga perbedaan dasar dalam perkembangan dimulai (Myers & Myers, 1995).

Perbedaan dasar lainnya dalam penggunaan persepsi dan pengambilan keputusan pada individu datang dari ketertarikan mereka pada dunia luar dan dunia dalam diri individu masing – masing atau biasa disebut sebagai *extraversion* dan *introversion*. Ketertarikan utama individu *extravert* adalah dunia luar yang ditempati oleh individu lain dan benda – benda. Sedangkan individu *introvert* lebih berkecimpung pada dunia dalam diri yang berisi konsep – konsep dan ide – ide.

Satu jenis preferensi lagi yang juga digunakan untuk mengidentifikasi tipe kepribadian seseorang adalah pemilihan antara perilaku *perceiving* atau perilaku *judging* sebagai cara untuk menghadapi dunia sekitar kita (Myers & Myers, 1995). Preferensi ini membedakan antara individu yang lebih suka menjalani hidup (*perceiving*) dan individu yang lebih suka mengatur hidupnya (*judging*).

Preferensi – preferensi yang sudah disebutkan diatas merupakan fungsi dasar dari tipe kepribadian Jung yang kemudian dikembangkan oleh Myers dan Briggs. Preferensi *extraversion – introversion*, *sensing – intuition*, *feeling – thinking*, *judging – perceiving* ini akan membentuk kombinasi 16 tipe

kepribadian. Sebagai hasil dari keempat dimensi tersebut, masing – masing tipe kepribadian memiliki karakteristik tertentu (Myers & Myers, 1995).

Tiap – tiap individu berbeda atau memiliki keunikan mereka masing – masing. Tiap – tiap individu ini merupakan produk dari keturunan dan lingkungannya masing – masing, oleh karena itu tiap – tiap individu tersebut berbeda satu sama lain (Myers & Myers, 1995). Gambaran kepribadian dari masing – masing individu inilah yang ingin dilihat dalam kaitannya dengan penggunaan kartu kredit.

Namun, menurut Livingston dan Lunt, (dalam Stone & Maury, 2006) menyatakan bahwa walaupun banyak faktor yang mempengaruhi hutang telah ditemukan, tetapi tidak ada satu konsep yang bisa mengintegrasikan secara jelas. Dengan kata lain berhutang tidak bisa dijelaskan hanya dari satu faktor saja seperti ekonomi, psikologi ataupun demografi. Oleh karena itu pada penelitian ini, peneliti tidak hanya akan melihat faktor psikologis saja tetapi juga faktor ekonomi dan demografi individu. Dimana faktor ekonomi dan demografi menjadi data kontrol pada penelitian ini.

Subjek penelitian ini adalah individu yang sudah berkeluarga karena dari hasil penelitian Webley dan Nyhus (dalam Wright, 2004) bahwa berhutang akan lebih ditemui pada individu yang sudah berkeluarga terutama yang memiliki anak. Usia subjek yang dipilih yaitu usia 17-55 tahun dimana subjek berada pada usia produktif sehingga telah memiliki pendapatan tetap dan bisa terikat perjanjian formal. Dari segi ekonomi maka dipilih subjek dengan pendapatan berada pada kategori menengah keatas. Hal ini berdasarkan syarat pemegang kartu kredit yang harus memiliki pendapatan minimal tiga kali UMR, yaitu kurang lebih Rp 2.782.814,4. Penelitian ini ingin melihat gambaran preferensi kepribadian MBTI pada pengguna kartu kredit.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan penulis di atas, maka permasalahan penelitian yang akan diangkat adalah:

“Bagaimanakah gambaran preferensi kepribadian MBTI pengguna kartu kredit di wilayah Jabodetabek?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui gambaran preferensi kepribadian MBTI pada pengguna kartu kredit di Jabodetabek.
2. Mengetahui preferensi kepribadian MBTI yang dominan pada pengguna kartu kredit di Jabodetabek.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dibagi menjadi dua, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis yang akan dijelaskan dibawah:

1. Manfaat teoretis :

- a. Memberikan sumbangan pengetahuan dan meningkatkan pemahaman mengenai penggunaan kartu kredit, dalam kaitannya dengan preferensi kepribadian MBTI sebagai suatu pembelajaran mengenai faktor-faktor psikologis yang turut berperan dalam perilaku ekonomi.
- b. Mengembangkan pemahaman psikologi mengenai masalah-masalah yang terjadi di wilayah perkotaan, secara khusus mengenai perilaku ekonomi, yakni perilaku berhutang, sehingga diharapkan mampu memperkaya khasanah atau referensi dalam *Urban Psychology* (Psikologi Perkotaan) sebagai fokus utama penelitian Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- c. Memberikan motivasi bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti

penggunaan kartu kredit.

2. Manfaat praktis :

- a. Diharapkan hasil penelitian dapat digunakan sebagai rekomendasi atau bahan pertimbangan bagi organisasi, bank, badan-badan pemberi kredit, individu, penasehat keuangan, dan sebagainya dalam memberikan pinjaman.
- b. Memberikan gambaran kepada *financial advisor*, pengamat pasar, dan ekonom tentang preferensi kepribadian MBTI pengguna kartu kredit.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari:

1. Pendahuluan

Bagian ini berisi tentang latar belakang, permasalahan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

2. Tinjauan Pustaka

Bagian ini berisi tinjauan pustaka yang dijadikan acuan dalam menganalisis permasalahan dalam penelitian ini. Selain itu pada bab ini diuraikan tentang dinamika teori sebagai kerangka peneliti dalam membuat hipotesis.

3. Metode Penelitian

Bagian ini berisi permasalahan penelitian yang akan dijawab dalam penelitian ini, hipotesis penelitian mengenai dugaan hubungan antar variabel penelitian. Selain itu, bab ini juga membahas variabel penelitian, partisipan penelitian, tipe penelitian, instrumen penelitian, prosedur penelitian, uji reliabilitas dan validitas, serta teknik pengolahan data.

4. Hasil dan Analisis

Bagian ini berisi pembahasan mengenai gambaran umum partisipan, analisis data dan interpretasi data yang merupakan penjelasan dari gambaran preferensi Kepribadian MBTI pengguna kartu kredit di Jabodetabek.

5. Simpulan, Diskusi, dan Saran

Bagian ini berisi kesimpulan yang menjawab pertanyaan penelitian, diskusi mengenai hasil penelitian dan keterbatasan penelitian, serta saran praktis dan saran untuk penelitian selanjutnya.

