

ABSTRAK

PT Martha's Indo Utama merupakan perusahaan yang bergerak di bidang tekstil. PT Martha's Indo Utama ini perusahaan yang menawarkan jasa dalam bidang tekstil seperti desain kain tenun, desain jok mobil, desain rumah tangga dan lainnya. Perusahaan ini juga melakukan ekspor ke luar negeri dan sebagai perusahaan pemasok. Berdasarkan penelitian, diketahui bahwa ditemukan adanya permasalahan terkait karyawan PT Martha's Indo Utama berupa perilaku konsumtif pada indikator pembelian *impulsive*, pembelian tidak rasional (*non rational buying*) dan pemborosan (*wasteful buying*) yang disebabkan oleh penggunaan fitur *PayLater* dengan indikator persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi manfaat (*perceived of usefulness*), intensitas perilaku penggunaan (*intention to use*), dan sikap penggunaan sesungguhnya (*actual use*). Hal ini dapat berdampak pada stabilitas keuangan pribadi karyawan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan fitur *PayLater* terhadap perilaku konsumtif karyawan PT Martha's Indo Utama. Metode yang digunakan yakni kuantitatif serta jenis data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel menggunakan teori *Judgement Sampling* dimana sampel yang diambil berdasarkan kriteria pengguna *PayLater* yang memiliki tanggung jawab atas penggunaan. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teori Suharsimi Arikunto (2013) dengan mengambil sampel 20% dari populasi, sehingga didapat sampel sebesar 35 responden dari populasi 175 karyawan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan angket. Analisis yang dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, uji korelasi rank spearman, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi menggunakan *SPSS versi 23*.

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi sebesar 65,4% menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara penggunaan fitur *PayLater* dengan perilaku konsumtif karyawan dan nilai kontribusi dari faktor lain sebesar 34,6% yakni pola belanja online dan pembayaran selain *PayLater* (*transfer bank, e-wallet, dan lainnya*). Adapula hambatan yang dihadapi oleh karyawan pada penggunaan fitur *PayLater* yakni kurangnya kesadaran finansial, kecenderungan berperilaku konsumtif, biaya dan bunga, ketergantungan pada kredit. Sehingga Upaya yang dapat dilakukan yakni mengadakan pendidikan finansial, pengawasan dan monitoring, memilih alternatif pembayaran / dana darurat, konseling keuangan.

Saran yang diberikan peneliti kepada karyawan PT Martha's Indo Utama yakni karyawan harus meningkatkan kesadaran finansial, kontrol diri dan pengelolaan keuangan pribadi yang baik, serta karyawan harus memahami konsekuensi jangka panjang dari penggunaan fitur *PayLater*.

Kata Kunci : *PayLater*, Perilaku Konsumtif