

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi di dunia dan Indonesia saat ini berkembang semakin pesat. Berkembangnya teknologi yang semakin mengglobal berdampak pada semua bidang dan sektor, termasuk sektor pemerintahan, sosial budaya, bisnis, perbankan, industri, pendidikan, dan sosial budaya. Karena perkembangan dan kemajuan teknologi ini mengikuti dengan kemajuan ilmu pengetahuan, maka kemajuan dan perkembangan teknologi tidak dapat dihindari. Inovasi yang dibawa oleh kemajuan dan perkembangan teknologi berdampak signifikan pada kehidupan manusia. Misalnya, memberikan kemudahan bagi kehidupan semua orang. Sudah banyak keuntungan dari kemajuan teknologi informasi berkat terobosan-terobosan yang telah dihasilkan sampai saat ini, khususnya dalam sektor ekonomi, keuangan, dan perbankan.¹

Financial Technology sekarang sudah tersedia dan dapat digunakan untuk membangun sistem keuangan serta memberikan layanan keuangan dengan lebih efektif. Teknologi ini mengarah pada sektor finansial yang mendapat sentuhan teknologi modern di bidang jasa keuangan.² *Fintech* merupakan industri keuangan baru yang menerapkan teknologi untuk meningkatkan aktivitas keuangan. Selain itu, menurut Leong dan Sung, *fintech* juga dapat dianggap sebagai “inovasi atau pun ide-ide yang meningkatkan proses layanan keuangan dengan mengusulkan solusi teknologi yang sesuai dengan perbedaan situasi bisnis”.³ Kemajuan *e-finance* dan teknologi seluler untuk perusahaan keuangan yang mendorong inovasi *fintech* muncul setelah krisis keuangan global pada tahun 2008. Perkembangan ini ditandai dengan integrasi dalam inovasi *e-finance*, teknologi internet, layanan jejaring sosial, media sosial, kecerdasan buatan, dan analisis big data. Ini membuat banyak lembaga keuangan

¹ Hendra dkk, “Peran Generasi Milenial Terhadap Perkembangan Fintech Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah Binjai”, Universitas Battuta Medan (2020). Hal 2

² Taofik Hidajat, “*Financial Technology in Islamic View*”, *Islamic Banking and Finance Journal*. Vol 4 no 2. (2020)

³ Kelvin Leong, Anna Sung, “*Investigating the global Fintech Talent Shortage*”, (Toronto: Ryerson University, 2017)

tradisional, seperti bank, untuk mengembangkan model bisnisnya ke arah yang lebih praktis. Selain itu, *start-up* juga melihat ini sebagai peluang untuk memasuki industri jasa keuangan.⁴

Fintech merupakan salah satu inovasi terpenting dalam industri jasa keuangan dan didorong oleh pembagian ekonomi, regulasi, kebijakan, dan teknologi informasi. Seperti bank, bisnis model *fintech* juga berfokus pada layanan pembayaran dan pinjaman. Selain itu, termasuk keuangan pribadi, layanan konsultasi, *crowdfunding*, mata uang virtual, dan keamanan. Karena didorong oleh maraknya penggunaan internet, membuat *fintech* hadir di Indonesia.⁵ Menurut data survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016 dari 256,2 juta penduduk Indonesia, 132,7 juta orang telah mengakses internet. Perilaku masyarakat telah berubah akibat penggunaan teknologi, dari hubungan interaksi sosial menjadi proses jual beli online (*e-commerce*). Dengan adanya ini para pelaku di sektor keuangan mendorong untuk menciptakan *fintech*. *Fintech* memiliki banyak ruang untuk tumbuh di Indonesia karena industri keuangan finansial di Indonesia belum sepenuhnya membentuk pasar keuangan formal.⁶

Kehadiran *financial technology* di Indonesia diperkirakan akan memberikan manfaat bagi penggunanya, antara lain kemudahan layanan keuangan. Menggunakan *fintech* transaksi keuangan diharapkan menjadi lebih mudah.⁷ Selain itu, nasabah mendapatkan layanan transaksi keuangan yang mudah dan aman, seperti proses pembayaran, pinjaman, transfer, atau jual beli saham. Nasabah dan pengguna tidak perlu lagi mengunjungi bank secara langsung untuk melakukan transaksi, karena mereka dapat mengakses layanan keuangan melalui smartphone dan laptop. Tentu saja, memiliki teknologi di sektor keuangan membantu

⁴ Ryan Randy Suryono, Indra Budi, Betty Purwandari, “*Challenges and Trends of Financial Technology (Fintech): A Systematic Literature Review*”, Jurnal Informasi. vol 11. (2020). hal 1

⁵ Kelvin Leong, Anna Sung, “*FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way?*”, International Journal of Innovation, Management and Technology, Vol 9. No. 2, (2018)

⁶ Lisa Aminatul, Khurul Anam. “*Risiko Pinjaman Konsumtif Berbasis Fintech lending Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*”, Al Maqashidi: Jurnal Hukum Islam Nusantara. [Vol. 5 No. 2.](#) (2022). Hal 133-142.

⁷ Azza Fiika Z.H, Tri Kartika Pertiwi, “*Pengaruh Financial Technology, Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Era Pandemi Covid-19 pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur*”, Jurnal Management dan Bisnis. Vol 5. No 2. (2022)

masyarakat memanfaatkan layanan keuangan secara maksimal. Hal ini terlihat dari proses kerja yang relatif cepat dan efisien.⁸

Karena inovasi sektor keuangan dan kemudahan teknologi memenuhi semua kebutuhan masyarakat, menjadikan konsumsi meningkat. Perilaku konsumtif seperti ini juga dapat memberikan sifat *hedonistik* pada seseorang. Remaja saat ini tertarik pada gaya hidup *hedonistic*. Dengan adanya fenomena ini, mereka cenderung lebih memilih kehidupan yang mewah, enak, dan mandiri tanpa perlu usaha yang lebih keras. *Hedonisme* adalah cara hidup bagi mereka yang menikmati kesenangan hidup, sering keluar bersama teman, senang membeli barang yang tidak mereka butuhkan, dan selalu berusaha untuk menjadi pusat perhatian di lingkungannya.⁹ Tindakan konsumtif dapat memicu adanya *hedonic treadmill syndrome* karena keinginan kuat seseorang tanpa mempertimbangkan kebutuhan lain yang lebih mendesak di masa depan, yang hanya berfungsi untuk meningkatkan rasa pemenuhannya. *Hedonic treadmill syndrome* memiliki sifat yang sama dengan adanya keinginan dan pemikiran jangka pendek tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari tindakan tersebut.¹⁰

Hedonic treadmill syndrome merupakan suatu kondisi di mana seseorang menemukan kepuasan dalam *treadmill* yang terus berjalan namun tetap di tempat yang sama dan tidak pernah puas dengan apa yang mereka miliki dan nikmati. *Hedonic treadmill syndrome* yang mengacu pada kecenderungan tingkat sensasi kenikmatan seseorang atau individu untuk kembali ke situasi awal, tidak mengubah, bertahan, atau berada di tempat meskipun telah mencapai keberhasilan atau kegagalan, teori ini pertama kali diidentifikasi oleh Brickman dan Campbell di 1971. Hipotesis tersebut kemudian dikembangkan oleh Michael Eysenck menjadi sebuah teori tentang pencarian kebahagiaan yang

⁸ Tutik Siswanti, "Analisis Pengaruh Manfaat Ekonomi, Keamanan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Fintech)", Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurya Vol. 7, No. 2, (2022). Hal 90

⁹ Ichsanudin, Hery Purnomo, "Monograf Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek", (Media Sains Indonesia: Bandung, 2021)

¹⁰ Masnida Khairat, dkk, "Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa", Jurnal Al-Qalb, vol. 10, No. 2, (2018)

diibaratkan dengan seseorang yang berada di atas *treadmill* dan akan tetap berlari sambil tetap pada posisinya.¹¹

Saat ini, sudah menjadi hal yang wajar bagi masyarakat untuk terlibat dan menerapkan gaya *hedonisme* pada aktivitas, seperti berbelanja barang-barang yang tidak perlu, menonton film di bioskop, dan bentuk hiburan lainnya.¹² Sebenarnya setiap orang terlibat dalam aktivitas *hedonis*, namun yang membedakan setiap orang adalah intensitas *hedonismenya*, yang dapat berkisar dari ringan hingga berat tergantung seberapa penting kesenangan bagi mereka. *Hedonic treadmill syndrome* terjadi karena didorong oleh betapa mudahnya seseorang membelanjakan pendapatannya, apalagi ketika teknologi keuangan, atau *fintech* hadir. Orang dapat dengan mudah membelanjakan uang atau melakukan transaksi keuangan berkat *fintech*. Kalangan yang paham akan kemajuan teknologi saat ini adalah *iGeneration* atau generasi Z.¹³

Generasi Z terkenal dengan kreativitas dan inovatifnya. Survei yang dilakukan oleh Harris Poll menemukan bahwa 63% Gen Z tertarik untuk terlibat dalam berbagai aktivitas kreatif setiap hari. Partisipasi Gen Z dalam masyarakat dan media sosial juga berkontribusi pada daya cipta mereka. Hal ini relevan dengan sejumlah studi yang menunjukkan bahwa Gen Z adalah generasi yang sangat terikat dengan teknologi (*digital native*), tumbuh seiring dengan perkembangan teknologi komputer dan memiliki keterbukaan akan akses internet yang lebih mudah dibandingkan generasi sebelumnya.¹⁴

Orang-orang yang termasuk dalam Generasi Z lahir antara tahun 1995 hingga 2012. Menurut Wibawanto, generasi Z memiliki ciri-ciri sebagai berikut: (1) koneksi sosial, terutama melalui media sosial; (2) melek teknologi; (3) ekspresif, atau kecenderungan untuk bersikap toleran terhadap perbedaan budaya dan menunjukkan kepedulian yang tulus terhadap

¹¹ Wegner, Benjamin Robert. "A *psychobiography of Philip Brickman: The life, work, and human concerns of a social psychologist*", The Chicago School of Professional Psychology, (2020)

¹² Eka Dian Aprilia, Ryan Mahfudzi, "Gaya Hidup Hedonisme dan Impulse Buying Pada Mahasiswa", Jurnal Ecopsy, Vol 7. No 2, (2020)

¹³ Wirdaniya Binti Rohana, Sulis Rochayatun, "Hedonic A Treadmill Syndrome, Financial Management Behavior, Dan Generasi Milenial", JEAM Vol. 20 (2020). Hal 124

¹⁴ Galih Sakitri, "Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!", (Universitas Prasetiya Mulya, 2020) hal 2

lingkungan; dan (4) kemampuan untuk beralih dengan cepat dari satu pemikiran ke pemikiran yang lain. Perilaku *hedonis* merupakan salah satu jenis perilaku yang berkembang dengan cepat di kalangan anggota generasi Z. Pembelian *hedonis* adalah pembelian yang dilakukan hanya untuk kesenangan dan diluar pertimbangan kebutuhan. Pembelian *hedonistik* secara langsung terkait dengan kepuasan akan keinginan.¹⁵

You Only Live Once (YOLO) merupakan filosofi generasi Z yang menekankan hidup pada saat ini dan tidak mengkhawatirkan bahaya masa depan atau kehidupan sehari-hari. Selain itu, Generasi Z mengalami *Fear of Missing Out* (FOMO), atau perasaan cemas karena tertinggal dari tren gaya hidup yang banyak dipakai atau dipraktikkan secara luas oleh orang lain. Menurut temuan penelitian Credit Karma, 39% generasi muda rela berutang agar selalu mengikuti perkembangan zaman. Fenomena ini diakibatkan oleh faktor yang mendukung salah satunya yaitu tuntutan gaya hidup yang memengaruhi perilaku keuangan. Perilaku keuangan pada Generasi Z dapat dipengaruhi oleh sejumlah variabel, seperti gaya hidup yang dimiliki dan literasi keuangan.¹⁶

Beberapa peneliti terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan oleh Wirdaniya Binti Rohana pada tahun 2020, tentang analisis *hedonic treadmill syndrome* terhadap penerapan konsep *financial management behavior* pada generasi milenial pada mahasiswa S1 akuntansi fakultas ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Pada penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa *hedonic treadmill syndrome* sendiri dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dan penerapan konsep *financial management behavior* dimaknai sebagai bentuk pertanggung jawaban terhadap uang saku (dana) yang telah dipercayakan oleh orang tuanya.¹⁷ Pada penelitian Desi Kurniawati pada tahun 2021, tentang pengaruh perilaku *hedonis* dan *prestise* terhadap keputusan pembelian

¹⁵ Andre Fachrun Ramadhan, Megawati Simanjuntak, “Perilaku Pembelian Hedonis Generasi Z: Promosi Pemasaran, Kelompok Acuan, Dan Konsep Diri”, Jur. Ilm. Kel. & Kons. Vol. 11, No.3. (2018). Hal 243-244

¹⁶ Hasbia Rizqi Annisa Sita Ramadanti, Jubaedah Nawir, Marlina, “Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society”, Jurnal Visionida, Volume 7 No.2, (2021). Hal 98

¹⁷ Wirdaniya Binti Rohana “Analisis Hedonic Treadmill Syndrome tentang penerapan konsep *financial management behavior* pada generasi milenial: Studi pada mahasiswa S1 akuntansi fakultas ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang”, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, (2020).

barang branded berdasarkan perspektif ekonomi islam pada mahasiswa pengguna barang *branded* di Bandar Lampung. Pada penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa perilaku *hedonis* dan *prestise* berpengaruh terhadap pembelian barang *branded* mahasiswa di Bandar Lampung.¹⁸ Pada penelitian yang dilakukan oleh Dita Suci Permatasari pada tahun 2022, tentang pola *hedonic treadmill* dalam akuntansi keperilakuan pada generasi millennial pengguna shopee. Pada penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa pola *hedonic treadmill* pada generasi millennial dalam mengambil keputusan berdasarkan empat gaya: gaya direksi, gaya analitik, gaya konseptual, dan gaya sikap. Dimana hasilnya dari berbagai gaya tersebut menunjukkan pola *hedonic treadmill* ikut dalam keputusan generasi millennial. Selain itu beberapa faktor seperti motivasi berbelanja juga berpengaruh kepada pola *hedonic treadmill*.¹⁹ Adapun penelitian yang dilakukan oleh Azizah Hasna' Arifin pada tahun 2019, tentang *hedonic treadmill syndrome* terhadap penggunaan *financial technology* pada generasi millennial. Pada penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa *financial technology* sangat bermanfaat bagi masyarakat disamping itu juga menimbulkan dampak dan ancaman yang bisa terjadi khususnya terjadi pada generasi millennial yang dapat mengakibatkan *syndrome hedonic treadmill*.²⁰ Serta pada penelitian Dinna Ayu Pratiwi pada tahun 2021, tentang persepsi generasi Z terhadap *fintech (Financial Technology)*. Pada penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa generasi Z sangat menerima dengan positif keberadaan *financial technology*, mereka paham akan penggunaan *fintech* hingga tertarik untuk menggunakannya.²¹

Dari penjelasan yang sudah dijabarkan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul

¹⁸ Desi Kurniawati. “Pengaruh Perilaku Hedonis Dan Prestise Terhadap Keputusan Pembelian Barang Branded Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Barang Branded di Bandar Lampung)”, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, (2021).

¹⁹ Dita Suci Permatasari, “Pola Hedonic Treadmill Dalam Akuntansi Keperilakuan (Studi Kasus Pada Generasi Millennial Pengguna Shopee)”, Universitas Muhammadiyah Malang, (2022).

²⁰ Azizah Hasna' Arifin, “Hedonic Treadmill Syndrome Terhadap Penggunaan Financial Technology Pada Generasi Millennial”, (2019)

²¹ Dinna Ayu Preatiwi, “Persepsi Generasi Z Terhadap Fintech (Financial Technology) Di Cikampak Tengah Kecamatan Torgamba”, (Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan: 2021)

“Hedonic Treadmill Syndrome Terhadap Maraknya Penggunaan Financial Technology Di Kalangan Gen Z”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan latar belakang yang telah ditulis, dapat disimpulkan dua rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk perilaku *hedonic treadmill syndrome* generasi Z?
2. Apa dampak *hedonic treadmill syndrome* pada penggunaan *financial technology* pada generasi Z?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikaji, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana perilaku *hedonic treadmill syndrome* generasi Z
2. Untuk mengetahui apakah dampak *hedonic treadmill syndrome* pada penggunaan *financial technology* pada generasi Z

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan adanya riset ini bisa menambah wawasan dan pengetahuan terkait apa itu *hedonic treadmill syndrome* dan *financial technology*, serta maraknya penggunaan *financial technology* dikalangan gen Z yang tumbuh di era perkembangan teknologi dimana mudahnya mengakses internet. Serta menjadi bahan informasi bagi semua orang tentang timbulnya *hedonic treadmill syndrome* dikalangan gen Z. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman-pemahaman baru dan dapat menyempurnakan pemahaman yang sudah ada.

2. Manfaat Praktis

a. Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa menambah wawasan, memberikan pengetahuan yang berharga dan akan membantu lebih banyak tentang bagaimana *hedonic treadmill syndrome* dikalangan terhadap pengaruh penggunaan fintech atau *financial technology* dikalangan gen Z

b. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu sebagai bahan referensi atau rujukan oleh peneliti selanjutnya.

- c. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan kesadaran bagi pembaca agar dapat mengelola pengeluaran yang mereka lakukan, diharapkan dapat membantu pembaca untuk lebih mengedepankan keperluan dari pada keinginan, dan lebih dapat mengelola anggaran dana yang dimiliki untuk sesuatu yang benar-benar dibutuhkan dan menghindari adanya *hedonic treadmill syndrome* dikalangan gen Z yang masih belum stabil dalam mengambil keputusan.

E. Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah memahami alur penelitian ini, maka dijabarkan rincian tentang urutan penelitian di setiap bagian guna memberikan kemudahan dalam penyusunan. Dalam penelitian ini telah dibagi dalam tiga bagian yang disusun sebagai berikut berdasarkan struktur penulisan:

- a. BAB I Pendahuluan: pemaparan latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- b. BAB II Kajian Pustaka: terdiri dari pengertian *hedonic treadmill syndrome*, faktor-faktor yang mempengaruhi *hedonic treadmill syndrome*, pengertian *financial technology*, dasar hukum *financial technology*, dan jenis-jenis *financial technology* pengertian generasi Z, karakteristik generasi Z.
- c. BAB III Metode Penelitian: yaitu meliputi lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik pengecekan keabsahan data.
- d. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan: yaitu penjabaran hasil dan pembahasan penelitian tentang *hedonic treadmill syndrome* terhadap maraknya penggunaan *financial technology* di kalangan gen Z.
- e. BAB V PENUTUP yaitu pada bab ini peneliti mencoba mengambil beberapa kesimpulan, dilanjutkan dengan beberapa saran.