

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Hedonic Treadmill Syndrome

#### 1. Pengertian Hedonic Treadmill Syndrome

Dalam teori *hedonic treadmill*, yang dikemukakan oleh ilmuwan Donald Campbell dan Brickmann, seseorang pada dasarnya cenderung untuk kembali ke standar kebahagiaan hidup sebelumnya. *hedonic treadmill* bisa diumpamakan dengan seseorang yang hanya terus berjalan dan tidak pernah maju di atas sebuah *treadmill*, yang artinya orang tersebut hanya jalan di tempat saja.<sup>1</sup> Ketika seseorang mengalami *hedonic treadmill syndrome*, tingkat kebahagiaan mereka tidak akan pernah berubah, tetap di tempat, atau bahkan kembali ke tingkat semula. Hal ini menyiratkan bahwa seseorang tidak pernah berpindah posisi saat mengejar sesuatu dan mengejarnya, serta saat merasa senang.<sup>2</sup> Menurut Suprpto ciri-ciri yang paling sering diamati pada mereka yang mengalami *hedonic treadmill syndrome* dapat diringkas sebagai berikut:

- a.) Memaksakan Keinginan
- b.) Ingin Terlihat Sukses dan Terlihat Berkelas
- c.) Tidak Punya Investasi dan Tujuan Hidup<sup>3</sup>

Menurut etimologi kata "*hedonisme*" berasal dari bahasa Yunani "*hedonismos*" yang berasal dari akar kata "*hedon*", yang berarti "kesenangan". Gagasan ini bertujuan untuk memperjelas apa yang memuaskan keinginan manusia dan apa yang meningkatkan nilai kesenangan itu sendiri.<sup>4</sup> Sedangkan pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Hedonic Treadmill* berkaitan dengan kata *hedonisme*, yaitu sudut pandang yang memandang kesenangan dan kebahagiaan materi sebagai tujuan utama dalam hidup. *Hedonic Treadmill* disebutkan dalam Kamus Psikologi Keuangan

---

<sup>1</sup>Yoas Sunyap, "*Implementasi Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan Di Kecamatan Bomela Kabupaten Yahukimo*", (Makassar: Universitas Bosowa Makassar, 2019)

<sup>2</sup>Wirdaniya Binti Rohana, (2020)

<sup>3</sup>Suparto, "*Hedonic Treadmill, Apa Itu? Kenali Ciri-ciri dan Penanganannya!*" (2019) diperoleh pada tanggal 22 feb 2023 dari <https://www.finansialku.com/hedonic-treadmill/>

<sup>4</sup>Ramadhan Razali, "*Perilaku Konsumen: Hedonisme Dalam Perspektif Islam*", Jurnal JESKaPe, Vol.4. No.1 (2020)

sebagai sesuatu yang hadir karena kondisi manusia yang secara tak terduga berjalan di atas *treadmill*. Tidak pernah berkembang atau melakukan apa pun kecuali "berjalan di tempat". Karena keinginan yang tak pernah terpuaskan akan materi, kebahagiaan adalah sesuatu yang selalu diperjuangkan tetapi tidak pernah benar-benar ditemukan. Karena pencarian obsesif akan harta benda, kebahagiaan yang didambakan itu sejauh bumi dari langit.<sup>5</sup>

Pandangan dunia pada *hedonis* menyatakan bahwa mengejar keuntungan materi dan menghindari emosi yang tidak menyenangkan akan membuat orang bahagia. *Hedonisme* mengajarkan bahwa *kenikmatan* atau kesenangan adalah tujuan akhir dari kehidupan manusia.<sup>6</sup> Gaya hidup *hedonis* ialah orang-orang yang berusaha memamerkan status sosial mereka. Jadi, mereka percaya bahwa ketika mereka berada di lingkungan yang baik dan mengenakan barang-barang mewah, orang-orang akan melihat posisi sosial mereka yang tinggi, dengan begitu mereka akan mendapatkan pengakuan dan kesenangan.<sup>7</sup>

## 2. Bentuk Perilaku Hedonic Treadmill Syndrome

Ada beberapa bentuk gaya hidup *hedonisme* yang terdapat dalam kehidupan individu. Bentuk dari gaya hidup *hedonisme* dapat *ditimbulkan* melalui fisik maupun psikologis para penggemarnya, berikut bentuk gaya hidup *hedonisme* pada kalangan generasi muda yaitu:

- a. Hedonisme perilaku, yaitu terjadi karena adanya perubahan perilaku pada masyarakat yang hanya menghendaki kesenangan.
- b. Hedonisme kognitif, yaitu timbulnya cara berfikir yang berlebihan untuk membeli sesuatu sehingga dapat menimbulkan pikiran irasional ketika dirinya tidak mampu memenuhi keinginan tersebut.
- c. Hedonisme non selektif, yaitu sikap dan tindakan yang ditunjukkan oleh anak muda yang materialistis dalam mengejar sesuatu tanpa menimbang dengan cermat

---

<sup>5</sup> Wibowo, "Manajemen Kinerja", (Jakarta: Rajawali Pers, 2016)

<sup>6</sup> Maryam Ismail, "*Hedonisme dan Pola Hidup Islam*", Jurnal Ilmiah Islamic Resources, Vol. 16 No. 2 (2019)

<sup>7</sup> Ichsanudin, Hery Purnomo, "*Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk*", (CV. Media Sains Indonesia: Bandung, 2021)

keuntungan dan kerugian yang mungkin timbul dari hal tersebut.<sup>8</sup>

Bentuk perilaku *henonisme* bisa dikategorikan seperti berfoya-foya dan menghabiskan waktu di cafe, mall, plaza, membeli barang-barang *branded* yang bisa terbilang harganya tidak murah, serta menggunakan pakaian dan asesoris dari *highend brand* maupun *high-street brand*.<sup>9</sup>

### 3. Hedonic Treadmill Syndrome Dalam Perspektif Islam

*Hedonisme* juga dapat muncul dalam kehidupan seorang muslim jika ambisi utamanya dalam hidup adalah untuk memuaskan hawa nafsunya dan mencari kesenangan sesaat di dunia ini. *Hedonisme* jelas bertentangan dengan apa yang diajarkan oleh agama islam. Islam melarang hal yang bermegah-megahan di antara para umatnya. Dalam Al-Qur'an, orang-orang diperingatkan untuk berhati-hati terhadap penyakit ini dan diancam dengan pembalasan yang keras baik di dunia maupun di akhirat. Islam mendorong umatnya untuk mengejar kebahagiaan dalam porsi masing-masing. Namun demikian, saat berusaha mencari kebahagiaan islam menetapkan batasan dengan memisahkan antara keinginan manusia yang mengarah pada kebajikan dan yang mengarah pada kesesatan.<sup>10</sup> Dijelaskan dalam ayat Al-Qur'an bahwa manusia tidak boleh tertipu oleh kehidupan di dunia dan tidak boleh mengabaikan pencipta mereka. Dalam sebuah firman-Nya ditegaskan, "Maka janganlah sekali-kali kehidupan dunia memperdaya kamu." (QS: Luqman [31]: 33).<sup>11</sup>

### 4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Hedonic Syndrome

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi adanya perilaku *hedonisme*. Yang pertama tentunya faktor yang berasal dari dalam (faktor internal) dan yang kedua adalah faktor yang berasal dari luar (faktor eksternal).

---

<sup>8</sup> Raihatul Jannah, "Bentuk-Bentuk Gaya Hidup Hedonisme pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry", (Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam, 2021)

<sup>9</sup> Vionnalita Jennyya dkk, "Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi", Jurnal Holistik. Vol. 14 No. 3 (2021)

<sup>10</sup> Fitriyanti Setioningrum, "Hubungan Antara Konsep Diri Dan Gaya Hidup Dengan Intensitas Penggunaan Gadget Pada Remaja", (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2019)

<sup>11</sup> PT Sygma Exa Grafika, Al Qur'an, QS Luqman/ 31:33

a.) Faktor internal dari adanya perilaku *hedonisme* antara lain:

- Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan salah satu elemen yang mempengaruhi perilaku *hedonis*. Budaya Barat memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku *hedonis*. Banyak orang percaya bahwa membeli barang bermerek dan kelas atas dari negara lain akan meningkatkan status sosial mereka.

- Iklan

Adanya iklan untuk berbagai penawaran produk yang menarik menyebabkan perilaku *hedonis*. Hal ini dikarenakan iklan-iklan di media sosial menarik banyak perhatian orang dan mendorong mereka untuk melakukan perilaku *hedonis*. Beberapa orang tertarik pada media sosial, sehingga meskipun barang yang diberikan di luar keinginan mereka, mereka tetap ingin membelinya.

- Konformitas

Remaja terutama perempuan cenderung seringkali mengalami konformitas. Hal ini terjadi karena selama masa remaja mereka percaya bahwa mereka harus memiliki penampilan yang menyenangkan dan menyesuaikan diri dengan teman sebayanya agar disukai oleh mereka.

- Kartu Kredit

Pemilik kartu kredit memiliki akses untuk mendapatkan fasilitas kredit. Sehingga pemilik yang menggunakannya dapat memanfaatkan limit kredit yang ada tanpa khawatir kehabisan uang saat berbelanja.<sup>12</sup>

b.) Faktor eksternal dari perilaku hedonism

Elemen pendukung dari pengaruh eksternal adalah kelompok referensi, keluarga, status sosial ekonomi, dan budaya.<sup>13</sup>

- Kelompok Referensi

---

<sup>12</sup> Endang Sri Budi Astuti, “*Spiritualitas Keugharian: Sebagai Respons Terhadap Pola Hidup Hedonisme Di Era Digital*”, Jurnal Teologi Praktika. Vol 3. No 1. (2022)

<sup>13</sup> Adinda Vira Eka Reynata dkk, “*Perubahan Gaya Hidup Hedonisme pada Kalangan Mahasiswa Rantau Di Kota Surabaya*”, Jurusan Ilmu Ilmu Sosial. Volume, 01 (2022)

Kelompok referensi adalah kelompok yang memengaruhi gaya hidup seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung. Kelompok yang mempengaruhi secara langsung dapat berkomunikasi satu sama lain. Namun, mereka yang tidak termasuk dalam suatu kelompok dapat memiliki pengaruh tidak langsung.

- Keluarga

Dalam membentuk sikap dan perilaku seseorang, keluarga memainkan peran yang sangat penting dan kuat. Inilah cara orang tua secara tidak sengaja memengaruhi gaya hidup anggota keluarga, yang memengaruhi kebiasaan anak-anak. gaya hidup anggota keluarga terpengaruh.

- Kelas Sosial

Sistem sosial sebagian besar terdiri dari dua komponen: kelas sosial dan gender. Klasifikasi kelompok individu berdasarkan posisi (status) dan peran. Posisi seseorang dalam masyarakat, *prestise*, serta hak dan kewajibannya ditentukan oleh kelas sosialnya. Yang merupakan aspek dinamis kedudukan ini adalah peran.

- Kebudayaan

Yang meliputi kebudayaan ialah pengetahuan, moralitas, hukum, praktik, seni, dan kebiasaan yang menjadi bagian dari budaya ini saat mereka menjalani kehidupan mereka sebagai anggota masyarakat. Dalam konteks kampus, gaya hidup mahasiswa sebagai individu yang termasuk dalam kelompok gaya hidup hedonis.<sup>14</sup>

## 5. Dampak dari Hedonic Syndrome

Masuk dan berkembangnya budaya lain ke dalam masyarakat Indonesia dilandasi oleh globalisasi. Mereka telah terbawa arus globalisasi, yang lambat laun membawa perubahan dan mulai mengubah norma-norma budaya atau pola pikir yang sudah ada. Perilaku hedonis memiliki beberapa dampak, antara lain:

---

<sup>14</sup> Danny Abrianto, Vinna Salwa Arani, “Analisis Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus: Mahasiswa Ilmu Filsafat Universitas Pembangunan Panca Budi Medan)”. *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 1 No.2, (2021)



## a.) Dampak Positif

Dampak positif adalah hasil atau pengaruh yang menguntungkan yang dihasilkan dari suatu kegiatan. Adapun perilaku dari *hedonis* meliputi:

- Terpenuhi Hasrat atau Keinginan

Perilaku *hedonis* memberikan kepuasan dan kesenangan dalam jangka pendek. Seseorang akan mengalami sensasi kenikmatan ketika mereka melakukan tindakan yang mereka inginkan, seperti melakukan pembelian atau mengunjungi lokasi yang dipilih.

- Dapat Mengurangi Atau Menekan Tingkat Stress

Stress adalah suatu kondisi yang berkembang sebagai akibat dari berbagai pengaruh yang dapat mempengaruhi kondisi psikologis seseorang. Stress yang terus menerus dapat membuat seseorang lebih sulit untuk berpikir secara efektif, yang akan mengubah interaksi sosial dan kesehatan mereka.

- Meningkatkan Rasa Percaya Diri

Salah satu orang yang menyukai kegiatan belanja mengungkapkan bahwa ia membeli merek tertentu karena ia merasa lebih percaya diri saat memakainya.

- Punya Motivasi dalam Mencapai Keinginan

Perilaku hedonisme memotivasi seseorang untuk mencapai apa yang diinginkan.

## b.) Dampak Negatif

Perilaku *hedonisme* pada anak muda memiliki dampak baik dan buruk. Dampak negatif adalah hasil atau pengaruh yang tidak menguntungkan dari suatu tindakan. Perilaku *hedonisme* memiliki beberapa dampak yang merugikan, termasuk yang berikut ini:

- Berperilaku Konsumtif

Aktivitas *hedonis* biasanya bersifat konsumtif karena melibatkan pengeluaran uang untuk barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan untuk kebutuhannya. Perilaku konsumtif melibatkan dorongan untuk membeli sesuatu yang tidak selalu diperlukan untuk memuaskan kebutuhan pribadi.

- Boros  
Dia secara konsisten bertindak tanpa memikirkan dampaknya secara menyeluruh. Ini adalah puncak dari *hedonisme*, semua kesenangan biasanya diasosiasikan dengan barang-barang mahal, sehingga tak perlu dikatakan lagi bahwa hal itu akan menghabiskan banyak uang.
- Ikut-ikutan  
Bergaul dengan teman-teman yang gemar berbelanja dapat membuat orang merasa terdorong untuk meniru teman-temannya dan memiliki apa yang dimiliki oleh teman pergaulannya.
- Ingin Mendapat Pengakuan  
Mereka menjadi generasi yang menyembunyikan popularitasnya untuk mendapatkan perhatian dan memandang hidup secara sempit atau hanya sebagai tren sebagai akibat dari perilaku hedonis mereka.
- Buang-buang Waktu  
Perilaku *hedonisme* membuat generasi sekarang tidak kenal waktu, mereka tidak segan untuk shopping sampai lupa waktu dan nongkrong bersama teman-temannya walaupun hari sudah larut malam.<sup>15</sup>

## B. Financial Technology

### 1. Pengertian Financial Technology

*Financial Technology* didefinisikan sebagai inovasi teknologi dalam hal layanan keuangan yang dapat menghasilkan model bisnis, aplikasi, proses, atau produk yang memiliki dampak material yang terkait dengan penyediaan layanan keuangan. Evolusi *FinTech* berawal dari inovasi kartu kredit pada tahun 1960-an, kartu debit dan bank yang menyediakan uang tunai seperti Anjungan Tunai Mandiri (ATM) pada tahun 1970-an. Kemudian diikuti dengan adanya *phone banking* pada tahun 1980-an dan berbagai produk keuangan menyusul deregulasi pasar modal dan obligasi pada tahun 1990-an. Selanjutnya, muncul internet banking yang mendorong adanya *branchless banking*

---

<sup>15</sup> Pramesty NA dkk, “Perilaku Hedonisme Mahasiswa di Trans Studio Mall Makassar”, Jurnal Washiyah Vol 1 No 2, (2019)

dan kegiatan perbankan yang dilakukan dari jarak jauh. Perubahan-perubahan ini membuat transaksi di kantor bank serta interaksi tatap muka antara nasabah dan petugas bank tidak lagi diperlukan. Selain itu, adanya teknologi tinggi dari perangkat mobile yang membuat transaksi keuangan menjadi lebih mudah.<sup>16</sup>

Menurut peraturan Bank Indonesia No. 19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial, tujuan penyelenggaraan teknologi finansial yaitu untuk mendorong inovasi di sektor keuangan dengan menerapkan perlindungan konsumen serta manajemen risiko dan kehati-hatian dalam rangka menjaga stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan sistem pembayaran yang efektif, lancar, aman, dan andal. Badan usaha harus mematuhi berbagai persyaratan teknologi finansial, mulai dari perizinan dan persetujuan hingga pemantauan dan pengawasan, serta pendaftaran, *regulatory sandbox*, dan perizinan.<sup>17</sup> Sedangkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengklaim bahwa *FinTech* merupakan inovasi di sektor jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi yang hasilnya adalah sebuah sistem yang digunakan untuk menjalankan prosedur transaksi keuangan yang lebih sederhana dan lebih spesifik.<sup>18</sup>

*Financial Technology* atau juga dikenal sebagai *FinTech* merupakan hasil akhir dari perpaduan antara jasa layanan keuangan dengan teknologi. Pergeseran dari model bisnis konvensional ke model bisnis moderat ini memungkinkan penyelesaian transaksi jarak jauh melalui pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik, dari pada harus membayar secara langsung pada awalnya. *Fintech* adalah produk atau teknologi yang dapat digunakan untuk mempercepat transaksi antara pembeli dan penjual dengan mengurangi kesalahan atau penipuan. *Fintech* adalah nama lain dari metode pembayaran yang sah dan tidak

---

<sup>16</sup> I Made Laut Mertha Jaya, "The Impact of Financial Inclusion on Public Financial Services Education through Financial Technology in Sleman Regency, Indonesia". *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 9, No. 2. (2019)

<sup>17</sup> Maulidah Narastri, "Financial Technology (FinTech) Di Indonesia Di Tinjau Dari Perspektif Islam", *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)* Vol. 2. No. 2 (2020)

<sup>18</sup> Rizky Wicaksono, "Financial Technology" (Malang: Seribu Bintang, 2020)



menggunakan instrumen uang kertas.<sup>19</sup> Sejalan dengan klaim beberapa akademisi *fintech* juga telah mendapatkan nilai yang baik dari Al-Qur'an meskipun tidak secara eksplisit. Salah satunya yaitu kemudahan (*al-yusr*), yang merupakan nilai sebenarnya yang dibawa oleh *fintech*. Hal ini terdapat pada surah Al-Baqarah ayat 185 yang berbunyi:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا  
اللَّهُ عَلَىٰ مَا هَدَيْتُمْ وَأَلْعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

“Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuknya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.” (QS. Al-Baqarah [2]: 185)<sup>20</sup>

Orang-orang kini dapat dengan mudah melakukan segala urusannya berkat layanan *fintech*, seperti memproses pembayaran melalui aplikasi online. Selain itu, bisa juga beramal melalui aplikasi digital. Namun, Allah mengingatkan agar kita tidak memanfaatkan atau bahkan menyalahgunakan kemudahan yang telah diberikan-Nya, dan senantiasa mensyukurinya.<sup>21</sup>

## 2. Dasar Hukum Financial Technology

Terdapat banyak bidang layanan keuangan digital di Indonesia salah satunya adalah *financial technology*. Membahas mengenai dasar hukum *fintech* di suatu negara akan menelaah tentang referensi hukum mengenai tata kelola sistem *fintech*, hak dan kewajiban bagi setiap subjek hukum, termasuk perlindungan bagi konsumen *fintech*. Layanan *fintech* di Indonesia harus diatur oleh kerangka kerja legislatif yang secara umum mengikuti pedoman berikut:

- a.) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK01/2016

Layanan berbasis teknologi informasi untuk pinjam meminjam uang diatur dalam Peraturan OJK

<sup>19</sup> Agatha Christy Situru, “Pengaruh Sikap terhadap Pemilihan Melalui Minat Penggunaan *Fintech* Pada Generasi Milenial Kota Makassar”, (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2021)

<sup>20</sup> PT Sygma Exa Grafika, Al Qur'an QS Al-Baqarah/ 2:185

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

(POJK) ini. Peraturan ini menjelaskan secara umum bagaimana pelaksanaan *fintech peer to peer* serta pembagian pelaksanaan hak dan kewajiban masing-masing.

Sesuai dengan Pasal 1 ayat 3 layanan berbasis teknologi informasi untuk kegiatan pinjam meminjam uang adalah layanan yang menghubungkan antara penerima pinjaman dengan pemberi pinjaman dengan melakukan perjanjian pinjam meminjam uang secara langsung dalam mata uang rupiah dengan menggunakan jaringan internet melalui sistem elektronik.

b.) Undang-Undang No. Tahun 2008

Transaksi elektronik didefinisikan sebagai perbuatan yang dilakukan oleh badan hukum dengan menggunakan jaringan komputer atau media elektronik lainnya, sesuai dengan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

c.) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1 /POJK.07/2013

POJK nomor 1 tahun 2013 berfokus pada perlindungan konsumen secara umum untuk industri jasa keuangan. Menurut Pasal 1 ayat 3, hal ini menyangkut bagaimana Pelaku Usaha Jasa Keuangan bersikap dalam rangka melindungi konsumen.

d.) Undang-undang No. 8 Tahun 1999

Perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Menurut Pasal 1 ayat 1 dan 2, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, orang lain, keluarga, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

e.) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012

Sesuai dengan UU No. 11 tahun 2008, peraturan ini dirilis untuk membantu pelaksanaan operasi transaksi elektronik. (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 82 Tahun 2012), peraturan ini

menguraikan tata cara pelaksanaan transaksi elektronik serta hak-hak istimewa dan kewajiban dari setiap pelaku subjek hukum.

f.) Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017

Peraturan Bank Indonesia tentang penggunaan teknologi finansial ini dimaksudkan untuk menjadi panduan dalam menentukan apakah penyelenggara teknologi finansial, khususnya yang menawarkan layanan sistem pembayaran, diwajibkan untuk mendaftarkan diri ke Bank Indonesia. Kategori penyelenggaraan teknologi finansial disebutkan dalam Pasal 3 Ayat 1, termasuk di dalamnya penyelenggara sistem pembayaran, pemberi pinjaman, penyedia modal, penunjang pasar, manajer investasi, manajer risiko, dan layanan jasa keuangan lainnya.

Adapaun Majelis Ulama Indonesia (MUI) memberikan referensi hukum khusus untuk *fintech* syariah, yaitu Fatwa DSN MUI No.117/DSN-MUI/II/2018. Fatwa dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia ini membahas tentang penerapan hukum syariah pada layanan pembiayaan online. DSN MUI mendefinisikan layanan pembiayaan digital berbasis syariah sebagai penyelenggaraan layanan jasa untuk menghubungkan pemberi dana dan penerima dana berdasarkan prinsip syariah melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet pada poin pertama tentang ketentuan umum.

Poin keempat dari fatwa DSN MUI No. 117, yang mengatur tentang prinsip-prinsip umum layanan jasa keuangan berbasis teknologi informasi, menetapkan bahwa kegiatan transaksi tidak boleh mengandung aspek *riba*, *tadlis*, *dharah*, *gharar*, *maysir*, *haram*, dan *zhalim*. Selain itu, memperhatikan akad-akad syariah yang akan dibuat dalam sebuah kegiatan layanan jasa keuangan berbasis teknologi informasi menjadi pembeda esensial antara *fintech* secara umum dan *fintech* syariah.<sup>22</sup>

### 3. Jenis-jenis Financial Technology

Pada dasarnya, *fintech* mempunyai berbagai macam layanan dan produk yang bisa dimanfaatkan oleh

---

<sup>22</sup> Ana Toni dkk, "*Fintech Syariah: Teori dan Terapan*", (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020)

masyarakat. Namun, menurut Bank Indonesia, ada 4 bentuk *fintech* yang berbeda yaitu:

- a.) Peer-to-Peer (P2P) Lending dan Crowdfunding  
Platform seperti ini dapat menghubungkan pihak-pihak yang membutuhkan dana dengan pihak-pihak yang dapat meminjamkannya sebagai modal atau investasi.
- b.) Manajemen Risiko Investasi  
Jenis ini memungkinkan perencanaan keuangan yang lebih mudah dan praktis serta mempermudah pemantauan situasi keuangan yang anda punya.
- c.) Payment, Clearing, dan Settlement  
Banyak perusahaan rintisan keuangan yang menawarkan *payment gateway* atau *e-wallet*, yang keduanya masih dikategorikan dalam kategori *payment*, *clearing*, dan *settlement*.
- d.) Market Aggregator  
Jenis *fintech* yang paling umum saat ini adalah portal yang mengumpulkan berbagai data terkait keuangan untuk ditampilkan kepada pengguna atau target audiens. *Fintech* jenis ini biasanya mencakup berbagai informasi, tips keuangan, kartu kredit, dan investasi.

*Financial Stability Board* (FSB), sebuah badan internasional untuk pengawasan dan rekomendasi stabilitas keuangan global, mengkategorikan berbagai jenis *fintech* ke dalam empat kelompok. Berdasarkan hal ini, kategori-kategori berikut dapat digunakan untuk mendefinisikan teknologi finansial di Indonesia yaitu:

- a.) Pertama, *Payment, Clearing Dan Settlement*. *Fintech* ini menawarkan layanan untuk sistem pembayaran yang dikoordinasikan oleh sektor perbankan dan Bank Indonesia, seperti Bank Indonesia Real Time Gross Settlement (BI-RIGS). Jenis ini menawarkan layanan sistem pembayaran online berbasis dompet elektronik atau mata uang digital. Baik bank maupun lembaga keuangan non-bank telah menyelenggarakan sistem ini. Ada beberapa contoh *fintech* jenis ini yang terkenal, termasuk Doku, Sakuku, BCA, T-cash, Go-pay, dan Ovo.
- b.) Kedua, *Market Provisioning/Aggregator*. Teknologi finansial ini mengumpulkan dan menangani data

yang dapat digunakan konsumen untuk mengambil keputusan (memberikan perbandingan produk mulai dari harga, fitur, dan manfaat). Tugas agregator adalah mengumpulkan data pasar yang berbeda yang dapat digunakan konsumen sesuai kebutuhan. *Fintech* semacam ini menawarkan perbandingan produk yang mencakup segalanya, mulai dari biaya, fitur, hingga keuntungan. Tentu saja, menggunakan layanan ini membuat kita lebih mudah mengambil keputusan daripada mencari informasi secara mandiri. Contohnya, KreditGogo, Cekaja, dan Cermati.

- c.) Ketiga, Manajemen Risiko dan Investasi. Kategori *fintech* ini menawarkan produk dan layanan termasuk *platform etrading*, yaitu perangkat lunak yang menawarkan layanan perencanaan keuangan. *Fintech* jenis ini dapat menawarkan asuransi, *platform trading online*, perencanaan keuangan, atau penasehat keuangan, dan lain-lain. Layanan ini sangat penting sebagai alat edukasi jika anda memiliki rencana keuangan. Kita akan diberikan penjelasan mengenai faktor-faktor yang harus diperhatikan agar terhindar dari kerugian, termasuk proses, keuntungan dan kerugian, kualitas, dan model investasi yang sesuai.
- d.) Keempat, peer to peer (P2P), Deposits, Lending and Capital Raising. Pemberi pinjaman (investor) dan pencari pinjaman dipertemukan oleh *fintech* di sebuah platform di mana para investor mendapatkan bunga atas uang yang mereka pinjamkan. *Crowdfunding*, *platform* pinjaman *peer-to-peer*, dan *payday loan* adalah kemajuan *fintech* yang paling umum di industri ini. Dalam satu platform, pinjaman P2P menghubungkan investor (pemberi pinjaman) dan peminjam (pencari pinjaman). Dana yang terkumpul dari sejumlah investor dapat digunakan untuk membiayai satu peminjam. Para investor kemudian akan menerima sebagian pendapatan dari uang yang dipinjam. Perusahaan-perusahaan *fintech* ini termasuk Modalku, Investree, Akseleran, dan UangTeman.



- e.) Kelima, suatu aktivitas keuangan yang diwadahi oleh Lembaga Jasa Keuangan yang tentunya berada dibawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan. *Fintech* adalah jenis inovasi bisnis dan keuangan yang baru saja muncul di Indonesia. Sebagai hasil dari pertumbuhan yang cepat dari inovasi ini, regulator dalam hal ini Bank Indonesia yang bertugas mengatur, mengawasi, dan memonitor penggunaan teknologi finansial mengkategorikan *fintech* sesuai dengan jenis dan kegunaannya.<sup>23</sup>

### C. Generasi Z

#### 1. Pengertian Generasi Z

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat di abad ini mendukung munculnya generasi baru yang dikenal sebagai generasi Z. Generasi ini lahir di tengah era digital atau dikenal dengan istilah *Digital Natives*, *iGeneration*, Generasi Net atau Generasi Internet, dimana mereka tidak kenal waktu tanpa internet. Generasi ini sangat fasih dalam hal teknologi, Ipad, komputer/laptop, ponsel, pemutar MP3/MP4, BBM, internet, dan beberapa perangkat elektronik lainnya adalah beberapa teknologi canggih yang sudah tidak asing lagi bagi mereka.<sup>24</sup>

Anak-anak yang lahir antara tahun 1990 hingga 2010 disebut sebagai Generasi Z. Akan tetapi terdapat pendapat lain yang mengtakan generasi Z sebagai generasi yang lahir antara tahun 1996 hingga 2015. Era ini adalah era internet, yang ditandai dengan kecanggihan dan kemudahan, termasuk adanya robot, kendaraan otonom, nanoteknologi, kecerdasan buatan, dan bioteknologi. Generasi Z memiliki kepribadian yang tidak terlalu fokus dibandingkan generasi milenial namun mereka lebih realistis, lebih individualis, lebih global, lebih berpikiran terbuka, lebih cepat memasuki dunia kerja, lebih berjiwa wirausaha, dan tentu saja lebih ramah teknologi dibandingkan generasi milenial. Generasi Z sangat melek akan teknologi dan bercita-cita untuk menggabungkan teknologi ke dalam banyak aspek kehidupan sehari-hari.

---

<sup>23</sup> Lukmanul Hakim, Recca Ayu Hapsari, “*Buku Ajar Financial Technology Law*”, (Indramayu: CV. Adanu Abimata 2020)

<sup>24</sup> Anugerah Setyo dkk, “*Menulis untuk Mendidik Diri dan Berbagi*”, (Yogyakarta: Kunca Wacana, 2019)

Alih-alih terlibat dalam percakapan tatap muka, mereka memilih untuk terlibat melalui media sosial dan internet.<sup>25</sup>

Generasi Z adalah generasi terbaru yang saat ini sedang tumbuh dan akan mendominasi dunia dalam beberapa dekade mendatang. Gen Y, yang juga disebut sebagai Milenial, secara logis merupakan kelompok terbesar dalam angkatan kerja. Di sisi lain, Gen Z terdiri dari para anak-anak muda, remaja dan orang dewasa di seluruh dunia. Mereka adalah pengadopsi awal, pemberi pengaruh merek, pendorong kehidupan berbasis internet, dan pelopor budaya populer. Mereka terdiri dari sekitar 2 miliar orang di seluruh dunia, mereka tidak hanya berbicara tentang apa yang akan terjadi, tetapi mereka juga yang membuatnya.<sup>26</sup>

Orang-orang di Generasi Z sering kali percaya bahwa mereka istimewa dan unik. Jadi, mereka membutuhkan pembenaran untuk mengakui keunikan mereka. Orang-orang dari usia ini tidak hanya memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi, tetapi mereka juga menyukai hal-hal yang detail. Generasi Z dikenal dengan pemikiran kritis dan perhatiannya terhadap detail. Sebagian besar anak-anak Generasi Z cukup percaya diri. Mereka juga umumnya memiliki pandangan yang positif. Generasi ini khas karena mereka adalah self educator, atau juga dikenal sebagai otodidak tentang belajar banyak hal di internet. Mereka sering menonton berbagai video tutorial yang layak dijadikan referensi di YouTube. Setidaknya tiga jam dihabiskan di depan komputer, laptop, atau ponsel oleh Generasi Z. Banyak hal menarik di internet yang sulit ditinggalkan oleh generasi ini.<sup>27</sup>

## 2. Karakteristik Generasi Z

### a.) Fasth Teknologi

Makanan sehari-hari generasi ini adalah teknologi. Mereka telah terpapar dan bahkan merasa nyaman dengan berbagai bentuk teknologi sejak kecil. Semua informasi dapat diperoleh dengan mudah dan cepat. Revolusi teknologi yang terjadi selama ini sudah

---

<sup>25</sup> Desi Ariani dkk, “Gagasan Millennial & Generasi Z Untuk Indonesia Emas 2045”, (Atambua Barat: Fianosa Publishing, 2020)

<sup>26</sup> Faiq Aziz dkk, “Factor Influencing Gen Z Preferred Working Environment in Malaysia”, Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. Vol.12 No.7 (2021)

<sup>27</sup> Jakaria dkk, “Peningkatan Ekonomi Masyarakat menuju Era Society 5.0 Ditengah Pandemi Covid-19”, (Cirebon: Penerbit Insania, 2021)

tidak terbandung. Oleh karena itu, bagi populasi saat ini, teknologi telah menjadi gaya hidup.

b.) Hubungan Sosial

Di era modern, komunikasi semakin meningkat. Masyarakat dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja dan kapan saja. Sebuah peradaban virtual juga muncul sebagai hasil dari keberadaan jejaring sosial, di mana semua kelompok dalam masyarakat dapat berinteraksi melalui berbagai media.

c.) Multi Tasking

Generasi ini umumnya menghasilkan berbagai macam pekerjaan. Karena kenyamanan yang ditimbulkan oleh kemajuan teknis di era digital, generasi ini lebih suka menyelesaikan tugas dengan cepat dan sederhana. Akibatnya, beberapa tugas diselesaikan secara bersamaan. Dengan satu kegiatan, orang bisa belajar dan BBM-an dengan teman.<sup>28</sup>

d.) Gaya Hidup Serba Instan

Mereka sekarang dapat dengan mudah, cepat, dan tanpa membuang banyak waktu untuk memenuhi kebutuhan mereka. Namun, hal ini memiliki kekurangan karena membuat mereka menjadi tidak sabar.

e.) Lebih Kritis Dalam Menyikapi Informasi Baru

Mereka akan menjadi lebih kritis dengan membandingkan pengetahuan yang sudah mereka miliki. Mereka akan menjadi lebih tangguh. Namun, kekurangannya adalah, kecuali mereka berasal dari keluarga yang religius, mereka mungkin akan sulit menerima apa pun yang berhubungan dengan iman.

f.) Memiliki Sifat Konsumtif Tapi Juga Produktif.

Mereka yang kaya akan puas dengan pembelian yang mereka beli karena mereka ingin memiliki barang yang populer dan bukan karena kebutuhan.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Anugerah Setyo Panuntun dkk, "Menulis untuk Mendidik Diri dan Berbagi", (Yogyakarta: Kunca Wacana, 2019)

<sup>29</sup> Ali Mansur, Ridwan, "Karakteristik Siswa Generasi Z dan Kebutuhan Akan Pengembangan Bidang Bimbingan dan Konseling", Jurnal Ilmu Kependidikan Vol. 17, No 1 (2022)

### 3. Sifat Generasi Z

Jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya, Generasi Z memiliki kepribadian yang berbeda, terutama dalam hal teknologi. Generasi Z dianggap memiliki kemampuan teknologi yang sangat baik, mereka dapat mengakses berbagai informasi melalui aplikasi untuk kepentingan mereka. Meskipun mereka dapat bersosialisasi secara online, mereka sangat fokus dalam berkomunikasi dengan semua orang, terutama dengan teman sebayanya. Dalam bukunya yang berjudul "Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja" David Stillman menuliskan tujuh sifat generasi Z antara lain:

#### a.) Figital

Di tempat kerja, anggota Generasi Z akan membawa inovasi baru yang tidak ada pada generasi sebelumnya. Dalam hal cara Generasi Z mengonsumsi, hidup, dan bekerja, elemen fisik dan digital akan hidup berdampingan. Whatsapp, Line, dan Skype.

#### b.) Hiper-Kustomisasi

Generasi Z selalu ingin mempersonalisasi identitas mereka sehingga mereka dapat dikenali oleh seluruh dunia. Masuk akal untuk mengasumsikan bahwa dengan kebebasan mereka untuk memodifikasi segala sesuatu, tindakan dan keinginan mereka sudah terlalu umum untuk dipahami sepenuhnya.

#### c.) Realistis

Karena Generasi Z tumbuh di masa krisis yang hebat, mereka telah mengembangkan pandangan praktis tentang perencanaan dan persiapan di masa depan.

#### d.) FOMO

Orang-orang di Generasi Z sangat khawatir akan ketinggalan informasi. Mereka selalu berada di garis depan tren dan persaingan. Kabar buruknya, mereka selalu mempertanyakan apakah mereka maju dengan cukup cepat dan ke arah yang benar.

#### e.) Weconomist

Salah satu contoh bagaimana Generasi Z hanya memiliki eksposur terhadap ekonomi berbagi adalah Gojek dan Airbnb. Kantor-kantor berada di bawah tekanan dari Gen Z untuk memisahkan komponen internal dan eksternal agar dapat menggunakan bisnis dengan cara yang baru, praktis, dan efisien. Dalam

kapasitasnya sebagai dermawan, Gen Z memanfaatkan kekuatan "kami" sebaik mungkin. Selain itu, Gen Z juga mengantisipasi untuk bekerja sama dengan perusahaan untuk mengatasi masalah yang mereka amati di masyarakat. 93% dari Gen Z memilih bisnis yang memberikan dampak positif bagi masyarakat.

f.) DIY

Mungkin sebagian dari kita juga berpikir bahwa melakukan segala sesuatu sendiri dapat membuatnya lebih sederhana, lebih cepat, dan lebih baik. Hal yang sama juga berlaku untuk Generasi Z, yang dibesarkan di dunia di mana internet, khususnya YouTube, dapat mengajarkan mereka apa saja. Budaya komunal yang disukai oleh Generasi Milenial akan berbenturan dengan rasa kemandirian yang kuat dari Generasi Z. Jika Anda ingin segala sesuatunya dilakukan dengan baik, lakukanlah sendiri, menurut Gen Z.

g.) Terpacu

Ada yang menang dan ada yang kalah, menurut Gen Z. Hal ini tidak mengherankan mengingat resesi yang menyebabkan para pendahulu mereka kesulitan dan laju perubahan yang cepat di dunia saat ini. Tidak heran Generasi Z memiliki motivasi yang tinggi.<sup>30</sup>

4. Nilai positif dan Negatif Generasi Z

a.) Nilai Positif

Para anggota Generasi Z memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Generasi ini secara alamiah berusaha menguasai apa yang diperlukan dan apa yang harus dilakukan untuk dapat menerapkan dan mempraktikkan gejala yang terjadi pada sebuah teknologi, sehingga mereka tidak perlu diajari ketika dihadapkan pada berbagai teknologi canggih untuk dapat menggunakan dan mempraktikkan gejala sebuah teknologi. Mengerjakan banyak proyek sekaligus adalah karakteristik lain dari Generasi Z yang sangat penting. Hal lain yang merupakan sifat yang tidak terpisahkan dari Generasi Z adalah multitasking, yang melibatkan pelaksanaan beberapa tugas sekaligus, seperti membaca

---

<sup>30</sup> Sarah Adityara, Rizki Taufik Rakhman, "Karakteristik Generasi Z dalam Perkembangan Diri Anak Melalui Visual", (Universitas Negeri Jakarta, 2019)



obrolan sambil menelepon, melihat atau bahkan mungkin mendengarkan musik.

Generasi Z telah dikenal dengan kepeduliannya yang tinggi terhadap politik dan lingkungan, oleh karena itu jika generasi ini mendapatkan pendidikan yang layak dan baik, mereka akan sangat membantu diri mereka sendiri dan lingkungan untuk mengembangkan generasi yang berdaya saing tinggi.

b.) Nilai Negatif

Karena keakraban mereka dengan media sosial, yang seringkali lebih cepat dan praktis, Generasi Z memiliki nilai negatif dan cenderung tidak sabar dan terburu-buru dalam mencari solusi untuk masalah. Beberapa anggota Generasi Z juga kurang mahir dalam komunikasi verbal, yang dapat membuat mereka kurang peduli dengan lingkungan sekitar. Setelah meninjau beberapa temuan penelitian, jelaslah bahwa Generasi Z adalah generasi pasca-milenial dan mereka adalah produk dari era digital. Generasi Z pasca-milenial, generasi termuda di dunia saat ini, lahir di era digital, ketika TI dan teknologi memiliki dampak yang signifikan terhadap gaya hidup. Kelompok usia termuda di dunia modern, yang gaya hidupnya sangat dipengaruhi oleh TI dan metode komunikasi yang berkembang pesat. Meskipun Generasi Z memiliki tingkat adopsi informasi yang tinggi, menghargai keragaman, dan mahir dalam melakukan banyak hal, mereka sering kali menjadi tergantung pada aktivitas media sosial dan aktivitas lainnya.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Iin Handayani, "Konsep Bimbingan dan Konseling Pribadi-Sosial dalam Pengembangan Positive Mental Attitude Generasi Z", Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam Vol. 3, No. 1, (2019)

**D. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu adalah kumpulan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti yang terdahulu dan mempunyai kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Hasil penelitian yang berkaitan dengan *hedonic treadmill syndrome* terhadap maraknya penggunaan *financial technology* dikalangan gen Z sebagai bahan pertimbangan dan acuan perbandingan untuk landasan atau referensi peneliti, maka penelitian ini menggunakan acuan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Penelitian Terdahulu	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Wirdaniya Binti Rohana (2020)	Analisis <i>Hedonic Treadmill Syndrome</i> Terhadap Penerapan Konsep <i>Financial Management Behavior</i> Pada Generasi Milenial Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	Bahwa <i>hedonic treadmill syndrome</i> sendiri dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dan penerapan konsep <i>financial management behavior</i> dimaknai sebagai bentuk pertanggung jawaban terhadap uang saku (dana) yang telah dipercayakan oleh orang tuanya	Persamaan dengan penelitian ini yaitu terletak pada pembahasan <i>hedonic treadmill syndrome</i>	Perbedaan dengan penelitian ini yaitu terletak pada pelaku yang diteliti. Dalam penelitian ini meneliti pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sedangkan dalam penelitian saya meneliti pada Gen Z.
2.	Desi Kurniawati (2021)	Pengaruh Perilaku <i>Hedonis</i> dan	Perilaku <i>hedonis</i> dan <i>prestise</i>	Persamaan penelitian terdapat	Perbedaan penelitian dengan

		<p><i>Prestise Terhadap Keputusan Pembelian Barang Branded Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam Pada Mahasiswa Pengguna Barang Branded di Bandar Lampung</i></p>	<p>berpengaruh terhadap pembelian barang branded mahasiswa di Bandar Lampung</p>	<p>pada sama-sama meneliti objek penelitian perilaku <i>hedonis</i></p>	<p>penelitian saat ini adalah terletak pada pelaku yang di teliti. Pada penelitian ini pelaku yang di teliti adalah mahasiswa di Bandar Lampung sedangkan pada penelitian ini sendiri meneliti Gen Z</p>
3.	<p>Dita Suci Permatasari (2022)</p>	<p>Pola <i>Hedonic Treadmill</i> Dalam Akuntansi Keperilakuan Pada Generasi Millennial Pengguna Shopee.</p>	<p>Pola <i>hedonic treadmill</i> 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 <i>hedonic treadmill</i> ikut</p>	<p>Persaam penelitian terletak pada pembahasan mengenai <i>hedonic treadmill syndrome</i></p>	<p>Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada pelaku yang di teliti yaitu generasi millennial sedangkan dalam penelitian ini meneliti generai Z</p>

			dalam keputusan generasi millennial. Selain itu beberapa faktor seperti motivasi berbelanja juga berpengaruh kepada pola <i>hedonic treadmill</i> .		
4.	Azizah Hasna' Arifin (2019)	Hedonic Treadmill Syndrome Terhadap Penggunaan Financial Technology Pada Generasi Millennial	Adanya <i>financial technology</i> menghadirkan berbagai manfaat bagi masyarakat disamping itu juga menimbulkan dampak dan ancaman yang bisa terjadi khususnya terjadi pada generasi millennial yang dapat mengakibatkan <i>syndrome hedonic treadmill</i> .	Persamaan dalam penelitian terletak pada pembahasan mengenai <i>hedonic treadmill syndrome</i> dan <i>financial technology</i>	Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada pelaku yang diteliti yaitu generasi millennial sedangkan dalam penelitian ini meneliti generai Z
5.	Dinna Ayu Pratiwi (2021)	Persepsi Generasi Z terhadap <i>Fintech (Financial</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan	Persamaan nya dalam penelitian ini yaitu sama-sama	

		<p><i>Technology</i>) di Cikampak Tengah Kecamatan Torgamba.</p>	<p>generasi Z terhadap <i>financial technology</i> dapat diketahui seluruh informan mengetahui penggunaan dan kemanfaatan <i>financial technology</i> sebagai teknologi keuangan digital yang lebih praktis, hemat biaya dan memberikan keuntungan.</p>	<p>meneliti tentang <i>financial technology</i> pada generasi Z</p>	
					<p>Perbedaan dalam penelitian ini yaitu terdapat dalam persepsi generasi Z</p>



## E. Kerangka Berpikir

Dewasa ini dengan adanya perkembangan teknologi memunculkan adanya sikap baru. Kemudahan mengakses internet mempermudah generasi sekarang untuk memenuhi kepuasan mereka. Salah satunya adalah sikap hedonisme atau *hedonic treadmill syndrome*. Setiap orang memang memiliki gaya hidup yang bervariasi, beberapa orang lebih memilih gaya hidup sederhana karena membuat mereka lebih nyaman, sementara yang lain lebih memilih gaya hidup mewah untuk menyenangkan dirinya. Adanya fenomena ini ditandai dengan perkembangan teknologi yang mempermudah mengakses apapun. Generasi muda milenial saat ini sering kali membiarkan informasi yang mereka pelajari dari media sosial memengaruhi perilaku mereka. Sering kali beberapa dari mereka telah mengembangkan pola pikir hedonis. Dengan pandangan seperti itu, beberapa dari mereka akan malas untuk melakukan upaya ekstra, dan yang lainnya akan mencoba menggunakan teknologi untuk keuntungan mereka dalam rangka memenuhi keinginan material mereka.<sup>32</sup>

Tujuan utama dari penggunaan ponsel pintar sehari-hari oleh Generasi Z adalah untuk berbagi informasi. Pertukaran informasi kini telah menjangkau bidang ekonomi, menghasilkan pengembangan layanan yang dikenal sebagai teknologi finansial (*fintech*). Adanya *fintech* mendukung generasi Z menyalurkan keinginan mereka akan suatu barang dan lain sebagainya. Inilah yang menimbulkan sikap *hedonisme* pada generasi Z, dengan tingginya keinginan akan membuat mereka mengalahkan berbagai cara untuk memenuhi keinginan mereka yang bahkan bukan sesuatu kebutuhan yang harus di penuhi.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Ali Mansur, Ridwan, “Karakteristik Siswa Generasi Z dan Kebutuhan Akan Pengembangan Bidang Bimbingan dan Konseling”.

<sup>33</sup> Muhammad Wildan Affan, “Faktor Motivasi Generasi Z Dalam Mengadopsi *Fintech*: Teori Fokus Regulasi”, Jurnal Akuntansi Volume 10 No 20, (2022)

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

