

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian

Dengan perkembangan zaman di era internet menjadi suatu hal yang diperlukan, muncullah inovasi-inovasi baru yang menarik minat generasi sekarang ini yaitu generasi Z. Banyak para pelaku *financial technology* bersaing menawarkan produk-produk serta fitur-fitur baru untuk mempermudah semua orang mengakses sesuatu dalam platform ini. Berbicara tentang evolusi *fintech* diawali pada tahun 1866-1987 yaitu munculnya pesanan produk dari konsumen yang dilakukan menggunakan telepon. Para Pedagang dapat dengan mudah memesan produk/barang yang mereka butuhkan dimanapun mereka berada hanya melalui telepon, maka terjadilah peredaran kekayaan di seluruh dunia tanpa tenaga atau bahkan masalah. Kemudian perkembangan terus terjadi dari tahun 1987-2008 menjadi “*The Automatic Teller Machine*” (ATM) dan yang terakhir tahun 2008 sampai saat ini yaitu ratusan *Startups* menawarkan berbagai alternatif untuk perbankan yang masih mengadopsi sistem tradisional.¹

Generasi yang tumbuh dan berinteraksi dengan terobosan teknologi dikenal sebagai Generasi Z. Kehidupan dan keseharian mereka sangat dipengaruhi oleh adanya teknologi dan internet. Mereka terbiasa berkomunikasi dengan menggunakan gadget yang mereka miliki, mulai dari mencari informasi tentang berbagai hal dari dunia luar di internet, bermain game, hingga berbelanja. Usia tersebut merupakan kisaran usia Generasi Z lahir tahun 1997-2012. Hampir semua anggota Generasi Z, baik yang kaya maupun yang tidak, baik yang tinggal di perkotaan maupun di pedesaan, memiliki smartphone ini. Dapat dikatakan bahwa setiap anggota Generasi Z terpapar dengan penggunaan smartphone setiap hari.² Dengan ini membuat generasi Z melek akan adanya fitur-fitur yang tersebar di internet, termasuk adanya *platform fintech* ini. Adanya *platform* ini cukup membantu mereka untuk melakukan transaksi dengan cara mudah dan tidak ribet. Dengan kemudahan, kecepatan dan ketepatan yang didapat

¹ Ahmad Yudhira, “*Analisis Perkembangan Financial Technology (FINTECH) Syariah Pada Masa Pandemi COVID-19 di Indonesia*”, Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis, Vol. 1 No. 2 (2021)

² Lasti Yossi Hastini dkk, “*Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia?*”, Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA), Vol 10 No. 1 (2020)

dalam mengakses produk-produk keuangan oleh masyarakat seperti yang dijelaskan sebelumnya, hal ini akan berdampak pada *hedonic treadmill syndrome* yang dihadapi oleh masing-masing individu.

Terjadinya *hedonic treadmill syndrome* ini juga didukung dengan kemudahan untuk membelanjakan income yang didapatnya yaitu dengan hadirnya *financial technology* atau *fintech*. Dengan adanya *fintech*, masyarakat dengan mudah apabila ingin membelanjakan atau bertransaksi menggunakan layanan *fintech*. Saat ini, Masyarakat yang melek terhadap kemajuan teknologi adalah masyarakat yang saat ini termasuk dalam golongan generasi Z.³

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

1. Pengetahuan Generasi Z terhadap Financial Technology

Pengetahuan seseorang adalah pemahaman mereka tentang pengalaman yang mereka miliki. Seseorang yang memiliki pengetahuan melalui indera, akal, dan hati meyakini bahwa pengalaman yang mereka miliki adalah benar sesuai dengan pemikiran mereka. Kemampuan untuk membangun teknologi khususnya *financial technology*, berasal dari pengetahuan itu sendiri. Tidak dapat dipungkiri bahwa globalisasi yang mempengaruhi eksistensi manusia telah menawarkan banyak hal yang luar biasa bagi para pengguna yang berpikiran maju di lingkungan sekitar, tetapi ada juga efek yang merugikan.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa generasi Z mengenai *financial technology*, setiap informan mengaku mengetahui akan penggunaan *financial technology* oleh kalangan anak muda sebayanya. Para informan mengindikasikan bahwa mereka belajar tentang *financial technology* dan menemukan sumber informasi melalui iklan yang muncul di media elektronik atau di situs media sosial seperti Facebook, Instagram, Tik Tok dan YouTube. Selain itu, beberapa informan mengaku memperoleh informasi tentang *financial technology* melalui teman dekat yang telah menggunakan *financial technology* terlebih dahulu atau faktor sosialisasi.

³ Azizah Hasna' Arifin, "*Hedonic Treadmill Syndrome Terhadap Penggunaan Financial Technology Pada Generasi Millennial*", (2019) hal 6

Menurut Annisa Maharani selaku pelaku generasi Z dan mahasiswi ekonomi mengatakan bahwa pengetahuan mengenai layanan *financial technology* awalnya dimulai pada saat melakukan transaksi pembelian di salah satu platform online yang menyediakan layanan berbasis *financial technology*, akhirnya sampai sekarang jika melakukan transaksi lebih memilih menggunakan layanan *financial technology*. Setelah itu akhirnya juga mencari sumber informasi baru mengenai layanan *financial technology* lainnya, yang kini menjadi beragam aplikasi yang digunakan untuk melakukan transaksi secara non tunai.⁴

Menurut setiap informan yang diwawancarai, Generasi Z lebih suka menggunakan layanan *financial technology* dalam bentuk pembayaran dan transfer online, setelahnya menggunakannya untuk membeli barang, pulsa, token, dan paket data internet. Mereka juga menikmati layanan *financial technology* seperti pemesanan makanan secara online. Hal ini dapat dijelaskan dengan fakta bahwa, berbeda dengan pemahaman mereka tentang donasi, berinvestasi, dan peminjamam, banyak transaksi Generasi Z didasarkan pada pengetahuan mereka dalam memilih layanan *financial technology* dalam bentuk *market place* dan *payment*.

Informan mengatakan bahwa selama ada jaringan internet dan kuota internet yang dialokasikan, konsumen dapat bertransaksi selama 24 jam penuh tanpa batasan waktu. Penggunaan layanan *financial technology* menurut narasumber, juga menimbulkan masalah dan kesulitan, terutama ketika mengisi dokumen digital dan mengalami kegagalan transaksi akibat gangguan jaringan yang mengharuskan pengulangan transaksi. Sedangkan kemudahan yang diperoleh yaitu dapat diakses dengan mudah serta membantu teman-teman yang berada jauh untuk melakukan jasa keuangan, dengan menggunakan layanan *financial technology* mereka dengan mudah dan cepat melakukan transaksi non tunai.

Untuk membantu generasi Z dalam mempelajari informasi baru, wawancara di atas membahas bagaimana pengetahuan seseorang dapat diubah oleh sumber informasi

⁴ Hasil Wawancara Saudari Annisa Maharani Mahasiswa Ekonomi dan generasi Z, pada tanggal 23 April 2023. Pukul 13.15 WIB

yang diakses. Kemudian, usia generasi Z yang notabene merupakan usia produktif dan masuk ke dalam kategori dewasa awal, dapat berdampak pada tingkat pengetahuan dan kapasitas seseorang untuk belajar lebih banyak. Selain itu, mayoritas anggota generasi Z yang disurvei telah mengenyam pendidikan formal, sehingga meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mereka untuk mengubah perilaku dan persepsi dalam rangka mengembangkan rasa kepercayaan terhadap *financial technology*.

2. Minat Generasi Z terhadap Financial Technology

Minat adalah sifat psikologis yang mengacu pada kecenderungan atau ketertarikan pada sesuatu. Kecenderungan yang kuat, gairah, atau keinginan terhadap sesuatu disebut minat. Selain itu, kata "minat" dapat mengacu pada kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang kuat. Definisi minat juga bisa diartikan sebagai suatu rasa suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas yang dimiliki tanpa ada yang menyuruh. Dengan demikian, beberapa orang juga menganggap minat sebagai emosi positif atau negatif terhadap sesuatu. Seperti halnya minat terhadap penggunaan *financial technology*.

Dari hasil wawancara para informan mengaku dari total informan minat terhadap penggunaan aplikasi *financial technology* sebagai aktivitas pembayaran online, transfer, pengisian saldo, pembelian barang atau makanan secara online, pembelian pulsa dan bahkan pembelian tiket. Selain itu beberapa anggota Generasi Z mengakui bahwa mereka juga menggunakan *financial technology* berbasis M-Banking dan juga sering menggunakan situs *e-commerce* seperti Shopee Pay, Gopay, OVO, Dana, Lazada, Sakuku, Flip, dan lainnya ketika bertransaksi dengan *financial technology*. Hal ini berarti bahwa layanan *financial technology* mudah digunakan dan menarik untuk dilihat dari segi tampilan, animasi, dan visual serta fitur-fiturnya, generasi Z lebih cenderung tertarik dengan layanan tersebut. Hasilnya, muncullah tingkat kepercayaan yang lebih tinggi.

Menurut M Abdi Saputra selaku mahasiswa ekonomi dan pelaku generai Z menyatakan bahwa awal mula berminat menggunakan layanan *financial technology* karena pada saat itu sedang ingin membeli sesuatu pada salah satu *platform online* dan melihat layanan *financial technology* yang menawarkan penawaran yang menarik seperti adanya

tawaran cashback, gratis transfer tanpa dipungut biaya, serta potongan harga dalam pembelian yang ditawarkan akhirnya membuat dia tertarik untuk menggunakannya.⁵

Menurut jumlah responden yang disurvei, semuanya berkontribusi pada minat utama dalam memanfaatkan *financial technology* karena adanya beberapa penawaran transfer gratis, banyak diskon, banyak hadiah, kupon, hadiah gratis, bonus dan voucher tanpa biaya. Beberapa responden menyatakan ketertarikan mereka untuk menggunakan karena jaminan keamanan, kemudahan akses, merk, teknologi dan pencarian, serta ketertarikan untuk menggunakan karena keharusan untuk melakukan transaksi keuangan secara non-tunai.

Seluruh responden menyatakan tidak akan berhenti menggunakan layanan *financial technology* dan akan selalu menggunakan layanan *financial technology* karena mendukung kebutuhan *e-money* di masa sekarang dan masa yang akan datang. Dari pembahasan di atas, jelas terlihat bahwa minat tidak hanya terbatas pada penggunaan media sosial dan ponsel. Antusiasme informan dalam menggunakan layanan *financial technology* memberikan kesan yang baik. Menurut informan, *financial technology* merupakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan saat ini.

3. Pemahaman Generasi Z terhadap Financial Technology

Pemahaman seseorang dapat dinilai dari kemampuannya untuk mengaplikasikan informasi yang telah diingat, dimengerti, dan dipahami dengan benar. Pengetahuan yang telah dipelajari sebelumnya, dipilih dengan cermat dari berbagai fakta dan informasi yang telah diperoleh melalui pembelajaran dan pengalaman. Disini dilihat apakah generasi Z memahami dengan baik cara menggunakan layanan *financial technology*.

Dalam wawancara yang telah dilakukan pada beberapa responden menyatakan bahwa mereka mengerti dalam memperoleh layanan *financial technology*. Mayoritas pengguna aplikasi *financial technology* dari Generasi Z yaitu memiliki pemahaman yang kuat tentang bagaimana cara

⁵ Hasil Wawancara Saudara M Abdi Saputra Mahasiswa Ekonomi dan Generasi Z, pada tanggal 28 April 2023. Pukul 18.46 WIB

menggunakan *financial technology* dan hanya ada beberapa informan yang mengaku tidak memahami cara menggunakannya. Generasi Z merupakan bagian dari pengguna aktif aplikasi *financial technology*, dilihat dari seringnya mereka mengakses aplikasi layanan tersebut.

Seperti halnya yang dikatakan oleh saudari Indah Lestari selaku generasi Z yang aktif bersosial media dan pengguna layanan *financial technology*, ia mengaku bergabung dengan aplikasi *financial technology* di awal tahun 2019 karena ia belajar banyak tentang *financial technology* dan hal ini membantunya untuk memahaminya dengan lebih baik. Semakin banyak pengalaman menggunakan aplikasi *financial technology*, semakin mudah untuk memahami perkembangannya.⁶

Ketika ditanya pemahaman mereka tentang keamanan penggunaan *financial technology*, informan menjawab sangat aman karena menjamin keamanannya jika kita memilih layanan yang tepat dan tepercaya, seperti *financial technology* yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Menurut informan lain penggunaan *financial technology* tidak aman, karena adanya kekhawatiran akan pencurian atau pembobolan data oleh orang yang tidak bertanggung jawab.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa generasi Z memahami layanan pembayaran dan transfer online sebagai konsumen *financial technology*. Hal yang menarik adalah tuntutan dan kebiasaan generasi Z yang bersifat keseharian dalam artian mayoritas dari mereka berpikir praktis, menyukai harga yang terjangkau, dan memiliki kecenderungan penguasaan teknologi. Generasi muda harus memimpin perkembangan industri 4.0, khususnya *financial technology* yang akan mempercepat dan menyederhanakan layanan keuangan. Selain itu, teknologi ini tidak dibatasi ruang dan waktu dan dapat dilakukan di mana saja.

4. Perilaku Hedonic Treadmill Syndrome Generasi Z

Terlepas dari pencapaian, tingkat kebahagiaan emosional seseorang memiliki kecenderungan untuk kembali ke kondisi awal, tidak berubah, tetap, atau di tempat, yang dikenal sebagai *hedonic treadmill*. Seorang *hedonic treadmill* pada

⁶ Hasil Wawancara Saudari Indah Lestari Mahasiswa Ekonomi dan Generasi Z, pada tanggal 3 Mei 2023. Pukul 10.34 WIB

dasarnya adalah seseorang yang terus-menerus mengejar sesuatu. Banyak orang membuat kesalahan dengan berpikir bahwa meningkatkan kualitas hidup akan membuat mereka lebih bahagia. Namun, apa yang sebenarnya dialami oleh orang-orang itu menipu, dan kepuasan mereka hanyalah treadmill yang berjalan di tempat.

Sementara *hedonic treadmill syndrome* yang ada saat ini membuat orang hanya mencari kesenangan dan membuang waktu untuk kegiatan yang mungkin bisa dilakukan dengan cara yang lebih produktif. Hal ini terlihat jelas pada generasi Z yang memiliki kecenderungan terhadap perilaku konsumtif. Budaya digitalisasi di kalangan generasi Z inilah yang pertama kali memicu tumbuhnya perilaku *hedonic treadmill syndrome* saat ini. Penggunaan media sosial dan teknologi lainnya yang mayoritas dianut oleh generasi Z menjadi bukti lain akan hal ini.

Sifat konsumtif ini yang menimbulkan adanya sifat *hedonic treadmill syndrome*, dimana semakin banyak pendapatan yang diperoleh semakin tinggi pula keinginan untuk membeli barang ataupun jasa. Perilaku pembelian *hedonis* merupakan salah satu jenis perilaku yang berkembang pesat pada generasi Z. Pembelian hedonis adalah tindakan melakukan pembelian yang didasarkan pada kesenangan, melibatkan indera, dan karena kebutuhan. Pemenuhan kebutuhan sangat erat kaitannya dengan perilaku pembelian hedonis.

Dari penjelasan yang diberikan, terlihat jelas bahwa pergerakan uang yang dilakukan oleh para informan bersifat *hedonis*. Hasil wawancara dan observasi yang dilakukan terhadap generasi Z yang menjadi fokus penelitian ini menunjukkan bahwa para informan lebih banyak membelanjakan uangnya untuk membeli makanan. Hasil wawancara dengan salah satu dari empat informan, yaitu informan 4 yang merupakan saudara dari Alfina Damayanti, seorang generasi Z yang merupakan mahasiswa manajemen, menunjukkan bahwa ia menghabiskan sebagian besar penghasilannya untuk makan di luar dan jalan-jalan. Hal ini terlihat dari jumlah yang dihabiskan untuk kebutuhan makanan sehari-hari dan *travelling* jarak dekat, yang dapat menghabiskan Rp 100.000 untuk sekali jajan. Selain itu, informan sering menggunakan kafe ketika mereka bosan atau perlu menyelesaikan tugas. Informan tersebut mengaku

bahwa ia pergi ke kafe hampir setiap hari, baik untuk bersantai, makan, atau mengerjakan tugas sekolah. Karena pengeluaran untuk nongkrong di kafe mencapai 80% dari pengeluaran harian, jumlah tersebut cukup tinggi. Hal inilah yang bisa dikatakan *hedonic treadmill syndrome* karena informan 4 terus berjalan pada sebuah *treadmill*, yaitu sering mengunjungi cafe setiap harinya. Walaupun dengan alasan tertentu tetapi tetap saja dikatakan *hedonic treadmill syndrome* karena melakukan hal tersebut demi kepuasan diri.⁷

Dari beberapa bentuk *hedonisme* sendiri semua informan termasuk memiliki semua bentuk dari *hedonisme* itu. Dilihat dari *hedonisme* perilaku, para informan cenderung lebih mementingkan kesenangannya dari pada memikirkan hal yang dibutuhkan. Mereka senang membeli barang-barang yang tidak perlu tanpa mementingkan kegunaannya. Terlihat dari informan Indah Lestari yang membeli barang tanpa melihat apakah barang itu perlu atau tidak. Hal ini termasuk dalam *hedonisme* perilaku. Selanjutnya dilihat dari *hedonisme* kognitifnya, dari informan yang mengaku sering membeli barang *branded* dan mengikuti trend yang hadir terlihat mereka memiliki gaya hidup *hedonisme* secara kognitif yang dapat bersifat buruk pada diri mereka. Karena kecenderungan tersebut bisa mengakibatkan mereka menggunakan *fintech* pada hal yang salah hanya untuk memenuhi nafsunya. Terakhir yaitu *hedonisme* non selektif, dari semua informan mengaku sering mengunjungi kafe untuk sekedar nongkrong atau jalan-jalan ketika bosan sudah menjelaskan bahwa mereka termasuk kategori *hedonisme* non selektif, karena tidak mempertimbangkan keuntungan dan kerugian yang mungkin timbul dari hal tersebut. Dari seringnya mereka membelanjakan uangnya akan mengakibatkan adanya pemborosan yang dapat menimbulkan kerugian bagi diri mereka. Seperti mengunjungi kafe secara terus menerus, membeli barang *branded*, hingga membelanjakan uang untuk hal-hal yang tidak perlu.

Dari paparan data di atas, terlihat jelas bahwa *hedonisme* seseorang dipengaruhi oleh lingkungan dan teman sebayanya. Hal ini terlihat jelas dari penjelasan para

⁷ Hasil Wawancara Saudari Alfina Damayanti Mahasiswa Manajemen dan Generasi Z, pada tanggal 10 Mei 2023. Pukul 18.28 WIB

informan yang menyatakan bahwa jumlah uang yang mereka habiskan untuk acara-acara sosial dengan teman-teman tergantung dari seberapa konsumtifnya teman-teman tersebut.

C. Analisis Data Penelitian

1. Pengetahuan Generasi Z terhadap Financial Technology

Semua aspek kehidupan modern telah dipengaruhi oleh teknologi pada tahun 2019. Tuntutan akan fasilitas yang dapat mengakomodasi semua kebutuhan manusia, mobilisasi manusia yang semakin cepat, dan meningkatnya kesibukan dipaksa oleh faktor-faktor ini. Istilah "*financial technology*" sudah digunakan di negara-negara maju di seluruh dunia dan dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia juga mulai memanfaatkannya. Adopsi ini mencerminkan perilaku dan tuntutan masyarakat yang memilih kemudahan dan jalan pintas dalam berbagai situasi. *Financial technology* adalah penerapan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan barang, jasa, teknologi, atau model bisnis baru yang dapat mempengaruhi stabilitas mata uang, stabilitas sistem keuangan, dan stabilitas perekonomian, keamanan, efisiensi, dan kelancaran mekanisme pembayaran.

Financial technology sendiri sudah tidak asing lagi pada kalangan anak muda zaman sekarang, terutama generasi yang hidup berdampingan dengan teknologi yang semakin bertumbuh pesat yaitu generasi Z. Dari hasil wawancara pada beberapa generasi Z diketahui bahwa setiap informan mengaku sadar akan penggunaan *financial technology* oleh kaum muda sebayanya. Para informan mengakui bahwa mereka mengetahui tentang *financial technology* dan sumber informasi melalui iklan yang muncul di media elektronik atau di situs media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube. Selain itu, teman dekat yang merupakan pengguna awal *financial technology* atau faktor pergaulan bagi para informan.

Bagi para generasi Z *financial technology* telah banyak diketahui dan digunakan tiap membeli sesuatu pada salah satu platform online. Istilah *financial technology* sudah tidak asing lagi bagi mereka yang setiap harinya bermain ponsel dan aktif di media social. Setelah wawancara diketahui bahwa generasi Z menyukai layanan *financial technology* berupa pembayaran online dan transfer, kemudian menyukai layanan *financial technology* berupa pembelian barang, pulsa, token dan paket data internet. Selain itu, menyukai

layanan *financial technology* berupa pesan makanan secara online. Sama halnya dengan penuturan Annisa Maharani sebagai generasi Z yang senang menggunakan layanan *financial technology* ini, baginya adanya *financial technology* ini cukup membantu dan mempermudah dalam melakukan transaksi jual beli di *platform* online, serta membantu dalam hal lainnya.

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa untuk membantu generasi Z dalam mengetahui adanya *financial technology* yaitu perlunya mengakses informasi. Kemudian, usia generasi Z yang notabene merupakan usia produktif dan masuk ke dalam kategori dewasa awal, dapat berdampak pada tingkat pengetahuan dan kapasitas seseorang untuk belajar lebih banyak. Selain itu, mayoritas anggota generasi Z yang berpartisipasi dalam survei ini telah mengenyam pendidikan formal, sehingga dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mereka dalam mengubah perilaku dan persepsi mereka untuk mengembangkan rasa kepercayaan terhadap *financial technology*.

2. Minat Generasi Z terhadap Financial Technology

Setiap orang di dunia ini memiliki keinginan bawaan untuk memperhatikan dan mengingat hal-hal yang menarik. Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas yang tidak ada paksaan dari orang lain, atau hal atau tindakan tanpa adanya tekanan dari luar. Minat generasi Z dalam menggunakan layanan *financial technology* merupakan contoh dari sebuah minat. Meskipun Gen Z sangat menguasai teknologi, mereka sangat bijak sekaligus tidak bijak dalam menggunakannya. Layanan keuangan kini semakin mudah didapatkan berkat kemajuan teknologi. Tersedianya *platform* penyedia layanan pinjaman digital atau yang sering dikenal dengan pinjaman online (pinjol) menjadi salah satu alasan yang memudahkan mereka.

Salah satu wawancara dengan M Abdi Saputra selaku generasi Z dan pengguna aplikasi layanan *financial technology* mengaku berminat menggunakannya karena adanya tawaran yang menarik yang didapatkan saat menggunakan layanan ini. Serta adanya iklan-iklan menggiurkan yang membuat dia tidak bisa mengabaikan untuk tidak mencoba menggunakan layanan *financial technology* ini, “cukup menarik dan banyak tawaran-tawaran yang bisa didapatkan dalam *platform financial technology*

ini, juga penggunaannya yang mudah dan praktis sungguh membuat kita senang menggunakannya berkali-kali” tuturnya. Adanya kemudahan ini yang menarik minat para generasi Z untuk menggunakan layanan ini.

Dari wawancara lain dengan narasumber yang berbeda Indah Lestari juga menuturkan bahwa minat menggunakan layanan *financial technology* didapatkan karena kemudahan dan tawaran-tawaran menarik yang ada didalamnya. *Financial technology* sebagian besar digunakan untuk penawaran transfer gratis, berbagai diskon, dan berbagai hadiah, kupon, dan hadiah yang tidak dikenakan biaya insentif, penghargaan, dan voucher tanpa biaya. Beberapa responden menyatakan ketertarikan menggunakan karena merek, teknologi, jaminan keamanan, kemudahan akses, dan pencarian, serta ketertarikan menggunakan karena keharusan melakukan transaksi keuangan secara non-tunai.

Dari hasil pembahasan di atas, jelas terlihat bahwa minat tidak hanya terbatas pada penggunaan media sosial dan ponsel saja. Selain itu antusiasme informan dalam menggunakan layanan *financial technology* juga harus memberikan kesan yang baik. Menurut informan, *financial technology* merupakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan saat ini. *Financial technology* memiliki keunggulan yang mengurangi pergerakan seperti meninggalkan rumah dan membuatnya lebih sederhana dan lebih menguntungkan untuk melakukan berbagai aktivitas online. Memberikan kesan efektif, efisien, hemat waktu, dan hemat biaya untuk dapat bertransaksi di mana pun dan kapan pun selama ada jaringan internet.

3. Pemahaman Generasi Z terhadap Financial Technology

Pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk menafsirkan, menerjemahkan, atau menyatakan sesuatu tentang pengetahuan yang diperolehnya dengan kata-katanya sendiri. Peneliti mengetahui melalui wawancara dengan para informan bahwa mereka mengetahui cara mengakses layanan *financial technology*. Hanya sedikit informan yang tidak memahami cara menggunakan aplikasi *financial technology*, dan mayoritas pengguna Generasi Z memiliki pemahaman yang baik tentang cara menggunakan program-program ini dan dapat mengoperasikannya. Kemudian, hanya sebagian kecil informan yang merasa bingung.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan diketahui bahwa mereka memahami mengenai bagaimana adanya resiko dalam menggunakan layanan *financial technology* karena tidak ada panduan yang jelas untuk penggunaannya, keamanan data pengguna mudah dikompromikan, dan kurangnya pengetahuan tentang teknologi keuangan. Salah satu informan, saudari Alfini Damayanti seorang anggota generasi Z dan wirausaha, menyatakan bahwa karena tidak ada panduan penggunaan yang jelas dan mudah dipahami, ia tidak dapat menggunakan fitur layanan investasi. Meskipun ia berniat menggunakannya untuk modal usaha, ia kesulitan untuk memahami fungsi-fungsi tersebut.

Dari hasil wawancara dengan informan lain diketahui masih banyak yang memahami bagaimana cara menggunakan layanan *financial technology* ini. Mereka mengaku tau bagaimana mengoperasikan layanan *financial technology* karena menemukan panduan yang mudah dipahami seperti aplikasi shopee pay, dana, gopay, dan layanan keuangan lainnya. Karena menurutnya panduan penggunaannya cukup jelas dan mudah dipahami, jadi membuat siapa saja dapat mengakses layanan aplikasi ini. Karena menurut mereka adanya pemahaman dalam mengakses dan menggunakan aplikasi *financial technology* cukup gampang bagi generasi Z yang tumbuh dengan berkembangnya teknologi.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa generasi Z memahami layanan pembayaran dan transfer online sebagai konsumen *financial technology* dari aplikasi *financial technology*. Hal yang menarik adalah tuntutan dan kebiasaan generasi Z yang bersifat keseharian dalam artian mayoritas dari mereka berpikir praktis, menyukai barang yang terjangkau, dan memiliki kecenderungan penguasaan teknologi.

4. Perilaku Hedonic Treadmill Syndrome Generasi Z

Gagasan yang mendorong orang untuk menghambur-hamburkan uang mereka hanya untuk kesenangan mereka sendiri tidak dianjurkan. Sifat seperti ini dikenal sebagai hedonisme. Hedonisme adalah cara berpikir yang menyatakan bahwa kebahagiaan hanya dapat ditemukan dengan mengejanya semaksimal mungkin, salah satunya melalui konsumsi komoditas yang berlebihan. *Hedonic treadmill* terjadi ketika pendapatan seseorang mencerminkan

seberapa bahagianya mereka setelah membelanjakan penghasilan mereka. Dengan kata lain, ketika pendapatan meningkat begitu pula keinginan untuk membeli produk dan materi. *Hedonic treadmill* adalah apa yang dimaksud ketika dikatakan bahwa nafsu materi tidak akan pernah terpuaskan.

Semakin dibantu oleh betapa mudahnya orang membelanjakan pendapatan mereka, terutama karena kehadiran *financial technology*, atau *fintech* muncullah istilah baru yaitu *hedonic treadmill syndrome*. Orang-orang dapat dengan mudah membelanjakan uang atau bertransaksi menggunakan layanan *fintech* yang kini sudah tersedia. Orang-orang yang saat ini menjadi bagian dari generasi Z adalah mereka yang melek akan terobosan teknologi. Keberadaan *fintech* di Indonesia memiliki banyak keuntungan. Namun, keberadaan *fintech* ini juga memiliki potensi konsekuensi dan risiko, terutama bagi generasi Z, yang dapat mengakibatkan *hedonic treadmill syndrome*.

Dari hasil wawancara dengan saudari Alfina Damayanti selaku Generasi Z dan Mahasiswa Manajemen mengaku banyak sekali gaya hidup generasi Z yang dikategorikan sebagai bagian dari hedonism itu sendiri, seperti meniru *fashion* yang telah naik di zaman sekarang, nongkrong dicafe, *travelling*, dan bentuk perilaku pengeluaran lainnya. Gaya hidup seperti ini yang ditakutkan dapat menimbulkan dampak yang buruk bagi para generasi Z, mereka cenderung lebih ingin memuaskan hasratnya dari pada membelanjakan barang sesuai kebutuhan mereka. Apalagi dengan munculnya fitur-fitur yang membantu mereka untuk melakukan hal tersebut, seperti munculnya layanan *finansial technology* dikalangan masyarakat kini.

Dari beberapa bentuk *hedonisme* itu sendiri, semua informan termasuk memiliki semua bentuk *hedonisme*. Dilihat dari *hedonisme* perilaku, para informan cenderung meningkatkan kesenangan mereka daripada memikirkan apa yang dibutuhkan. Mereka cenderung membeli barang yang tidak dibutuhkan tanpa menekankan kegunaannya. Terlihat dari informan Indah Lestari yang membeli produk tanpa mengecek apakah barang tersebut dibutuhkan atau tidak. Selanjutnya dilihat dari *hedonisme kognitif*, dari informan yang mengaku biasa membeli barang-barang bermerek dan mengikuti tren yang sedang marak, mengindikasikan bahwa mereka memiliki gaya hidup *hedonisme kognitif* yang dapat

berakibat negatif bagi dirinya. Karena kecenderungan ini dapat mendorong individu untuk menggunakan *fintech* pada hal-hal yang tidak tepat hanya untuk memuaskan hawa nafsunya. Dalam hal *hedonisme* non-selektif, semua informan yang mengaku sering mengunjungi kafe untuk sekadar nongkrong atau menghabiskan waktu diklasifikasikan dalam kategori ini karena mereka tidak menimbang potensi keuntungan dan kerugiannya. Mereka akan membuang-buang uang karena sering membelanjakannya, yang bisa jadi akan merugikan diri mereka sendiri. Seperti sering pergi ke kafe, membeli produk *branded*, dan membelanjakan uang untuk hal-hal yang tidak berguna.

Dari uraian di atas, jelaslah bahwa konsumsi yang berlebihan merupakan tanda dari karakter konsumtif, dan kecenderungan ini menyebabkan perilaku hedonis berkembang. Karena perubahan zaman yang begitu cepat dan dampak dari lingkungannya, generasi Z lebih hedonis dari generasi sebelumnya. Sifat ini dapat menghalangi mereka untuk menerapkan kesederhanaan yang telah dianjurkan oleh Allah SWT.