

BAB II KERANGKA TEORI

A. Landasan Teori

1. Financial Technology

Financial Technology (FinTech) merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja.¹ Pengertian lain dari FinTech menurut *The National Digital Resreach Centre* (NDRC) di Dublin, Irlandia, mendefinisikan FinTech sebagai “*inovation in financial services*” atau inovasi dalam layanan keuangan yang merupakan inovasi pada sektor financial yang mendapat sentuhan teknologi modern.²

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan Fintech sebagai sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi. Produk FinTech biasanya berupa suatu sistem yang dibangun guna menjalankan mekanisme keuangan yang spesifik.³ Sedangkan menurut surat edaran Bank Indonesia No.18/22/DKSP tentang Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital (LKD) menjelaskan bahwa kegiatan layanan keuangan digital penggunaan teknologi berbasis *mobile* ataupun berbasis *web* dalam layanan kegiatan layanan sistem pembayaran dan keuangan yang dilakukan dengan kerja dengan pihak ketiga dalam rangka keuangan inklusif.⁴

Dari beberapa pengertian yang sudah dijabarkan di atas maka dapat disimpulkan bahwa FinTech adalah sebuah inovasi layanan digital yang menyediakan produk-produk keuangan serta memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada.

¹ Bank Indonesia, “Edukasi Produk Jasa FinTech”, 30 November, 2020
<https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/fintech/>

² Marta Widian Sari, Andry Novrianto, *Kenali...!! Bisnis...di Era Digital “Financial Technology”*, (Padang: Inssan Cendikia mandiri, 2020), 54

³ Otoritas Jasa Keuangan, “FinTech Lending”, 30 November, 2020
<https://www.ojk.go.id/FAQ-fintech-Lending/>

⁴ Bank Indonesia, Surat Edaran No.18/22/DKSP “*Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital*” 2016

Perkembangan FinTech berlangsung sekama tiga periode, yang periode pertama dimulai pada tahun 1866-1967 dimana fase ini adalah perpindahan dari sistem keuangan analog menuju digital. Pada periode ini muncul beberapa cikal bakal dari perkembangan Fintech, dimana pada saat itu kosumen dapat memesan bebagai produk melalui telepon, kemudian pada tahun 1950-an masyarakat Amerika serikat diperkenalkan dengan kartu kredit. Dilanjutkan denggan periode kedua 1967-2008 dimana pada fase ini adalah masa pengembangan keuangan digital tradisional dimulai dengan peluncuran *Automatic Teller Machine* (ATM) dimana perkembangan ini didukung dengan perkembangan internet yang pesat. Kemudian periode ketiga berlangsung pada tahun 2008 hingga saat ini, dimana perkembangan teknologi dan internet semakin modern sehingga berbagai *platform* yang menawarkan berbagai layanan keuangan secara *online* yang merupakan FinTech masa kini.⁵

FinTech merupakan teknologi keuangan berbasis internet yang menggeser keuangan tradisional menjadi uang digital. Dan tujuan utama FinTech adalah untuk mengurangi biaya infrastruktur lembaga keuangan dan tidak perlu memiliki jaringan cabang atau kantor atau karyawan dalam jumlah yang banyak untuk melayani pelanggan pada semua jenis perusahaan. Selain itu Fintech juga membantu, memaksimalkan penggunaan teknologi, untuk mengubah, mempertajam atau mempercepat berbagai aspek pelayanan keuangan yang berbasis digital. Seiring berjalannya waktu, FinTech saat ini berubah menjadi sebuah teknologi yang diminati terutama di kota-kota besar oleh semua kalangan, inovasi yang ditawarkan FinTech berfungsi dalam berbagai segmen, baik itu B2B (*Business to Business*) hingga B2C (*Busines to Customer*)⁶

a. Jenis-jenis *Financial Technology*

Terdapat beberapa jenis FinTec di Indonesia, Bank Indonesi sendiri telah mengelompokkan FinTech kedalam empat kategori diantaranya *Payment, Sttlement and Clearing, Crowdfunding* dan *P2P, Market Agregator Risk, dan Investment Management.*

⁵ Douglas Arner, Et.al, “*The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm?*”, Resreach Paper No.2015/047, University of Hong Kong Faculty of Law, 2015.

⁶ Marta Widian Sari, Andry Novrianto, *Kenali...!! Bisnis,,di Era Digital “Financial Technology”*, 54-55

1) *Payment, Sttlement and Clearing*

Jenis FinTech ini memberikan sebuah layanan dari sistem pembayaran dengan online melalui sebuah dompet elektronik atau yang sering disebut uang digital. Uang elektronik atau *e-money* adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur:⁷

- a) Diterbitkan atas dasar uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.
- b) Nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik tertentu seperti *server* atau *chip*.
- c) Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik.
- d) Nilai uang yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagai mana yang diatur dalam undang undang perbankan.

Sistem tersebut diselenggarakan baik dari bank ataupun lembaga keuangan non-bank seperti, Doku, Sakuku BCA, Go-Pay, T-cash, dan OVO yang merupakan beberapa contoh dari FinTech jenis ini.⁸

Manfaat dari adanya FinTech *payment* ini adalah:⁹

- a) Kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi. Dengan adanya *digital payments* akan memberikan kemudahan bertransaksi bagi konsumen .
- b) Pencatatan dan perencanaan keuangan yang mudah di record. Karena pada sistem semua akan tercatat *history* dari transaksi konsumen

Selain itu pada Fintech sekarang ini tidak menutup kemungkinan resiko yang ditimbulkan. Risiko pada penrapan *digital payments* ini adalah sebagai berikut:¹⁰

⁷ Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Eletronic Money*)

⁸ Marta Widian Sari, Andry Novrianto, *Kenali...!! Bisnis,,di Era Digital* “Financial Technology”, 56

⁹ Ni Luh Wiwik Sri Rahayu Ginantra, dkk, *Teknologi Finansial: Sistem Financial Berbasis Teknologi di Era Digital*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 9

¹⁰ Ni Luh Wiwik Sri Rahayu Ginantra, dkk, *Teknologi Finansial: Sistem Financial Berbasis Teknologi di Era Digital*, 9

- a) Kemungkinan kegagalan transaksi namun telah debit. Hal ini umumnya disebabkan oleh koneksi data dan sistem eror
 - b) Tindak kejahatan berupa pencurian dan penggunaan data konsumen. Penggunaan jaringan wifi pada tempat umum (*public*) sangat rentan terhadap pencurian data konsumen yang melakukan transaksi pada fasilitas umum ini yang biasanya dikenal dengan *cyber crime*. data yang diinput pada transaksi online dapat disalah gunakan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab seperti data kartu kredit pada pengisian data *online shop* yang dapat menimbulkan penyalahgunaan tanpa ijin konsumen.
- 2) *Crowdfunding* dan P2P
- Crowdfunding* merupakan tipe FinTech dimana sebuah konsep atau produk seperti desain, program, konten dan karya kreatif dipublikasikan secara umum dan bagi masyarakat yang tertarik dan ingin memberikan dukungan dapat menyalurkan dukungannya dalam bentuk finansial. *Crowdfunding* dapat digunakan untuk mengurangi kebutuhan finansial kewirausahaan dan memprediksi permintaan pasar¹¹
- Per-to-Per Lending* (P2P) merupakan *platform* yang mempertemukan pemberi pinjaman dan peminjam melalui internet. P2P memberikan mekanisme kredit dan manajemen resiko. *Platform* ini membantu pemberi pinjaman dan peminjam memenuhi kebutuhan masing-masing dan menghasilkan penggunaan uang secara efisien. Pada perkembangannya perusahaan *crowdfunding* ada juga yang berkombinasi dengan P2P *lending*
- Contoh FinTech dari jenis ini yaitu Modalku, Akseleran, Investree, dan juga Uang Teman.¹²
- 3) *Market Agregator Risk*
- Agregator ini memiliki fungsi yaitu untuk mengumpulkan berbagai informasi dari pasar yang dapat

¹¹ Miswan Ansori, "Perkembangan dan Dampak *Financial Technology* (*FinTeh*) Terhadap Industri Keuangan Syariah di Indonesia", *Jurnal Study Keislaman*, Vol. 5, NO.1 (2019), 37

¹² Miswan Ansori, "Perkembangan dan Dampak *Financial Technology* (*FinTeh*) Terhadap Industri Keuangan Syariah di Indonesia", 36-37

dimanfaatkan dari konsumen sesuai dengan kebutuhan. *Financial technology* dari jenis ini dapat memberikan perbandingan dari produk mulai dari harganya, kemudian fitur sampai manfaatnya. Layanan ini memutahkan *customer* untuk dapat mengambil sebuah keputusan secara lebih efisien jika dibandingkan ketika harus jika harus mencari informasi satu per satu secara terpisah. Contoh dari FinTech ini misalnya Cekaja, KreditGogo, Cermati dan lain-lain.¹³

4) *Investment Management*.

Layanan yang diberikan dari *financial technology* jenis ini dapat berupa sebuah perencanaan ataupun penasehat keuangan, asuransi atau *platform* perdagangan online. Apabila memiliki rencana keuangan layanan tersebut akan menjadi sangat penting dimana sebagai sarana edukasi. *Customer* juga akan dijelaskan mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan. Berkaitan dengan proses kemudian kelebihan dan juga keuangan, kualitas dan model investasi yang cocok dan tidak merugikan. Cara menggunakan layanan ini pun tergolong mudah, pengguna hanya perlu mengisi seluruh data yang diminta oleh aplikasi kemudian sistem pada aplikasi akan melakukan perhitungan dan memberikan perencanaan keuangan pada pengguna.¹⁴ Contoh dari *financial technology* jenis ini adalah Bareksa, Tanam Duit, Financialku, Cek Premi dan juga Raja Premi.¹⁵

b. Regulasi *Financial Technology* di Indonesia

Dasar hukum penyelenggaraan FinTech dalam sistem pembayaran di Indonesia yang dikeluarkan Bank Indonesia antara lain:

- 1) Peraturan BI No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.
- 2) Surat Edaran BI No. 18/22/DKSP perihal Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital.
- 3) Peraturan BI No. 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik

¹³ Marta Widian Sari, Andry Novrianto, *Kenali...!! Bisnis,,di Era Digital "Financial Technology"*, 58

¹⁴ Ni Luh Wiwik Sri Rahayu Ginantra, dkk, *Teknologi Finansial: Sistem Financial Berbasis Teknologi di Era Digital*, 18

¹⁵ Marta Widian Sari, Andry Novrianto, *Kenali...!! Bisnis,,di Era Digital "Financial Technology"*, 59

- 4) Peraturan BI No. 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan teknologi Financial.¹⁶

OJK pun berperan untuk mengawasi, mengatur industri FinTech dan melindungi nasabah dengan mengeluarkan aturan terbaru, yakni peraturan OJK No. 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital (IKD) di Sektor Jasa Keuangan. Sebelumnya OJK telah lebih dulu mengeluarkan POJK No. 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi.¹⁷

Sedangkan peraturan yang mengatur mengenai Financial teknologi syariah diantaranya:

- 1) Fatwa Dewa Syariah Nasional MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah.
- 2) Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 117/DSN-MUI/2017 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah.

2. **Financial Technology dalam Bisnis Syariah**

FinTech Syariah adalah kombinasi dari inovasi yang ada dalam bidang keuangan dan teknologi yang memudahkan proses transaksi dan investasi berdasarkan nilai-nilai syariah. Kesesuaian transaksi dalam FinTech syariah harus mematuhi aturan-aturan syariah, baik berupa rukun dan syarat dalam akad.¹⁸

a. Prinsip Keuangan Syariah

Adapun prinsip –prinsip dalam keuangan syariah meliputi:¹⁹

- 1) Keyakinan pada tuntutan ilahi. Dalam setiap aspek kehidupan setiap umat Islam harus mentaati perintah dari Allah SWT tidak hanya dalam hal keagamaan saja melainkan pada berbagai aspek kehidupan lainnya, termasuk dalam hal transaksi ekonomi dan keuangan.
- 2) Tidak ada Bunga. Dalam transaksi keuangan syariah tidak boleh adanya bunga dalam pinjaman dalam keuangan syariah pada pemberian pinjaman tidak

¹⁶ Bank Indonesia, “Financial technology”, 30November, 2020, <https://www.bi.go.id>

¹⁷ Marta Widian Sari, Andry Novrianto, *Kenali...! Bisnis,,di Era Digital “Financial Technology”*, 61

¹⁸ Agus Siswanto, dkk, *HRD Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 199

¹⁹ Budi rahman Hakim, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Aswajaya Pressindo, 2014), 175

dipungut bunga dari pinjaman melainkan dapat berbagi keuntungan dari pinjaman tersebut.

- 3) Tidak ada investasi haram. Dalam transaksi keuangan syariah, uang harus diinvestasikan pada tujuan yang baik. Tidak boleh menginvestasikan uang pada perusahaan yang memproduksi barang-barang haram dan dilarang oleh Islam.
- 4) Berbagi resiko dianjurkan. Berbagi resiko antar lembaga keuangan dan nasabah dianjurkan dalam transaksi bisnis dimaksudkan meningkatkan transparansi yang mendorong saling percaya dan kejujuran dalam bertransaksi antara lembaga dan nasabah. Hal ini juga dimaksudkan untuk mendorong distribusi resiko, laba dan rugi secara merata.
- 5) Pembiayaan dilakukan pada aset riil. Pembiayaan syariah hanya bisa mengikat seiring meningkatnya perekonomian riil, hal ini dimaksudkan untuk menangkal spekulasi dan ekspansi kredit yang berlebihan.

Selain memperhatikan mengenai prinsip keuangan syariah, transaksi dalam FinTech syariah harus menjauhi larangan-larangan Islam dalam bertransaksi diantaranya :²⁰

1) *Maisyr*

Merupakan transaksi memperoleh keuntungan secara untung-untungan atau dari kerugian pihak lain. Contoh transaksi maisyir dalam kehidupan sehari-hari adalah perjudian atau perlombaan memancing yang hadiahnya berdasar dari uang pendaftaran peserta.

2) *Gharar*

Merupakan muamalah yang memiliki ketidakjelasan dalam objek transaksinya. Seperti barang yang dijual tidak dapat diserahkan terimakan, tidak jelas jumlah, harga dan waktu pembayarannya

3) *Haram*

Tidak diperbolehkan melakukan transaksi atas benda atau hal-hal yang diharamkan. Sehingga tidak sah transaksi jual beli ketika objek jual belinya adalah khamr atau narkoba

4) *Riba*

²⁰ Daeng Naja, *Bekal Bankir Syariah*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 199

Pengertian riba dalam islam adalah tambahan dalam aktivitas hutang piutang dan jual beli. Terdapat berbagai macam riba dalam kehidupan sehari-hari seperti riba jahiliyah dan riba nasiah dalam transaksi perbankan konvensional.

5) *Bathil*

Transaksi bathil dalam muamala terlarang untuk dilakukan. Hal ini telah ditegaskan dalam Al-Quran surah An Nisa ayat 29-30

6) *Ihtikar*

Membeli barang dengan tujuan menimbunnya untuk dijual ketika harganya tinggi.

7) *Ghubhn*

Menaikkan harga barang untuk diperdagangkan melebihi harga umum

8) *Najasy*

Menaikkan harga barang supaya pembeli tertarik lantaran menduga barang yang mahal adalah barang yang baik atau berkualitas.

9) *Israf*

Melampaui batas atau berlebih lebih didalam membelanjakan harta melebihi batas kebutuhan

10) *Zhulm*

Berbuat zhalim dilarang oleh Islam dalam segala aspek kehidupan termasuk muamalah

11) *Ghasahab*

Mengambil hak orang lain secara terang-terangan, berbeda dengan pencurian yang dilakukan secara sembunyi-sembunyi.

b. Akad dalam keuangan syariah

Pada pasal 21 pertaturan Mahkamah Agung No.2 Tahun 2008 tentang Kompilasi Hukum ekonomi Syariah disebutkan bahwa akad dilakukan berdasarkan asas yaitu:²¹

- 1) Sukarela, setiap akad dilakukan atas kehendak para pihak, terhindar dari keterpaksaan karena tertekan oleh salah satu pihak.
- 2) Amanah, setiap akad wajib dilaksanakan oleh setiap pihak sesuai dengan kesepakatan yang ditetapkan oleh

²¹ Raden Ani Eko Wahyuni, “Perkembangan Ekonomi Islam di Indonesia Melalui Penyelenggaraan Fintech Syariah”, *Jurnal Kajian Hukum Islam*, Vol.4 No.2, 2019, 190

yang bersangkutan saat yang sama terhindar dari cidera janji.

- 3) Kehati-hatian, setiap akad dilakukan dengan pertimbangan yang matang dan dilaksanakan secara tepat dan cermat.
 - 4) Tidak berubah, setiap akad dengan tujuan yang jelas dengan perhitungan yang cermat.
 - 5) Saling menguntungkan, setiap akad dilakukan untuk memenuhi kepentingan para pihak sehingga mencegah dari praktik spekulasi
 - 6) Kesetaraan, para pihak dalam akad memiliki kedudukan yang setara dan memiliki hak dan kewajiban yang seimbang.
 - 7) Transparansi
 - 8) Kemampuan, setiap akad dilakukan sesuai dengan kemampuan para pihak sehingga tidak menjadi beban yang berlebihan bagi yang bersangkutan.
 - 9) Kemudahan, setiap akad dilakukan dengan cara saling memberi kemudahan kepada masing-masing pihak untuk dapat melaksanakan sesuai kemampuannya.
 - 10) Itikad baik, akad dilaksanakan dalam rangka menegakkan kemaslahatan, tidak mengandung unsur jebakan dan kejahatan lainnya.
 - 11) Sebab yang halal, tidak bertentangan dengan hukum, tidak dilarang oleh hukum dan tidak haram.
- c. Penerapan Ekonomi Islam dalam *Financial Technology Syariah*

Layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah adalah penyelenggaraan layanan jasa keuangan berdasarkan prinsip syariah yang mempertemukan atau menghubungkan pemberi pembiayaan dan penerima pembiayaan dalam rangka melakukan akad pembiayaan melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet.²² Dalam layanan pembiayaan berbasis

²² Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi berdasarkan Prinsip Syariah

teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah, para pihak wajib mematuhi pedoman umum sebagai berikut:²³

- 1) Penyelenggara layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah. Antara lain terhindar dari *riba*, *ghara*, *maysir*, *tadlis*, *dharar*, *zhulm* dan haram
- 2) Akad baku yang dibuat penyelenggara wajib memenuhi prinsip keseimbangan, keadilan dan kewajaran sesuai syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 3) Akad yang digunakan oleh para pihak dalam penyelenggaraan layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi dapat berupa akad-akad yang selaras dengan karakteristik layanan pembiayaan, antara lain akad *al bai'*, *ijarah*, *mudharabah*, *musyarakah*, *wakalah*, *bai' al ujah* dan *qardhi*
- 4) Penggunaan tandatangan elektronik dalam sertifikat elektronik yang dilaksanakan oleh penyelenggara wajib dilaksanakan dengan syarat terjamin validitas dan autentikasinya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 5) Penyelenggara boleh menyelenggarakan biaya (*ujrah*) berdasarkan prinsip *ijarah* atas penyediaan sistem dan sarana prasarana penyelenggaraan layanan keuangan berbasis digital.
- 6) Jika informasi pembiayaan atau jasa yang ditawarkan melalui media elektronik atau diungkapkan dalam dokumen elektronik berbeda dengan kenyataannya maka pihak yang dirugikan memiliki hak untuk menindak lanjuti transaksi

Kemudian berkaitan dengan uang elektronik, Majelis Ulama Indonesia mendefinisikan uang elektronik (*e-money*) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur berikut:²⁴

- 1) Diterbitkan atas dasar jumlah nominal uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.

²³ Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi berdasarkan Prinsip Syariah

²⁴ Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah

- 2) Jumlah nominal uang disimpan secara elektronik dalam suatu media yang teregistrasi.
- 3) Jumlah nominal uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana yang dimaksud oleh undang-undang yang mengatur mengenai perbankan
- 4) Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit dari uang elektronik tersebut.

Dalam penyelenggaraan uang elektronik dapat mengenakan biaya layanan/fasilitas uang elektronik kepada pemegang dengan ketentuan sebagai berikut:²⁵

- 1) Biaya-biaya layanan fasilitas harus berupa biaya riil untuk mendukung proses kelancaran penyelenggara uang elektronik
- 2) Pengenaan biaya-biaya layanan fasilitas harus disampaikan kepada pemegang kartu secara benar sesuai syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3. Generasi Z

Menurut Hansen dan Leuty menyatakan bahwa generasi adalah sekelompok individu yang berbagi pengalaman kerja atau pengalaman hidup yang sama. Generasi adalah sekelompok individu yang lahir pada kurun waktu tertentu dan mengalami peristiwa perkembangan serta perubahan sejarah di era yang sama.²⁶

Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1996-2010 . generasi ini istimewa karena sejak lahir sudah mengenal perkembangan teknologi yang canggih serta dibesarkan di era digital dengan segala konsekuensinya. Generasi Z (disebut juga *i-generation* , generasi net atau generasi internet) terlahir dari generasi X dan generasi Y. mereka adalah *digital natives*, sebutan populer untuk generasi yang lahir setelah era 90-an yang sudah mengenal media elektronik dan digital sejak lahir. Generasi *digital natives* lebih banyak mengisi kehidupan dengan menggunakan computer, *video games*, *digital music players*, *video call*, dan

²⁵ Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah

²⁶ Dhika Nanda Kinanti, Elfritri Kurnia Erza, “Analisis Kebutuhan Generasi Z dalam Akses Informasi di Media Online”, *Shaut Al-Makatabah*, Vol.12, No. 1, 2020, 74

berbagai macam perangkat permainan yang diproduksi di abad digital.²⁷

Generasi Z menurut Elmore adalah generasi global pertama, dengan generasi ini juga memiliki kemampuan *multitasking* yang baik, lalu generasi ini dikatakan memiliki sindrom *Fear of Missing Out* (FOMO) yang artinya adalah mereka berusaha mendapatkan dan mengetahui semua informasi yang ada secara actual atau tepat waktu, memiliki kekhawatiran terhadap keterlambatan update informasi. Generasi Z terbiasa dengan akses informasi yang selalu cepat, cenderung tidak menghargai usaha dan menyukai hal-hal yang praktis.²⁸

Generasi ini termasuk cukup cerdas namun kurang bijaksana dalam menggunakan segala fasilitas teknologi informasi yang ada. Generasi Z tumbuh menjadi remaja hingga dewasa muda dengan orientasi teknologi. Internet menjadi bagian dalam kehidupan mereka. Kegiatan sehari-hari mereka sudah berbasis internet mulai dari kegiatan akademik, kegiatan bersosialisasi, hiburan hingga berbelanja dan sebagainya.²⁹

Generasi Z lahir pada lingkungan yang sudah terjamah oleh kemajuan teknologi digital sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan generasi ini. Pada situasi ini generasi Z tidak dapat lepas dari jangkauan teknologi dalam kesehariannya. Pada dasarnya individu yang lahir pada rentang tahun tersebut cenderung paham akan teknologi, percaya diri, ambisius, mengutamakan hasil, lebih suka bekerja dalam kelompok dan berusaha untuk mencapai keseimbangan kerja dengan kehidupan pribadinya. Generasi ini memiliki tingkat pendidikan, keberagaman, dan penggunaan teknologi yang sangat tinggi.³⁰

Generasi z juga merupakan generasi yang paling imajinatif dan memiliki gaya hidup yang tidak lepas dari internet. Menurut Lutungan, terdapat empat kunci karakter yang dimiliki generasi Z. generasi ini memiliki karakter konservatif, lebih

²⁷M. Nawa Syarif Fajar Sakti, *Santriducation 4.0*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2020), 41

²⁸ Dhika Nanda Kinanti, Elfritri Kurnia Erza, “Analisis Kebutuhan Generasi Z dalam Akses Informasi di Media Online”, 74

²⁹ Dhika Nanda Kinanti, Elfritri Kurnia Erza, “Analisis Kebutuhan Generasi Z dalam Akses Informasi di Media Online”, 74

³⁰ M. Nawa Syarif Fajar Sakti, *Santriducation 4.0*, 42

bertanggung jawab inovatif dan terbiasa dengan sumber teknologi tinggi dan informasi.³¹

a. Konservatif

Generasi Z memiliki ciri dapat mempertahankan tradisi yang baik dalam era modern karena sudah terbiasa mengenal teknologi sejak awal dari generasi sebelumnya sehingga terbiasa dengan perubahan.

b. Lebih bertanggung jawab

Karena sudah terbiasa dengan perubahan teknologi, generasi Z dapat memilah antara yang baik dan buruk. Namun hal ini tidak sepenuhnya benar, semua itu tetap melihat kondisi social dan psikologis masing-masing individu

c. Inovatif

Ketika melakukan pengembangan terhadap segala sesuatu, aspek yang sangat mendukung adalah sumber informasi yang luas dan mudah untuk dijangkau. Pada generasi Z ini memungkinkan untuk berpikir inovatif dalam mengembangkan segala sesuatu karena mereka kaya akan informasi

d. Terbiasa dengan sumber teknologi tinggi

Sejak kecil generasi ini sudah mulai mengenal dan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi yang tinggi. Karena itu, generasi Z sudah sangat melekat dengan teknologi yang berkembang dan terbiasa dengan perubahan teknologi yang cepat. Ini merupakan factor terbesar dalam mempengaruhi karakter diatas.

Generasi Z memiliki karakteristik yang hampir sama dengan generasi sebelumnya, yakni generasi Y . generasi Y adalah generasi transisi teknologi, sedangkan generasi Z merupakan generasi yang memanfaatkan penggunaan media social. Generasi *digital natives* ini lahir saat kemajuan teknologi dirasa benar-benar hebat dan tidak bias dihindarkan karena sudah menjadi kebutuhan. Sejak kecil mereka sudah mengenal gawai dari orang tuanya. Walau jarak kelahiran antara generasi Z dan generasi Y berdekatan namun ada beberapa perbedaan yang signifikan antara dua generasi ini;³²

a. Perbedaan dalam karakter dan kepribadian

³¹ M. Nawa Syarif Fajar Sakti, *Santriducation 4.0*, 42-43

³² Aditiya Febrianti, dkk, *Arus Metamorfosa Milenial*, (Kendal: CV. Ahmad Jaya Group, 2019), 29

Karakter kepribadian yang dimiliki generasi Y diantaranya:³³

- 1) Realistis
- 2) Disiplin
- 3) Penuh keinginan
- 4) Optimis
- 5) Memiliki rasa percaya diri yang baik
- 6) Suka dengan perbedaan
- 7) Memiliki rasa toleransi tinggi
- 8) Mempunyai kemampuan memanfaatkan teknologi dengan baik

Sedangkan karakter dan kepribadian yang dimiliki generasi Z diantaranya:³⁴

- 1) Keras kepala
- 2) Pragmatis
- 3) Penuh keinginan
- 4) Memiliki rasa percaya diri yang tinggi
- 5) Suka dengan perbedaan
- 6) Menginginkan hasil instan dan cepat
- 7) Suka menjadi pusat perhatian
- 8) Memiliki rasa toleransi yang tinggi

b. Perbedaan dalam pekerjaan

Generasi Y cenderung menyukai lingkungan pekerjaan yang selalu memberikan tantangan baru dan hubungan dengan rekan kerja yang baik. Generasi ini termasuk ke dalam pekerja keras, ambisius, *multitasking*, senang akan tantangan, giat dan rajin. Generasi Y biasanya akan senang jika hasil pekerjaannya bias diterima dan dihargai oleh orang lain. Manusia yang lahir pada generasi ini juga pekerja yang sangat mematuhi *deadline* dan selalu membentuk struktur yang jelas dalam bekerja.³⁵

Sedangkan generasi Z cenderung lebih memilih tempat kerja yang fleksibel, suasana kerja yang kreatif dan menyenangkan, banyak menyuguhkan tantangan baru, dan tidak dibatasi oleh struktur social yang kaku. Dengan adanya kemajuan teknologi yang pesat, membuat para generasi Z lebih senang membuka usaha sendiri, karena menurut mereka dengan membuka usaha sendiri akan membebaskan mereka dari aturan aturan yang mengikat. Generasi Z juga tidak

³³ Aditiya Febrianti, dkk, *Arus Metamorfosa Milenial*, 31

³⁴ Aditiya Febrianti, dkk, *Arus Metamorfosa Milenial*, 32

³⁵ Aditiya Febrianti, dkk, *Arus Metamorfosa Milenial*, 32

termasuk pekerja keras, dan juga tidak senang dikritik. Tapi para generasi Z ini senang jika mendapatkan pujian. Maka pujian tersebutlah yang akan membawa generasi Z bekerja lebih giat lagi.³⁶

4. Pengetahuan

Aristoteles mengungkapkan bahwa pada kodratnya manusia memiliki hasrat untuk mengetahui, sehingga kegiatan pengetahuan merupakan kegiatan untuk memenuhi kodrat manusia. Pengetahuan merupakan proses mempertanyakan sebuah realita oleh orang yang memiliki kesadaran. Pengetahuan merupakan hasil atau produk. Sementara epistemologi merupakan landasan untuk mendapatkan pengetahuan.³⁷

a. Hubungan Subjek dan Objek dalam Pengetahuan

Memahami hakikat pengetahuan membutuhkan pemahaman mengenai subjek dan objek mengenai sifat aktif dan pasif masing-masingnya. Pranakka membagi tiga pola dasar pengetahuan berdasarkan hubungan subjek dan objek dalam pengetahuan, yaitu sebagai berikut:³⁸

- 1) Pola pertama dikemukakan oleh kaum nominalis dan konseptualis yang menyatakan bahwa pengetahuan adalah objek, subjeknya hanya sebagai pemberi nama objek. Subjek menentukan konsep-konsep dari objek.
- 2) Pola yang kedua mengatakan bahwa antara subjek dan objek mengalami penyatuan, sehingga antara keduanya memiliki hubungan relasi instrinsik dimana pengetahuan lebih bersifat manunggal, subjek merupakan bagian dari objek dan objek adalah bagian dari subjek. Namun, kemanunggalan antara subjek dan objek tidak bersifat mutlak sempurna. Subjek memiliki daya untuk mengetahui yang berasal dari inderawi dan intelektualitas sedangkan objek memiliki daya untuk dirasakan dan dimengerti. Pengetahuan adalah pembauran antara daya yang dimiliki oleh subjek dan daya yang dimiliki oleh objek.

³⁶ Aditiya Febrianti, dkk, *Arus Metamorfosa Milenial*, 33-34

³⁷ Febri Yulika, *Epistemologi Minangkabau, Makna Pengetahuan dan Filsafat Minangkabau*, (Padang: ISIPP, 2017), 73

³⁸ Febri Yulika, *Epistemologi Minangkabau, Makna Pengetahuan dan Filsafat Minangkabau*, 73-74

- 3) Pola ketiga mengatakan bahwa pengetahuan terjadi dalam diri subjek. Objek hanya benda mati yang tidak memiliki arti apa-apa tanpa intelektualisme yang dimiliki oleh subjek. Sehingga yang menjadi pembentuk pengetahuan adalah daya atau kekuatan yang dimiliki oleh subjek.

Pengetahuan adalah sesuatu yang digunakan manusia untuk memahami dunia, yang dapat diubah ubah berdasarkan informasi yang diterima. Pengetahuan seseorang bisa berbeda dengan pengetahuan orang lain walaupun itu didasarkan pada informasi yang sama dan keadaan yang hadir dikarenakan persentuhan kita dengan suatu perkara. Dalam pengertian lain pengetahuan adalah berbagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan akal. Pengetahuan muncul ketikaseseorang menggunkan akal budinya untuk mengetahui benda atau kejadian tertentu yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya. Pengetahuan ini meliputi emosi, tradisi, ketrampilan, informasi, akidah dan pikiran-pikiran.³⁹

Pengetahuan yang dimiliki seseorang pada dasarnya berupa konsep-konsep. Konsep konsep ini diperoleh individu seagai hasil berinteraksi dengan lingkungan. Dengan konsep-konsep dapat disusun suatu prinsip yang dapat digunakan sebagai landasan dalam berpikir. Proses terbentuknya pengetahuan pada individu sangat ditentukan oleh struktur kognitifnya, yang berupa konsep-konsep yang ada dalam pikirannya. Dengan konsep-konsep yang ada tersebut, memungkinkan individu dapat memikirkan sesuatu dengan cara adaptasi (baik asimilasi maupun akomodasi), yang kemudian hasil-hasilnya disistematiskan dengan proses organisasi sehingga dihasilkan struktur baru. Melalui strktur ini akan dihasilkan pola perilaku yang nampak.⁴⁰

- b. Faktor-faktor yang memengaruhi pengetahuan⁴¹

- 1) Pendidikan, semakin tinggi pendidikan dan semakin banyak pelatihan-pelatihan yang diikuti tentu akan

³⁹ Bagaskoro, *Pengantar Teknologi Informatika dan Komuikasi Data*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 40

⁴⁰ Reviandari Widyatiningtyas, "Pembentukan Pengetahuan Sains, Teknologi dan Masyarakat", *Jurnal Pendidikan dan Budaya*, Vol. 1, No. 2, 29-30

⁴¹ Bagaskoro, *Pengantar Teknologi Informatika dan Komuikasi Data*, 42

mempengaruhi banyaknya atau luasnya pengetahuan seseorang.

- 2) Media, media-media yang memengaruhi pengetahuan seseorang adalah media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas.
 - 3) Informasi, banyak atau luasnya pengetahuan seseorang sangat dipengaruhi oleh seberapa banyak informasi yang dijumpainya dalam kehidupan sehari-hari dan juga yang diperleh dari data dan pengamatan terhadap kehidupan disekitarnya.
- c. Jenis-jenis Pengetahuan
- 1) Pengetahuan implisit.

Pengetahuan implisit merupakan pengetahuan yang tertanam dalam diri seseorang dalam bentuk pengalaman dan berisi faktor-faktor yang tidak bersifat nyata seperti keyakinan pribadi, prespektif, dan prinsip. Pengetahuan implisit seseorang biasanya sulit untuk ditransfer kepada orang lain baik secara tertulis ataupun lisan. Kemampuan berbahasa, mendesain, atau mengoperasikan mesin atau alat yang rumit membutuhkan pengetahuan yang tidak selalu bisa tampak secara eksplisit dan juga tidak sebegitu mudah untuk ditransferkan kepada orang lain.⁴²
 - 2) Pengetahuan eksplisit.

Pengetahuan eksplisit adalah pengetahuan yang telah didokumentasikan atau disimpan dalam wujud nyata berupa media atau semacamnya. Dia telah diartikulasikan kedalam bahasa formal dan bisa relatif mudah disebarkan secara luas. Informasi yang tersimpan di ensiklopedia (termasuk wikipedia) adalah contoh sempurna dari pengetahuan eksplisit.⁴³
 - 3) Pengetahuan empiris

Pengetahuan empiris adalah pengetahuan yang lebih menekankan pengamatan inderawi atau pengetahuan aposteriori. Pengetahuan empiris tersebut juga dapat berkembang menjadi pengetahuan deskriptif bila seseorang dapat mengukur dan menggambarkan segala

⁴² Bagaskoro, *Pengantar Teknologi Informatika dan Komunikasi Data*, 43

⁴³ Bagaskoro, *Pengantar Teknologi Informatika dan Komunikasi Data*, 44

ciri, sifat dan gejala yang adal dalam objek empiris tersebut.⁴⁴

4) Pengetahuan rasionalisme.

Pengetahuan rasionalisme merupakan pengetahuan yang diperoleh dari akal budi. Rasionalisme lebih menekankan pada pengetahuan yang bersifat apriori dan tidak menekankan pada pengalaman.⁴⁵

d. Fungsi Pengetahuan⁴⁶

- 1) Fungsi kontrol diri. Definisi kontrol diri adalah kemampuan indifidu untuk mengarahkan tingkah lakunya sendiri dan kemampuan untuk menekan dan menghambat dorongan yang ada.
- 2) Fungsi prediksi. Fungsi ini merupakan suatu teori itu harus dapat memprediksi, memerkirakan atau meramaikan terjadinya sesuatu atas dasar peristiwa sebelumnya.
- 3) Fungsi pengembangan. Yaitu fungsi yang senantiasa menciptakan lingkungan kondusif atau memfasilitasi diri dan lingkungannya melalui saling tukar informasi.
- 4) Fungsi Deskriptif. Kemampuan menggambarkan, melukiskan dan memaparkan suatu objek atau masalah secara runtun atau sistematis sehingga dapat dengan mudah dimengerti atau dipelajari orang lain.

5. Persepsi

Secara bahasa, Sobur menyatakan bahwa persepsi atau dalam bahasa inggris *perception* berasal dari bahasaa latin *perceptio* dari *percipere* yang artinya menerima atau mengambil. Para ahli banyak mengartikan dari kata persepsi itu sendiri diantaranya; Gerungan menyatakan bahwa yang dimaksud persepsi adalah kecakapan untuk cepat melihat dan memahami perasaan-perasaan, sikap-sikap dan kebutuhan-kebutuhan anggota kelompok.⁴⁷

⁴⁴ Bagaskoro, *Pengantar Teknologi Informatika dan Komuikasi Data*, 44

⁴⁵ Bagaskoro, *Pengantar Teknologi Informatika dan Komuikasi Data*, 44

⁴⁶ Bagaskoro, *Pengantar Teknologi Informatika dan Komuikasi Data*, 45

⁴⁷ Onan Marakali Siregar, dkk, *Persepsi Masyarakat Terhadap bank Syariah*, (Medan: Puspantara, 2020), 11

Nitisusastro menjelaskan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi dimana sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi juga dapat didefinisikan sebagai tanggapan yang cepat dari indra penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Dengan adanya itu semua maka persepsi akan timbul.⁴⁸

Suryani menggambarkan bahwa pemahaman terhadap persepsi dan proses yang terkait dalam persepsi sangat penting bagi pemasar dalam upaya membentuk persepsi yang tepat. Terbentuknya persepsi yang tepat pada konsumen akan menimbulkan mereka mempunyai kesan dan memberikan penilaian yang tepat. Atas dasar persepsi inilah akhirnya konsumen tertarik untuk membeli.⁴⁹

Dari beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi merupakan bentuk reaksi dari rangsangan pada panca indra yang pada akhirnya persepsi ini juga akan mempengaruhi bagaimana orang tersebut akan bersikap ataupun mengambil keputusan.

a. Syarat terjadinya persepsi⁵⁰

- 1) Adanya objek : Stimulus berasal dari luar individu (langsung mengenai alat indera atau reseptor) dan dari dalam diri individu (langsung mengenai syaraf sensoris yang bekerja sebagai reseptor).
- 2) Adanya perhatian sebagai langkah pertama untuk mengadakan persepsi.
- 3) Adanya alat indera sebagai reseptor penerima stimulus.
- 4) Syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus ke otak (pusat syaraf atau pusat kesadaran). Dari otak dibawa melalui syaraf motoris sebagai alat untuk mengadakan respons.

b. Macam-macam persepsi
Ada duamacam persepsi yaitu:⁵¹

⁴⁸ Onan Marakali Siregar, dkk, *Persepsi Masyarakat Terhadap bank Syariah*, 11

⁴⁹ Onan Marakali Siregar, dkk, *Persepsi Masyarakat Terhadap bank Syariah*, 12

⁵⁰ Sunaryo, *Psikologi untuk Keperawatan*, (Jakarta: EGC, 2004), 98

⁵¹ Sunaryo, *Psikologi untuk Keperawatan*, 94

- 1) *External perception* : yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsang yang datang dari luar individu.
- 2) *Self-perception* : yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsang dari dalam diri individu. Dalam hal ini yang menjadi objek adalah dirinya sendiri.

Sedangkan hal-hal yang berhubungan dengan persepsi atau komponen dari persepsi antara lain:⁵²

- 1) Penginderaan (sensasi), penginderaan dapat ditangkap melalui alat-alat indera.
 - 2) Atensi dalam proses persepsi. Atensi sangat tidak terhindarkan sebab sebelum seseorang memberikan respon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, orang tersebut terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Dalam hal ini rangsangan yang menarik perhatian seseorang akan dianggap lebih penting oleh orang tersebut daripada rangsangan yang tidak menarik perhatiannya.
 - 3) Interpretasi. Pesan yang diperoleh seseorang melalui salah satu atau lebih indera orang tersebut merupakan tahap terpenting dalam proses persepsi. Namun tidak semua pesan atau rangsangan yang ditangkap oleh seseorang akan diinterpretasikan semuanya oleh orang tersebut, karena berbagai alasan anatara lain; tidak sesuai dengan kepentingannya, keterbatasan kemampuan panca indera dalam menangkap rangsangan yang terlampau banyak dalam waktu yang sama, dan tidak semua rangsangan memiliki daya tarik pada orang tersebut.
- c. Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi

Sobur berpendapat bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi seleksi rangsangan terhadap persepsi, yaitu faktor internal dan eksternal:⁵³

- 1) Faktor *intern* yang memengaruhi persepsi
 - a) Kebutuhan Psikologis

Kebutuhan psikologis seseorang mempengaruhi persepsinya. terkadang ada hal yang “terlihat” (yang

⁵² Said Keliwar, Anton Nurcahyo, “Motivasi dan Persepsi Pengunjung Terhadap Objek Wisata Desa Budaya Pampang di Samarinda”, *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, Vol. 12, No. 2, 17

⁵³ Onan Marakali Siregar, dkk, *Persepsi Masyarakat Terhadap bank Syariah*, 14-16

sebenarnya tidak ada) karena kebutuhan psikologis seseorang

b) Latar Belakang

Latar belakang mempengaruhi hal-hal yang dipilih dalam persepsi, orang dengan latar belakang tertentu mencari orang-orang dengan latar belakang yang sama dan mengikuti dimensi tertentu yang serupa dengan mereka

c) Pengalaman

Pengalaman mempersiapkan seseorang untuk mencari orang-orang, hal-hal dan gejala-gejala yang mungkin akan menyeleksi orang ini untuk persepsi tertentu.

d) Kepribadian

Kepribadian juga mempengaruhi persepsi. Seorang yang *introvert* mungkin akan tertarik dengan orang-orang yang serupa atau sama sekali berbeda.

e) Sikap dan Kepercayaan Umum

f) Penerimaan Diri

Penerimaan diri merupakan sifat yang sangat penting dalam mempengaruhi persepsi. Orang-orang yang ikhlas cenderung akan lebih mudah menyerap sesuatu daripada orang yang tidak.

2) Faktor *ekstern* yang mempengaruhi persepsi

Menurut Pareek dalam Sobur beberapa hasil telaah tentang beberapa faktor yang dianggap penting pengaruhnya terhadap seleksi rangsangan ialah:⁵⁴

- a) Intensitas
- b) Ukuran
- c) Kontras
- d) Gerakan
- e) Ulangan
- f) Keakraban
- g) Sesuatu yang baru

Sedangkan menurut Krech menyebutkan faktor yang mempengaruhi seseorang dapat dikategorikan sebagai berikut.⁵⁵

⁵⁴ Onan Marakali Siregar, dkk, *Persepsi Masyarakat Terhadap bank Syariah*, 16-18

⁵⁵ Onan Marakali Siregar, dkk, *Persepsi Masyarakat Terhadap bank Syariah*, 18

- 1) *Frame of Refrence*, yaitu kerangka pegetahuan yang dimiliki yang dipengaruhi dari pendidikan, bacaan dan penelitian.
 - 2) *Frame of Experience*, yaitu berdasarkan pengalaman yang dialaminya yang tidak terlepas dari keadaan lingkungan di sekitarnya.
- d. Proses Pembentukan Persepsi

Devito (2013) menjelaskan bahwa proses pembentukan persepsi seseorang melalui lima tahap:⁵⁶

1) *Stimulation*

Tahap awal pembentukan persepsi terjadi ketika sistem indera manusia menerima rangsangan dari luar. Rangsangan tersebut seperti mendengar suara, melihat, mencium, merasakan, dan lain sebagainya. Kemudian ketika seseorang atau mengeluarkan tindakan dari rangsangan tadi, itulah yang disebut degan respon.

2) *Organization*

Pada tahap ini setiap informasi atau rangsangan perlu diatur (*organize*). Dalam prespektif marketing setelah individu menerima iklan sebagai sebuah stimuli individu tersebut akan memulai sebuah pengorganisasian. Dalam proses ini konsumen akan mengelompokkan, menghubungkan-hubungkan stimuli yang dilihatnya agar dapat diintrepetasikan, sehingga mempunyai makna. Dalam proses ini ada poin-poin yang dilakukan individu.

Pertama, gambar dan latar belakang (*figure and ground*). Agar stimuli dapat dengan mudah diterima dan diberi makna, konsumen akan menghubungkan dan mengkaitkan antara gambar dengan dasar, mengkaitkan antara apa dengan konteksnya, sehingga punya makna. Prinsip ini menyatakan bahwa objek yang ditanggapi muncul terpisah dari latar belakang umum objek tersebut.

Kedua, pengelompokkan (*grouping*). Dalam beberapa kasus kecenderungan konsumen atau dndividu ketika menerima stimuli akan melakukan pengelompokan objek stimuli yang mempunyai kemiripan. Dalam pengelompokan ini terdapat tiga

⁵⁶ Ascharisa Mettasatya Arfilina, Anisa Setya Arifina, *Buku Ajar Komunikasi Interpersonal*, (Magelang: Pustaka Rumah C1nta, 2020), 52-59

prinsip yang umumnya diterapkan oleh konsumen diantaranya:⁵⁷

- a) Prinsip keterdekatan, objek-objek yang memiliki keterdekatan cenderung dikelompokkan menjadi satu.
- b) Prinsip kesamaan.
- c) Prinsip kesinambungan, kecenderungan konsumen akan melihat hal-hal yang terputus atau masih sepotong akan menjadi satu kesatuan dengan yang lain.

Ketiga, kecenderungan untuk menyimpulkan. Menurut psikologi Gestalt, konsumen akan menanggapi stimuli iklan secara keseluruhan meskipun ada poin yang kurang sehingga terjadi ketidak utuhan stimuli yang diterima, sehingga konsumen akan menyimpulkan stimuli itu secara utuh agar dapat dipahami.

3) *Interpretation-evaluation*

Tahap ini sangat bergantung pada pengalaman, kebutuhan, keinginan, hingga kepercayaan seseorang. Interpretasi yang dilakukan oleh individu juga dipengaruhi oleh aturan, skema dan naskah dari gender seseorang.

4) *Memori*

Setelah stimulus diterima dan diproses oleh tahap 3 sebelumnya yang terjadi adalah menyimpan stimulus tadi dalam memori otak.

5) *Recall*

Perception recall adalah bagaimana seorang individu *me-recall* pengalaman yang telah terbentuk mengenai peristiwa lampau dan berusaha untuk memunculkan memori masa lalu itu kembali.

⁵⁷ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*, (Jogjakarta: Graha Ilmu, 2012), 102-111

B. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan
1.	Cindi Husna Pratiwi, Universitas Islam Negri Sumatra Utara, 2020	Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Pembiayaan <i>Financial Technology Peer to Peer</i> (P2P) Lending Syariah dan Pembiayaan Bank Umum Syariah di Indonesia	<p>Penelitian ini menunjukkan masyarakat yang melakukan pembiayaan baik Fintech syariah maupun Bank Umum Syariah sebagian besar secara umum memahami terkait pembiayaan yang dilakukan pada Fintech P2P Lending Syariah berbeda dengan pembiayaan yang dilakukan oleh Bank Umum syariah secara persentasi peningkatan pengembangan Fintech P2P menunjukkan perkembangan secara signifikan tetapi secara akumulatif, Bank Umum Syariah Menyediakan Akad, produk, mekanisme pembiayaan yang lebih besar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persamaan : sama-sama meneliti tentang persepsi tentang <i>financial technology</i>. • Perbedaan : penelitian yang akan peneliti lakukan hanya akan berfokus pada Fintech LinkAja Syariah bukan pada Bank Umum Syariah. Subjek penelitian sebelumnya adalah nasabah BTPN Surabaya, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan subjeknya adalah generasi Z.
2.	Nur Suci Romadliyah,	Persepsi, Preferensi, Sikap,	Penelitian ini menjelaskan bahwa persepsi responden

	Universitas Islam Negri Sunan Ampel, 2018	dan Perilaku Nasabah <i>Lower Class</i> tentang <i>Financial Technology</i> (Fintech) PT. BTPN Syariah Area Surabaya	terhadap <i>financial technology</i> berupa BTPN WOW cenderung lebih positif, preferensi 64% responden memilih menggunakan produk BTPN WOW lb dengan kecenderungan fitur jasa menilai bisnis. Sikap dari responden cenderung terbiasa menggunakan fitur yang ada di BTPN WOW. Persepsi, ppreferensi dan sikap responden cenderung positif. <ul style="list-style-type: none"> • Persamaan : sama-sama meneliti tentang persepsi tentang <i>financial technology syariah</i>.. • Perbedaan : penelitian sebelumnya juga meneliti tentang preferensi dan sikap sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan hanya berfokus pada persepsi saja.
3.	Olivia Winda Ony Panjahitan, Ani Mahrita, Kanti Rahayu, Vol. 14, No. 2, 2020, Jurnal Kompetensi	Persepsi dan Minat Generasi Z dalam Berkoperasi Guna Mendorong Keberlanjutan Koprasi (Studi pada CU Betang ASI)	Sebagian besar responden mempersepsikan koperasi sebagai organisasi yang ketinggalan zaman terlebih di era tekologi saat ini. Harapan wajah baru koperasi yang lebih profesional, terpercaya, modern dan berinovasi menjadi faktor pendorong minat generasi muda dalam berkoperasi. <ul style="list-style-type: none"> • Persamaan : sama-sama meneliti tentang persepsi generasi Z. • Perbedaan : pada

			penelitian terdahulu meneliti persepsi generasi Z tentang koperasi, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan meneliti persepsi generasi Z tentang <i>financial technology</i> Syariah
4.	Rahma, Tri Indah fadilah, Vol.3, No. 1, 2018, Jurnal Attawasuth	Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Fiancial Teknologi (Fintech)	Sikap masyarakat terhadap penggunaan Fintech, memberikan dukungan kepada kemajuan inovasi keuangan di indonesia yang sangat membantu masyarakat, sedangkan minat masyarakat untuk menggunakan <i>Financial Technology</i> (Fintech) sudah terbukti dari hasil wawancara 9 dari 10 responden sudah berminat menggunakannya <ul style="list-style-type: none"> • Persamaan : sama-sama meneliti persepsi tentang <i>financial technology</i> syariah • Perbedaan : penelitian terdahulu meneliti persepsimasyarakat kota Medan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti tentang persepsi generasi Z.

C. Kerangka Berpikir

Generasi Z merupakan generasi yang paling banyak menggunakan teknologi dan internet saat ini. Kedudukan generasi Z sebagai *digital native* tentunya memudahkan generasi ini mengoperasikan segala jenis teknologi termasuk *financial technology* atau fintech. karakteristik dari generasi ini juga berbeda dari generasi-generasi sebelumnya, mulai dari gaya hidup hingga keberadaan teknologi yang sudah tidak dapat dipisahkan lagi. Generasi Z juga

merupakan sasaran yang potensial bagi penggunaan Fintech mengingat di masa depan, generasi inilah yang akan memegang kuasa untuk pengambilan keputusan financial mereka sendiri.

Latar belakang penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengetahuan generasi Z tentang fintech dan fintech syariah LinkAja serta mendeskripsikan persepsi generasi Z tentang fintech LinkAja berdasarkan karakteristik yang mereka miliki. Setelah dilakukannya penelitian ini diharapkan adanya peningkatan pelayanan agar fintech syariah khususnya LinkAja dapat lebih diminati lagi oleh generasi Z Untuk lebih jelaskan digambarkan dalam bagan dibawah ini:

