



## Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dan Kaitannya dengan Inflasi dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Annisa<sup>1\*</sup>, Norbaiti<sup>2</sup>, Walinasifa<sup>3</sup>, Norkhadizah Makkiah<sup>4</sup>, Muhammad Iqbal Sanjaya<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>Institut Agama Islam Darul Ulum Kandangan, Indonesia

Email: \*[nisaasa43@gmail.com](mailto:nisaasa43@gmail.com)<sup>1</sup>, [baytityy@gmail.com](mailto:baytityy@gmail.com)<sup>2</sup>, [walinasifa6620@gmail.com](mailto:walinasifa6620@gmail.com)<sup>3</sup>, [nkm13604@gmail.com](mailto:nkm13604@gmail.com)<sup>4</sup>, [muhhammad.iqbalsanjaya89@gmail.com](mailto:muhhammad.iqbalsanjaya89@gmail.com)<sup>5</sup>

Korespondensi Penulis: [nisaasa43@gmail.com](mailto:nisaasa43@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to provide an overview of the consumption patterns of Generation Z and how they relate to inflation from an Islamic economics perspective. A library research strategy is used in this investigation. Information was gathered from a number of sources, such as books, journals, and other problem-related scientific resources. The results indicate that Gen Z's consumption habits could lead to demand-pull inflation, or an increase in inflation. Prices rise when the supply cannot keep up with the substantial increase in demand for products and services brought on by consumer behavior. When Gen Z consumes technology, fashion, entertainment, and food items all of which are frequently popular and seasonal this issue becomes more noticeable. Consumption is controlled in Islamic economics to avoid becoming wasteful (tabzir) or excessive (israf). Needs (maslahah), not only wants or carnal emotions, must be the basis for consumption. The primary remedy, according to Islamic economics, is to emphasize beneficial consumption, Islamic-based money management, and bolstering social and spiritual values in order to curb consumption and prevent detrimental effects on people or the economy.*

**Keywords:** *Consumptive Lifestyle, Generation Z, Inflation, Islamic Economics.*

**Abstrak.** Studi ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang pola konsumsi Generasi Z dan bagaimana mereka berhubungan dengan inflasi dari perspektif ekonomi Islam. Strategi penelitian pustaka digunakan dalam penelitian ini. Informasi dikumpulkan dari sejumlah sumber, seperti buku, jurnal, dan sumber ilmiah terkait masalah lainnya. Hasilnya menunjukkan bahwa kebiasaan konsumsi Gen Z dapat menyebabkan inflasi tarikan permintaan, atau peningkatan inflasi. Harga naik ketika pasokan tidak dapat mengimbangi peningkatan permintaan yang substansial untuk produk dan layanan yang disebabkan oleh perilaku konsumen. Ketika Gen Z mengonsumsi teknologi, mode, hiburan, dan makanan yang semuanya sering populer dan musiman, masalah ini menjadi lebih terlihat. Konsumsi dikendalikan dalam ekonomi Islam untuk menghindari pemborosan (tabzir) atau berlebihan (israf). Kebutuhan (maslahah), bukan hanya keinginan atau emosi duniawi, harus menjadi dasar konsumsi. Solusi utama, menurut ekonomi Islam, adalah menekankan konsumsi yang bermanfaat, pengelolaan uang berbasis Islam, dan memperkuat nilai-nilai sosial dan spiritual untuk mengekang konsumsi dan mencegah dampak buruk pada masyarakat atau ekonomi.

**Kata kunci:** *Gaya Hidup Konsumtif, Generasi Z, Inflasi, Ekonomi Syariah.*

### 1. PENDAHULUAN

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir dalam era digital dengan akses luas terhadap teknologi, informasi, dan layanan keuangan berbasis digital. Kemajuan teknologi ini telah membentuk pola konsumsi mereka yang cenderung lebih fleksibel, impulsif, dan berbasis pengalaman dibandingkan generasi sebelumnya. Tren seperti belanja online, penggunaan aplikasi keuangan digital, serta pengaruh media sosial dalam keputusan pembelian semakin memperkuat karakter konsumtif dalam gaya hidup Gen Z (Saren, 2025)

Perilaku konsumen Generasi Z dapat digambarkan sebagai segala sesuatu yang bersifat instan, tidak menghargai proses sebelum pencapaian tertentu terjadi, dan tidak disertai dengan persiapan keuangan yang matang. Hal ini dapat menyebabkan perilaku shopaholic yang dapat menyebabkan kerugian di masa mendatang. Mereka membeli suatu produk untuk memenuhi gaya hidup dan aspirasi mereka, bukan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Di kalangan anak muda yang sebagian besarnya adalah Generasi Z, perilaku seperti ini sangat umum terjadi. Mereka terus-menerus membeli dan menggunakan produk baru yang sedang tren karena ingin menjadi seperti yang mereka lihat di TV, majalah, atau media daring lainnya. Selain itu, hadirnya toko daring di era digital saat ini memudahkan transaksi, sehingga Generasi Z dapat memperoleh barang yang mereka inginkan dengan lebih mudah hanya dengan menggunakan ponsel pintar di tangan mereka. Layanan e-commerce digunakan untuk melakukan pembelian barang. (Khoiriyah, 2021)

Kecenderungan orang atau kelompok untuk terus menerus mengonsumsi barang dan jasa tanpa memperhitungkan keterbatasan sumber daya yang dimilikinya dikenal sebagai gaya hidup konsumtif. Gaya hidup ini sering kali disebabkan oleh budaya konsumsi yang mendorong pembelian barang-barang mewah, pengeluaran yang lebih besar untuk hiburan, makan, dan rekreasi, serta kebutuhan untuk terus tampil bergaya. Manusia dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan dan keinginannya sebagai akibat dari munculnya era yang lebih kontemporer dan praktis. Dari generasi teratas hingga generasi Z, semua tentunya sudah merasakan kemudahan ini. Namun sangat disayangkan, dibalik kemudahan tersebut ternyata memiliki habiskan uang lebih banyak untuk barang-barang yang mungkin tidak selalu diperlukan, ini dapat mendorong kenaikan harga dan inflasi yang tidak terkendali (Dika, 2023)

Kecenderungan kenaikan harga yang terus-menerus pada berbagai tingkat harga umum dikenal sebagai inflasi. Dengan demikian, jika suatu situasi memenuhi tiga persyaratan tingkat harga umum, kecenderungan meningkat, dan kontinuitas maka situasi tersebut dianggap inflasioner. Dalam bidang ekonomi, inflasi berdampak buruk pada daya beli dan tingkat kesejahteraan masyarakat secara umum. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa inflasi dapat menyebabkan produktivitas dan efisiensi ekonomi yang buruk, investasi, biaya modal yang lebih tinggi, serta biaya dan pendapatan masa depan yang tidak pasti (Awaluddin, 2017)

Berdasarkan Uraian diatas, maka penulisan artikel ini bertujuan untuk mengetahui “Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z Dan Kaitannya Dengan Inflasi Dalam Perspektif Ekonomi Syariah”

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Gaya Hidup Konsumtif**

Istilah gaya hidup dan perilaku konsumtif digabungkan untuk membentuk istilah gaya hidup konsumtif. Andrian dkk. mendefinisikan gaya hidup sebagai pola perilaku yang membedakan satu orang dengan orang lain. Perilaku, seperti tindakan yang diambil untuk memperoleh atau memanfaatkan produk dan layanan, dapat mengungkapkan gaya hidup seseorang. Gaya hidup seseorang juga dapat didefinisikan berdasarkan bagaimana mereka menghabiskan waktu dan uang mereka (Andrian et al., 2022). Perilaku konsumtif, di sisi lain, adalah ketika seseorang membeli sesuatu karena keinginan yang tidak logis daripada atas dasar penalaran rasional (Ledy Afista et al., 2024)

Salah satu fenomena sosiologis yang menggambarkan kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian impulsif disebut gaya hidup konsumen. Perilaku impulsif dapat berupa pembelian berlebihan yang dilakukan tanpa berpikir panjang atau pembelian produk yang dilakukan secara spontan. Ketertarikan pada unsur-unsur seperti keunikan produk, biaya yang wajar, dan insentif menarik lainnya yang ditawarkan oleh produsen sering kali memicu perilaku pembelian impulsif. Pembelian impulsif dicirikan oleh perilaku yang tiba-tiba, keinginan dan hasrat yang kuat, ketekunan, kegembiraan, reaksi terhadap rangsangan, dan kegagalan untuk mengevaluasi atau memperhitungkan konsekuensinya. Secara umum, pembelian dilakukan di luar kebutuhan dasar mereka sendiri dan kurang pemikiran rasional. Pemborosan dapat menjadi elemen perilaku konsumtif yang muncul pada masyarakat, khususnya dalam konteks ini adalah generasi Z (Putri & Komalasari, 2023)

### **Generasi Z**

Generasi yang lahir setelah Generasi Y dikenal sebagai Generasi Z (Generasi Z). Berdasarkan sensus penduduk tahun 2020, 27,94% dari 270,2 juta penduduk Indonesia merupakan anggota Generasi Z (Badan Pusat Statistik, 2021). Generasi Z lahir pada tahun 1997 hingga tahun 2012 yang saat ini berusia 12 hingga 27 tahun. Kecenderungan hidup dalam era “serba instan” menjadi salah satu ciri khas dari generasi Z. Mereka terbiasa dengan kemudahan akses informasi dan pemenuhan kebutuhan hanya dalam hitungan detik. Hal ini dikarenakan sejak lahir mereka terbiasa dengan kemajuan teknologi dan tumbuh beriringan dengan perkembangan teknologi secara alami. Oleh karenanya, generasi Z sering dianggap lebih unggul dalam pemahaman dan penguasaan teknologi dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Khikam Ali Majid et al., 2024).

### **Inflasi dalam Perspektif Ekonomi Syariah**

Inflasi sering diartikan sebagai kenaikan harga rata-rata produk, komoditas, dan jasa dalam kurun waktu tertentu (Hariyanto, 2019). Sebaliknya, Sukirno dalam (Huda, 2008) berpendapat bahwa inflasi adalah kenaikan harga barang dan jasa yang disebabkan oleh peningkatan permintaan yang lebih besar daripada penawaran. Ekonomi Islam memandang inflasi sebagai fenomena moneter yang sangat merugikan perekonomian karena mengganggu cara kerja uang, termasuk simpanan, pembayaran di muka, dan unit perhitungan (Parakassi, 2017).

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan strategi penelitian kepustakaan. Proses pengumpulan, evaluasi, pengolahan, dan penyajian buku, jurnal, dan teks yang berkaitan dengan topik penelitian sebagai bahan referensi dalam bentuk laporan kepustakaan dilakukan dalam penelitian kepustakaan ini (Zed, 2008). Data dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk jurnal, buku, dan perpustakaan ilmiah lainnya yang relevan dengan masalah tersebut. Sumber (<https://scholargoogle.com>) digunakan untuk mencari data berupa jurnal dan buku. Pencarian dibatasi pada satu sumber karena Google Scholar menyediakan semua sumber jurnal ilmiah, publikasi ilmiah dari para ahli di bidangnya, serta jurnal berbahasa Inggris dan Indonesia yang relevan dengan tema penelitian. Istilah pencarian Google Scholar adalah "Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dan Kaitannya dengan Inflasi dalam Perspektif Ekonomi Islam". Informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber kemudian dikompilasi menjadi satu dokumen dan dilakukan analisis isi. Langkah-langkah metode ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan akhir (Sugiyono, 2020).

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Konsep Inflasi dalam Ekonomi Islam**

Salah satu tanda kenaikan harga produk yang meluas dan berkelanjutan adalah inflasi. Ini tidak berarti bahwa harga berbagai barang naik dalam proporsi yang sama. Kenaikan harga mungkin tidak terjadi pada waktu yang bersamaan. Selama rentang waktu tertentu, harga barang umumnya naik secara stabil. Bahkan dengan persentase yang relatif tinggi, kenaikan satu kali bukanlah inflasi. Tingkat inflasi berbeda tidak hanya antarnegara tetapi juga antarperiode waktu. Banyak faktor yang berkontribusi terhadap masalah kenaikan harga yang berlaku. Di negara-negara industri, salah satu atau kedua masalah berikut biasanya menjadi penyebab inflasi: Yang pertama adalah jumlah total pengeluaran yang melampaui kapasitas

bisnis untuk menghasilkan barang dan jasa. Kedua, kenaikan gaji dituntut oleh pekerja dalam berbagai kegiatan ekonomi ((Parakassi, 2017). Karena mata uang dinar dan dirham stabil, inflasi bukanlah masalah ekonomi keseluruhan yang signifikan dalam ekonomi Islam. Meskipun sangat tidak mungkin, penurunan nilai dinar mungkin masih terjadi jika harga emas yang menopang nilai nominalnya turun, misalnya, sebagai akibat dari penemuan cadangan emas yang substansial.

Al-Maqrizi dalam (Awaluddin, 2017) menyatakan bahwa inflasi dibagi menjadi dua kategori berdasarkan penyebabnya: inflasi yang disebabkan oleh kesalahan manusia dan inflasi yang disebabkan oleh kekuatan alam.

a. Inflasi Alamiah

Inflasi jenis ini, seperti namanya, disebabkan oleh sejumlah sebab alamiah yang tidak dapat dihindari. Bencana alam menyebabkan gagal panen bagi berbagai komoditas dan produk pertanian lainnya, yang secara drastis mengurangi ketersediaannya dan menyebabkan kelangkaan, menurut Al-Maqrizi. Di sisi lain, permintaan terhadap komoditas ini meningkat karena perannya yang sangat penting dalam kehidupan. Harga naik jauh di atas kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kenaikan harga berbagai barang dan jasa lainnya akan sangat terpengaruh oleh hal ini. Transaksi ekonomi menjadi terhambat atau bahkan berhenti total sebagai akibatnya, yang pada akhirnya menyebabkan kelaparan, wabah penyakit, dan kematian massal. Masyarakat harus menekan pemerintah agar segera bertindak mengatasi keadaan mereka yang semakin memburuk. Untuk memulihkan keadaan dari bencana, pemerintah mengeluarkan banyak uang, yang menyebabkan kas negara menyusut drastis karena pemerintah tidak memperoleh banyak pendapatan.

b. Inflasi Karena Kesalahan Manusia

Al-Maqrizi menambahkan bahwa selain faktor alam, faktor kesalahan manusia juga dapat menyebabkan inflasi. Ia telah menetapkan bahwa tiga faktor korupsi dan manajemen yang tidak memadai, pajak yang tinggi, dan meningkatnya penggunaan mata uang fulus bertanggung jawab atas inflasi jenis kedua ini.

c. Korupsi dan Administrasi yang Buruk.

Menurut Al-Maqrizi, pengangkatan pejabat pemerintah melalui suap dan bukan berdasarkan prestasi akan menempatkan orang-orang yang tidak dapat dipercaya pada posisi-posisi yang terhormat dan penting di lembaga legislatif, yudikatif, dan eksekutif. Demi memperoleh posisi yang diinginkan dan memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka

sebagai pejabat, mereka rela menggadaikan seluruh harta benda mereka sebagai pembayaran.

d. Pajak Yang Berlebihan

Al-Maqrizi mengklaim bahwa ketika pejabat yang tidak jujur mendominasi pemerintahan, pengeluaran negara meningkat secara signifikan. Mereka membalas dengan memberlakukan sistem pajak yang menindas rakyat dengan menaikkan tarif pajak yang ada dan memberlakukan banyak pajak baru.

Inflasi mengganggu fungsi uang, khususnya fungsi tabungan, fungsi pembayaran di muka, dan fungsi unit hitung. Itulah sebabnya para ekonom Islam percaya bahwa inflasi memiliki dampak yang sangat negatif terhadap perekonomian. Inflasi mengikis semangat menabung dan sikap masyarakat terhadap menabung. Inflasi membuat orang cenderung membeli barang mewah dan barang-barang yang tidak primer. Inflasi mengalihkan investasi dari usaha-usaha produktif seperti pertanian, peternakan, pertambangan, industri, perdagangan, transportasi, dan jasa, dan mengarah ke usaha-usaha yang tidak produktif seperti pengumpulan kekayaan melalui tanah, bangunan, logam mulia, dan uang asing (Parakassi, 2017)

### **Gaya Hidup Konsumtif Gen Z dan kaitannya dengan Inflasi dalam perspektif Ekonomi Syariah**

Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang lahir dalam era digital dan tumbuh dengan akses luas terhadap teknologi, media sosial, dan ekonomi berbasis digital. Faktor-faktor ini telah memengaruhi pola konsumsi mereka, menciptakan fenomena gaya hidup konsumtif yang unik dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Media sosial memainkan peran sentral dalam membentuk preferensi konsumsi Gen Z. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi tempat utama bagi influencer dan brand untuk mempromosikan produk, gaya hidup, dan tren terbaru. FOMO (Fear of Missing Out) sering kali mendorong Gen Z untuk mengikuti tren konsumsi, baik dalam fashion, teknologi, maupun hiburan. Berkembangnya ecommerce dan layanan keuangan digital telah mengubah cara Gen Z berbelanja.

Dengan adanya fitur Buy Now, Pay Later (BNPL) dan berbagai metode pembayaran digital, mereka cenderung melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan efek jangka panjang terhadap keuangan mereka. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang lebih berorientasi pada kepemilikan barang, Gen Z lebih menghargai pengalaman seperti perjalanan, konser, dan acara sosial. Konsumsi mereka lebih fokus pada menciptakan momen dan berbagi pengalaman melalui media sosial, sering kali dengan biaya yang tinggi. Banyak Gen Z yang terdorong untuk menunjukkan status sosial melalui pembelian barang bermerek, gadget

terbaru, atau produk eksklusif. Tren seperti hype culture dan koleksi fashion edisi terbatas semakin memicu gaya hidup konsumtif (Saren, 2025)

Budaya konsumtif yang berkembang di masyarakat saat ini, baik di tingkat lokal maupun global, memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap perekonomian daerah, khususnya dalam konteks inflasi. Dalam ekonomi konvensional, inflasi biasanya dilihat hanya sebagai gejala ekonomi yang dapat diatasi dengan instrumen moneter dan fiskal. Namun dalam ekonomi Islam, inflasi bukan sekadar peristiwa angka, melainkan juga terkait dengan keadilan distribusi dan keberkahan harta. Islam mendorong sistem ekonomi yang mencegah akumulasi kekayaan hanya pada golongan tertentu. Maka dari itu, inflasi juga dapat menjadi cerminan dari ketimpangan dalam sistem ekonomi (Angellyta et al., 2025).

Kebiasaan Generasi Z yang cenderung berbelanja tanpa mempertimbangkan kebutuhan produktif dapat mendorong terjadinya inflasi, yang pada akhirnya mempengaruhi stabilitas ekonomi. Dalam beberapa tahun terakhir, masyarakat semakin terpapar dengan budaya berbelanja yang tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan dasar, tetapi juga oleh tren gaya hidup.

Kegiatan ekonomi non-produktif seperti membeli barang-barang konsumtif yang tidak memberikan dampak langsung terhadap peningkatan produksi dapat berisiko menambah tekanan terhadap ekonomi. Masyarakat yang lebih banyak menghabiskan uang untuk barang-barang non-produktif ini, seperti gadget, pakaian, atau barang hiasan rumah, tanpa ada nilai tambah yang bisa memperkuat ekonomi lokal, dapat menyebabkan terjadinya ketidakseimbangan antara konsumsi dan produksi. Inflasi terjadi karena adanya peningkatan permintaan yang tidak seimbang dengan jumlah barang yang cukup di pasar. Ini adalah salah satu dampak dari budaya konsumtif yang berkembang di masyarakat.

#### 1. Utang Konsumtif

Untuk memenuhi gaya hidup konsumen, banyak orang cenderung berutang, seperti pinjaman kartu kredit atau kredit konsumen. Suku bunga yang terlalu tinggi pada pinjaman ini dapat mendorong pengeluaran tambahan, yang juga memengaruhi inflasi.

#### 2. Impor Barang Mewah

Barang mewah dari luar negeri mungkin juga diimpor sebagai akibat dari gaya hidup konsumen. Negara akan membelanjakan lebih banyak mata uang asing ketika membeli banyak barang impor, yang dapat menurunkan nilai mata uang lokal dan menyebabkan inflasi.

Oleh karena itu, penting bagi individu dan masyarakat secara keseluruhan untuk mempertimbangkan dampak gaya hidup konsumen mereka terhadap ekonomi dan menemukan

keseimbangan yang sehat antara mode, teknologi, atau rekreasi. Ketika banyak orang melakukan pengeluaran besar, hal ini dapat mendorong laju inflasi secara keseluruhan (Dika, 2023)

Konsumsi dikendalikan dalam ekonomi Islam untuk menghindari pemborosan (*tabzir*) atau pemborosan (*israf*). Menurut prinsip-prinsip Islam, orang harus selalu mengonsumsi makanan yang halal dan kethayyiban untuk menjaga kesejahteraan fisik dan spiritual mereka. Ini berarti bahwa umat Islam khususnya harus menghindari sikap *israf* dan *tabdzir* ketika menggunakan pendapatan mereka untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka (Medias, 2018). Mengenai *tabzir*, atau pemborosan uang tanpa tujuan. Sebagai saudara setan, Al-Qur'an mengecam sikap berlebihan dan *tabzir* (pemborosan). Al-Qur'an, di sisi lain, memuji dan menyanjung kebajikan orang-orang yang menjalani gaya hidup sederhana dan bersahaja.

Konsumsi harus didasarkan pada kebutuhan (*masalahah*), bukan sekadar keinginan atau dorongan nafsu. Prinsip syariah menekankan: (Rahma Meirizka Syafa Utami, 2025)

- Mengutamakan kebutuhan dibanding keinginan, serta memastikan setiap pengeluaran memberi manfaat maksimal dan sejalan dengan prinsip syariah
- Meningkatkan literasi keuangan syariah agar Gen Z mampu mengelola pengeluaran dan investasi secara bijak, serta menghindari utang konsumtif berbasis riba
- Menanamkan nilai *qanaah* (merasa cukup) dan kesadaran untuk mengatur konsumsi sesuai dengan manfaat dunia dan akhirat, bukan sekadar mengikuti tren atau tekanan sosial
- Menghindari perilaku konsumtif yang didorong oleh FOMO, dengan memperkuat literasi keuangan syariah dan nilai-nilai altruisme

Islam telah menggunakan prinsip-prinsip Islam untuk membingkai keinginan manusia dalam hal memenuhi kebutuhan dasar. Menurut (Asytuti, 2011), agama merupakan sistem kepercayaan yang dapat membentuk komponen fundamental dari sistem nilai yang ada dalam budaya masyarakat. Etika konsumsi Islam merupakan sistem nilai konsumsi yang didasarkan pada prinsip-prinsip agama Islam. Menurut (Qardhawi, 1997), ada beberapa aturan makan secara Islam, antara lain:

1. Menghindari sifat kikir dan memanfaatkan harta untuk kebaikan Menurut syariat Islam telah menetapkan aturan-aturan tentang cara membelanjakan harta, yaitu: Amaliah (2014)
  - a. Memanfaatkan harta dengan baik. Islam mengajarkan manusia untuk menggunakan harta dengan baik dan benar.
  - b. Membelanjakan harta adalah wajib. Menurut ajaran Islam, sebagian harta seseorang harus digunakan untuk zakat, *shadaqah*, dan *infaq*. Tujuan penyaluran harta adalah

untuk menambah kemaslahatan masyarakat, bukan untuk menimbun atau menumpuk harta.

- c. Tujuan membelanjakan harta adalah untuk kemaslahatan fisabilillah dan keluarganya. Dalam membelanjakan harta, harus diusahakan untuk hal-hal yang lebih memberikan kemaslahatan bagi dirinya dan masyarakat.

## 2. Islam melarang tindakan mubazir.

Setiap orang menafkahkan hartanya untuk keperluan pribadi dan keluarga serta membelanjakannya di jalan Allah. Dengan kata lain, Islam adalah agama yang memerangi sifat kikir dan dusta. Untuk mencegah terjadinya pemborosan, Islam memberikan tuntunan dalam berkonsumsi, yaitu: berutang, memelihara harta pokok dan harta mapan, Al-Qur'an mengecam orang-orang yang hidup dalam kemewahan, Al-Qur'an juga mengecam orang-orang yang boros dan menghambur-hamburkan harta.

Dalam perspektif ekonomi syariah, solusi utamanya adalah mengedepankan konsumsi yang maslahah, pengelolaan keuangan berbasis syariah, serta penguatan nilai spiritual dan sosial agar perilaku konsumtif dapat ditekan dan tidak menimbulkan dampak negatif bagi individu maupun perekonomian. Masyarakat perlu lebih sadar akan pentingnya membeli barang-barang yang memberikan manfaat jangka panjang atau yang dapat meningkatkan kualitas hidup dan produktivitas, bukan hanya sekedar mengikuti tren. Selain itu, dengan mendorong pertumbuhan industri yang menguntungkan dan dapat menawarkan barang dan jasa yang lebih bermanfaat bagi masyarakat, pemerintah daerah dapat membantu mengurangi dampak negatif dari konsumsi yang berlebihan. Menstabilkan harga dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih berkelanjutan dapat dicapai melalui kebijakan yang meningkatkan daya saing produk dalam negeri dan membantu industri daerah. Jika tidak diatasi, budaya belanja berisiko memperburuk inflasi daerah. Oleh karena itu, untuk membangun ekonomi yang lebih berkelanjutan dan sehat di masa mendatang, kebijakan pemerintah dan pendidikan publik yang mendorong kegiatan ekonomi yang konstruktif menjadi sangat penting (Sunarti, 2025)

## **KESIMPULAN**

Generasi Z yang lahir antara pertengahan tahun 1990-an hingga awal tahun 2010-an dikenal sangat dekat dengan media sosial dan teknologi. Pilihan konsumsi mereka sering kali dipengaruhi oleh citra dan identitas yang ingin mereka tampilkan di media sosial karena mereka sering kali terpapar tren, ulasan produk, dan iklan inovatif di situs-situs seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) juga mendorong mereka

untuk mengikuti tren terbaru dan melakukan pembelian impulsif, bukan semata-mata berdasarkan kebutuhan. Selain itu, kemudahan akses ke layanan keuangan digital dan fintech membuat Gen Z lebih mudah melakukan transaksi, bahkan dengan dana yang terbatas, yang dapat memperkuat perilaku konsumtif.

Gaya hidup konsumtif Gen Z berpotensi meningkatkan inflasi dari sisi permintaan (*demand-pull inflation*). Ketika permintaan barang dan jasa meningkat secara signifikan akibat perilaku konsumtif, sementara penawaran tidak mampu mengimbangnya, harga-harga akan terdorong naik. Fenomena ini semakin nyata ketika konsumsi Gen Z terpusat pada produk teknologi, fashion, hiburan, dan makanan, yang sering kali bersifat tren dan musiman. Dalam ekonomi syariah, konsumsi diatur agar tidak berlebihan (*israf*) dan tidak mubazir (*tabzir*). Konsumsi harus didasarkan pada kebutuhan (*masalah*), bukan sekadar keinginan atau dorongan nafsu. Dalam perspektif ekonomi syariah, solusi utamanya adalah mengedepankan konsumsi yang *masalah*, pengelolaan keuangan berbasis syariah, serta penguatan nilai spiritual dan sosial agar perilaku konsumtif dapat ditekan dan tidak menimbulkan dampak negatif bagi individu maupun perekonomian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, P., Jumawan, C. I. W., & Nursal. (2022). *Perilaku konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Angellyta, F., Fadillah, M. F., Julpi, S., & Malik, A. (2025). Pengaruh inflasi dan pendapatan terhadap tingkat konsumsi rumah tangga di Kota Bandar Lampung dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 1(04), 441–450. <https://ojs.ruangpublikasi.com/index.php/jpim/article/view/333>
- Asytuti, R. (2011). Rekonsepsi ekonomi Islam dalam perilaku dan motivasi. *E-Jurnal Religia*, 1(2).
- Awaluddin, A. (2017). Inflasi dalam prespektif Islam (Analisis terhadap pemikiran Al-Maqrizi). *Juris*, 16(2), 197–217. <https://doi.org/10.1234/JURIS.V16I2.973>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020*.
- Dika, R. (2023). Pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap inflasi di Indonesia. *Kompasiana*. Retrieved June 17, 2025, from <https://www.kompasiana.com/rimadika8687/65743d7b12d50f08a730e343/pengaruh-gaya-hidup-konsumtif-terhadap-inflasi-di-indonesia>
- Hariyanto, M. (2019). Perspektif inflasi dalam ekonomi Islam. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 79–95. <https://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/almizan/article/view/112>
- Huda, N. (2008). *Ekonomi makro Islam*. Jakarta: Kencana.
- Khikam Ali Majid, M., Sa, N., Rahmawati, L., Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, & Universitas Islam Negeri Surabaya. (2024). Fenomena dan perilaku belanja online

melalui TikTok Shop pada Generasi Z perspektif konsumsi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1796–1806. <https://doi.org/10.29040/JIEI.V10I2.13383>

- Khoiriyah, R. R. (2021). Analisis perilaku mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dalam membeli produk online shop (Perilaku konsumsi Islami). [Skripsi tidak diterbitkan]. IAIN Ponorogo.
- Ledy Afista, T., Lulu Fuadina, A., Aldi, R., Ayu Nofirda, F., Program Studi Manajemen, & Fakultas Ekonomi dan Bisnis. (2024). Analisis perilaku konsumtif Gen-Z terhadap digital e-wallet DANA. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 3344–3350. <https://doi.org/10.31004/JPTAM.V8I1.12910>
- Medias, F. (2018). *Ekonomi mikro Islam*. Magelang: Unimma Press.
- Parakassi, I. (2017). Inflasi dalam perspektif Islam. *Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2). <https://doi.org/10.24252/LAMAISYIR.V4I2.4420>
- Putri, L. S. M., & Komalasari, S. (2023). Dibalik klik: Memahami motif konsumtif Generasi Z di era belanja online dan kebutuhan psikologis yang tidak terpenuhi. *Jurnal Psikologi Jambi*. Retrieved June 17, 2025, from <https://online-journal.unja.ac.id/jpj/article/view/29900>
- Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan etika ekonomi Islam* (Z. Arifin, Trans.). Jakarta: Gema Insani Press.
- Rahma Meirizka Syafa Utami. (2025). *Perilaku konsumsi masalah Generasi Z di Jawa Barat ditinjau dari tingkat pendapatan, fear of missing out (FOMO), literasi keuangan syariah, dan altruisme*. <http://repository.upi.edu>
- Saren, C. M. (2025). Gaya hidup konsumtif Gen Z dan implikasinya terhadap perencanaan keuangan: Sebuah kajian literatur. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 11(1), 475–481. <https://doi.org/10.53494/JIRA.V11I1.886>
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarti. (2025). Tekan inflasi, budaya konsumtif belanja sesuai kebutuhan. *RRI.co.id*. Retrieved from <https://www.rri.co.id/inflasi/1394005/tekan-inflasi-budaya-konsumtif-belanja-sesuai-kebutuhan>
- Zed, M. (2008). *Metode penelitian kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.