

Analisis Perilaku Konsumsi Gen Z Pada Penggunaan Transaksi Digital (Online Shopping) Di Wilayah Klegen Kota Madiun Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Intan Rinawati Dwiwahyu Pamungkas

STAI Nahdlatul Ulama Madiun

intanrinawati36@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, khususnya Generasi Z yang sangat dekat dengan penggunaan internet dan *marketplace* digital. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan transaksi digital dalam aktivitas *online shopping* yang memberikan kemudahan berbelanja, namun juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif. Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas pengaruh transaksi digital terhadap perilaku konsumsi secara umum, sedangkan kajian yang meninjau perilaku konsumsi Generasi Z dalam perspektif ekonomi syariah pada tingkat lokal masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumsi Generasi Z, implementasi penggunaan transaksi digital, serta implikasinya terhadap perilaku konsumsi di Kelurahan Klegen Kota Madiun dalam perspektif ekonomi syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-eksploratif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi Generasi Z dipengaruhi oleh kemudahan akses, promo, diskon, dan efisiensi waktu. Sebagian besar informan berbelanja berdasarkan kebutuhan, meskipun masih ditemukan pembelian impulsif akibat pengaruh promosi. Implementasi transaksi digital dilakukan melalui metode COD, QRIS, dan transfer bank, sementara sebagian informan menghindari PayLater karena dianggap mengandung unsur riba. Temuan ini menunjukkan pentingnya peningkatan literasi konsumsi dan keuangan syariah agar penggunaan transaksi digital tetap sesuai dengan prinsip keseimbangan, menghindari *isrāf* dan *tabdzīr*, serta menjaga harta (*hifz al-māl*).

Kata Kunci: Perilaku Konsumsi, Generasi Z, Transaksi Digital, *Online Shopping*, Ekonomi Syariah.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan konsumsi. Kemajuan internet, *smartphone*, serta berbagai platform digital telah mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi, melakukan komunikasi, hingga melakukan transaksi ekonomi secara cepat dan efisien. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah meningkatnya penggunaan transaksi digital melalui aktivitas *online shopping* yang saat ini menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Kehadiran berbagai *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan platform sejenis telah memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh barang dan jasa tanpa harus datang langsung ke toko fisik.

Kelompok masyarakat yang paling dekat dengan perkembangan teknologi digital adalah Generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang lahir sekitar tahun 1997–2012 dan tumbuh dalam lingkungan yang telah terintegrasi dengan teknologi digital serta internet. Karakteristik tersebut menjadikan Generasi Z lebih mudah beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dibandingkan generasi sebelumnya. Dalam aktivitas konsumsi, Generasi Z cenderung memanfaatkan berbagai *platform* digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari karena dianggap lebih praktis, efisien, dan menawarkan banyak pilihan produk. Selain itu, kemudahan akses informasi, berbagai promo, diskon, cashback, dan gratis ongkir turut mendorong meningkatnya minat Generasi Z dalam melakukan transaksi digital melalui *online shopping*.

Di Indonesia, penggunaan transaksi digital terus mengalami peningkatan seiring berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi (Hidayat & Pratama, 2023). Online shopping tidak hanya memberikan kemudahan dalam proses pembelian barang dan jasa, tetapi juga memengaruhi pola konsumsi masyarakat. Konsumen dapat dengan mudah membandingkan harga, melihat ulasan produk, serta melakukan pembayaran secara digital melalui berbagai metode seperti transfer bank, QRIS, dompet digital, maupun *Cash on Delivery* (COD). Namun demikian, kemudahan tersebut juga dapat memunculkan perilaku konsumtif apabila tidak

diimbangi dengan kemampuan pengendalian diri yang baik. Hasil penelitian lain juga menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *marketplace* dan transaksi digital memiliki hubungan dengan meningkatnya kecenderungan perilaku konsumtif pada generasi muda. Kemudahan akses informasi, promosi yang beragam, serta sistem pembayaran digital yang praktis sering kali mendorong terjadinya pembelian impulsif yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan (Sari dan Wibowo, 2023). Di sisi lain, tingkat literasi keuangan dan pemahaman nilai-nilai ekonomi syariah turut memengaruhi bagaimana individu mengelola perilaku konsumsinya di era digital. Konsumen berpotensi melakukan pembelian impulsif akibat pengaruh promosi, rekomendasi produk, maupun kemudahan sistem pembayaran yang tersedia pada *marketplace*.

Fenomena tersebut juga terlihat pada Generasi Z di Kelurahan Klegen Kota Madiun. Kelurahan Klegen merupakan salah satu wilayah perkotaan yang memiliki mobilitas sosial cukup tinggi dan didukung oleh akses internet yang memadai. Kondisi tersebut memungkinkan masyarakat, khususnya Generasi Z, untuk memanfaatkan transaksi digital dalam berbagai aktivitas ekonomi. Sebagian besar Generasi Z di wilayah ini aktif menggunakan *marketplace* digital untuk memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder. Kemudahan transaksi serta beragam promo yang ditawarkan *marketplace* menjadikan aktivitas *online shopping* semakin diminati. Di sisi lain, kondisi tersebut juga berpotensi memengaruhi pola konsumsi Generasi Z, baik dalam bentuk konsumsi yang rasional maupun konsumsi yang cenderung berlebihan.

Dalam perspektif ekonomi syariah, aktivitas konsumsi tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga harus memperhatikan nilai-nilai Islam. Islam mengajarkan prinsip keseimbangan (*tawāzun*), kesederhanaan, serta larangan terhadap perilaku berlebihan (*isrāf*) dan pemborosan (*tabdzīr*). Selain itu, aktivitas konsumsi juga harus memperhatikan aspek kehalalan, kemanfaatan, dan keberkahan barang yang dikonsumsi. Oleh karena itu, penggunaan transaksi digital oleh Generasi Z perlu dikaji lebih lanjut untuk mengetahui apakah perilaku

konsumsi yang muncul telah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah atau justru mengarah pada perilaku konsumtif yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan online shopping memiliki hubungan dengan meningkatnya perilaku konsumtif pada generasi muda. Penelitian Siti Aisyah (2021) menemukan bahwa kemudahan akses dan berbagai promo pada marketplace dapat memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Penelitian Rahmawati dkk. (2022) juga menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *online shopping* berpengaruh terhadap meningkatnya perilaku konsumtif Generasi Z. Sementara itu, penelitian Fadhilah (2023) menjelaskan bahwa perilaku konsumsi digital masyarakat masih berada pada kondisi yang bercampur antara perilaku rasional dan konsumtif. Namun, sebagian besar penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dan lebih berfokus pada pengaruh transaksi digital terhadap perilaku konsumsi secara umum.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-eksploratif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumsi Generasi Z. Penelitian ini tidak hanya mengkaji perilaku konsumsi, tetapi juga menganalisis implementasi penggunaan transaksi digital serta implikasinya dalam perspektif ekonomi syariah. Selain itu, penelitian ini dilakukan pada konteks lokal, yaitu Generasi Z di Kelurahan Klegen Kota Madiun, sehingga diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih spesifik dan kontekstual mengenai fenomena konsumsi digital pada generasi muda.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumsi Generasi Z dalam penggunaan transaksi digital melalui aktivitas *online shopping* di Kelurahan Klegen Kota Madiun ditinjau dari perspektif ekonomi syariah. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-eksploratif melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi guna memperoleh data yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

Konseptual

1. Generasi Z

Generasi Z merupakan generasi yang lahir sekitar tahun 1997–2012 dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital serta internet yang sangat pesat. Generasi ini dikenal memiliki karakteristik dekat dengan teknologi, aktif menggunakan media sosial, serta terbiasa melakukan aktivitas secara digital, termasuk dalam kegiatan konsumsi dan transaksi *online*. Dalam kehidupan sehari-hari, Gen Z cenderung mengutamakan kepraktisan, kecepatan, dan kemudahan akses dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

2. Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi merupakan tindakan seseorang dalam menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam ilmu ekonomi konvensional, konsumsi dipandang sebagai upaya untuk memperoleh kepuasan (*utility*). Perilaku konsumsi dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pendapatan, preferensi, gaya hidup, lingkungan sosial, serta perkembangan teknologi. Pada Gen Z, perilaku konsumsi cenderung lebih modern, praktis, dan cepat karena sangat erat dengan pemanfaatan teknologi digital.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *marketplace* digital dapat memengaruhi pola konsumsi Generasi Z melalui kemudahan akses produk, rekomendasi algoritma, serta berbagai promosi yang tersedia. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Nugroho dan Lestari (2022) yang menunjukkan bahwa fitur promosi dan personalisasi *marketplace* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Generasi Z. Kondisi tersebut menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang rentan terhadap perilaku konsumtif apabila tidak memiliki kontrol diri yang baik dalam mengambil keputusan pembelian.

3. Transaksi Digital (*Online Shopping*)

Transaksi digital adalah proses pembayaran atau pembelian barang dan jasa melalui sistem elektronik berbasis internet. Bentuk transaksi digital dalam

penelitian ini difokuskan pada aktivitas belanja online melalui *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan platform sejenisnya. *Online shopping* menawarkan kemudahan, kecepatan, efisiensi, serta berbagai promo menarik. Namun, fenomena ini juga berpotensi mendorong perilaku konsumsi berlebihan jika tidak disertai kontrol diri yang baik.

4. Teori Adopsi Teknologi: Technology Acceptance Model [TAM]

Menjelaskan bagaimana Gen Z menggunakan transaksi digital, digunakan *Technology Acceptance Model* [TAM] oleh Davis. TAM menyatakan bahwa penggunaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama:

- a. *Perceived Usefulness*: Sejauh mana Gen Z merasa *online shopping* mempermudah hidupnya
 - b. *Perceived Ease of Use*: Sejauh mana Gen Z merasa *platform marketplace* mudah digunakan
- Relevansi: TAM digunakan untuk menjawab Rumusan Masalah 2 tentang implementasi penggunaan transaksi digital. Semakin tinggi persepsi manfaat dan kemudahan, semakin tinggi intensi Gen Z bertransaksi digital.

5. Konsumsi Impulsif dan Kontrol Diri

Fitur *flash sale*, *paylater*, dan gratis ongkir di *marketplace* memicu impulsive buying. Penelitian Fauziah dan Ramadhan (2024) juga menemukan bahwa flash sale dan gratis ongkir merupakan faktor dominan yang mendorong pembelian impulsif pada pengguna marketplace digital. Faktor pemicunya adalah stimulus eksternal, emosi, FOMO, dan rendahnya *self-control*. Dalam Islam, kontrol diri disebut mujahadah *an-nafs*. QS. An-Nazi'at 40-41 menekankan pentingnya menahan hawa nafsu. QS. An-Nazi'at 40-41:



وَأَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ، وَنَذَى النَّفْسَ عَنِ الْهَوَىٰ

يَقْلِبِ النَّفْسَ إِلَى الْمَأْوِ

Artinya: “Adapun orang-orang yang takut pada kebesaran Tuhannya dan menahan diri dari (keinginan) hawa nafsunya, sesungguhnya surgalah tempat tinggal(-nya).”

Relevansi: Teori tersebut digunakan untuk menjawab rumusan masalah ke 3 tentang implikasi transaksi digital terhadap perilaku konsumsi Gen Z.

6. Ekonomi Syariah dan Prinsip Konsumsi Islam

Ekonomi syariah adalah sistem ekonomi yang berlandaskan pada Al-Qur'an, Hadis, *ijma'*, dan qiyas yang bertujuan mewujudkan keadilan, keseimbangan dan kemaslahatan. Dalam perspektif Islam, konsumsi tidak hanya bertujuan memenuhi kepentingan duniawi, tetapi juga bernilai ibadah. Seorang Muslim wajib memastikan bahwa konsumsi yang dilakukan halal, bermanfaat, tidak berlebihan, dan tidak menimbulkan mudarat. Prinsip penting konsumsi Islam meliputi kehalalan, keadilan, keseimbangan, menjauhi riba, gharar, maysir, serta larangan *Isrāf* dan *Tabdzīr*.

7. Teori Konsumsi dalam Ekonomi Islam (Teori Monzer Kahf)

Monzer Kahf menjelaskan bahwa perilaku konsumsi dalam Islam tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan ekonomi, tetapi juga diarahkan untuk mencapai kemaslahatan (masalahah) serta mendukung tujuan syariah (*maqāṣid al-sharī'ah*). Konsumsi menurut Monzer Kahf harus memenuhi beberapa prinsip utama, yaitu:

a. Halal dan *Ṭayyib*

Barang yang dikonsumsi harus jelas kehalalannya dan membawa kebaikan bagi jiwa dan fisik.

Contoh: Gen Z memastikan produk skincare yang dibeli memiliki label halal, tidak mengandung bahan berbahaya, serta tidak membeli produk yang dilarang dalam Islam. Selain itu, memilih metode pembayaran yang tidak mengandung unsur riba.

b. Tidak Berlebihan (*I'tidāl / Iqtiṣād*)

Islam menekankan prinsip keseimbangan dan melarang perilaku boros (*tabdzīr*) serta berlebihan (*isrāf*).

Contoh: Tidak membeli barang hanya karena tergiur promo “*flash sale*” atau diskon besar jika sebenarnya tidak dibutuhkan. Membatasi belanja online sesuai anggaran bulanan agar tidak mengganggu kebutuhan pokok.

c. Prioritas Kebutuhan (*Need Priority*)

Konsumsi harus mengikuti hierarki kebutuhan: *ḍarūriyyāt* (primer), *ḥājiyyāt* (sekunder), dan *taḥsīniyyāt* (tersier).

Contoh: Mendahulukan pembelian kebutuhan kuliah seperti buku atau alat belajar (*ḍarūriyyāt*) dibanding membeli aksesoris atau barang tren terbaru (*taḥsīniyyāt*).

d. Bermanfaat dan Tidak Merugikan

Konsumsi tidak boleh menimbulkan kerusakan moral, fisik, ekonomi, maupun sosial.

Contoh: Tidak menggunakan fitur *paylater* jika belum mampu membayar karena dapat menimbulkan utang menumpuk. Menghindari pembelian barang yang merugikan kesehatan atau memicu gaya hidup hedonis.

e. Berorientasi Ibadah

Setiap aktivitas konsumsi dapat bernilai ibadah apabila dilakukan sesuai syariat dan diniatkan karena Allah SWT.

Contoh: Membeli barang untuk menunjang pendidikan, pekerjaan, atau membantu usaha kecil muslim melalui marketplace dengan niat yang baik. Menggunakan rezeki secara bertanggung jawab sebagai bentuk syukur kepada Allah.

Dengan demikian, perilaku konsumsi Gen Z dalam penggunaan transaksi digital seharusnya tidak hanya mempertimbangkan aspek kemudahan teknologi, tetapi juga kesesuaian dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam sebagaimana dijelaskan oleh Monzer Kahf.

8. Prinsip Konsumsi dalam Al-Qur'an

Al-Qur'an memberikan pedoman yang jelas mengenai perilaku konsumsi yang ideal, yaitu konsumsi yang tidak berlebihan, seimbang, dan berorientasi pada kemaslahatan. Allah SWT melarang perilaku konsumsi yang melampaui batas karena dapat menimbulkan kerusakan bagi individu maupun masyarakat. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al-A'raf ayat 31:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا خُذُوا زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”

Ayat di atas menegaskan bahwa aktivitas konsumsi harus dikendalikan dan tidak didorong oleh hawa nafsu semata. Dalam konteks transaksi digital dan online shopping, prinsip ini relevan untuk mengingatkan Gen Z agar tidak terjebak pada perilaku konsumtif akibat promo, diskon, dan kemudahan sistem pembayaran digital.

Selain itu, Al-Qur'an juga menekankan pentingnya mengonsumsi barang yang halal dan baik (*halālan tayyiban*), sebagaimana disebutkan dalam Q.S Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ ۖ أَلَا رَضِيَ حَلَالٍ طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”

Ayat ini menjadi dasar bahwa konsumsi dalam Islam harus mempertimbangkan aspek kehalalan, manfaat, serta dampak yang ditimbulkan, termasuk dalam transaksi digital yang melibatkan sistem pembayaran modern.

9. Prinsip Konsumsi dalam Hadis Nabi Muhammad SAW

Hadis Nabi Muhammad SAW juga memberikan arahan mengenai pola konsumsi yang sederhana dan terkendali. Rasulullah SAW juga menekankan bahwa nilai konsumsi tidak diukur dari banyaknya harta yang dimiliki, sebagaimana hadis Al-Bukhari, *Ṣaḥīḥ al-Bukhari*, Kitab *al-Riqāq*, Hadis No. 6446.:

ليس الغنى عن كثرة العرض، ولكن الغنى غنى النفس

Artinya: “Bukanlah kekayaan itu karena banyaknya harta, tetapi kekayaan adalah kaya hati.”

Hadis ini memperkuat konsep bahwa konsumsi dalam Islam harus didasarkan pada kebutuhan dan nilai kebermanfaatan, bukan pada gaya hidup konsumtif. Dengan demikian, perilaku konsumsi digital seharusnya diarahkan pada kemaslahatan dan keseimbangan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Berdasarkan teori-teori di atas, dapat dipahami bahwa perilaku konsumsi Generasi Z dalam penggunaan transaksi digital tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan kemudahan akses, tetapi juga berkaitan dengan pengendalian diri, prinsip kebutuhan, serta nilai-nilai ekonomi syariah. Oleh karena itu, teori-teori tersebut digunakan sebagai landasan untuk menganalisis perilaku konsumsi Gen Z di Kelurahan Klegen Kota Madiun dalam penggunaan transaksi digital (*online shopping*).

Kerangka Konseptual

Penelitian ini berfokus pada perilaku konsumsi Generasi Z dalam penggunaan transaksi digital melalui aktivitas *online shopping* di Kelurahan Klegen Kota Madiun yang ditinjau dari perspektif ekonomi syariah. Dalam penelitian ini, transaksi digital dipahami sebagai aktivitas pembelian barang dan jasa melalui

marketplace digital dengan menggunakan metode pembayaran seperti COD, QRIS, transfer bank, maupun layanan pembayaran digital lainnya.

Kemudahan akses *marketplace*, banyaknya promo, diskon, *cashback*, serta sistem pembayaran yang praktis menjadi faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi Generasi Z. Kondisi tersebut menimbulkan dua kecenderungan perilaku konsumsi, yaitu perilaku konsumsi berdasarkan kebutuhan dan perilaku konsumsi berdasarkan keinginan yang dapat memicu perilaku konsumtif.

Penelitian ini menganalisis tiga fokus utama, yaitu:

1. Perilaku konsumsi Generasi Z dalam penggunaan transaksi digital (*online shopping*).
2. Implementasi penggunaan transaksi digital melalui metode pembayaran digital.
3. Implikasi penggunaan transaksi digital terhadap perilaku konsumsi Generasi Z.

Ketiga fokus tersebut kemudian dianalisis menggunakan perspektif ekonomi syariah berdasarkan prinsip konsumsi Islam, seperti:

- menghindari perilaku berlebihan (*isrāf*),
- menghindari pemborosan (*tabdzīr*),
- menjaga keseimbangan konsumsi (*i'tidāl*),
- menjaga harta (*hifz al-māl*),
- serta menghindari transaksi yang mengandung unsur riba.

Dengan demikian, kerangka konseptual penelitian ini menggambarkan bahwa perkembangan transaksi digital memengaruhi perilaku konsumsi Generasi Z, baik dalam bentuk perilaku konsumsi yang rasional maupun perilaku konsumtif, yang selanjutnya dianalisis berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

Metodologi

Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif-eksploratif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena perilaku konsumsi Generasi Z dalam penggunaan transaksi digital (*online shopping*) di Kelurahan Klegen Kota Madiun serta mengkaji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengalaman, pandangan, pemahaman, dan perilaku informan dalam melakukan aktivitas belanja online.

Desain penelitian deskriptif digunakan karena penelitian ini berfokus pada upaya menggambarkan dan menjelaskan fenomena yang terjadi di lapangan secara sistematis berdasarkan data yang diperoleh dari informan. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis atau mengukur hubungan antarvariabel secara statistik, melainkan untuk memahami makna di balik perilaku konsumsi Generasi Z dalam memanfaatkan transaksi digital.

Fokus penelitian ini meliputi tiga aspek utama, yaitu perilaku konsumsi Generasi Z dalam penggunaan transaksi digital, implementasi penggunaan transaksi digital dalam aktivitas online shopping, serta implikasi penggunaan transaksi digital terhadap perilaku konsumsi Generasi Z dalam perspektif ekonomi syariah. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji pemahaman informan mengenai prinsip-prinsip konsumsi Islam seperti konsep halal dan *ṭayyib*, larangan *isrāf* (berlebihan), larangan *tabdzīr* (pemborosan), penghindaran praktik riba, serta penerapan prinsip keseimbangan dalam konsumsi.

Pendekatan kualitatif dipandang relevan karena mampu mengungkap realitas sosial yang terjadi di tengah masyarakat secara alamiah. Dengan demikian, peneliti dapat memahami bagaimana Generasi Z memaknai kemudahan transaksi digital, faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumsi mereka, serta bagaimana nilai-nilai ekonomi syariah diterapkan dalam aktivitas belanja online sehari-hari.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kelurahan Klegen, Kota Madiun. Pemilihan lokasi didasarkan pada karakteristik penduduknya yang didominasi oleh Generasi Z, dengan rentang usia 12–27 tahun. Kelompok usia ini sehari-hari sudah sangat akrab dengan teknologi digital, mulai dari transaksi pembayaran hingga aktivitas belanja online di berbagai marketplace seperti Shopee dan Tokopedia.

Tingkat penggunaan smartphone dan akses internet di wilayah ini juga tergolong tinggi. Didukung dengan tersedianya berbagai metode pembayaran digital, seperti QRIS, transfer bank, hingga COD, Kelurahan Klegen dianggap representatif untuk melihat bagaimana perilaku konsumsi digital berkembang di kalangan Gen Z.

Berdasarkan pengamatan awal, aktivitas belanja online di kalangan Gen Z di kelurahan ini memang sudah menjadi kebiasaan, baik untuk memenuhi kebutuhan pokok maupun keinginan konsumtif. Kondisi tersebut sejalan dengan fokus kajian penelitian ini. Selain alasan substantif, keterjangkauan lokasi oleh peneliti juga menjadi pertimbangan praktis yang memudahkan pelaksanaan observasi dan wawancara langsung di lapangan.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga cara, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas Generasi Z dalam menggunakan layanan transaksi digital, seperti e-wallet, marketplace, dan fitur paylater. Observasi ini bertujuan untuk melihat bagaimana pola penggunaan, seberapa sering transaksi dilakukan, serta kondisi atau situasi yang biasanya mendorong responden berbelanja online.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur. Artinya, peneliti menggunakan panduan pertanyaan yang sudah disiapkan, tetapi tetap memberi ruang bagi responden untuk bercerita lebih luas tentang alasan, motivasi, kebiasaan, dan pemahamannya terkait transaksi digital yang digunakan sehari-hari. Pendekatan ini dipilih agar data yang diperoleh lebih mendalam dan tidak sebatas jawaban formal.

3. Dokumentasi

Data pendukung juga dikumpulkan melalui dokumentasi, berupa catatan lapangan, foto kegiatan, dan dokumen lain yang berkaitan dengan objek penelitian. Langkah ini dilakukan untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara, sehingga temuan penelitian bisa lebih valid dan bisa dipertanggungjawabkan.

Teknik Penyajian dan Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model analisis interaktif. Tahapannya meliputi reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, serta pengecekan keabsahan temuan.

1. Reduksi data dilakukan dengan memilah dan menyederhanakan informasi yang diperoleh agar lebih fokus pada hal-hal yang relevan dengan tujuan penelitian.
2. Penyajian Data, data yang sudah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi. Tujuannya agar pola, hubungan, dan makna di dalamnya lebih mudah dipahami.
3. Kesimpulan dirumuskan berdasarkan temuan di lapangan, lalu dikaitkan dengan teori ekonomi syariah sebagai kerangka analisis.

Langkah di atas diambil agar data yang dihasilkan valid, konsisten, dan bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Uji Keabsahan Data

Untuk memastikan data yang diperoleh bisa dipertanggungjawabkan, peneliti menguji keabsahannya melalui teknik triangulasi.

1. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan keterangan dari beberapa informan yang berbeda, agar tidak hanya bergantung pada satu sudut pandang.
2. Triangulasi metode diterapkan dengan menggabungkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dengan cara ini, data yang terkumpul diharapkan lebih konsisten, valid, dan sesuai dengan kondisi di lapangan.

Proses Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam analisis data penelitian kualitatif. Kesimpulan diperoleh setelah peneliti melakukan proses reduksi data, penyajian data, serta verifikasi terhadap seluruh data yang telah dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada tahap ini, peneliti menelaah kembali hasil temuan di lapangan untuk menemukan pola, hubungan, serta makna yang berkaitan dengan perilaku konsumsi Generasi Z dalam penggunaan transaksi digital (*online shopping*) di Kelurahan Klegen Kota Madiun.

Proses penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan selama penelitian berlangsung. Kesimpulan yang diperoleh tidak hanya didasarkan pada satu sumber data, tetapi juga melalui proses pengecekan dan perbandingan antar data yang diperoleh dari berbagai informan. Selanjutnya, hasil temuan tersebut dianalisis dan diinterpretasikan berdasarkan perspektif ekonomi syariah sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai perilaku konsumsi Generasi Z, implementasi penggunaan transaksi digital, serta implikasinya terhadap pola konsumsi mereka. Dengan demikian, kesimpulan yang dihasilkan diharapkan mampu menggambarkan kondisi yang sebenarnya sesuai dengan fakta dan realitas yang ditemukan di lapangan.

Diskusi Gagasan Peneliti

1. Perilaku Konsumsi Generasi Z dalam Penggunaan Transaksi Digital (Online Shopping) Perspektif Ekonomi Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, perilaku konsumsi Generasi Z di Kelurahan Klegen Kota Madiun menunjukkan bahwa sebagian besar informan melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan, terutama kebutuhan pakaian, *skincare*, dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Namun demikian, ditemukan pula kecenderungan pembelian yang dipengaruhi oleh adanya promo, diskon, cashback, dan berbagai penawaran menarik yang tersedia pada *marketplace* digital.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah memengaruhi pola konsumsi Generasi Z. Kemudahan akses informasi dan transaksi membuat proses pemenuhan kebutuhan menjadi lebih cepat dan efisien. Akan tetapi, kemudahan tersebut juga berpotensi mendorong munculnya perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan pengendalian diri yang baik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori konsumsi Islam yang dikemukakan oleh Monzer Kahf yang menyatakan bahwa konsumsi tidak hanya bertujuan untuk memperoleh kepuasan, tetapi juga harus mempertimbangkan aspek kemaslahatan dan manfaat. Konsumsi dalam Islam harus dilakukan berdasarkan kebutuhan serta menghindari perilaku berlebihan (*isrāf*) maupun pemborosan (*tabdzīr*). Oleh karena itu, perilaku konsumsi Generasi Z yang masih mempertimbangkan kebutuhan menunjukkan adanya kesesuaian dengan prinsip konsumsi Islam, meskipun pengaruh promosi digital masih menjadi faktor yang dapat memicu pembelian berdasarkan keinginan.

Temuan penelitian ini juga mendukung penelitian Siti Aisyah (2021) yang menjelaskan bahwa kemudahan akses dan berbagai promosi pada *marketplace* dapat memengaruhi perilaku konsumsi generasi muda. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z di Kelurahan Klegen tidak sepenuhnya

bersifat konsumtif karena sebagian besar masih mempertimbangkan manfaat dan kebutuhan barang yang dibeli.

2. Implementasi Penggunaan Transaksi Digital pada Generasi Z dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z di Kelurahan Klegen menggunakan berbagai metode pembayaran dalam transaksi digital, seperti *Cash on Delivery* (COD), QRIS, dan transfer bank. Pemilihan metode pembayaran tersebut dipengaruhi oleh faktor keamanan, pengalaman pribadi, kemudahan transaksi, serta kondisi ekonomi masing-masing individu.

Sebagian informan lebih memilih sistem COD karena dianggap lebih aman dan dapat meminimalkan risiko penipuan maupun kesalahan pengiriman barang. Sementara itu, informan lain lebih memilih QRIS dan transfer bank karena dianggap lebih praktis dan efisien dalam mendukung aktivitas sehari-hari.

Dalam perspektif ekonomi syariah, implementasi transaksi digital harus memenuhi prinsip kejelasan akad, keadilan, transparansi, dan terhindar dari unsur riba, gharar, maupun maysir. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar informan telah memahami adanya risiko bunga dan denda pada layanan *PayLater* sehingga memilih untuk menghindarinya. Sikap tersebut menunjukkan adanya kesadaran syariah dalam melakukan aktivitas transaksi digital.

Temuan ini sesuai dengan teori ekonomi syariah yang dikemukakan oleh Yusuf Al-Qardhawi bahwa aktivitas ekonomi harus dilandasi prinsip halal, keadilan, dan kemaslahatan. Kesadaran Generasi Z untuk menghindari sistem pembayaran yang mengandung bunga menunjukkan adanya upaya menjaga kehalalan transaksi serta menerapkan prinsip *maqāṣid al-syarī'ah*, khususnya dalam menjaga harta (*hifz al-māl*).

Hasil penelitian ini juga memperkuat penelitian Fadhillah (2023) yang menyatakan bahwa masyarakat digital mulai menunjukkan kesadaran terhadap

aspek syariah dalam aktivitas ekonomi. Namun, penelitian ini menemukan bahwa kesadaran tersebut tidak hanya terlihat pada pemilihan produk, tetapi juga pada pemilihan metode pembayaran yang digunakan.

3. Implikasi Penggunaan Transaksi Digital terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Z dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Penggunaan transaksi digital memberikan implikasi yang cukup signifikan terhadap perilaku konsumsi Generasi Z di Kelurahan Klegen Kota Madiun. Kemudahan akses terhadap berbagai produk dan layanan membuat proses pemenuhan kebutuhan menjadi lebih efisien. Hasil ini sejalan dengan penelitian Hidayat dan Pratama (2023) yang menyatakan bahwa transaksi digital memberikan efisiensi waktu dan kemudahan akses bagi konsumen muda. Selain itu, keberadaan promo, diskon, dan flash sale juga memberikan keuntungan ekonomi bagi konsumen dalam memperoleh barang dengan harga yang lebih terjangkau.

Selain penelitian Rahmawati dkk. (2022), penelitian lain juga menunjukkan bahwa penggunaan transaksi digital dapat memengaruhi keputusan konsumsi generasi muda melalui faktor kemudahan, kepercayaan terhadap *platform*, serta promosi yang ditawarkan *marketplace*. Namun sebagian penelitian tersebut masih berfokus pada aspek perilaku konsumtif secara umum dan belum mengaitkannya secara mendalam dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

Namun demikian, kemudahan tersebut juga memunculkan dampak lain berupa meningkatnya kecenderungan perilaku impulsif. Beberapa informan mengakui bahwa mereka sering melakukan pembelian karena tertarik pada tampilan produk, ulasan pembeli, maupun rekomendasi yang muncul pada *marketplace*. Kondisi ini menunjukkan bahwa transaksi digital dapat memengaruhi keputusan konsumsi secara psikologis.

Dalam perspektif ekonomi syariah, perilaku tersebut perlu dikendalikan agar tidak mengarah pada *isrāf* dan *tabdzīr*. Islam mengajarkan prinsip

keseimbangan (*tawāzun*) dalam konsumsi sehingga setiap pengeluaran harus mempertimbangkan manfaat, kebutuhan, dan kemampuan ekonomi individu. Oleh karena itu, penggunaan transaksi digital seharusnya menjadi sarana untuk mempermudah pemenuhan kebutuhan, bukan menjadi faktor pendorong perilaku konsumtif.

Temuan penelitian ini sesuai dengan penelitian Rahmawati dkk. (2022) yang menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *online shopping* dapat meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif pada Generasi Z. Akan tetapi, penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar informan masih berusaha mengendalikan perilaku konsumsi dengan memprioritaskan kebutuhan, mempertimbangkan manfaat barang, serta menghindari pembelian yang tidak diperlukan.

Berdasarkan analisis tersebut, peneliti berpendapat bahwa transaksi digital pada dasarnya tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi syariah selama digunakan secara bijak dan bertanggung jawab. Tantangan utama yang dihadapi Generasi Z bukan terletak pada teknologi yang digunakan, melainkan pada kemampuan mengendalikan diri dalam memanfaatkan kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi digital. Dengan demikian, penerapan nilai-nilai ekonomi syariah menjadi penting sebagai pedoman dalam membentuk perilaku konsumsi yang seimbang, rasional, dan berorientasi pada kemaslahatan.

Perbandingan Dengan Penelitian Sebelumnya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan transaksi digital melalui aktivitas *online shopping* memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsi Generasi Z. Kemudahan akses, banyaknya pilihan produk, promo, diskon, *cashback*, serta sistem pembayaran yang praktis menjadi faktor yang mendorong Generasi Z untuk melakukan aktivitas belanja secara online. Temuan ini memiliki kesamaan dengan penelitian Rahmawati dkk. (2022) yang menjelaskan bahwa intensitas penggunaan *online shopping* dapat meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif pada Generasi Z. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa

berbagai fitur yang tersedia pada *marketplace*, seperti promo dan kemudahan transaksi, mampu memengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga mendorong perilaku konsumsi yang lebih tinggi.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki perbedaan yang cukup mendasar dengan penelitian Rahmawati dkk. (2022). Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengukuran hubungan dan pengaruh antara *online shopping* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Sementara itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-eksploratif yang bertujuan untuk memahami secara lebih mendalam perilaku konsumsi Generasi Z, implementasi penggunaan transaksi digital, serta implikasinya dalam perspektif ekonomi syariah. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mampu menggambarkan pengalaman, pandangan, dan pertimbangan informan dalam menggunakan transaksi digital yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui angka-angka statistik.

Selain itu, penelitian ini juga memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya dari segi fokus kajian dan konteks penelitian. Sebagian besar penelitian terdahulu membahas perilaku konsumtif generasi muda secara umum atau mengukur pengaruh transaksi digital terhadap tingkat konsumsi. Sementara itu, penelitian ini tidak hanya mengkaji perilaku konsumsi, tetapi juga menganalisis implementasi penggunaan metode pembayaran digital seperti COD, QRIS, dan transfer bank serta implikasi penggunaan transaksi digital terhadap perilaku konsumsi Generasi Z berdasarkan perspektif ekonomi syariah. Analisis tersebut dilakukan dengan menggunakan konsep konsumsi Islam yang menekankan prinsip keseimbangan (*tawāzun*), menghindari perilaku berlebihan (*isrāf*), menjauhi pemborosan (*tabdzīr*), serta menjaga harta (*ḥifz al-māl*).

Perbedaan lainnya terletak pada lokasi penelitian yang lebih spesifik dan kontekstual. Penelitian ini dilakukan pada Generasi Z di Kelurahan Klegen Kota Madiun yang memiliki karakteristik sosial dan penggunaan teknologi digital yang berbeda dengan lokasi penelitian sebelumnya. Fokus pada wilayah tertentu memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai

perilaku konsumsi digital yang berkembang dalam lingkungan masyarakat setempat. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi empiris yang lebih spesifik mengenai bagaimana Generasi Z memanfaatkan transaksi digital serta bagaimana mereka memaknai aktivitas konsumsi dalam kehidupan sehari-hari berdasarkan nilai-nilai ekonomi syariah.

Berdasarkan perbandingan tersebut, dapat diketahui bahwa penelitian ini melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya dengan menghadirkan perspektif yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumsi Generasi Z dalam penggunaan transaksi digital. Penelitian ini tidak hanya menjelaskan adanya kecenderungan perilaku konsumtif, tetapi juga menunjukkan bahwa sebagian Generasi Z telah memiliki kesadaran untuk mengendalikan konsumsi, mempertimbangkan manfaat barang yang dibeli, serta berupaya menghindari praktik transaksi yang bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis dalam pengembangan kajian perilaku konsumsi digital dan ekonomi syariah pada generasi muda.

Implikasi Teoritis dan Praktis

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memperkuat teori konsumsi Islam Monzer Kahf bahwa konsumsi harus mempertimbangkan aspek kemaslahatan, keseimbangan, dan pengendalian diri dalam penggunaan harta.

2. Implikasi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan edukasi bagi Generasi Z agar lebih bijak dalam menggunakan transaksi digital dan mampu menerapkan prinsip ekonomi syariah dalam aktivitas konsumsi sehari-hari.

Implikasi Kebijakan dan Rekomendasi

Implikasi Kebijakan

Hasil penelitian menunjukkan perlunya peningkatan literasi keuangan digital dan literasi keuangan syariah bagi Generasi Z agar mampu memanfaatkan transaksi digital secara bijak serta menghindari perilaku konsumtif dan praktik yang mengandung unsur riba.

Rekomendasi

Generasi Z diharapkan lebih mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan dalam berbelanja online serta lebih selektif dalam menggunakan metode pembayaran digital. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan cakupan wilayah yang lebih luas agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi Generasi Z dalam penggunaan transaksi digital melalui online shopping dipengaruhi oleh kemudahan akses, promo, dan efisiensi transaksi. Meskipun sebagian besar informan melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan, masih ditemukan kecenderungan konsumtif akibat daya tarik marketplace digital. Implementasi transaksi digital dilakukan melalui metode pembayaran seperti COD, QRIS, dan transfer bank dengan mempertimbangkan keamanan dan kemudahan. Dalam perspektif ekonomi syariah, Generasi Z mulai menunjukkan kesadaran untuk menghindari perilaku berlebihan serta transaksi yang berpotensi mengandung unsur riba. Oleh karena itu, penggunaan transaksi digital perlu diimbangi dengan pengendalian diri dan penerapan prinsip konsumsi Islam agar tercipta perilaku konsumsi yang lebih bijak dan bertanggung jawab.

Referensi

Aisyah, S. (2021). Pengaruh kemudahan akses marketplace terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(2), 115–127.

- Al-Qardhawi, Y. (2011). *Norma dan etika ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Fadhilah, N. (2023). Perilaku konsumsi digital masyarakat dalam era ekonomi digital. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 13(1), 45–58.
- Fauziah, N., & Ramadhan, A. (2024). Pengaruh flash sale dan gratis ongkir terhadap perilaku impulsive buying pengguna marketplace. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 5(1), 33–47.
- Hidayat, A., & Pratama, R. (2023). Perkembangan transaksi digital dan perilaku konsumsi masyarakat Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 4(2), 78–92.
- Kahf, M. (1992). *The Islamic economy: Analytical study of the functioning of the Islamic economic system*. Plainfield: Muslim Students Association of the United States and Canada.
- Nugroho, D., & Lestari, S. (2022). Pengaruh fitur promosi dan personalisasi marketplace terhadap keputusan pembelian Generasi Z. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2), 87–99.
- Rahmawati, D., Putri, A., & Wijaya, R. (2022). Pengaruh intensitas penggunaan online shopping terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 21–34.
- Sari, N., & Wibowo, H. (2023). Transaksi digital dan perilaku konsumtif generasi muda di era marketplace. *Jurnal Ekonomi Modern*, 8(1), 55–68.
- Al-Bukhari, M. I. (2002). *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*. Beirut: Dar Ibn Kathir.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.