

**PERILAKU KONSUMTIF DAN ALTRUISME PADA GENERASI MILENIAL  
DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH**

**(Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)**



**Oleh:**

**Nazhira Tamimi SF**  
**(5012022010)**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Penyusunan Tesis pada Program Magister(S2)  
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah  
Pascasarjana IAIN Langsa**

**PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER INSTITUT  
AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA**

**2024 M / 1446 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nazhira Tamimi SF  
NIM : 5012022010  
Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (HES)  
Fakultas : Pasca Sarjana Program Magister  
Alamat : Dusun Petuah Rahim, Desa Paya Bujok Beuramo, Kota Langsa  
Judul : Perilaku Konsumtif Dan Altruisme Pada Generasi Milenial Dalam Prespektif Maqashid Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa tesis ini benar adalah hasil karya sendiri, jika dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan plagiat atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka tesis dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Langsa, 24 Juli 2024  
Yang Menyatakan,

  
**NAZHIRA TAMIMI SF**

**HALAMAN PENGESAHAN DIREKTUR**

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI  
UJIAN TESIS**

Tesis berjudul : **Perilaku Konsumtif Dan Altruisme Pada Generasi Milenial Dalam  
Prespektif Maqashid Syariah**

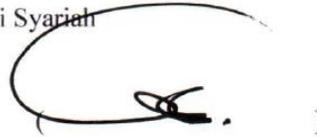
Nama : Nazhira Tamimi SF

NIM : 5012022010

Program Studi : Magister (S2) Hukum Ekonomi Syariah

telah disetujui tim penguji ujian tesis:

Ketua : Prof. Dr. Iskandar, M.C.I



Sekretaris : Dr. Fahriansiah, Lc.MA



Penguji I : Dr. Muhammad Dayyan, M.Ec



Penguji II : Dr. Mawardi, M.S.I



Penguji III : Dr. Mulizar M.T.H



Diuji di Langsa Pada Hari Senin Tanggal 12 Januari 2024

Pukul : 15:30- 17:30

Hasil/Nilai : A /3.80

Predikat : Dengan Pujian

• Coret yang tidak perlu

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,  
Ketua Program Studi Magister  
(S2) Hukum Ekonomi Syariah  
Pascasarjana IAIN Langsa

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

### PERILAKU KONSUMTIF DAN ALTRUISME PRESPEKTIF MAQASHIID SYARIAH

Yang ditulis oleh:

Nama : Nazhira Tamimi SF  
NIM : 5012022010

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister (S2) Hukum Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Langsa untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Hukum.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Langsa, 26 Februari 2024  
Pembimbing I



**Dr. Prof. Iskandar. M. CL**  
NIP. 19650616 199503 1 002

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Kepada Yth,  
Ketua Program Studi Magister  
(S2) Hukum Ekonomi Syariah  
Pascasarjana IAIN Langsa

Assalamu'alaikum wr.wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

**PERILAKU KONSUMTIF DAN ALTRUISME PRESPEKTIF  
MAQASHIID SYARIAH**

Yang dituliseleh:

Nama : Nazhira Tamimi SF

NIM : 5012022010

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister (S2) Hukum Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Langsa untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Hukum.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Langsa, 26 Februari 2024  
Pembimbing II



**Dr. MULIZAR, M.Th**  
NIP: 198812102023211014

# **Perilaku Konsumtif Dan Altruisme Pada Masyarakat Generasi Milenial ditinjau Dari Prespektif Maqashid Syariah**

**(Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)**

**Nazhira Tamimi SF  
NIM 5012022010**

## **Abstrak**

Jumlah penduduk miskin di Kota Langsa mengalami peningkatan dari tahun 2018 hingga 2022. Disaat bersamaan juga pengeluaran penduduk meningkat sementara penerimaan infaq menurun sehingga merujuk pada potensi ketimpangan sosial. Penduduk langsa yang termasuk kedalam generasi milenial sebesar 25% , generasi ini sering dianggap boros namun berpotensi besar dalam menciptakan keadilan sosial. Maka, diperlukan tinjauan maqashid syariah untuk mengatur pengelolaan uang generasi milenial agar terciptanya kehidupan yang seimbang. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskriptifkan dan menganalisis perilaku konsumtif pada masyarakat generasi milenial di Kota Langsa ditinjau dari maqashid syariah. Untuk mendeskriptifkan dan menganalisis altruisme pada masyarakat generasi milenial Kota Langsa ditinjau dari maqashid syariah. Serta Untuk menganalisis dan menentukan perilaku konsumtif dan perilaku altruisme yang relavan dengan prespektif maqashid syariah. Demi memperoleh jawaban peneliti menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) bersifat kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pada perilaku konsumtif serta perilaku altruisme. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial cenderung bersikap konsumtif, terlihat dari beberapa penyimpangan terhadap tujuan hukum harta, yaitu: al-rawaj (pendapatan lebih banyak digunakan untuk konsumsi daripada infaq dan tabungan), al-wudhuh (belum mengalokasikan keuangan dengan baik), al-tsbat (kurangnya etika konsumsi dalam Islam), al-hifz (tidak menjaga harta dengan baik), dan al-adl (ketidakseimbangan dalam pengeluaran pribadi dan sosial). Selain itu, perilaku altruisme generasi milenial juga belum sepenuhnya diterapkan, dengan partisipasi yang rendah dalam kegiatan altruisme, kurangnya alokasi pendapatan untuk kegiatan tersebut, ketidakkonsistenan dalam mengeluarkan harta, dan tindakan altruisme yang didasari oleh simpati dan empati. Untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan Maqashid Syariah, diperlukan perilaku konsumtif dan altruisme yang relevan dengan prinsip-prinsip Islam, termasuk ar-rawaj, al-wudhuh, as-tsabat, al-hifz, dan al-adl, yang menekankan pengelolaan keuangan bijaksana, kejujuran, perlindungan dari pemborosan, dan perlakuan adil.

**Kata Kunci:** *Konsumtif, Altruisme, Generasi Millenial Kota Langsa*

# **Consumptive Behavior and Altruism in Millennial Generation Society Viewed from a Maqashid Syariah Perspective**

**(Case Study of Langsa City Community)**

**Nazhira Tamimi SF**

**NIM 5012022010**

## **Abstract**

The number of poor people in Langsa City has increased from 2018 to 2022. At the same time, population expenditure has increased while infaq receipts have decreased, thus pointing to the potential for social inequality. The population of Langsa is included in the millennial generation at 25%, this generation is often considered wasteful but has great potential in creating social justice. So it is necessary to observe maqashid sharia to regulate the money management of the millennial generation in order to create a balanced life. This research aims to describe and analyze consumer behavior in the millennial generation in Langsa City in view of maqashid sharia. To describe and analyze altruism in the millennial generation of Langsa City, a review of maqashid sharia. As well as analyzing and determining consumptive behavior and altruistic behavior that is relevant to the maqashid sharia perspective. In order to obtain answers, researchers used qualitative field research methods. The research results show that in consumptive behavior and altruistic behavior. The results of the research show that the millennial generation tends to have a consumerist mindset, as can be seen from several deviations from the objectives of property law, namely: al-rawaj (income is used more for consumption than infaq and savings), al-wudhuh (not yet collecting finances well), al- tsbat (lack of consumption ethics in Islam), al-hifz (not looking after property properly), and al-adl (overall personal and social expenditure). Apart from that, the millennial generation's altruistic behavior has not been fully implemented, with low participation in altruistic activities, lack of income allocation for these activities, inconsistency in spending wealth, and altruistic actions based on sympathy and empathy. To achieve goals in accordance with Maqashid Syariah, consumptive behavior and altruism are needed that are relevant to Islamic principles, including ar-rawaj, al-wudhuh, as-tsabat, al-hifz, and al-adl, which emphasize wise financial management, honesty, protection from waste, and fair treatment.

**Keywords:** *Consumptive, Altruism, Langsa City Millennial Generation*

## السلوك الاستهلاكي والإيثار لدى مجتمع جيل الألفية من منظور مقاصد الشريعة الإسلامية

(دراسة حالة: مجتمع مدينة لانغسا)

نازهرة تيمبي إس إف

الرقم الجامعي: ٥٠١٢٠٢٢٠١٠

### مُلخَّص

شهد عدد الفقراء في مدينة لانغسا زيادة من عام ٢٠١٨ حتى عام ٢٠٢٢. وفي الوقت نفسه، ارتفعت نفقات السكان بينما انخفضت الإيرادات من التبرعات، مما يشير إلى احتمالية حدوث تفاوت اجتماعي. يشكل سكان لانغسا من جيل الألفية حوالي ٢٥%، وغالبًا ما يُنظر إلى هذا الجيل على أنه مبذر ولكنه يحمل إمكانات كبيرة لتحقيق العدالة الاجتماعية. لذلك، هناك حاجة إلى مراجعة مقاصد الشريعة لتنظيم إدارة أموال جيل الألفية لتحقيق حياة متوازنة. تهدف هذه الدراسة إلى وصف وتحليل السلوك الاستهلاكي لدى مجتمع جيل الألفية في مدينة لانغسا من منظور مقاصد الشريعة. وكذلك وصف وتحليل الإيثار لدى مجتمع جيل الألفية في مدينة لانغسا من منظور مقاصد الشريعة. بالإضافة إلى تحليل وتحديد السلوك الاستهلاكي والسلوك الإيثاري الذي يتوافق مع منظور مقاصد الشريعة. وللحصول على الإجابات، استخدم الباحث منهج البحث الميداني ذو الطبيعة النوعية. أظهرت نتائج البحث أن السلوك الاستهلاكي والسلوك الإيثاري لدى جيل الألفية يميل إلى الاستهلاكية، ويتضح ذلك من خلال بعض الانحرافات عن أهداف الشريعة المتعلقة بالمال، وهي: (الرواج) يتم استخدام الدخل بشكل أكبر للاستهلاك بدلاً من التبرع والادخار (الوضوح) عدم تخصيص الموارد المالية بشكل جيد، (الثبات) قلة الالتزام بأداب الاستهلاك في الإسلام، (الحفظ) عدم المحافظة على المال بشكل صحيح، (العدل) عدم التوازن في الإنفاق الشخصي والاجتماعي. (بالإضافة إلى ذلك، فإن السلوك الإيثاري لدى جيل الألفية لم يُطبق بالكامل حيث لوحظ انخفاض المشاركة في الأنشطة الإيثارية، وعدم تخصيص جزء كافٍ من الدخل لهذه الأنشطة، وعدم الاتساق في إنفاق المال، بالإضافة إلى أن الأفعال الإيثارية غالبًا ما تكون مدفوعة بالتعاطف والشفقة فقط. لتحقيق الأهداف المتوافقة مع مقاصد الشريعة، هناك حاجة إلى تبني سلوك استهلاكي وإيثاري يتوافق مع مبادئ الإسلام، بما في ذلك الرواج، الوضوح، الثبات، الحفظ، والعدل، والتي تؤكد على الإدارة الحكيمة للأموال والصدق، والحماية من الإسراف، والمعاملة العادلة.

الكلمات المفتاحية: الاستهلاكية، الإيثار، جيل الألفية في مدينة لانغسا.

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*“ Jika berbuat baik, (berarti) kamu telah berbuat baik untuk dirimu sendiri. Jika kamu berbuat jahat, (kerugian dari kejahatan) itu kembali kepada dirimu sendiri..... ”.*

**(Al-Isra:7)**

*“Jika rencanamu terwujud maka bersyukurlah, jika tidak maka bergembiralah karena Allah SWT yang khusus merencanakan untukmu”.*

**(Nazhira Tamimi SF)**

*Untuk semua keluarga khususnya ayah dan almahrumah mamak serta teman-teman yang selalu memberi motivasi untuk menyelesaikan tesis ini yang selalu menemani baik suka maupun duka.*

**Terima kasih**

# PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

## KEPUTUSAN BERSAMA

### MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

#### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te

ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef

ق	Qaf	q	Ki
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
هـ	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	A

ـَ	Kasrah	i	I
ـُ	Dammah	u	U

## 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وَ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَيْلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

## C. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama

...أ...إ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...إ...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...و...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

#### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

##### 1. Ta' marbutahhidup

Ta' marbutahhidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

##### 2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

- ##### 3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

### E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

### F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

#### 1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

#### 2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

### G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

### H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ      Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/  
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا      Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ      Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/  
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ      Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ      Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا      Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

## **J. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TESIS</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN DIREKTUR</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI</b> .....	iii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	ix
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xxi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xxii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.6 Kajian Terdahulu .....	11
1.7 Kerangka Teori .....	16
1.8 Metode Penelitian .....	20
1.8.1 Jenis Penelitian .....	21
1.8.2 Sumber Data .....	21
1.8.3 Lokasi Penelitian .....	21
1.8.5 Teknik Pengumpulan Data .....	22
1.8.6 Teknik Analisis Data .....	23
1.8.7 Sistematika Pembahasan .....	25
<b>BAB II PERILAKU KONSUMTIF, ALTRUISME, GENERASI MILENIAL DAN MAQASHID SYARIAH</b> .....	27
2.1 Perilaku Konsumtif .....	27
2.1.1 Indikator Perilaku Konsumtif .....	28
2.1.2 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif .....	29
2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .....	31
2.1.4 Perilaku Konsumtif dalam Pandangan Islam .....	35
2.2 Ruang Lingkup Perilaku Altruisme .....	38
2.2.1 Perspektif Teoritis Altruisme .....	38
2.2.1 Ciri-ciri perilaku altruisme .....	40

2.2.2	Faktor-faktor altruisme.....	41
2.2.3	Perbedaan Prosocial dan Altruisme.....	43
2.3	Generasi milenial .....	44
2.3.1	Ruang Lingkup Generasi Milenial .....	44
2.3.2	Ciri-Ciri Generasi Milenial .....	47
2.3.3	Perilaku Generasi Milenial.....	49
2.3.4	Peran Generasi Milenial Dalam Perekonomian .....	52
2.4	Maqashid Syariah.....	53
2.4.1	Ruang Lingkup Maqashid Syariah Menurut Ibnu Asyur .....	53
2.4.2	Pembagian Maqashid Syariah Ibnu Asyur .....	56
2.4.3	Maqashid Muamalat Dalam Pandangan Ibnu Asyur.....	58
<b>BAB III GENERASI MILENIAL DAN PERTUMBUHAN EKONOMI DI KOTA LANGSA ..</b>		<b>63</b>
3.1	Sejarah Terbentuknya Kota Langsa .....	63
3.2	Demografi Kota Langsa .....	63
3.3	Kecamatan Kota Langsa .....	65
3.4	Ketenagakerjaan.....	66
3.5	Generasi Milenial di Kota Langsa .....	69
3.5.1	Penduduk Generasi Milenial di Kota Langsa.....	69
3.5.2	Pendidikan Generasi Milenial Kota Langsa.....	70
3.5.3	Persentase Umur Penduduk Kota Langsa yang Bekerja .....	71
3.5.4	Pengaruh Generasi Milenial Dalam Perekonomian Kota Langsa.....	72
<b>BAB IV ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN PERILAKU ALTRUISME PADA GENERASI MILENIAL DI KOTA LANGSA .....</b>		<b>74</b>
4.1	Analisis Konsumsi Masyarakat Generasi Milenial Prespektif Maqashid Syariah .....	74
4.2	Analisis Perilaku Altruisme Masyarakat Generasi Milenial Prespektif Maqashid Syariah ....	114
4.3	Analisis Perilaku Konsumtif dan Perilaku Altruisme yang Relevan dengan Maqashid Syariah 132	
4.4	Pembahasan.....	143
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>154</b>
5.1	Kesimpulan .....	154
5.2	Saran .....	155
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>156</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>172</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>		<b>191</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Jumlah Penduduk Miskin, Penerimaan Infaq dan Zakat, dan Pengeluaran Rata-Rata di Kota Langsa .....	5
Tabel 2 Jumlah Persebaran Penduduk Kota Langsa .....	66
Tabel 3 Persentase Angkatan Kerja .....	67
Tabel 4 Persentase Lapangan Pekerjaan Masyarakat Kota Langsa .....	68
Tabel 5 Penduduk Kota Langsa Berdasarkan Umur .....	69
Tabel 6 Persentase Umur Penduduk Kota Langsa yang Bekerja .....	71
Tabel 7 Kategori Produk .....	77
Tabel 8 Keputusan Dalam Belanja.....	80
Tabel 9 Jenis Konsumsi Leisure .....	83
Tabel 10 Konsumsi Leisure .....	84
Tabel 11 Keputusan Dalam Konsumsi.....	86
Tabel 12 Ideal Alokasi Pendapatan Perbulan Pribadi .....	99
Tabel 13 Ideal Alokasi Pendapatan Perbulan Keluarga.....	99
Tabel 14 Pengeluaran Pendapatan Pribadi dan Keluarga .....	100
Tabel 15 Jumlah Responden Berperilaku Konsumtif .....	102
Tabel 16 Pengetahuan Etika Konsumsi Masyarakat Generasi Milenial .....	104
Tabel 17 Perilaku Konsutif dalam tinjaun Maqashid Syariah .....	109
Tabel 18 Kegiatan Altruisme yang dilakukan Generasi Milenial .....	117
Tabel 19 Anggaran Altruisme yang di keluarkan oleh Generasi Milenial.....	121
Tabel 20 Mengeluarkan ZISWAF Saat Momen Tertentu.....	122
Tabel 21 Keputusan Generasi Milenial Untuk Melakukan Altruisme .....	125
Tabel 22 Hambatan Generasi Milenial Untuk Melakukan ZISWAF.....	127
Tabel 23 Perilaku Konsutif dalam tinjaun Maqashid Syariah .....	129
Tabel 24 Pencatatan Pos Pengeluaran.....	137

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 Kerangka Teoritis.....	18
Gambar 2 Piramida Penduduk Kota Langsa.....	65
Gambar 3 Pendidikan Generasi Milenial Kota Langsa.....	70
Gambar 4. Intensitas Dalam Berbelanja Pada Generasi Milenial .....	75
Gambar 5 Budget Dalam Konsumsi .....	87
Gambar 6 Persepsi Generasi Milenial Terhadap Brand.....	90
Gambar 7 Pandangan generasi milenial terhadap gadget .....	93
Gambar 8 Konsumsi Generasi Milenial Dengan Tujuan Menunjang Gaya Hidup.....	96
Gambar 9 Konsumsi Barang yang Tidak Perlu .....	107
Gambar 10 Minat Generasi Milenial Menyisihkan Pendapatan Untuk Kegiatan Altruisme .....	115
Gambar 11 Intensitas Generasi Milenial Melakukan Altruisme .....	119

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perilaku konsumtif adalah sebuah pola tingkah laku masyarakat yang cenderung berfokus pada memenuhi keinginan pribadi dan mengakuisisi barang-barang konsumen secara berlebihan. Fenomena ini telah menjadi ciri khas dalam masyarakat *modern* di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Perubahan budaya, nilai-nilai dan kemajuan ekonomi telah mempengaruhi pergeseran dari pola konsumsi yang lebih sederhana dan berorientasi pada kebutuhan dasar, menjadi konsumsi pada gaya hidup, produk mewah dan tren terbaru.

Selain itu, peran media sosial dan teknologi dalam memperkuat perilaku konsumtif tidak bisa diabaikan yang memungkinkan individu untuk memamerkan gaya hidup konsumtif mereka, menciptakan tekanan sosial untuk ikut serta dalam tren dan budaya konsumen. Pameran produk-produk mewah atau pengalaman yang terkesan glamor di platform media sosial dapat menciptakan hasrat yang tak terkendali untuk membeli dan mengikuti tren terbaru. Budaya konsumerisme pada masyarakat dipengaruhi oleh permainan komunikasi pemasaran untuk membentuk suatu gaya hidup yang tanpa sadar dikonsumsi oleh masyarakat konsumen. Ditambah lagi hadirnya *e-commerce* yang mampu membuat masyarakat modern menjadi berlebihan dalam pola mengkonsumsi sesuatu yang tidak jelas esiansinya. Hal-hal tersebut yang menjadikan konsumsi bukan untuk memenuhi kebutuhan melainkan untuk memenuhi keinginan, dimana *use value* (nilai guna) berubah menjadi *exchange value* (nilai tukar)<sup>1</sup>.

Kemudahan akses ke berbagai produk dan layanan secara virtual telah mendorong perilaku konsumtif yang lebih *impulsif*. Konsumen sekarang dapat dengan cepat menelusuri serta membandingkan produk, membuat keputusan pembelian dalam hitungan detik dan sering kali tergoda oleh penawaran diskon dan promosi yang berlimpah di *platform e-commerce*. Dalam upaya untuk merasakan

---

<sup>1</sup> Harnina Ridwan, Masrul Masrul, dan Juhaepa Juhaepa, 'Komunikasi Digital Pada Perubahan Budaya Masyarakat E-Commerce Dalam Pendekatan Jean Baudrillard', *Jurnal Riset Komunikasi*, 1.1 (2018), hal:106.

kepuasan segera, perilaku konsumtif cenderung meningkat seringkali tanpa pertimbangan yang matang terhadap keuangan pribadi. Komsumen yang dominan menggunakan e-commerce yaitu generasi milenial.

Tingginya tren penggunaan internet pada saat ini tidak bisa dipisahkan dari kehadiran milenial. Dari riset Kredivo dan Katadata Insights Center (KIC) tercatat bahwa generasi milenial dengan rentang umur 26-35 pada tahun 2021 menjadi penyumbang terbesar terhadap proporsi jumlah transaksi belanja online yaitu sebesar 48% di tahun yang sama, pada konsumen dengan rentan umur 36-45 tahun transaksi belanja online hanya sekitar 23% . Terakhir konsumen berumur 46-55 tahun yang melakukan transaksi online hanya sebanyak 3%<sup>2</sup>.

Saat ini kalangan milenial mendominasi sekitar 84.75 juta dari total penduduk Indonesia, hal tersebut menandakan bahwa hampir 32% penduduk Indonesia adalah generasi milenial. Untuk itu generasi milenial merupakan aset masa depan bagi negara, karena diprediksikan bahwa pada tahun 2030 diprediksikan 70% penduduk Indonesia dengan produktif sebagian besar dari generasi milenial<sup>3</sup>.

Generasi milenial sering dianggap sebagai generasi yang suka melakukan kegiatan untuk menghibur diri dengan berkreasi termasuk mengunjungi pusat perbelanjaan dan berbelanja. Untuk menunjang gaya hidup yang tersebut saat ini mereka sudah termasuk umur bekerja serta mengembangkan diri mereka di dalam pekerjaan tersebut<sup>4</sup>. Selain itu, gaya hidup yang sibuk dipadu dengan minimnya pengetahuan pengelolaan pendapatan membuat para milenial kesulitan dalam mengatur keuangannya sehingga menimbulkan stigma bahwa kaum milenial cenderung boros, tidak bisa menabung, suka jalan-jalan, beli gadget, dan suka nongkrong di *cafe*. Akibatnya, perilaku dari perilaku tersebut generasi milenial

---

<sup>2</sup> Cindy Mutia Annur, 'Transaksi E-Commerce Konsumen Usia Tua Terus Meningkatkan Ketimbang Gen Z Dan Milenial', Databoks, 2023, hal:1 .

<sup>3</sup> Annur,hal:2.

<sup>4</sup> Deru R Indika Dan Sasha Dwi Rahayu, 'Bagaimana Gaya Hidup Mempengaruhi Impulse Buying Generasi Milenial Pada Produk Fashion', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis(JEBSIS)*, 2.1 (2020), hal:64.

cenderung gagal dalam mengelola keuangan<sup>5</sup>. Hal ini menjadi peringatan terutama pada generasi milenial yang punya gaji yang tidak seberapa namun berlomba-lomba mencapai tren tersebut dan merelakam kebutuhan dasar lainnya<sup>6</sup>.

Pengelolaan pendapatan yang baik yaitu dengan melakukan keseimbangan konsumtif artinya pendapatan yang dimiliki tidak hanya dibelanjakan untuk kebutuhan materi saja namun juga untuk konsumsi sosial. Sehingga dengan menggunakan formulasi *final spending* (FS) dapat disebutkan bahwa pendapatan adalah konsumsi ditambah dengan infaq kemudian ditambah dengan tabungan<sup>7</sup>. Sehingga perilaku konsumsi seorang muslim tidak hanya mencapai kepuasan dari konsumsi barang melainkan ibadah maka itu perlunya mengontrol diri agar dapat melakukan konsumsi yang seimbang sehingga terhindar dari penyakit boros, kikir dan egois<sup>8</sup>. Islam sangat melaknat sikap kikir dan memuliakan orang yang dermawan. Kedermawanan dapat membantu membangkitkan aktivitas ekonomi, dikarenakan orang yang mempunyai daya beli, dengan itu ekonomipun akan bergerak kearah yang positif<sup>9</sup>.

Ketika masyarakat mempunyai sikap maupun perilaku yang baik, maka akan menimbulkan sikap kepedulian dan senantiasa memberi manfaat, seperti dalam teori altruisme bahwa sebuah perilaku pro-sosial atau perilaku yang menunjukkan sikap sukarela dalam rangka memberikan suatu manfaat kepada orang lain tanpa mengambil keuntungan sedikitpun. Terdapat beberapa istilah dalam Islam yang melambangkan makna altruisme antara lain itsar, ihsan, shadaqah

---

<sup>5</sup> Aisyah Nur Hidayah And Rr Iramani, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Milenial Dengan Pengendalian Diri Sebagai Variabel Mediasi', *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4.5 (2023), Hal: 4809–4810.

<sup>6</sup> Petty Arisanti, 'Tren Gaya Hidup Milenial, Identitas Sosial Dan Desain Coffe Shop Petty Arisanti', *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18.4 (2021), Hal:580.

<sup>7</sup> Imahda Khoiri Furqon, 'Teori Konsumsi Dalam Islam', *Adzkiya : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 6.1 (2018), Hal: 15

<sup>8</sup> Aulia Rahman dan Muh Fitrah, 'Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Islam Di Kelurahan Barombong Kota Makassar', *Laa Maisyir : Jurnal Ekonomi Islam*, 5.1 (2018), Hal:18–42

<sup>9</sup> Dina Kurnia Salwa, 'Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Implementasinya', *Labatila : Ilmu Ekonomi Islam*, 3.1 (2019), Hal: 96–107.

dan infaq<sup>10</sup>. Pertama, Itsar dan altruisme memiliki kesamaan, perbedaan keduanya terletak pada segi pengamalan dalam ritual kegamaan. Kedua, yaitu ihsan yang pemaknaannya mengarah pada dua sasaran kebaikan yaitu kepada Allah yang dimanifestasikan dalam bentuk ibadah dan kepada sesama makhluk yang terwujud dalam berbagai bentuk perbuatan positif yang memberikan manfaat sedangkan ihsan yang maknanya mengarah pada altruisme yaitu menjelaskan ihsan dengan sesama (muammalah). Terakhir yakni istilah shadaqah dan infaq, keduanya merupakan bentuk berderma yang tidak hanya terbatas pada materi tetapi juga *immateri*. Adapun istilah shadaqah dan infaq terhadap altruisme yaitu keduanya memuat unsur sukarela dan pengorbanan dengan mengesampingkan<sup>11</sup>.

Altruisme melibatkan perhatian yang lebih besar pada kebutuhan dan kesejahteraan orang lain. Sebaliknya, perilaku konsumtif seringkali melibatkan keinginan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pribadi dengan membeli barang-barang atau layanan. Dalam prosesnya, individu mungkin menjadi lebih fokus pada kepuasan pribadi mereka. Jadi, semakin seseorang terlibat dalam perilaku konsumtif yang berlebihan, semakin sedikit perhatian yang mereka alokasikan untuk membantu orang lain. Monzer Khaf mengajarkan bahwa keselarasan egoisme dan altruisme dapat dicapai melalui prinsip ekonomi Islam yang menekankan pada keseimbangan antara kepentingan pribadi dan publik artinya, manusia diperbolehkan memenuhi kebutuhan dan keinginan pribadinya tetapi juga diharapkan memperhatikan kepentingan sosial dan masyarakat keseluruhannya<sup>12</sup>.

Tetapi, akibat pengaruh global mengakibatkan peningkatan dalam konsumtif. Peningkatan konsumsi ini juga terjadi pada masyarakat kota Langsa. Dimana, selama lima tahun terakhir cenderung mengalami peningkatan pengeluaran bulanan. Namun sebaliknya, untuk penerimaan jumlah zakat dan infaq

---

<sup>10</sup> Nasrullah Bin Sapa dan Muslimin Kara, 'Altruisme Dalam Sistem Ekonomi Islam : Memaksimalkan Nilai Spiritual Dan Ketahanan Sosial Dalam Pandemi Covid-19', *Jurnal Iqtisaduna*, 6.2 (2020), Hal 145–56.

<sup>11</sup> Sapa dan Kara, hal:133.

<sup>12</sup> Ranaswijaya Ranaswijaya dan Soleha Soleha, 'Analysis of Monzer Kahf's Thoughts on the Phenomenon of Consumption in Modern Society', *AL-FALAH : Journal of Islamic Economics*, 8.1 (2023), hal:119.

mengalami penurunan. Berikut data mengenai jumlah penerimaan infaq dan zakat serta jumlah pengeluaran rata-rata penduduk perbulan:

**Tabel 1 Data Jumlah Penduduk Miskin, Penerimaan Infaq dan Zakat, dan Pengeluaran Rata-Rata di Kota Langsa**

Tahun	Jumlah Penduduk Miskin (Ribuan)	Jumlah Penerimaan Infaq Perorangan	Jumlah Penerimaan Zakat Perorangan Per Tahun	Jumlah Pengeluaran Rata-rata Penduduk Per Bulan	
				Makanan	Non Makanan
2018	18,73	-	379.009.386	594.859	728.980
2019	18,62	140.530.525	301.740.226	582.716	706.273
2020	18,65	25.332.652	269.194.548	621.888	721.192
2021	19,78	14.478.412	291.351.939	672.509	737.250
2022	19,41	-	-	662.477	779.193

Sumber : Data BPS 2023

Menariknya, pada tahun 2019 menunjukkan bahwa persentase penduduk miskin mencapai 18,62%, sementara jumlah penerimaan infaq mencapai Rp.140.530.525 dan jumlah penerimaan zakat mencapai Rp.301.740.226 . Disisi lain, ketika jumlah penerimaan infaq dan zakat berada pada jumlah yang tinggi, angka pengeluaran bulanan rata-rata justru mengalami penurunan terutama pada pengeluaran makanan yang turun sebesar Rp.582.716 dari Rp.594.859 unit dan pengeluaran non-makanan yang turun sebesar Rp.706.273 dari Rp.728.980. Data ini mencerminkan situasi keadilan sosial. Dimana, dalam praktiknya Islam mengajarkan kepada umatnya untuk berbagi kekayaan mereka dengan yang kurang beruntung melalui zakat dan sedekah sehingga terciptanya kesejahteraan sosial<sup>13</sup>.

Sementara itu, saat ini penduduk masyarakat Kota Langsa yang termasuk generasi milenial pada tahun 2023 sejumlah 48.270 orang atau sekitar 25% dari keseluruhan. Sebagai generasi yang sudah berada pada usia angkatan kerja, dengan

<sup>13</sup> BPS Kota Langsa, *Kota Langsa Dalam Angka* (Langsa, 2023).

besarnya jumlah generasi milenial di Kota Langsa seharusnya dapat menjadi potensi dalam peningkatn jumlah infaq dan zakat bukan hanya pada pengeluaran bulanan saja yang meningkat<sup>14</sup>.

Hal tersebut sangat berkaitan dengan maqashid syariah yaitu hifz mal. Maqashid syariah adalah dasar bagi pengembangan ekonomi Islam karena bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan dan kebahagiaan manusia dengan menyeimbangan peredaran harta secara adil dan seimbang baik secara personal maupun sosial. Secara spesifik Maqshid Syariah yang bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan manusia dengan menyeimbangkan distribusi harta antara si kaya dan si miskin secara adil dan seimbang. Konsep tersebut dijelaskan oleh Muhammad Thahir Ibnu Asyur, bahwa maqashid syariah dalam muammalah atau tujuan syariah mengenai hal-hal yang berkaitan dengan interaksi sosial dalam bidang ekonomi dibedakan menjadi lima tujuan. Kelima tujuan tersebut diantaranya *Al-Rawaj* (perputaran harta), *Al-Wudhuh* (transparansi), *Al-Hifdz* (pemeliharaan harta), *At-Tsababt* (Keutuhan), *Al-Adl* (Keadilan)<sup>15</sup>.

Dari konsep tersebut diharapkan agar harta yang dimiliki mengalami perputaran melalui infaq dan terciptanya keadilan dalam harta benda. Maka, harta yang dimiliki dimanfaatkan untuk konsumsi, produksi, investasi atau infaq dengan tetap menjauhkan diri dari perilaku berlebihan. Selanjutnya harta benda mencegah seseorang untuk berlaku zalim dan mengambil harta milik orang lain. Pentingnya keseimbangan antara pemenuhan pribadi dan tanggung jawab sosial pada konsep maqashid syariah menciptakan pandangan bagi masyarakat muslim, khususnya generasi milenial, untuk menjalani kehidupan sehar-hari mereka. Pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip maqashid syariah dapat membantu mereka mengambil keputusan yang tepat dalam aspek konsumsi dan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat.

Dalam penelitian yang dilakukan Muthiatu Thoyibah, Muhammad Iqbal dan Suharto menyebutkan bahwa generasi milenial saat ini lebih mementingkan

---

<sup>14</sup> BPS Kota Langsa, *Kota Langsa Dalam Angka*.

<sup>15</sup> Ika Khusnia Anggraini, 'Maqasid Al-Shariah Values on Managing Assets in the Indonesian Muslim Merchant Association (Ismi) East Java Perspective', *Al Qalam*, 37.2 (2020), hal: 26.

tren yang dilihat melalui media sosial, sehingga hal tersebut membuat adanya perubahan pola konsumsi pada generasi milenial, dimana bukan hanya berusaha memenuhi kebutuhan tetapi juga memaksa dirinya untuk memenuhi hal yang diinginkan<sup>16</sup>. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Kadek Wirasukessa dan I Gede Sanica juga menyebutkan bahwa, adanya perasaan takut tertinggal tren atau *fear missing out* serta gaya hidup yang hedonis adalah faktor yang kuat dalam menyebabkan perilaku konsumtif milenial<sup>17</sup>. Penelitian yang dilakukan Nova Nurrizka Wakhida dan Bambang Sumardjoko mengatakan bahwa gaya hidup hedonisme terlihat sangat jelas pada mahasiswa generasi milenial tercermin dari perilaku dan interaksi sosial mereka. Meskipun terdapat banyak mahasiswa milenial yang memprioritaskan gaya hidup mewah, beberapa mahasiswa milenial masih berusaha menyeimbangkan hedonisme dengan kepedulian sosial seperti membagikan makanan dan memberikan sedekah sehingga terlihat bahwa dibalik gaya hidup yang hedonisme terdapat kesadaran sosial yang tinggi<sup>18</sup>.

Penelitian yang dilakukan oleh Talita Zhafira menyebutkan bahwa generasi milenial mempunyai sikap asosial, dimana mereka kurang termotivasi untuk terlibat interaksi dengan individu atau kelompok individu lainnya, selain itu juga mereka kurang memiliki kepekaan sosial sehingga tidak sedikit dari mereka yang bertingkah laku sesuai dengan kehendaknya dengan mementingkan diri sendiri<sup>19</sup>. Terakhir penelitian yang dilakukan oleh Rina Darojatun dan Azizah Alawiyah menyebutkan bahwa generasi milenial muslim Kota Serang membentuk budaya filantropi Islam dengan berusaha menjalankan semua perintah Allah SWT dan

---

<sup>16</sup> Suharto, Muthiatu Thoyibah, dan Muhammad Iqbal Fasa, 'Pola Konsumsi Hedonisme Generasi Millennial Muslim Terhadap Teori Konsumsi Dalam Prespektif Ekonomi Islam, *Jurnal Ekonomi Islam*, 12.2 (2021), hal:217–27.

<sup>17</sup> Kadek Wirasukessa and I Gede Sanica, 'Fear of Missing Out Dan Hedonisme Pada Perilaku Konsumtif Millennials: Peran Mediasi Subjective Norm Dan Attitude', *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7.1 (2023), hal:75.

<sup>18</sup> Nova Nurrizka Wakhida dan Bambang Sumardjoko, 'Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan Analisis Gaya Hidup Hedonisme Dan Karakter Peduli Sosial Di Kalangan Mahasiswa Milenial', 6.3 (2024), hal:2688–2700.

<sup>19</sup> Talitha Zhafira, 'Sikap Asosial Pada Remaja Era Millennial', *Sosietas*, 8.2 (2019), hal: 501.

menjauhi laranganNya, memahami bahwa zakat, infaq dan sedekah<sup>20</sup>. Dari hasil penelitian tersebut tampak bahwa generasi milenial memiliki tindakan yang berbeda-beda dalam melakukan konsumsi dan altruisme, maka untuk itu perlunya penerapan maqashid syariah agar suatu konsumsi tidak hanya tertuju pada kepuasan individu melaikan juga tercapainya kesejahteraan spritual dan sosial.

Sehingga dapat menciptakan keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan pribadi dan tanggung jawab sosial serta menjadi landasan bagi masyarakat Muslim, khususnya generasi milenial dalam menjalani kehidupan sehari-hari mereka. Pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip maqashid syariah dapat membantu mereka mengambil keputusan yang lebih tepat dalam aspek konsumsi dan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat. Maka atas dasar tersebut peneliti ingin meninjau bagaimana perilaku konsumtif dan altruisme pada masyarakat generasi milenial yang kemudian ditinjau dari Maqashid Syariah. Adapun judul dari penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif dan Perilaku Altruisme Ditinjau dari Prespektif Maqashid Syariah.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah dilakukan untuk menjelaskan masalah yang ditemukan dan membuat penjelasan yang bisa diukur. Dalam konteks ini, peneliti akan membahas tentang perilaku konsumtif dan perilaku altruisme dikalangan generasi milenial yang ditinjau dari perspektif Maqashid Syariah. Berdasarkan latar belakang masalah maka identifikasi permasalahan yang diambil pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Jumlah penduduk miskin di kota Langsa dari tahun 2018-2022 terus mengalami peningkatan.
- b. Jumlah pengeluaran rata-rata penduduk dari tahun 2018-2022 mengalami peningkatan namun jumlah penerimaan infaq perorangan dari tahun 2018-2022 mengalami penurunan.

---

<sup>20</sup> Rina Darojatun dan Azizah Alawiyah, 'Konstruksi Kesalehan Sosial Generasi Muslim Milenial Dalam Filantropi Islam Di Kota Serang', *Syifa Al-Qulub : Jurnal Studi Psikoterapi Sufistik*, 6.1 (2020), hal:14.

- c. Generasi milenial merupakan generasi yang berada di usia produktif. Generasi ini terkenal dengan gaya hidup dan kesulitan dalam mengatur keuangannya sehingga generasi ini memiliki stigma cenderung boros. Saat ini 25% penduduk kota Langsa termasuk kepada generasi milenial sehingga generasi ini memiliki potensial dalam menciptakan keadilan sosial.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam sebuah penelitian merupakan bagian awal yang menjelaskan permasalahan yang ingin dipecahkan atau diteliti. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam terkait bagaimana perilaku konsumtif dan perilaku altruisme dapat dipahami dan dievaluasi dari perspektif Maqashid Syariah. Adapun berikut rumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya:

1. Bagaimana perilaku konsumtif pada masyarakat generasi milenial di Kota Langsa Prespektif Maqashid Syariah?
2. Bagaimana perilaku altruisme pada masyarakat generasi milenial di Kota Langsa Prespektif Maqashid Syariah?
3. Bagaimana perilaku konsumtif dan perilaku altruisme yang relevan dalam prespektif maqashid syariah ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian mengacu pada tujuan atau hasil yang ingin dicapai melalui kajian terhadap suatu masalah tertentu. Tujuan-tujuan ini membantu memandu dan menargetkan penelitian. Pada penelitian ini akan menganalisis perilaku konsumsi dan perilaku altruisme generasi milenial kota Langsa dengan tujuan Maqashid Syariah. Adapun berikut tujuan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Untuk mendeskriptifkan dan menganalisis perilaku konsumtif pada masyarakat generasi milenial di Kota Langsa ditinjau dari maqashid syariah.
2. Untuk mendeskriptifkan dan menganalisis altruisme pada masyarakat generasi milenial Kota Langsa ditinjau dari maqashid syariah.
3. Untuk menganalisis dan menentukan perilaku konsumtif dan perilaku altruisme yang relevan dengan prespektif maqashid syariah.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Dalam konteks penelitian ini, penting untuk menggali dan memahami manfaat yang dapat dihasilkan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna dari aspek praktis, akademis maupun teoritis. Adapun berikut ini penjelasan mengenai manfaat dalam penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Praktis
  - a. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan pemahaman penulis tentang perilaku konsumtif dan altruisme.
  - b. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan bagi lembaga yang berkaitan terhadap dampak perilaku konsumtif dan altruisme.
  - c. Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, referensi dan informasi bagi mahasiswa yang berminat meneliti tema serupa.
2. Manfaat Akademis
  - a. Memberikan dukungan teori perilaku konsumtif dan altruisme dari pandangan maqashid syariah.
  - b. Kajian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagaimana perilaku konsumtif dan altruisme dari perspektif maqashid syariah.
  - c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber dan rujukan untuk penelitian selanjutnya.
3. Manfaat Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan teori perilaku konsumtif dan altruisme dengan mempertimbangkan perspektif Maqashid Syariah dalam masyarakat.
  - b. Hasil penelitian ini dapat memberikan alternatif pemikiran dan perspektif terhadap perilaku generasi milenial
  - c. Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku konsumtif dan altruisme generasi milenial di kota Langsa dari perspektif Maqashid Syariah.

## 1.6 Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya disamping itu kajian terdahulu juga membantu penelitian dalam memosisikan penelitian serta menunjukkan orisinal penelitian. Dalam penelitian ini topik yang dibahas mengenai perilaku konsumtif dan altruisme pada masyarakat generasi milenial yang ditinjau dari maqashid syariah sehingga peneliti akan menyoroti temuan dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik . Berikut beberapa penelitian yang relevan antara lain:

1. Hasil Penelitian Ranaswijaya dan Soleha (2023)

Penelitian Ranaswijaya dan Soleha dengan judul “Analysis of Monzer Kahf’s Thoughts on the Phenomenon of Consumption in Modern Society” Bertujuan untuk mendeskriptifkan analisa pemikiran Moner Kahf terhadap fenomena konsumsi yang terjadi pada masyarakat saat ini. Desain penelitian ini berupa penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan literatur. Pengumpulan data menggunakan observasi dan dokumentasi sedangkan teknik analisis data menggunakan taknik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Islam tidak melarang individu dari penggunaan barang untuk mencapai kepuasan, namun tetap mengatur dan membatasi penggunaannya agar tidak melanggar prinsip syariah. Seseorang muslim konsumsi di landasi oleh ketaatan kepada Allah SWT, kebutuhan, keadilan sosial, dan terbebas dari dosa.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu membahas tentang perilaku konsumtif yang terjadi pada masa modern. Selain itu, kesamaan lainnya yaitu desain penelitian yang berbentuk kualitatif deskriptif. Perbedaan penelitian terdapat pada teori yang dikaji yaitu tinjauan dari pemikiran Moner Kahf sedangkan dalam penelitian ini menggunakan tinjauan maqashid syariah Ibnu Asyur. Selanjutnya, penelitian tersebut

menggunakan obeservasi untuk pengumpulan data sedangkan dalam penelitian ini menggunakan wawancara<sup>21</sup>.

2. Hasil Penelitian Muhammad Nizar Hasan, Faris Naufal Ali, dan Zulkipli Lessy (2023)

Penelitian ini memiliki judul “*Self Awariness* Dalam Perilaku Sosial Altruisme Di Era Sosial Media: Studi Jama’ah Masjid Al-Azhar Yogyakarta” Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang bagaimana praktik altruisme dan tantangan kesadaran diri jamaat Masjid Alzhar terhadap Altruisme. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan kasus. Pengumpulan data menggunakan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan altruisme Masjid Al-Azhar Suryowijayan mempunyai dampak positif bagi kehidupan masyarakat sosial. Adapun hal-hal yang mempengaruhi praktek altruisme di Masjid Al-Azhar Suryowijayan karena jamaah memiliki pegangan ilmu akan nilai-nilai agama dan mora yang dibuktikan dengan adanya kegiatan pembinaan keagamaan seperti pengajian bulanan, kajian pekan keislaman, tadarusan Al-Quran , dan lain-lain.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu mengkaji praktek altruisme pada individu dalam masyarakat. Selanjutnya, metode dalam pengumpulan data menggunakan wawancara. Perbedaannya terdapat studi kasus yang digunakan. Dalam penelitian tersebut studi kasus yang digunakan yaitu masyarakat muslim yang menjadi jamaat di Masjid Al-Azhar Suryowijayan di Kota Yogyakarta . Sedangkan penelitian ini menggunakan studi kasus yang lebih luas yaitu masyarakat kota langsa dan fokus kepada generasi milenial<sup>22</sup>.

3. Penelitian Isyar Malija Hakim (2020)

Judul penelitian yang dilakukan oleh Isyar Malija Hakim yaitu “ Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Millennials Kota Semarang”

---

<sup>21</sup> Ranaswijaya dan Soleha, hal:119.

<sup>22</sup> Muhammad Nizar Hasan, Faris Naufal Ali, dan Zulkipli Lessy, ‘Self Awareness Dalam Perilaku Sosial Altruisme Di Era Sosial Media: Studi Jama’ah Masjid Al-Azhar Yogyakarta’, *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2) (2022), 1349–58.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsi dan mengeksplorasi bagaimana perilaku konsumsi masyarakat Muslim millennials di kota Semarang Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan teknik menggunakan metode survey, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi internet bagi masyarakat muslim millennial kota semarang sangat tinggi sehingga dapat dikatakan layanan internet merupakan konsumsi pokok. Adapun intensitas konsumsi internet yang tinggi juga mengakibatkan tumbuhnya perilaku berbelanja online. Terkait pengeluaran untuk altruisme mayoritas mereka pernah melakukan sedekah/infak untuk pemberdayaan ekonomi di masyarakat sekitar. Namun kegiatan tersebut masih dilakukan secara spontan dan kondisional.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu pembahasannya mengenai perilaku konsumtif, generasi milenial dan altruisme. Metode penelitian yang dilakukan juga hampir sama yaitu menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara. Perbedaannya dalam penelitian ini adalah menggunakan variabel altruisme sebagai dimensi dari perilaku konsumtif<sup>23</sup>.

4. Hasil Penelitian Arohma Putri Kaharidoni dan Yulia Anggrainia (2018)

Judul dalam penelitian ini yaitu “Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar KPOP Di Kalangan Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo Angkatan 2018). Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumsi mahasiswi penggemar Kpop jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo Angkatan 2018 terhadap produk yang berkaitan dengan Kpop dari pandangan Perspektif Maqashid Syariah. Penelitian ini menggunakan design penelitian kualitatif yang merupakan jenis penelitian lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa barang-barang Kpop bukan termasuk pada kebutuhan dharuriyat, hajiyat dan tahsiniyat karena bukan merupakan barang yang disyariatkan oleh Agama Islam . Selain itu meskipun perilaku konsumsi tersebut memberikan dampak

---

<sup>23</sup> Isyhar Malija Hakim, ‘Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Millennials Kota Semarang’, *Tesis* (Universitas Islam Negeri Walisongo, 2020).

positif karena memberikan kesenangan dan puas namun, dari konsep Islam Maqashid Syariah memberikan dampak negatif karena merasa puas akan dunia merupakan perilaku yang menyimpang dari syariat Islam (Maslahah).

Penelitian ini membahas tentang perilaku konsumtif pada remaja yang kemudian ditinjau Maqashid Syariah. Selain itu design penelitian yang digunakan sama yaitu menggunakan penelitian kualitatif lapangan. Perbedaannya pada penelitian tersebut yaitu fokus penelitian pada konsumtif barang-barang kpop sedangkan dalam penelitian ini perilaku konsumtif bersifat universal. Selain itu landasan teoritis maqashid syariah menggunakan Asy-Syatibi sedangkan penelitian ini menggunakan Ibnu Asyur<sup>24</sup>.

##### 5. Penelitian Siti Amarah (2014)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Siti Amarah dengan judul “Prinsip Keadilan Sosial Dan Altruisme Dalam Penerapan Sistem Perbankan Syariah” bertujuan yaitu untuk mengkaji tentang keadilan sosial dan altruisme dalam implementasi sistem perbankan syariah. Jenis penelitian menggunakan kualitatif dengan pengumpulan data library literatur Hasil penelitian menyebutkan bahwa Bank Syariah menempatkan perannya dalam memobilisasi dana dan menyalurkan kepada masyarakat dalam beragam bentuk produk berdasarkan prinsip syariah. Adapun keadilan sosial tercapai apabila pendapatan masyarakat terpenuhi dan setiap anggota dapat kesempatan yang sama dalam meningkatkan taraf hidupnya. Sedangkan, altruisme merupakan bentuk kebaikan hati dalam memberikan bantuan pada pihaklain tanpa meminta imbalan. Implementasi keadilan sosial dan altruisme perbankan syariah diwujudkan dalam fungsi zakat dan qardhu hasan.

Kesamaan dalam penelitian ini yaitu pada tema pembahasannya mencakup altruisme yang berkaitan pada kepedulian sosial serta mendorong

---

<sup>24</sup> Arohma Putri Kaharidoni and Yulia Anggraini, ‘Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar Kpop Di Kalangan Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Iain Ponorogo Angkatan 2018 (Perspektif Maqashid Syariah)’, *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2.1 (2022), hal:139–56.

perilaku umat. Kemudian jenis penelitian yaitu kualitatif. Perbedaannya yaitu dalam penelitian tersebut fokus peneliti mengkaji pada keadilan sosial dalam implmentasi perbankan syariah. Sedangkan dalam penelitian ini nantinya hanya mengkaji altruisme pada masyarakat Kota Langsa<sup>25</sup>.

6. Hasil Penelitian Hilma Farhani, Raihan, Ratih Ayu Sekarini (2022)

Judul penelitian yang dilakukan oleh Hilma Farhani, Raihan dan Ratih Ayu Sekarini “Konsumsi Generasi Milenial Dalam Belanja Online (E-Commerce) Pada Masa Pandemic Covid 19”, Tujuan penelitian ini memberikan informasi tentang kondisi terjadi pada perubahan pola konsumsi pada perilaku konsumen pada saat pandemi covid 19 terutama pada generasi milenial Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan pola konsumsi pada indikator mencari informasi barang atau jasa secara online.

Kemudian terdapat perubahan pola konsumsi generasi milenial pada msa pandemi covid19 pada indicator mencari informasi, menggunakan dan membeli pada jasa e-commers. Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan pola konsumsi. Selain itu, kesamaan dalam penelitian ini menggunakan generasi milenial sebagai subjek dalam peneltian perbedaan dalam penelitian yaitu fikusnya pada perubahan pola konsumsi yang terjadi saat pandemi Covid 19. Kemudia metode yang digunakan juga adalah kuantitatif deksriptif.<sup>26</sup>

7. Hasil Penelitian Muhammad Irwan (2022)

Kebutuhan Dan Pengelolaan Harta Dalam Maqashid Syariah Kajian ini bertujuan untuk mendskripsikan tentang kebutuhan dan pengelolaan harta dalam Maqashid Syariah. Penelitian ini hanya mendsekripsikan dan menguraikan dengan kebutuhan dan pengelolaan harta yang melakukan penelaah terhadap berbagai liteartur yang berkaitan dengan yang dikaji Pengelolaan harta bagi manusia dimaksudkan untuk menggunakan harta dan membelanjakan sesuai

---

<sup>25</sup> Siti Amaroh, ‘Prinsip Keadilan Sosial Dan Altruisme Dalam Penerapan Sistem Perbankan Syariah’, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 5.2 (2014), hal:87.

<sup>26</sup> Hilma Farhani, Raihan Raihan, and Ratih Ayu Sekarini, ‘Pola Konsumsi Generasi Milenial Dalam Belanja Online (E-Commerce) Pada Masa Pandemic Covid 19’, *Kinerja*, 4.1 (2022), hal:32–40.

dengan perencanaan. Pengelolaan harta dilakukan dengan mendistribusikan dan tidak menimbunya.

Distribusi harta dapat mencegah seorang bersikap pelit, kikir dan individualis. Adapun 5 langkah dalam pengelolaan harta yaitu: (1) Wealth creation (penciptaan harta), (2) Wealth Consumption (konsumsi), (3) Wealth purification (penyucian harta), (4), wealth distribution (distribusi harta), (5) wealth protection (perlindungan harta). Persamaan dalam penelitian ini yaitu pembahasan mengenai maqashid syariah. Selain itu juga dalam penelitian ini menjelaskan tentang memaksimalkan kebutuhan atau pengeluaran untuk menghindari sikap kikir maupun boros. Perbedaannya terdapat pada penelitian ini konsumsi sebagai dimensi dalam pengelolaan harta. Kemudian perbedaannya juga terdapat pada metode yang digunakan yaitu literatur<sup>27</sup>

### **1.7 Kerangka Teori**

Kerangka teoritis merupakan struktur atau kerangka yang digunakan oleh peneliti untuk menjelaskan teori, konsep, dan gagasan yang terkait dengan topik penelitian yang akan di ambil<sup>28</sup>. Tujuan dari penggunaan kerangka teoritis yaitu untuk memberikan dasar pemikiran yang kokoh dan mengarah analisis serta interpretasi temuan penelitian. Selain itu, kerangka teoritis ini nantinya akan memberikan kerangka pemikiran yang diperlukan untuk merancang metode penelitian yang tepat.

Kerangka teori penelitian ini melibatkan sejumlah konsep yang mencakup pada perilaku konsumtif dan altruisme yang dapat mempengaruhi pola perilaku masyarakat generasi milenial dengan memperhatikan prinsip-prinsip maqashid syariah. Generasi millennial adalah generasi yang lahir pada tahun 1980-2000, yang saat ini berumur 23-43 tahun. Selain itu juga, generasi ini merupakan generasi yang hidup dengan perkembangan teknologi dan sistem informasi yang cepat dan mudah sehingga generasi ini lebih aktif dan mahir dalam bidang teknologi dan informasi.

---

<sup>27</sup> Muhammad Irwan, 'Kebutuhan Dan Pengelolaan Harta Dalam Maqashid Syariah', *Elastisitas : Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2) (2021), hal:17.

<sup>28</sup> Iman Jalaludin Rifa'i, Adi Purwoto, and Ady Ramadhani, *Metodologi Penelitian Hukum* (Banten: PT. Sada Kurnia Pustaka, 2023).

Sebagian dari generasi ini sudah memasuki dunia kerja dan memiliki penghasilan sendiri.

Kemudian, perilaku konsumtif merupakan perilaku mengonsumsi suatu barang secara berlebihan dan tidak terencana. Perilaku konsumtif masyarakat lebih merujuk pada motif emosional, dimana konsumtif dibentuk untuk membentuk identitas diri yang pada akhirnya membentuk gaya hidup pada kelompok status tertentu. Perilaku konsumtif tidak lagi didasari pada pertimbangan rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif seperti ini seringkali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan<sup>29</sup>. Teori perilaku konsumtif meliputi beberapa aspek diantaranya pembelian impulsif (*Impulsif Buying*), pembelian berlebihan (*wasteful buying*) dan pembelian tidak rasional (*non rasional buying*).

Sedangkan, konsep perilaku altruisme yaitu perilaku memberikan sesuatu atau menyumbang dengan sukarela dan tanpa pamrih kepada orang lain yang membutuhkan<sup>30</sup>. Perilaku altruisme dapat menimbulkan *respon feeling*, seperti rasa kasih sayang dan empati. Seseorang yang memiliki perilaku altruisme, juga memiliki motivasi yang tinggi menolong orang lain yang sedang membutuhkan bantuan. Motivasi altruistik timbul dari dalam diri individu dan dapat memberikan respon berupa perasaan positif sehingga dapat memunculkan perilaku untuk membantu orang lain<sup>31</sup>. Aspek yang ada pada perilaku altruisme antara lain, *cooperation, sharing, helping, generosity, dan honesty*.

Dalam pandangan Ibnu Asyur mengkalsifikasi *maqashid* menjadi *maqashid ammah (umum)*, dan *maqashid khassanah*(khusus). *Maqashid syariah* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *maqashid khassanah* , dimana *maqashid*

---

<sup>29</sup> Ainun Mardiah, 'Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri Di Kota Pekanbaru', *Jurnal Al-Iqtishad*, 13.2 (2019), hal: 93.

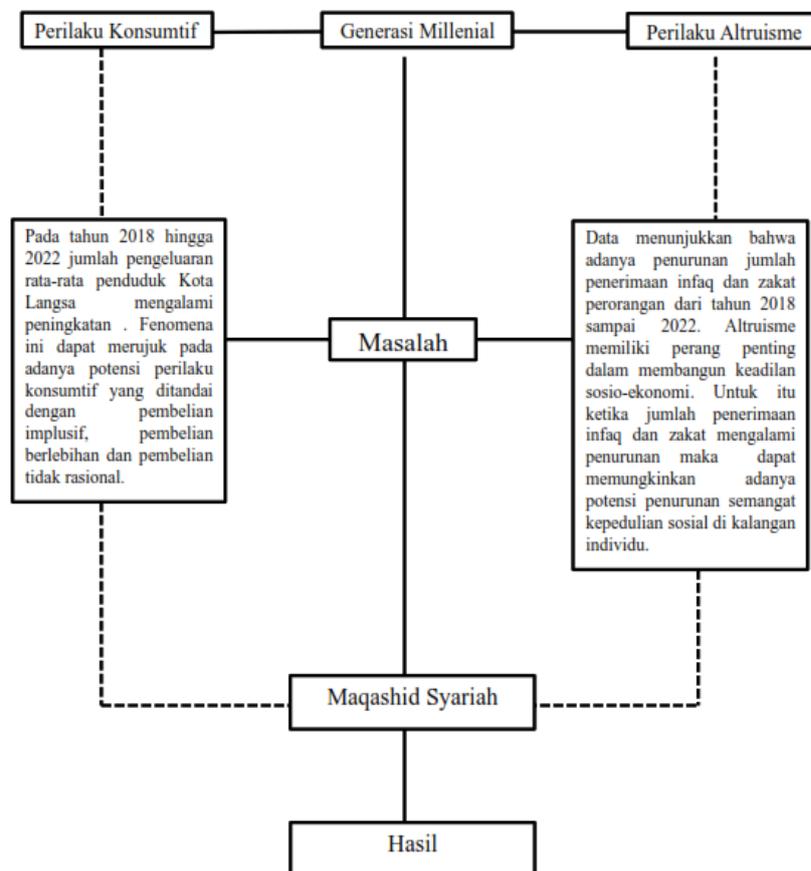
<sup>30</sup> Myrella Velika Amanta, Rindayati Wiwiek, dan Laily Dwi Arsyianti, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Alokasi Infak Rumah Tangga: Studi Kasus Di Desa Pasir Eurih, Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor', *Jurnal Al-Muzara'ah*, 2.1, hal 199.

<sup>31</sup> Andi Hendrawan, Murni Sri, and Haryadi, *Altruism Trilogi Ki Hajar Dewantoro (ALKI) Untuk Meningkatkan Kinerja Tim* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2023).

lebih tertuju pada bidang *muammalah*<sup>32</sup>. Menurut Ibnu Asyur bahwa maqashid syariah terbagi menjadi lima tujuan yaitu diantaranya *Al-Rawaj* (perputaran harta), *Al-Wudhuh* (transparansi), *Al-Hifdz* (pemeliharaan harta), *At-Tsababt* (Keutuhan), *Al-Adl* (Keadilan)<sup>33</sup>.

Dari beberapa konsep yang telah diuraikan sebelumnya, maka akan membentuk sebuah kerangka teori yang menjadi landasan utama dalam penelitian ini. Oleh karena itu, kerangka teori dalam penelitian ini sebagai berikut :

**Gambar 1 Kerangka Teoritis**



<sup>32</sup> Moh Mujibur Rohman, 'Wakaf Tunai Di Indonesia Dalam Memberdayakan Ekonomi Berbasis Maqâshid Ibn 'Asyur', *Al-Muamalat: Jurnal Ilmu Hukum & Ekonomi Syariah*, 7.1 (2022),hal:47.

<sup>33</sup> Muhammad Tahir Ibnu Asyur, *Maqashidal Syariah* (Yordania: Dar al Nafais, 2001), hal:464.

Generasi millennial merupakan generasi yang hidup dengan perkembangan teknologi dan sistem yang cepat dan mudah. Dengan kemampuan dibidang teknologi dan informasi, generasi millennial dapat lebih peduli dengan keadaan sosial, politik, ekonomi dan sekitarnya. Untuk itu, generasi millennial seharusnya dapat mengembangkan finansial yang menjadi hak mereka dengan bijak. Finansial yang dimiliki generasi millennial tidak lepas dari pengaruh gaya hidup generasi itu sendiri. Dimana, kebanyakan generasi millennial hanya peduli dan membanggakan pola hidup kebebasan dan hedonisme. Gaya hidup mewah dan minimnya pengetahuan mengolah finansial hanya akan membuat pengeluaran finansial menjadi sangat tak terduga bahkan akan selalu merasa kurang.

Pada dasarnya setiap individu berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya melalui aktifitas konsumsi pada tingkat kepuasan yang maksimal dengan menggunakan tingkat pendapatannya (*budget constraint*). Tingkat pendapatannya akan dioptimalkan untuk memaksimalkan konsumsi barang/jasa, tabungan dan investasi untuk kepuasannya sendiri. Memaksimalkan kepuasan ini dipengaruhi oleh dorongan yang didominasi nilai individualisme, ego, keinginan dan rasionalisme, sehingga jauh dari nilai altruisme<sup>34</sup>. Altruisme diartikan sebagai keadaan motivasi dengan tujuan utama meningkatkan kesejahteraan orang lain<sup>35</sup>. Menurut Ibnu Qayyim, terdapat tiga subjek pada diri perilaku altruistik yaitu termasuk dermawan dengan harta, kesenangan dan ketenangan. Dalam pandangan Islam sendiri, nilai-nilai altruisme ditekankan pada distribusi pendapatan bagi kebutuhan individu dan juga dalam bentuk aman kebajikan yang didistribusi bagi pihak lain yang diimplementasikan melalui ZISWAF<sup>36</sup>

Maka, dari itu bagi individu atau masyarakat muslim, pendapatan merupakan alat untuk memaksimalkan pencapaian kesejahteraan, kedamaian dan kebahagiaan dunia akhirat. Dimana hal tersebut dapat tercipta dari penerapan maqashid syariah. Sebagaimana Ibnu Asyur mengatakan bahwa tujuan syariah

---

<sup>34</sup> Nurnasrina, 'Ekonomi Islam Sarana Dalam Mewujudkan Ekonomi Masyarakat Madani', *Jurnal Hukum Islam*, XIII.1 (2013), 221–38.

<sup>35</sup> Roudlotun Ni'mah, 'Hubungan Empati Dengan Perilaku Altruistik', *At-Tuhfah*, 6.1 (2018), hal: 99–115.

<sup>36</sup> Amaroh, hal:100.

(maqashid syariah) yang harus dijaga dalam transaksi harta mencakup dalam lima unsur yaitu *Rawaj* (perputaran harta), *Al-Wudhuh* (transparansi), *Al-Hifdz* (pemeliharaan harta), *At-Tsabab* (Keutuhan), *Al-Adl* (Keadilan)<sup>37</sup>.

Adapun makna dari kelima tujuan syariah tersebut antara lain, *pertama*, *al-rawaj* atau perputaran harta merupakan bagian tujuan syariah untuk menciptakan pendistribusian atau pengalihan harta melalui transaksi. *Kedua*, *al-waduh* merupakan bagian dari tujuan syariah untuk menghindari terjadinya mudharatan berupa pertengkaran dan perselisihan akad transaksi jual beli harta benda maka perlu adanya transparansi kejelasan baik dari segi bentuk, kualitas dan harga. *Ketiga*, *al-hifz* merupakan bagian dari tujuan syariah untuk melindungi harta benda dari pengalihan kepemilikan tidak wajar dan transaksi pertukaran benda. *Keempat*, *Al-tsabat* merupakan bagian dari tujuan syariah agar kepemilikan harta benda masing-masing pihak akibat transaksi pertukaran harta mempunyai sahny hukum. *Kelima*, *al-Adl* merupakan bagian tujuan syariah agar tidak ada pihak yang dirugikan dalam transaksi pertukaran harta benda. Kelima syariah tersebut merupakan syarat yang harus terpenuhi dalam terjadinya transaksi. Dengan demikian. Tujuan-tujuan ini membentuk landasan untuk mencapai kesejahteraan dan keadilan dalam masyarakat, serta mencerminkan nilai-nilai yang ingin ditegakkan dalam bermuamalah.

### **1.8 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan bagian dari penelitian yang merujuk pada pendekatan sistematis langkah-langkah yang digunakan peneliti untuk merencanakan, melaksanakan dan juga menganalisa suatu penelitian. Dalam sub-bab ini, peneliti akan memaparkan metode yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu meliputi tata cara penelitian, prosedur penelitian maupun proses penelitian.

---

<sup>37</sup> Asyur, hal:464.

### **1.8.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum dimana penelitian ini mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum secara langsung pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat. Pada penelitian ini mengenai hukum konsumtif dan perilaku altruisme dalam prespektif maqashid syariah.

Sementara itu, pendekatan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang mendeskripsikan atau menggambarkan suatu masalah<sup>38</sup>. Melalui penelitian ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan dan mengidentifikasi dengan cermat mengenai perilaku konsumtif dan perilaku altruisme pada generasi milenial dengan tinjauan generasi milenial.

### **1.8.2 Sumber Data**

Sumber data merupakan asal maupun tempat didaparkannya data yang diinginkan. Terdapat dua jenis sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dengan cara langsung (dari tangan pertama). Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan.

Dalam penelitian data yang digunakan yaitu data sekunder dan data primer. Data primer dalam penelitian didapat dari hasil wawancara pada generasi milenial di Kota Langsa mengenai perilaku konsumtif dan perilaku altruisme. Sedangkan untuk data sekunder diperoleh dari data BPS Kota Langsa dari tahun 2018 hingga 2022 yaitu berupa data jumlah penduduk miskin, pengumpulan zakat dan infaq serta pengeluaran rata-rata bulanan makanan dan non makanan pada masyarakat.

### **1.8.3 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat atau wilayah dimana sebuah penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini lokasi penelitian berada di Kota Langsa. Adapun alasan dipilihnya lokasi penelitian kota Langsa sebagai lokasi penelitian yaitu karena penduduk masyarakat Kota Langsa yang termasuk generasi milenial pada tahun 2023 sejumlah 48.270 orang atau sekitar 25% dari keseluruhan atau

---

<sup>38</sup> Feny Rita Fiantika and others, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022).

seperempat dari masyarakat kota Langsa merupakan generasi milenial sehingga lokasi ini dianggap cocok oleh peneliti untuk dilakukan penelitian. Selain itu juga, belum ada penelitian yang serupa khususnya mengenai perilaku konsumtif dan altruisme dengan tinjauan maqashid syariah.

#### **1.8.4 Narasumber**

Narasumber dipilih adalah seseorang yang baik pengetahuan keterlibatan mereka dengan permasalahan yang akan diteliti tidak diragukan lagi. Selain itu, nantinya semua narasumber tersebut diwawancarai secara mendalam untuk mendapatkan informasi yang valid, relevan dan memadai<sup>39</sup>. Dalam penentuan narasumber menggunakan data *purposive sampling*. *Purpose sampling* dalam penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengumpulkan narasumber dengan pertimbangan kriteria tertentu seperti generasi milenial dengan rentang usia 23 sampai 24 tahun, berdomisili di Kota Langsa, telah memiliki pekerjaan tetap. Narasumber dalam penelitian ini berjumlah 10 orang dengan distribusi seimbang yang terdiri dari 5 laki-laki dan 5 perempuan yang bertempat tinggal di Kota Langsa.

Setiap narasumber akan diwawancarai dengan menggunakan pedoman wawancara yang terstruktur yang telah dirancang sebelumnya dengan fokus pada perilaku konsumtif dan perilaku altruisme yang ditinjau dari perspektif Maqashid Syariah.

#### **1.8.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan metode ataupun cara yang digunakan untuk mendapatkan informasi ataupun data dari berbagai sumber. Tujuan dilakukannya teknik ini yaitu untuk mendapatkan data yang relevan dan dapat diandalkan sesuai dengan tujuan penelitian ataupun kebutuhan penelitian. Adapun berikut ini beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini, antara lain:

---

<sup>39</sup> Rukin, Metodologi Penelitian Kualitatif (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021), hal:67.

a. Wawancara

Wawancara yaitu proses komunikasi ataupun interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara yang terstruktur yaitu pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh, oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah disiapkan<sup>40</sup>. Instrumen penelitian ini mengenai perilaku konsumtif dan perilaku altruisme yang dibentuk melalui indikator-indikator setiap variabel. Kemudian wawancara dilakukan kepada sepuluh orang generasi milenial yang berdomisili di Kota Langsa.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan kejadian dan bukti tulisan, gambar, foto, video maupun prasasti. Sehingga dokumentasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersumber dari dokumentasi untuk melengkapi hasil dari wawancara. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa literatur maupun artikel penelitian terdahulu serta data-data statistik yang didapat dari BPS

### **1.8.6 Teknik Analisis Data**

Secara umum analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Adapun penjelasan lengkap untuk ketiganya antara lain sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data merujuk kepada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian “ data mentah” yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan yang tertulis. Tahapan-tahapan yang dilakukan pada reduksi data antara lain:

1). Menajamkan analisis

---

<sup>40</sup> Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Prespektif Kualitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal:50.

- 2). Menggolongkan atau mengkategorisasikan ke dalam tiap permasalahan melalui uraian singka.
- 3). Mengarahkan
- 4). Membuang yang tidak perlu
- 5). Mengorganisasikan data.

Data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang hal yang tidak perlu. Data yang telah direduksi nantinya akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencari bila diperlukan<sup>41</sup>. Pada penelitian ini reduksi dimulai sewaktu penelitian memutuskan kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian dan pendekatan pengumpulan data yang digunakan. Setelah wawancara dilakukan catatan dan rekaman nantinya akan ditranskrip untuk mendapatkan teks dari hasil wawancara. Kemudian data yang telah ditranskrip dikelompokkan berdasarkan kategori tertentu seperti perilaku konsumtif generasi milenial dan perilaku altruisme.

#### b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan suatu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan. Penyajian data bertujuan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan kemungkinan adanya penerikan simpulan serta memberikan tindakan. Untuk itu dengan melihat penyajian-penyajian data dapat membuat peneliti memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan lebih jauh menganalisis atau mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dan penyajian-penyajian tersebut<sup>42</sup>. Adapun data hasil wawancara disajikan dalam bentuk narasi tematik dengan kutipan

---

<sup>41</sup> Albi Anggito and Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Suka Bumi: CV Jejak, 2018), hal:243-248.

<sup>42</sup> Anggito and Setiawan,hal:248-249.

langsung dari narasumber. Selain itu, tabel digunakan untuk merangkum hasil wawancara berdasarkan kategori perilaku konsumtif dan altruisme.

c. Kesimpulan/Verifikasi

Menarik kesimpulan yaitu proses untuk menyimpulkan hasil penelitian sekaligus memverifikasi bahwa kesimpulan tersebut didukung oleh data yang telah dikumpulkan dan dianalisis. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran penganalisis selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, atau mungkin menjadi begitu seksama dengan peninjauan kembali serta tukar pikiran untuk menempatkan salinan atau suatu temuan dalam seperangkat data yang lain<sup>43</sup>. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara interpretasi data yang mana hasil wawancara ditinjau dengan prinsip maqashid syariah untuk mengidentifikasi pola perilaku konsumsi dan altruisme generasi milenial di Kota Langsa.

### 1.8.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasa berisi tentang deskriptif alur pembahasan dalam rangka mempermudah penyajian karena setiap bab memiliki hubungan dengan bab lain yang membentuk pembahasan utuh. Adapun susunan sistematika dalam proposal ini adalah sebagai berikut:

**Bab I** pada penelitian ini berisi pendahuluan yang berisi tentang uraian latar belakang mengenai penelitian yang akan dilakukan, rumusan masalah, tujuan penelitian, mafaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

**Bab II** pada penelitian ini yaitu memuat tentang teori-teori tentang perilaku konsumtif, altruisme, generasi milenial dan maqashid syariaiah. Hal tersebut mencakup definisi, indikator, faktor yang mempengaruhi, aspek-aspek, dan pembagiannya.

---

<sup>43</sup> Anggito dan Setiawan, hal:249.

**Bab III**, membahas tentang tinjauan teoritis dari objek penelitian, yaitu meliputi karakteristik masyarakat kota Langsa, geografi kota langsa dan generasi milenial di kota Langsa.

**Bab IV**, pada bab ini menjelaskan hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil serta pembahasana secara mendalam tentang temuan dan menjelaskan. Pada bab ini akan mendeskripsikan hasil penelitian terkait perilaku konsumtif dan altruisme yang terjadi pada masyarakat. Setelah melakukan pendiskriptifan maka selanjutnya akan ditinjau dari prespektif maqashid syariah, sehingga didapatkan jawaban apakah praktik tersebut seusai dengan secara prinsip maqsahid syariah atau tidak.

**Bab V**, pada bab ini berisis tentang kesimpulan dan saran. Bab ini nantinya akan menyimpulkan pembahasan tesis yang memuat kesimpulan dan saran maupun rekomendasi.

**BAB IV**  
**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN PERILAKU ALTRUISME**  
**PADA GENERASI MILENIAL DI KOTA LANGSA**

**4.1 Analisis Konsumsi Masyarakat Generasi Milenial Prespektif Maqashid Syariah**

Dalam konteks ilmu ekonomi, konsumsi merujuk pada segala bentuk perilaku individu yang melibatkan penggunaan dan pemanfaatan barang serta jasa guna memenuhi kebutuhan hidupnya<sup>143</sup>. Konsep konsumsi ini tidak terbatas pada aspek makanan dan minuman semata, melainkan mencakup berbagai aspek ekonomi lainnya, seperti pembelian dan penggunaan pakaian, akuisisi dan pemakaian kendaraan, pembelian dan penggunaan Sepatu, dan sebagainya.

Konsep ini menggambarkan aktivitas ekonomi yang melibatkan interaksi individu dengan pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dalam kehidupan sehari-hari. Untuk itu dalam sub ini akan membahas mengenai konsumsi Masyarakat generasi milenial di Kota Langsa dengan tinjauan maqashid syariah.

a. Kategori Intensitas Dalam Berbelanja Pada Generasi Milenial

Intensitas berbelanja dapat merujuk kepada seberapa sering seseorang berbelanja. Guna untuk mendapatkan data terkait intensitas dalam berbelanja pada generasi milenial di Kota Langsa, peneliti melakukan wawancara terhadap 10 orang generasi milenial yang ada di Kota Langsa antara lain sebagai berikut:

- a) Menurut Narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“ Tidak menentu tapi sekitar lebih enam kali ada ”*
- b) Menurut Narasumber 2 menyatakan bahwa:  
*“ Mungkin enam kali dalam sebulan ”*
- c) Menurut Narasumber 3 menyatakan bahwa:  
*“ Jarang sekitar dua atau tiga kali dalam sebulan ”*
- d) Menurut Narasumber 4 menyatakan bahwa:  
*“ Bisa sampai empat atau enam kali ”*
- e) Menurut Narasumber 5 menyatakan bahwa:  
*“ Sekitaran lima kali , tapi gak tentu kadang bisa lebih ”*

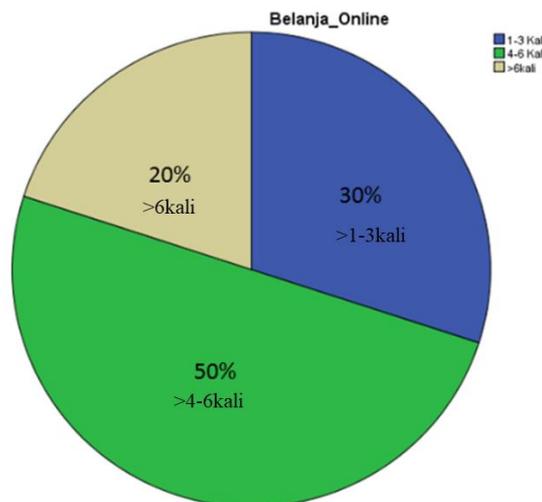
---

<sup>143</sup> Domo Dwie Harmini Dardo, ‘Konsumsi Dalam Kajian Ekonomi Islam’, *Ejesh*, 1.2 (2023), hal:19.

- f) Menurut Narasumber 6 menyatakan bahwa:  
“*Sekitar empat kali*”
- g) Menurut Narasumber 7 menyatakan bahwa:  
“*Sekitar empat kali atau lebih sih*”
- h) Menurut Narasumber 8 menyatakan bahwa:  
“*Saya jarang kalau belanja mungkin satu sampai tiga kali*”
- i) Menurut Narasumber 8 menyatakan bahwa:  
“*Mungkin empat sampai enam kali*”
- j) Menurut Narasumber 10 menyatakan bahwa:  
“*Sekitar satu sampai tiga kali*”

Dalam penelitian ini membagi kedalam beberapa kategori diantaranya yaitu: 1) 1 sampai 3 kali dalam sebulan, 2) 4 sampai 6 kali dalam sebulan, 3) lebih dari 6 kali, 4) tidak pernah. Adapun berikut ini hasil dari wawancara antara lain:

**Gambar 4. Intensitas Dalam Berbelanja Pada Generasi Milenial**



Sumber: Hasil Wawancara 2023<sup>144</sup>

Berdasarkan hasil wawancara, terungkap bahwa hanya 2 dari informan yang berbelanja online atau offline sebanyak lebih dari 6 kali dalam sebulan dan 3 informan berbelanja sebanyak 1 hingga 3 kali dalam sebulan. Sementara itu, 5 informan melakukan pembelian online atau offline sebanyak 4 hingga 6 kali dalam sebulan. Dari data tersebut, dapat dipahami bahwa

<sup>144</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

mayoritas individu cenderung melakukan belanja dengan intensitas 4 hingga 6 kali dalam sebulan. Hal tersebut memperlihatkan bahwa tingkat konsumtif generasi milineal atas pembelanjaan cukup tinggi. Berdasarkan pendapat Amalia, menjelaskan bahwa penekanan pada perilaku konsumtif yaitu lebih dominan pada hal pembelian, penggunaan dan pengkonsumsian barang secara berlebihan sehingga semakin tidak logis yang dapat memicu perilaku boros<sup>145</sup>.

Intensitas dalam berbelanja merupakan impilkasi dari *al-rawaj* yaitu merujuk pada penggunaan atau pengelolaan harta untuk kemakmuran manusia. Dalam paragraf tersebut pembahasan tentang kebiasaan belanja individu merupakan bagian dari pengelolaan harta untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia dalam mencapai kepuasan.

b. Kategori Produk yang Dikonsumsi oleh Generasi Milenial

Produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pelanggan<sup>146</sup>. Produk juga merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen<sup>147</sup>. Guna untuk mendapatkan data terkait produk yang dikonsumsi oleh generasi milenial di Kota Langsa, peneliti melakukan wawancara terhadap 10 orang generasi milenial yang ada di Kota Langsa antara lain sebagai berikut:

- a) Menurut Narasumber 1 menyatakan bahwa:  
“*Palingan baju, skincare , sama jajan makanan*”
- b) Menurut Narasumber 2 menyatakan bahwa:  
“*Baju, snack, perlatan rumah tangga, voucher*”
- c) Menurut Narasumber 3 menyatakan bahwa:

---

<sup>145</sup> Rizqi Jauharatul Amalia, ‘Analisis Perilaku Konsumtif Dan Daya Beli Konsumen Terhadap Belanja Online Di Masa Pandemi Covid-19’, *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4.1 (2022), hal: 16 .

<sup>146</sup> Nita Hernita, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada PT. Rudi Karya Stone Majalengka)’, *MAKSI: Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 5.2 (2018), hal:80.

<sup>147</sup> Jasella Handayani, Deriawan Deriawan, and Tyahya Whisnu Hendratni, ‘Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen’, *Journal of Business and Banking*, 10.1 (2020), hal:91.

*“Rokok, kopi, voucher”*

- d) Menurut Narasumber 4 menyatakan bahwa:  
*“Baju-Baju, make up, skincare sama jajanan”*
- e) Menurut Narasumber 5 menyatakan bahwa:  
*“Rokok, baju, kopi sama kuota”*
- f) Menurut Narasumber 6 menyatakan bahwa:  
*“Skincare, jajanan makanan sama peratan rumah tangga”*
- g) Menurut Narasumber 7 menyatakan bahwa:  
*“Skincare dan makanan, snack”*
- h) Menurut Narasumber 8 menyatakan bahwa:  
*“Makanan, rokok sama voucher”*
- i) Menurut Narasumber 9 menyatakan bahwa:  
*“Makanan sama rokok”*
- j) Menurut Narasumber 10 menyatakan bahwa:  
*“Voucher sama peralatan mobil”*

Pada penelitian ini produk yang dimaksud antara lain meliputi, fashion, kecantikan, elektronik, kesehatan, makanan/minuman, peralatan rumah tangga, rokok, olahraga, voucher. Adapun dari hasil wawancara ditemukan hasil antara lain yaitu:

**Tabel 7. Kategori Produk**

<b>Produk</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>Total</b>
Fashion	√	√	-	√	√	-	-	-	-	-	5
Kecantikan	√	-	-	√	-	√	√	-	-	-	4
Kesehatan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Makana/Minuman	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-	9
Perlatan Rumah Tangga	-	√	-	-	-	√	-	-	-	-	0
Rokok	-	-	√	-	√	-	-	√	√	-	4
Olahraga	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Voucher	-	-	√	-	√	-	-	√	-	√	4
Dan Lain-Lain	-	-	-	-	-	-	-	-	-	√	1

Sumber: Hasil wawancara 2023<sup>148</sup>

Berdasarkan dari hasil wawancara tersebut 9 dari 10 responden menyebutkan bahwa produk yang paling sering dibeli adalah makanan dan minuman. Kemudian 5 dari 10 yang memilih produk fashion. Sedangkan 4 dari 10 informan yang memilih produk kecantikan, rokok dan voucher.

<sup>148</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

Dengan demikian dapat diketahui bahwa produk ketahu bahwa yang dipilih oleh informan lebih dominan pada makanan dan minuman. Dalam hal tersebut, generasi milenial cenderung menyukai jenis makanan dan minuman yang viral sehingga makanan dan minuman tidak hanya menjadi sesuatu yang dikonsumsi melainkan berubah menjadi suatu gaya hidup<sup>149</sup> .

Selain itu, generasi milenial juga suka membagikan (*posting*) foto kuliner kekinian di media sosial sebelum menikmati (*eating*) kuliner yang disajikan yang dikenal dengan fenomena *post before eating* <sup>150</sup> . Untuk itu, pemilihan makanan lebih disebabkan oleh gaya hidup, sub budaya populer dan pengaruh media sosial<sup>151</sup> .

Dari hasil wawancara tersebut jika dianalisis maka merujuk pada *al-rawaj* yaitu penggunaan harta atau perputaran harta yang dilakukan generasi milenial untuk membeli produk-produk tertentu. Responden juga memilih produk makanan dan minuman sebagai yang paling sering dibeli yang menunjukkan bahwa harta yang digunakan untuk memenuhi kepuasan pribadi.

Kemudian juga merujuk pada *al-wudhu* yang berarti pengelolaan harta secara akuntabel. Namun, jika dilihat konsumsi yang dibeli oleh generasi milenial tidak sesuai dengan kebutuhan mereka seperti membeli makan dan minuman yang bersifat sekunder, rokok, fashion, mengganti-ganti produk kecantikan sehingga menghabiskan uang secara berlebihan pada produk yang dapat merugikan kesehatan atau tidak sesuai dengan kebutuhan mereka, sehingga tidak akuntabel dalam mengelola harta.

---

<sup>149</sup>Annisa Dwi Kurniawati, 'POST BEFORE EATING : Motif Generasi Milenial Ponorogo Dalam Fenomena Kuliner Kekinian Annisa Dwi Kurniawati Pendahuluan', 14.2, hal 271.

<sup>150</sup> Kurniawati, hal 272.

<sup>151</sup> Fahmi Ilman Fahrudin and others, 'Perilaku Membeli Dan Pilihan Makanan Dalam Kalangan Generasi Milenial : Suatu Sorotan Awal Abstrak Buying Behavior and Food Choices Among Millennials : A Preliminary Review Abstract Pengenalan Sorotan Literatur Pengertian Generasi Milenial Gaya Hidup Gene', 6.10 (2021), hal 282.

c. Keputusan Dalam Belanja

Keputusan pembelian adalah hal yang akan dilakukan konsumen Ketika seorang konsumen mengetahui suatu produk dan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Menarik atau tidaknya suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembeli<sup>152</sup>. Guna untuk mendapatkan data terkait keputusan dalam berbelanja pada generasi milenial di Kota Langsa, peneliti melakukan wawancara terhadap 10 orang generasi milenial yang ada di Kota Langsa antara lain sebagai berikut:

- a) Menurut Narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Saya merasa hal tersebut adalah kebutuhan seperti baju dan skincare. Promosi juga sih apalagi sekarangkan di Shopee banyak promo setiap bulan”*
- b) Menurut Narasumber 2 menyatakan bahwa:  
*“Kalau makanan sama pakaian karena kebutuha ya, kalau peralatan rumah tangga karena hobi masak makanya suka beli apalagi sekarang sudah sering diskon atau gratis ongkir jadinya lebih hemat”.*
- c) Menurut Narasumber 3 menyatakan bahwa:  
*“Karena kebutuhan soalnya rokok sama kuota itu sudah kaya kebutuhan primer”*
- d) Menurut Narasumber 4 menyatakan bahwa:  
*“Kebutuhan untuk jualan terus kadang karena tertarik juga apalagi pas scrolling medos nemu barang jadi kepengen beli”*
- e) Menurut Narasumber 5 menyatakan bahwa:  
*“Kalau Rokok sama kopi memang sudah kebutuhan sehari gak rokok sama ngopi gak enak rasanya”*
- f) Menurut Narasumber 6 menyatakan bahwa:  
*“Iyaa pasti karena merasa butuh terus sekarang kan bisa belanja online jadi lebih banyak promonya”*
- g) Menurut Narasumber 7 menyatakan bahwa:  
*“Karena kebutuhan biar makin bersih, terus memang suka kulineran jadi ngerasa senang saja. Apa lagi kan sering promo kayak 1.1, 2.2 jadi kesempatan buat belanja”*
- h) Menurut Narasumber 8 menyatakan bahwa:  
*“Alasannya karena sudah jadi kebutuhan ya apalagi rokok memang sudah setiap hari pasti”*

---

<sup>152</sup> Hernita, hal:82.

- i) Menurut Narasumber 9 menyatakan bahwa:  
*“Karena memang sudah jadi kebutuhan”*
- j) Menurut Narasumber 10 menyatakan bahwa:  
*“Karena ada promosi jadi bisa lebih murah dan butuh juga”*

Pada penelitian ini keputusan dalam berbelanja diantaranya yaitu, kepuasan, ketertarikan, keinginan, kebutuhan, promosi dan diskon. Adapun hasil penelitian yang ditemukan antara lain sebagai berikut

**Tabel 8. Keputusan Dalam Belanja**

<b>Keputusan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>Total</b>
Kepuasan	-	√	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Ketertarikan	-	-	-	√	-	-	-	-	-	-	1
Keinginan	-	-	-	√	-	-	-	-	-	-	1
Kebutuhan	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	10
Promo dan Diskon	√	√	-	-	-	√	√	√	-	√	6

Sumber: Hasil wawancara 2023<sup>153</sup>

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa 10 dari 10 informan menyebutkan bahwa keputusan pembelian suatu produk didasarkan atas kebutuhan. Mengenai kebutuhan Alkautsar dan Hapsari berpendapat bahwa prioritas konsumsi seorang muslim harus mengutamakan kebutuhan dharuriyat, dibandingkan dengan kebutuhan hajiyat dan tahsiniyat<sup>154</sup>. Maka dari itu, kebutuhan sifatnya sebagai mencukupi kebutuhan bukan untuk memenuhi kepuasan ataupun keinginan<sup>155</sup>.

Sedangkan 6 dari 10 informan menyebutkan bahwa keputusan pembelian suatu produk yang dilakukan mereka dikarenakan adanya promosi dan diskon. Hal tersebut sesuai dengan pandangan Faeson yang menyatakan bahwa promosi dan diskon memiliki efektivitas dalam mempengaruhi niat pembelian dan keputusan pembelian<sup>156</sup>. Maka, dari

<sup>153</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

<sup>154</sup> Zulfikar Alkautsar and Meri Indri Hapsari, ‘Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim’, *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 1.10 (2015), hal 740.

<sup>155</sup> Rahmat Gunawijaya, ‘Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam’, *Al-Masalah*, 01 (2017), hal 139.

<sup>156</sup> Amir Faesol, ‘Efektivitas Diskon Dan Hadiah Sebagai Sarana Promosi Penjualan Untuk Menarik Niat Beli Konsumen Pada Bumbu Magic Lezat’, *Manajemen Bisnis*, 3.1 (2014), hal 52.

jawaban informan dapat diketahui bahwa kebutuhan dan promosi menjadi alasan utama dalam pengambilan keputusan pembelian.

Konsep *ar-rawaj* pada konteks ini, yaitu merujuk pada keputusan pembelian yang harus didasarkan pada kebutuhan untuk memastikan bahwa pengeluaran yang dilakukan sudah secara bijaksana dan dapat meningkatkan kesejahteraan pribadi maupun masyarakat. Promosi harus dilakukan dengan penerapan *al-hifz* yaitu penjagaan harta karena dengan adanya promosi dapat menghemat pengeluaran generasi milenial. Sebaliknya, jika tidak terpenuhi atau hanya mengikuti keinginan yang tidak penting maka dapat menyebabkan pemborosan,

Konsep *al wudhu* tidak diterapkan oleh generasi milenial dalam mengambil keputusan dalam pembelian. Sebagaimana seharusnya, pengelolaan harta secara jelas dan akuntabel, namun sebaliknya, dengan didasari kebutuhan generasi milenial sering kali mengkonsumsi suatu produk yang secara berlebihan seperti mengkonsumsi jajanan dan rokok. Maka, dari itu generasi milenial dengan mudah mengalami pemborosan.

d. Kategori Konsumsi *Leisure*

Konsumsi *leisure* ini mengakomodir sensasi kesenangan dan pengalaman yang sesuai dengan selera konsumen. Guna untuk mendapatkan data terkait konsumsi *leisure* pada generasi milenial di Kota Langsa, peneliti melakukan wawancara terhadap 10 orang generasi milenial yang ada di Kota Langsa antara lain sebagai berikut

- a) Menurut Narasumber 1 menyatakan bahwa:  
“*Kalau hangout sering sih tapi kalau liburan ada tapi jarang. Paling sekitar 4 kali*”
- b) Menurut Narasumber 2 menyatakan bahwa:  
“*Paling nongkrong sama teman ada, sama perawatan tubuh soalnya kan sudah capek kerja kadang enak kalau ke salon entah itu creambath atau bodymassage. Dan itu dilakukan paling ada seminggu sekali*”
- c) Menurut Narasumber 3 menyatakan bahwa:

*“Paling sering nongkrong soanya freelencerkan, jadi sering ketemu sama orang lain untuk jumpa klient atau konsultasi di warkop begitu. Kalau duduk di warkop tiap hari”*

- d) Menurut Narasumber 4 menyatakan bahwa:  
*“Mungkin keluar jalan-jalan sama keluarga atau teman, terus kaya kekuala. Kalau berapa kali mungkin sekitar 2 atau 3 kali”*
- e) Menurut Narasumber 5 menyatakan bahwa:  
*“Nongkrong ada, sama game online paling ada untuk itu mungkin sekitar 1-3 kali”*
- f) Menurut Narasumber 6 menyatakan bahwa:  
*“Kreasi paling ada dekat-dekat sini saja sama perawatan tubuh. Kalau seringnya mungkin 3 kali dalam sebulan”*
- g) Menurut Narasumber 7 menyatakan bahwa:  
*“Nongkrong sih paling sering kalau ngerasa suntuk dirumah, itupun Cuma seminggu sekali jadi kalau sebulan paling sampai 4 kali dikarenakan sibuk kerja juga”*
- h) Menurut Narasumber 8 menyatakan bahwa:  
*“Nongkrong paling sering karena kalau lagi jam istirahat pasti duduk bentar diwarkop . ada sekitar 4-6 kali”*
- i) Menurut Narasumber 9 menyatakan bahwa:  
*“Duduk di warkop tapi gak terlalu sering soalnya jaga kedai juga kalau dihitung mungkin sekitar seminggu sekali”*
- j) Menurut Narasumber 10 menyatakan bahwa:  
*“Serangnya duduk diwarkop saja palingan. Sering atau enggak, ya lumayan sering mungkin ada sampai 5 kali atau lebih lah dalam sebulan”*

Konsumsi *leisure* dalam penelitian ini meliputi liburan, nongkrong atau *hangout*, perawatan tubuh dan bermain game *online*. Dewi dan Diky berpendapat bahwa saat ini konsumsi tidak hanya sebatas kepada *goods-based* (seperti sandang, pangan, papan) namun juga berubah menjadi *experience-based*<sup>157</sup>. Maka dari itu, konsumsi dalam bentuk *leisure* penting untuk mendukung penelitian ini, Adapun hasil yang ditemukan antara lain:

---

<sup>157</sup> Ola Ranti Dewi and Diky Aji Suseno, ‘Pergeseran Pola Konsumsi Leisure Dan Non Leisure Di Kota Semarang’, *Efficient: Indonesian Journal of Development Economics*, 3.1 (2020), hal: 670.

**Tabel 9. Jenis Konsumsi Leisure**

<b>Konsumsi</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>Total</b>
Nongkrong/ Hangout	√	√	√	√	√	-	√	√	√	√	9
Kreasi/ Liburan	√	-	-	√	√	√	-	-	-	-	4
Perawatan Tubuh	-	√	-	-	-	√	-	-	-	-	2
Bermain Game Online	-	-	-	-	√	-	-	-	-	-	1

Sumber: Hasil Wawancara 2023<sup>158</sup>

Dari hasil wawancara ditemukan bahwa 9 dari 10 orang menjawab bahwa mereka melakukan konsumsi seperti *hangout/nongkrong*. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Wibowo, Alie dan Elanda yang menyatakan bahwa gaya hidup nongkrong merupakan salah satu cara yang digunakan oleh generasi milenial untuk menunjukkan eksistensi dirinya, bersosialisasi dengan teman-temannya, menghabiskan waktu, dan melakukan pola konsumsi<sup>159</sup>. Sementara itu, hanya 10 dari 4 orang yang memilih kreasi/liburan. Generasi milenial menganggap bahwa rekreasi dan liburan merupakan suatu kebutuhan maka dari sebagian besar generasi milenial bekerja untuk mendapatkan liburan bahkan mereka tidak merasa keberatan apabila harus menabung atau mencicil sebagian pendapatan mereka untuk berlibur atau mengunjungi tempat tertentu<sup>160</sup>.

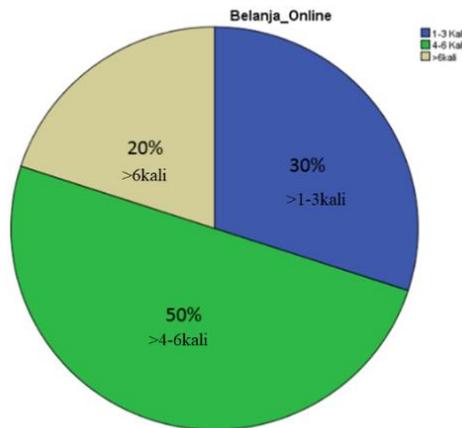
Maka dari itu, saat ini konsumsi tidak hanya terbatas pada konsumsi pada benda tapi juga konsumsi dalam bentuk pengalaman. Nongkrong di warkop atau cafe sudah menjadi kebiasaan bagi generasi milenial Kota Langsa sehingga mayoritas generasi milenial melakukan konsumsi tersebut. Sementara itu, intensitas generasi milenial terkait konsumsi *leisure* dapat dikategorikan sebagai berikut:

<sup>158</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

<sup>159</sup> Renaldi Mukti Wibowo, Azizah Alie, and Yelly Elanda, 'Café Dan Identitas Sosial Generasi Milenial Di Surabaya', *Jurnal ENTITAS SOSIOLOGI*, 11.2 (2022), hal:108.

<sup>160</sup> Gina Nur Maftuhah and Yusnaeni, 'Hegemoni Kapitalistik Di Balik Kampanye Investasi Saham', *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora Hegemoni*, 03.02 (2021), hal:23.

**Tabel 10 Konsumsi Leisure**



Sumber: Hasil Wawancara 2023 <sup>161</sup>

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial cenderung aktif dalam melakukan konsumsi *leisure*. Intensitas tersebut dapat dikatakan tinggi dengan rata-rata yaitu hampir lebih dari 6 kali dalam sebulan. Temuan tersebut menggambarkan bahwa minat yang besar dari generasi milenial terhadap aktivitas yang bersifat pengalaman sehingga mengubah tren konsumsi yang awalnya tertuju pada produk menjadi pengalaman.

Pada konteks ini, kategori *ar-rawaj* harta dihabiskan atau digunakan harta mereka untuk membeli pengalaman yang dapat meningkatkan kualitas hidup mereka dan menciptakan kenangan yang berharga. Selanjutnya kategori *al-wudhu* dihubungkan dengan pentingnya memastikan bahwa pengeluaran untuk konsumsi *leisure* dilakukan dengan pengeluaran yang tidak berlebihan. Untuk kategori *as-tsabat* generasi milenial perlu memastikan bahwa penggunaan harta mereka untuk konsumsi *leisure* harus didasarkan pada ketentuan syariah seperti tidak mengabaikan waktu dan berlenihan.

#### e. Kategori Keputusan Dalam Konsumsi Leisure

Pada subsub judul ini akan membahas mengenai keputusan generasi milenial dalam melakukan konsumsi *leisure*. Guna untuk mendapatkan data terkait keputusan dalam mengkonsumsi *leisure* generasi milenial di Kota

<sup>161</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

Langsa *leisure*, peneliti melakukan wawancara terhadap 10 orang generasi milenial yang ada di Kota Langsa antara lain sebagai berikut:

- a) Menurut Narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Saya merasa nongkrong itu perlu karena sekalian silaturahmi dan sekalian ada yang mau dibicarin”*
- b) Menurut Narasumber 2 menyatakan bahwa:  
*“Karena ngerasa butuhkan untuk refreshing diri”*
- c) Menurut Narasumber 3 menyatakan bahwa:  
*“Bisa anggap kebutuhan ya soalnya kerjaan sering dilakukan di warkop”*
- d) Menurut Narasumber 4 menyatakan bahwa:  
*“Ya karena ngerasa senang saja begitu kalau bisa jalan-jalan sama keluarga atau teman”*
- e) Menurut Narasumber 5 menyatakan bahwa:  
*“Duduk di warkop paling sering karena ngopi sekalian jumpa teman juga. Kalau game kan kadang harus upgrade karakter atau materialnya”*
- f) Menurut Narasumber 6 menyatakan bahwa:  
*“Alasannya untuk healing sama nyenangkan diri saja”*
- g) Menurut Narasumber 7 menyatakan bahwa:  
*“Karena merasa harus menjalin silaturahmi terus juga ada perasaan senang kan kalau jumpa teman bisa cerita ini itu makanya sering kalau nongkrong”*
- h) Menurut Narasumber 8 menyatakan bahwa:  
*“Karena ngerasa butuh terus untuk kepuasan aja”*
- i) Menurut Narasumber 9 menyatakan bahwa:  
*“Alasannya kepeingin duduk saja, biasanya juga kalau sudah ke warkop pasti jumpa kawan jadi sekalian semuanya”*
- j) Menurut Narasumber 9 menyatakan bahwa:  
*“Alasanya mungkin sekalian hiburan juga ya karena setiap kita duduk pasti jumpa teman disitu. Makanya kalau ada waktu senggang seringnya duduk di warkop”*

Produk yang dibeli bukan lagi sebuah produk melainkan pengalaman seperti liburan, nongkrong, perawatan tubuh dan game *online*. Oleh karena itu, menjadi penting untuk memahami hal-hal yang menjadi keputusan informan dalam melakukan konsumsi *leisure*. Berikut ini tanggapan responden antara lain:

**Tabel 11 Keputusan Dalam Konsumsi**

<b>Keputusan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>Total</b>
Kepuasan	-	√	-	√	√	-	√	√	-	√	6
Ketertarikan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Keinginan	-	-	-	-	√	√	-	-	√	-	3
Kebutuhan	√	√	√	-	-	-	√	√	-	-	5
Promosi dan Dsikon	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0

Sumber: Hasil wawancara 2023<sup>162</sup>

Sebanyak 6 dari 10 informan menjelaskan bahwa alasan mereka melakukan konsumsi leisure yaitu karena kepuasan, 5 dari 10 informan lainnya mengalasankan kebutuhan dan 3 dari 10 informan menyebutkan bahwa karena keinginan. Meskipun jawaban informan mengarah kepada kepuasan, namun tetap pada pandangan Islam konsumsi bukan hanya tentang memenuhi kepuasan pribadi melainkan harus bertujuan pada keseimbangan dan keberkahan. Penting untuk memastikan bahwa waktu luang digunakan dengan cara yang mendukung nilai-nilai agama dan memberikan manfaat positif baik bagi individu maupun masyarakat<sup>163</sup>.

Generasi milenial sering melakukan konsumsi leisure untuk mencari kepuasan pribadi dan menganggapnya sebagai keputusan yang wajar. Namun, dalam prinsip ar-rawaj (perputaran harta), pengeluaran sebaiknya dilakukan secara bijak agar tidak boros dan lebih produktif. Dari sudut pandang al-hifz (pemeliharaan harta), menggunakan harta hanya untuk kesenangan pribadi dianggap kurang sesuai, karena harta adalah amanah dari Allah SWT yang harus dijaga dan digunakan untuk hal-hal yang diridhai-Nya. Selain itu, dalam prinsip al-adl (keadilan), seharusnya ada keseimbangan antara pengeluaran untuk kebutuhan duniawi dan kepentingan spiritual. Sayangnya, banyak generasi milenial yang lebih banyak menghabiskan uang untuk kesenangan pribadi tanpa memperhatikan keseimbangan tersebut.

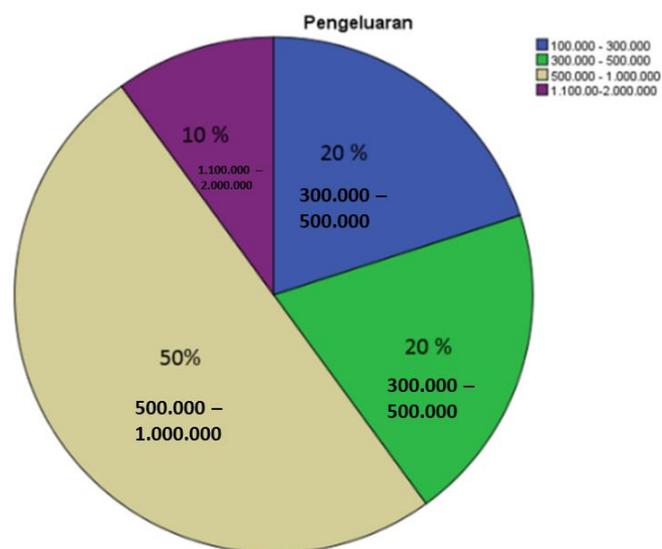
<sup>162</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

<sup>163</sup> Anwar Liling, 'Konsep Utility Dalam Prilaku Konsumsi Muslim', *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1.1 (2019), hal 84 .

f. Kategori Budget Dalam Konsumsi

Budget dapat diartikan sebagai konsep alokasi atau proses penganggaran. Proses budgeting yaitu sebagian uang disimpan terpisah dari yang lain dengan mengalokasikannya untuk tujuan tertentu<sup>164</sup>. Proses budgeting yaitu mengeluarkan uang atau mengalokasikannya demi tujuan tertentu. *Budget* yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima kategori yaitu 1) Rp.100.000 sampai Rp.300.000, 2) Rp.300.000 sampai Rp.500.000, 3) Rp. 500.000 sampai Rp 1.000.000 dan 4) 1.100.000 sampai 2.000.000. Untuk itu, dengan mengetahui budget yang dikeluarkan dalam perbulan mempermudah seseorang. Adapun berikut ini mengenai alokasi pendapatan generasi milenial antara lain yaitu:

**Gambar 5 Budget Dalam Konsumsi**



Sumber: Hasil Wawancara 2023<sup>165</sup>

<sup>164</sup> Eka Rosalina and others, 'Mental Budgeting Dan Motivasi Terhadap Pengelolaan Keuangan Individu', *Journal of Applied Accounting and Taxion*, 6.2 (2021), 175-82.

<sup>165</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023.

Pengeluaran yang dihabiskan informan dalam mengkonsumsi produk dan *leisure* berbeda-beda. Sementara itu, 5 dari 10 informan yang memiliki pengeluaran sebesar Rp.500.0000 sampai Rp.1.000.000. Selebihnya, 2 informan memiliki pengeluaran sebesar Rp.300.000 – Rp.500.000, 2 informan memiliki pengeluaran sebesar Rp.1000-000 – Rp.300.000 dan 1 informan menghabiskan budget sebesar Rp. 1.100.000 – Rp. 2.000.000 untuk belanja produk dan *leisure*.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa terdapat beberapa kelompok pengeluaran dari yang terendah, menengah, menengah keatas dan tertinggi, maka dari itu mayoritas informan memiliki pengeluaran dalam kisaran menengah ke atas yaitu mencapai Rp.500.000 hingga Rp.1.000.000. Terdapat 2 informan yang memiliki pengeluaran yang lebih menengah, 2 informan lagi yang memiliki pengeluaran terendah dan 1 Informan yang memiliki pengeluaran dalam kelompok tertinggi. .

Variasi dalam pengeluaran yang dilakukan oleh informan dalam mengkonsumsi produk produk dan *leisure* yang menggambarkan perbedaan dalam pengeluaran antara satu individu maupun dengan individu lainnya. Meskipun terdapat variasi dalam pengeluaran namun, mayoritas informan memiliki pengeluaran dalam kisaran menengah ke atas, yaitu mencapai Rp.500.000 sampai Rp. 1.000.000. Hal ini mencerminkan bagaimana generasi milenial menggunakan harta mereka untuk mencapai keinginan dan kepuasan hal ini bertentangan dengan prinsip *ar-rawaj*. Dalam memutuskan untuk melakukan pembelian, generasi milenial memutuskan untuk mengeluarkan *budget* untuk pembelian sesuai keinginan mereka. Hal tersebut menunjukkan sikap yang tidak bijaksana sehingga bertentangan dengan prinsip *al-hifz*.

#### g. Pemilihan Produk Berdasarkan Brand

Berdasarkan dari prespektif konsumen, merek yang terpercaya merupakan jaminan (dalam bentuk status atau gengsi) yang dicari konsumen

Ketika membeli produk atau brand tertentu<sup>166</sup>. Meskipun begitu, terdapat juga konsumen yang beranggapan bahwa merek terkenal dipasaran lebih bagus dan lebih berkualitas dibandingkan dengan merek yang kurang populer dipasaran, karena merek yang populer dipasaran memberikan informasi yang lengkap dibandingkan produk dengan merek yang cenderung tertinggal di pasaran<sup>167</sup>.

Guna untuk mendapatkan data terkait pemilihan produk berdasarkan brand pada generasi milenial di Kota Langsa, peneliti melakukan wawancara terhadap 10 orang generasi milenial yang ada di Kota Langsa antara lain sebagai berikut:

- a) Menurut Narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Kalau menurut saya brand penting ya apalagi kalau sudah masuk dunia kerja, saya biasanya beli barang yang brand tapi yang KW-annya soalnya dengan harga murah bisa dapat barang yang sama”*
- b) Menurut Narasumber 2 menyatakan bahwa:  
*“Iya, soalnya Karena kalau pakai produk punya brand kualitasnya lebih bagus”*
- c) Menurut Narasumber 3 menyatakan bahwa:  
*“Penting, soalnya kalau sudah ngerasa cocok dengan produk brand tersebut jadi kalau mau beli produk, beli dengan brand itu lagi”*
- d) Menurut Narasumber 4 menyatakan bahwa:  
*“Penting, karena kualitas bahan dari produk yang punya brand itu biasanya lebih baik jadi bisa di pakai jangka Panjang”*
- e) Menurut Narasumber 5 menyatakan bahwa:  
*“Iya karena barang yang memiliki brand itu mempunyai kualitas yang baik sehingga tidak perlu memberli berulang-ulang”*
- f) Menurut Narasumber 6 menyatakan bahwa:  
*“Tidak, karena tidak semua barang yang dibeli harus sesuai brand tapi cukup sesuai kebutuhan saat ini saja”*
- g) Menurut Narasumber 7 menyatakan bahwa:  
*“Tidak terlalu penting, karena lebih liat fungsi dari pada brand, karena kalau brand kadang promosinya saja kuat tapi produknya*

---

<sup>166</sup> Dominikus Tulasi, ‘Marketing Communication Dan Brand Awareness’, *Humaniora*, 3.1 (2012), hal: 215.

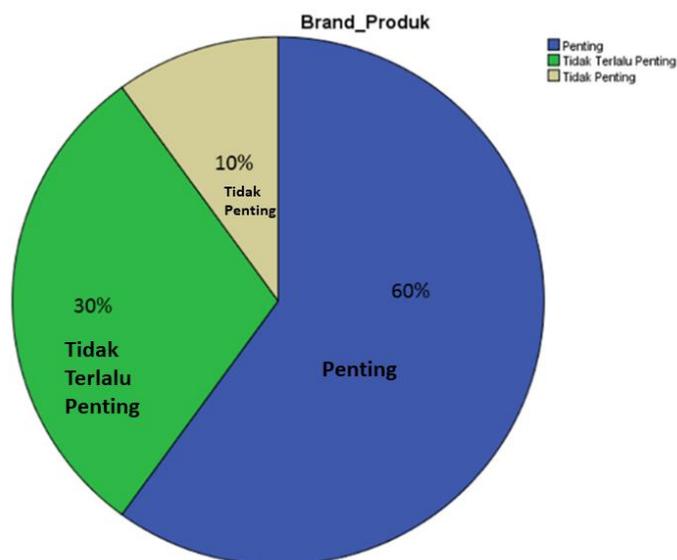
<sup>167</sup> Supriyadi, Yuntawati Fristin, dan Ginanjar Indra K.N, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse Di Fisip Universitas Merdeka Malang)’, *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3.1 (2016), hal:135.

*bias saja jadi lebih produk pembanding yang lebih murah misalnya kaya beli yang KWannya saja gitu”*

- h) Menurut Narasumber 8 menyatakan bahwa:  
*“Penting soalnya untuk menjaga kualitas diri apalagi dengan menggunakan barang brand ngerasa lebih percaya”*
- i) Menurut Narasumber 9 menyatakan bahwa:  
*“Tidak terlalu penting ya soalnya bukan kebutuhan yang urgen jadi kalo gak beli yang ada brandnya gak apa-apa”*
- j) Menurut Narasumber 10 menyatakan bahwa:  
*“Tidak terlalu penting soalnya tidak ada brand yang di sukai jadi apa lebih mentingin produk”*

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi generasi milenial terkait *brand* yang akan dikelompokkan menjadi tiga hal yaitu 1) penting, 2) tidak terlalu penting, 3) sangat penting. Adapun berikut ini hasil wawancara bersama informan antara lain:

**Gambar 6 Persepsi Generasi Milenial Terhadap Brand**



Sumber: Hasil Wawancara 2023<sup>168</sup>

Dari hasil wawancara bersama 6 informan setuju bahwa penting memiliki dan membeli suatu produk berdasarkan, dan hanya 3 informan memilih tidak terlalu penting. Sementara 1 informan tidak menganggap tidak

<sup>168</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

penting. Alasan informan memilih produk *branded* antara lain seperti kualitas produk yang dianggap sudah terjamin dan untuk menjaga kualitas diri.

Informan yang menjawab tidak terlalu penting memiliki beberapa alasan seperti, barang *branded* memiliki barang pembanding seperti barang tiruan (KW) yang lebih murah sehingga lebih layak untuk memilih barang tiruannya, produk *branded* bukan kebutuhan yang *urgent* sehingga tidak apa jika tidak dibeli, dan tidak mempunyai brand yang jadi favorit. Sementara itu informan yang memilih tidak penting beranggapan bahwa produk yang dibeli harus sesuai kebutuhan bukan berdasarkan *brand*.

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa informan yang memilih setuju cenderung memikirkan kualitas produk sebagai faktor utama, selain itu untuk menunjukkan identitas diri terkait dengan menggunakan produk *branded*. Sedangkan bagi yang memilih tidak terlalu penting dan tidak penting cenderung mempertimbangkan ekonomi seperti lebih memilih barang tiruan karena terjangkau terjangkau dan memprioritaskan kebutuhan. Pemilihan *brand* pada suatu produk dianggap dapat meningkatkan status sosial dengan penggunaan barang tersebut, sehingga tidak sedikit masyarakat tertarik dengan barang tiruan. Barang tiruan ini dipilih karena harga terjangkau namun sudah “terlihat” bermerek dibandingkan memang harus membeli produk asli dengan harga yang cukup fantastis<sup>169</sup>.

Bagi sebagian orang, produk *branded* merupakan pilihan yang tepat untuk menjaga kualitas dan identitas diri, sementara bagi yang lain, mereka lebih memilih alternatif yang lebih ekonomis. Untuk itu perlunya penerapan *at-tsabat* untuk mempertimbangkan nilai-nilai agama sehingga sebelum membeli produk harus memahami apakah harta tersebut diperlukan atau tidak.

h. Peran Gadget dalam Kehidupan sehari-hari

Gadget saat ini bukan hanya untuk mempermudah mencari informasi tetapi sebenarnya banyak sisi positif dan sisi negatifnya dari penggunaan

---

<sup>169</sup> M R H Septian, F Rahayu, and R Kristaung, ‘Anteseden Dan Konsekuensi Dari Status Consumption Terhadap Pengguna Sepatu Bermerek Tiruan’, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.1 (2023), hal:29871.

gadget baik dari segi komunikasi, segi kesehatan, segi budaya, segi sosial dan segi ekonomi<sup>170</sup>. Guna untuk mendapatkan data terkait peran *gadget* pada generasi milenial di Kota Langsa, peneliti melakukan wawancara terhadap 10 orang generasi milenial yang ada di Kota Langsa antara lain sebagai berikut:

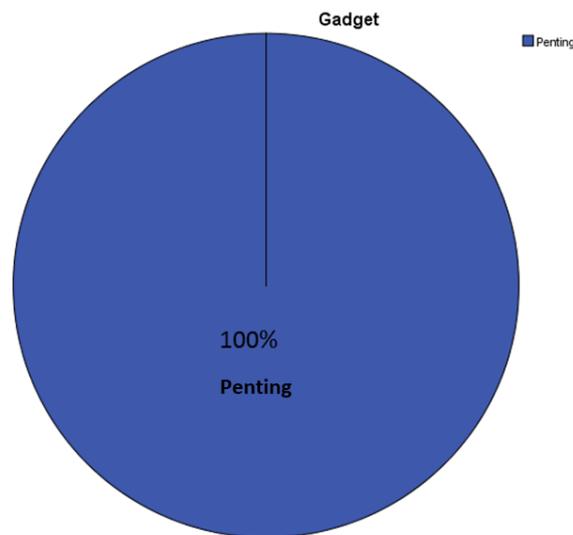
- a) Menurut Narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Gadget sangat penting soalnya untuk komunikasi dengan keluarga rekan kerja . Apalagi semua sudah bisa melalui gadget kaya beli pulsa atau token”*
- b) Menurut Narasumber 2 menyatakan bahwa:  
*“Sangat penting soalnya semua sudah bisa dilakukan dengan gadget seperti komunikasi sama pembayaran QRIS”*
- c) Menurut Narasumber 3 menyatakan bahwa:  
*“Sangat penting, karena sudah sinergi dengan pekerjaan dan lain hal”*
- d) Menurut Narasumber 4 menyatakan bahwa:  
*“Sangat penting karena kan saya jualan online ya jadi sekalian untuk kerja juga”*
- e) Menurut Narasumber 5 menyatakan bahwa:  
*“Iya sangat penting karena semua sudah bisa dilakukan melalui hp terus juga memudahkan untuk berkomunikasi”*
- f) Menurut Narasumber 6 menyatakan bahwa:  
*“Penting banget, karena untuk kerjaan, media sosial, belanja sama pembayaran juga sudah bisa melalui hp”*
- g) Menurut Narasumber 7 menyatakan bahwa:  
*“Gadget sangat penting ya soalnya itu barang yang paling sering dipegang karena kan multifungsi sekarang”*
- h) Menurut Narasumber 8 menyatakan bahwa:  
*“Sangat penting ya karena untuk sarana komunikasi terus juga untuk mobile banking juga”*
- i) Menurut Narasumber 9 menyatakan bahwa:  
*“Sangat penting, karena untuk jualan juga misalnya untuk bayar token, transferan dan lain-lain”*
- j) Menurut Narasumber 10 menyatakan bahwa  
*“Sangat penting karena sebagai alat kerja”*

---

<sup>170</sup> Junierissa Marpaung, ‘Pengaruh Penggunaan Gadget Dalam Kehidupan’, *KOPASTA: Jurnal Program Studi Bimbingan Konseling*, 5.2 (2018), hal: 55.

Baik maupun buruknya penggunaan gadget tergantung pada persepsi setiap individu, sehingga penggunaan gadget dengan tepat dapat memberikan dampak positif dan sebaliknya. Pada penelitian ini, jawaban informan akan dikategorikan menjadi 3 kategori yaitu 1) penting dan 2) tidak terlalu penting, 3) tidak penting. Berikut ini hasil wawancara bersama informan yaitu:

**Gambar 7 . Pandangan generasi milenial terhadap gadget**



Sumber: Hasil Wawancara 2023<sup>171</sup>

Berdasarkan hasil wawancara 10 informan setuju bahwa gadget sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Terdapat beberapa pendapat mengenai pentingnya gadget dalam kehidupan sehari-hari karena memiliki multifungsi seperti: 1) Karena fitur-fitur gadget sangat penting, 2) untuk penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran, 3) untuk memudahkan pekerjaan, 4) penggunaan *mobile banking*, 5) untuk media sosial.

Sesuai dengan pernyataan Dwi Sulistyawati, Imam Santosa, dan Deddy Wahyudi, Menyebutkan kemajuan teknologi informasi menghasilkan semakin bertambah canggihnya gadget maka menyebabkan aktivitas semakin mudah praktis dan efisien. Sebagai generasi yang yang akrab dengan teknologi generasi milenial menjadikan penggunaan gadget sebagai

---

<sup>171</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

bagian dari *lifestyle* mereka<sup>172</sup>. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Sulistyawati, Santosa, Wahyudi yang menyebutkan bahwa penggunaan QRIS pada generasi milenial sangat sesuai dengan gaya hidup mereka yang sibuk dan serba cepat sehingga QRIS dapat menjadi pilihan yang tepat dalam layanan maupun pembelian dengan mudah<sup>173</sup>.

Maka dapat diketahui bahwa, saat ini penggunaan gadget dianggap sangat penting karena tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi tetapi juga sebagai alat yang mendukung berbagai aspek kehidupan.

Generasi milenial menjadikan *gadget* sebagai alat pembayaran. Kemudahan aplikasi berbayar dapat mengakibatkan penggunaan harta yang tidak terkendali serta dapat mengarah pada pemborosan yang bertentangan dengan prinsip *al-rawaj*. Prinsip *as-tsabat* dapat tertampak pada penggunaan *gadget* dapat memberikan kepastian dalam hal efisiensi dan kemudahan dalam kegiatan sehari-hari seperti sebagai fitur komunikasi dan memudahkan pekerjaan.

i. Kepuasan dalam Mengonsumsi

Tujuan akhir dari konsumsi yaitu adalah bagaimana seorang manusia mencapai *maximum utility* (kepuasan maksimum) yang mana konsumen akan membelanjakan sejumlah pendapatan mereka demi mencapai kepuasan yang maksimum. Ditambah lagi, setiap manusia selalu didorong untuk memenuhi keinginan dan terkadang tidak didasari oleh kebutuhan<sup>174</sup>. Adapun berikut hasil wawancara bersama generasi milenial yang ada di Kota Langsa antara lain sebagai berikut:

a) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:

*“Iya soalnya untuk penampilan kan penting, kalau kita pakai yang bagus bisa membuat kita percaya diri”*

---

<sup>172</sup> Dwi Sulistyawati, Imam Santosa, and Deddy Wahyudi, ‘Respon Ruang Generasi Milenial Dalam Melakukan Aktivitasnya Akibat Pengaruh Teknologi Informasi’, *Prosiding: Seni, Teknologi, Dan Masyarakat*, 2 (2020), hal 222.

<sup>173</sup> Muhammad Ardi, Astuti Astuti, and Farham Aditya, ‘Implementasi Pengguna Qris Pada Kaum Milenial’, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah (Jurnal Akunsyah)*, 3.1 (2023), hal:65.

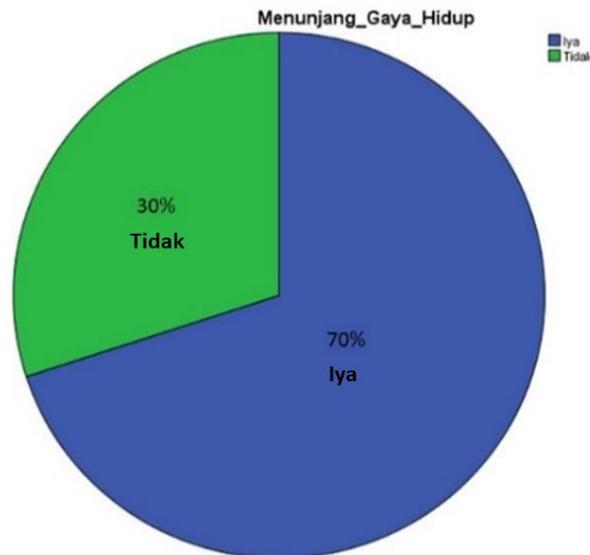
<sup>174</sup> Zulfa Suryani and Muhammad Taufiq, ‘Penerapan Konsep Masalah Dalam Konsumsi Untuk Mencapai Maximum Utility’, *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi (JURRIE)*, 2.1 (2023), hal: 200.

- b) Menurut narasumber 2 menyatakan bahwa:  
*“Iya bisa jadi, karena kan ikut lingkungan, misalkan dilingkungan kerja pakaiannya bagus ya pasti ikutin biar gak terlalu jomplang sama yang lain”*
- c) Menurut narasumber 3 menyatakan bahwa:  
*“Iya pasti, karena penampilan kan memang harus diperhatikan, apalagi yang pertama kali yang dilihat itu penampilan jadi saya merasa perlu membeli sesuatu untuk menunjang gaya hidup”*
- d) Menurut narasumber 4 menyatakan bahwa:  
*“Iya menurut saya penting ya, kalau kita punya penampilan bagus biasanya orang gak langsung mandang remeh, kita pun jadi lebih percaya diri”*
- e) Menurut narasumber 5 menyatakan bahwa:  
*“Tidak, karena apapun produk yang penting kualitasnya dan butuh atau enggaknya bukan untuk gaya-gayaan saja”*
- f) Menurut narasumber 6 menyatakan bahwa:  
*“Iya, alasannya kalau gaya khususnya pakaian atau yang lainnya itu kan juga suatu bentuk profesional jadi kalau dilihat sama orang lain juga lebih bagus”*
- g) Menurut narasumber 7 menyatakan bahwa:  
*“Iya, karena kalau kita berada di suatu lingkungan kerja itu kan gak mungkin juga kita penampilannya biasa-biasa terus kan kadang harus ada yang menonjol”*
- h) Menurut narasumber 8 menyatakan bahwa:  
*“Tidak, karena lebih sesuai kebutuhan”*
- i) Menurut narasumber 9 menyatakan bahwa:  
*“Iya saya rasa perlu, karena itu sebagai pembuktian pencapaian kita, kita sudah bisa beli suatu barang”*
- j) Menurut narasumber 10 menyatakan bahwa:  
*“Tidak, Karena biasanya apa yang ada itu saja yang saya gunakan sederhana saja*

Pada dasarnya konsumsi harus memiliki tujuan utama yaitu fokus pada kebutuhan. Meskipun demikian, tidak sedikit pula yang menjadikan keingan sebagai konsumsi. Hal ini, yang menyebabkan seorang individu cenderung membelanjakan pendapatan mereka untuk mendukung gaya hidup. Maka dari itu sangat penting untuk mengetahui apakah perilaku konsumsi yang dilakukan generasi milenial hanya sebatas untuk kepuasan yang dapat

menunjang gaya hidup atau tidak. Berikut ini mengenai kepuasan dalam konsumsi yang dapat menunjang gaya hidup antara lain:

**Gambar 8. Konsumsi Generasi Milenial Dengan Tujuan Menunjang Gaya Hidup**



Sumber: Hasil Wawancara 2023<sup>175</sup>

Dari hasil wawancara ditemukan bahwa, 7 dari 10 informan mengkonsumsi suatu produk untuk menunjang gaya hidup. Alasan informan tersebut mengkonsumsi suatu produk untuk menunjang gaya hidup diantaranya karena: 1) menjaga penampilan agar lebih percaya diri, 2) pengaruh dari lingkungan sekitar dan trend, 3) Pandangan orang lain, 4) Pengakuan dari orang lain. Sementara itu, yang memilih tidak mengkonsumsi suatu produk untuk menunjang gaya hidup sebanyak 3 informan dengan alasan diantaranya seperti: 1) lebih mengutamakan kualitas produk, 2) mengutamakan kebutuhan, 3) mengutamakan kesederhanaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konsumsi produk dalam rangka menunjang gaya hidup dipengaruhi oleh sejumlah faktor, seperti citra diri, pengaruh lingkungan, pandangan sosial, serta nilai kualitas dan kesederhanaan.

---

<sup>175</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

Hasil peneliitian Petty Arisanti menjelaskan bahwa generasi milenial melakukan beberapa aktivitas yang akan dipamerkan lewat aku mendia sosialnya sehingga gaya hidup yang mereka tampilkan semata-mata untuk menyennagkan atau memuaskan diri sendiri atas identitas kelas sosialnya<sup>176</sup>.

Generasi milenial cenderung setuju bahwa pembelian suatu barang karena untuk mendukung gaya hidup. Hal tersebut bertentangan dengan prinsip al-wudhu yang mana prinsip tersebut menekankan pada pentingnya pengelolaan harta dengan mempertimbangkan manfaat dan kepentingan secara bijaksana. Selain itu, pembelian suatu barang untuk mendukung gaya hidup juga bertentangan dengan prinsip al-adl yang menekankan kepada perlunya keadilan social. Jika pembelian dilakukan untuk gaya hidup maka akan memicu rasa cemburu sosial dan menciptakan ketidaksetaraan yang mana disaat seseorang hidup mewah sementara orang lain berjuang untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka.

j. Rincian Pengeluaran dalam sebulan

Pada dasarnya terdapat tiga aspek yang penting dalam perencanaan keuangan pribadi yaitu konsumsi, tabungan dan beramal. Guna untuk mendapatkan data terkait rincian pengeluaran dalam sebulan pada generasi milenial di Kota Langsa, peneliti melakukan wawancara terhadap 10 orang generasi milenial yang ada di Kota Langsa antara lain sebagai berikut:

- a) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Rp.3.500.000 atau kadang lebih, kalau untuk tabungan lebih kurang 1.000.000 . Sedekah sekitar paling 100.000”*
- b) Menurut narasumber 2 menyatakan bahwa:  
*“Tidak, mungkin untuk konsumsi sekitar Rp. 3.000.000 kalau tabung enggak ada untuk sedekah dalam sebulan mungkin Rp.50.000”*
- c) Menurut narasumber 3 menyatakan bahwa:  
*“Tidak, enggak pernah rinci sih karenakan penghasilan yang diterima juga gak nentu, paling kalau konsumsi ada sekitar 2.000.000 an perbulan, kalau sedekah mungkin lebih relatif kalau ada uang d kantong Cuma kalau dihitung perbulan mungkin ada sekitar 5.000*

---

<sup>176</sup> Petty Arisanti, hal 86.

*sampai 10.000 lebih. Kalau nabung gak ada sih karena masih banyak pengeluaran”*

- d) Menurut narasumber 4 menyatakan bahwa:  
*“Iya, kalau untuk konsumsi mungkin sekitar Rp.1.000.000 dan kalau untuk sedekah tergantung ya tapi jika dihitung sekitar Rp.20.000 atau lebih untuk tabungan ada sekitar Rp.500.000”*
- e) Menurut narasumber 5 menyatakan bahwa:  
*“Secara rinci tidak, mungkin untuk konsumsi sekitar Rp.2.000.000 lebih untuk tabungan Rp.1.000.000 kalau infaq gak nentu tergantung kondisi keuangan kalau dihitung ada sampai Rp.15.000 atau lebih”*
- f) Menurut narasumber 6 menyatakan bahwa:  
*“Enggak tahu, kalau rincian konsumsi mungkin sekitar Rp. 2.000.000, tabung juga gak ada kalau untuk infaq mungkin Rp.50.000 an ada”*
- g) Menurut narasumber 7 menyatakan bahwa:  
*“Tahu, kalau tabung sekitar 1 mayam emas jadi sekitar 3.000.000 an lah sisanya konsumsi atau sekitar Rp.1.500.000 an. Kalau untuk infaq kadang-kadang gak pernah nentuin. misalnya pas pakai BSI mobile itu kan ada untuk infaq palingan itu saja. Tapi kalau untuk akumulasi kan mungkin sekitar Rp.20.000 sampai Rp.30.000”*
- h) Menurut narasumber 8 menyatakan bahwa:  
*“Iya, untuk konsumsi biasanya Rp.3.500.000 lebih kalau untuk tabungan Rp.800.000 kalau infaq sekitar Rp.50.000”*
- i) Menurut narasumber 9 menyatakan bahwa:  
*“Tidak, kalau perkiraan konsumsi biasanya sampai Rp.1.000.000 ribu, untuk tabung juga sekitaran Rp.1.000.000, kalau untuk infaq Rp.15.000.”*
- j) Menurut narasumber 10 menyatakan bahwa:  
*“Iya saya tahu, untuk konsumsi sekitar Rp.4.000.000, kalau untuk tabungan mungkin Rp.1.000.000 sedangkan kalau infaq Rp.200.000”*

Aspek-aspek berupa konsumsi, tabungan dan beramal. tersebut memiliki tujuan masing-masing seperti konsumsi untuk kebutuhan biaya hidup, tabungan untuk keamanan jangka panjang dan beramal untuk membantu orang lain . Idealnya alokasi pendapatan untuk konsumsi sebesar

40%, Tabungan 20%, dan 10% infaq<sup>177</sup>. Maka dari itu, jika dirincikan ideal alokasi pendapatan antara lain:

**Tabel 12. Ideal Alokasi Pendapatan Perbulan Pribadi**

Pendapatan	Konsumsi (40%)	Tabungan (20%)	Infaq (10%)
2.100.000 – 3.000.000	840.000 – 1.200.000	420.000-60.0000	210.000 – 300.000
3.100.000 – 4.000.000	1.240.000 – 1.600.000	620.000-800.000	310.000-400.000
4.100.000 – 5.000.000	1.640.000-2.000.000	820.000 – 1.000.000	410.000 – 500.000
>5.000.000	>2.000.000	>1.000.000	>400.000

Sumber: Hasil Olah Data 2023

**Tabel 13. Ideal Alokasi Pendapatan Perbulan Keluarga**

Pendapatan	Konsumsi (65%)	Tabungan (10%)	Infaq (5%)
2.100.000 – 3.000.000	1.365.000 – 1.950.000	210.000-300.000	105.000 – 150.000
3.100.000 – 4.000.000	2.015.000 – 2.600.000	310.000-400.000	155.000-200.000
4.100.000 – 5.000.000	2.665.000-3.250.000	410.000 – 500.000	205.000 – 500.000
>5.000.000	>2.250.000	>500.000	>250.000

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan dari hasil wawancara, maka pendapatan informan dapat dikelompokkan antara lain sebagai berikut dibawah ini:

<sup>177</sup> Desiana Wahyuningsih, 'Tips Alokasi Penghasilan Bulanan', *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*, 2021 <<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-metro/baca-artikel/13811/Tips-Alokasi-Penghasilan-Bulanan.html>> [accessed 16 January 2024].

Tabel 15. Pengeluaran Pendapatan Pribadi dan Keluarga

Informan	Mengetahu /tidak	Pendapatan	Tanggung	Konsumsi Rp/Bulan	Ideal Konsumsi	Infag Rp/Bulan	Ideal Infag	Tabungan Rp/Bulan	Ideal Tabungan
Informan 1	Mengetahui	4.700.000	3	3.500.000	Tidak Ideal	100.000	X Infag Ideal	1.000.000	X
Informan 2	Tidak	3.800.000	2	3.000.000	Tidak Ideal	50.000	X	Tidak Ada	X
Informan 3	Tidak	3.500.000	-	2.000.000	Tidak Ideal	10.000	X	Tidak Ada	X
Informan 4	Mengetahui	2.000.000	-	1.000.000	Tidak Ideal	20.000	X	500.000	X
Informan 5	Tidak	4.000.000	-	2.000.000	Tidak Ideal	>15.000	X	1.000.000	Ideal
Informan 6	Tidak	3.700.00	-	2.000.000	Tidak Ideal	50.000	X	Tidak Ada	X
Informan 7	Mengetahui	4.500.000	-	1.500.000	Ideal	30.000	X	3.000.000	Ideal
Informan 8	Mengetahui	4.800.000	2	3.500.000	Tidak Ideal	50.000	X	800.000	Ideal
Informan 9	Tidak	3.000.000	1	1.000.000	Ideal	15.000	X	1.000.000	ideal
Informan 10	Mengetahui	5.000.000	4	4.000.000	Tidak Ideal	200.000	X	1.000.000	Ideal

Sumber: Hasil Olah Data 2023<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

Sumber: Hasil Olah Data 2023<sup>178</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 10 informan hanya setengah dari mereka, yaitu 5 memiliki pengetahuan terkait rincian pengeluaran, sedangkan 5 informan lainnya tidak memiliki pemahaman mengenai hal tersebut. Meskipun pengetahuan terhadap rincian pengeluaran seharusnya dapat membantu seseorang dalam mengontrol dan menetapkan prioritas pengeluaran, namun tampaknya implementasinya belum sepenuhnya tercapai.

Dari 10 responden terdapat 5 responden yang memiliki tanggungan dan 5 responden lainnya tidak memiliki tanggungan. Untuk menentukan persentase, digunakan rumus persentase dengan cara membagi jumlah bagian dengan jumlah total, kemudian dikalikan dengan 100%<sup>179</sup>.

Sehingga, dapat ditentukan bahwa dari 5 responden yang memiliki tanggungan hanya 1 responden yang pengeluarannya sesuai yaitu 65% sedangkan 4 responden lainnya memiliki konsumsi lebih dari 65%. Selanjutnya dari 5 responden yang tidak memiliki tanggungan hanya 1 memiliki pengeluaran yang sesuai yaitu sebesar 40% sedangkan 4 responden lainnya memiliki konsumsi lebih dari 40%.

Pengeluaran untuk tabungan diketahui bahwa dari 5 responden yang memiliki tanggungan hanya 3 responden yang memiliki tabungan ideal yaitu sebesar 10%, sedangkan 2 responden lainnya memiliki pengeluaran tabungan yang kurang dari 10%. Selanjutnya dari 5 responden yang tidak memiliki tanggungan hanya 2 memiliki pengeluaran tabungan yang sesuai yaitu sebesar 10% sedangkan 3 responden lainnya memiliki pengeluaran tabungan kurang dari 10%.

Selanjutnya, meskipun disarankan untuk mengalokasikan infaq sebesar 5% bagi yang berkeluarga dan 10% bagi individu. Namun, tidak satupun dari informan yang mencapai 5% persen bahkan hanya 1 informan yang

---

<sup>178</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

<sup>179</sup> Josep Bintang Kalangi, *Matematika Ekonomi Dan Bisnis* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2024), hal:27.

mengeluarkan infaq tertinggi yaitu sebesar 4% persen dari pendapatannya yaitu sebesar Rp. 200.000, sementara 1 informan lainnya mencapai 3% dari pendapatannya yaitu sebesar Rp. 100.000. Sedangkan 5 informan lainnya hanya mencapai 1% persen dari pendapatannya dan 2 informan lainnya bahkan mengeluarkan infaq kurang dari 1% pendapatannya. Maka dapat disimpulkan bahwa:

**Tabel 15. Jumlah Responden Berperilaku Konsumtif**

Informan	Konsumtif/Tidak Konsumtif
Informan 1	Konsumtif
Informan 2	Konsumtif
Informan 3	Konsumtif
Informan 4	Konsumtif
Informan 5	Konsumtif
Informan 6	Konsumtif
Informan 8	Konsumtif
Informan 10	Konsumtif

Sumber: Hasil Olah Data 2023<sup>180</sup>

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat dipahami bahwa generasi milenial memiliki kecenderungan pada melakukan pengeluaran konsumsi dibandingkan melakukan pengeluaran infaq maupun tabungan, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa adanya kecenderungan perilaku konsumtif pada generasi milenial. Untuk itu, sangat penting untuk mengetahui rincian pengeluaran agar dapat membantu individu dalam melakukan perencanaan keuangan individu sehingga mampu untuk mengontrol kondisi keuangannya<sup>181</sup>.

Prinsip *ar-rawaj* dapat dilihat dari bagaimana mayoritas generasi milenial cenderung menghabiskan pendapatan mereka untuk konsumsi dari pada tabungan maupun infaq. Hal, tersebut menunjukkan bahwa generasi

<sup>180</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

<sup>181</sup> Arta Moro Sundjaja, 'Perencanaan Keuangan Untuk Mencapai Tujuan Finansial', *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 1.1 (2010), hal:183.

milennial belum fokus pada pengeluaran yang dapat mendukung kemakmuran jangka panjang. Prinsip *al-wudhu* juga belum diterapkan oleh generasi milennial yaitu pentingnya pengelolaan keuangan, karena meskipun Sebagian generasi milennial mengetahui tentang rencana pengeluaran namun implementasinya tidak mencerminkan pengelolaan yang baik, terutama hal tersebut tampak ketika mayoritas generasi milennial banyak menghabiskan pendapatan mereka untuk konsumsi dibandingkan tabungan maupun infaq.

Implementasi *al-hifz* juga belum diterapkan oleh generasi milennial karena Sebagian besar generasi milennial tidak mengalokasikan bagian dari pendapatan mereka untuk infaq. Harta yang digunakan tidak mempertimbangkan aspek amal serta berbagi dengan sesama dapat mengarah pada kurangnya keberkahan dalam keuangan. Mayoritas generasi milennial juga belum mengalokasikan pendapatan mereka dengan tepat untuk tabungan atau infaq, hal ini menyebabkan ketidakpastian terhadap keuangan dimasa depan sehingga bertentangan dengan *as-sabtu* yaitu memastikan melindungi dan kestabilan di masa depan. Terakhir, dari prespektif prinsip *al-adl* terlihat dari pentingnya kesetaraan dalam pengelolaan keuangan, meskipun ada pengetahuan tentang pengeluaran, kecenderungan untuk lebih fokus pada konsumsi pribadi dari pada berbagi dengan sesama, maka dapat dianggap sebagai ketidakadilan dalam pengelolaan harta.

k. Etika dalam Mengonsumsi

Konsumsi dalam pandangan Islam tidak hanya berorientasi pada konsumsi didunia (*present consumption*) namun juga konsumsi diakhirat (*future consumption*) yang dilakukan dengan mengimbangi segala kegiatannya dengan menggunakan niat beribadah kepada Allah SWT. Guna untuk mendapatkan data terkait etika dalam mengonsumsi pada generasi milennial di Kota Langsa, peneliti melakukan wawancara terhadap 10 orang generasi milennial yang ada di Kota Langsa antara lain sebagai berikut:

a) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:

*“Iya, saya memerhatikannya soalnya kalau beli produk saya milih yang ada logo halalnya sama gak mewah-mewalah”*

- b) Menurut narasumber 2 menyatakan bahwa:  
*“Iya, misalkan pilih makan yang halal terus higienis juga”*
- c) Menurut narasumber 3 menyatakan bahwa:  
*“Iya, misalkan akad jual beli nya harus tercapai tidak masalah, habis itu kehalalan dan kebersihan”*
- d) Menurut narasumber 4 menyatakan bahwa:  
*“Iya, tetapi saya tidak terlalu paham palingan Cuma kehalalannya saja”*
- e) Menurut narasumber 5 menyatakan bahwa:  
*“Iya, paling liat halal sama haram nya saja sebelum beli produk”*
- f) Menurut narasumber 6 menyatakan bahwa:  
*“Iyaa misalkan pakai kosmetik yang halal terus beli baju yang syari sama gak boros begitu saja”*
- g) Menurut narasumber 7 menyatakan bahwa:  
*“Iya, pasti kalau belanja liat produknya ada logo MUInya, terus jangan sampai boroskan jatuhnya nantik mubazir”*
- h) Menurut narasumber 8 menyatakan bahwa  
*“Memahami ketentuan dalam Islam seperti harus yang halal dan baik”*
- i) Menurut narasumber 9 menyatakan bahwa:  
*“Iya, saya kalau beli sesuatu liat yang halalnya Cuma kalau kita di Aceh insyaAllah aman”*
- j) Menurut narasumber10 menyatakan bahwa:  
*“Paham, seperti belanja makanan yang halal”*

Adapun hasil penelitian pengetahuan informan terkait etika konsumsi antara lain yaitu:

**Tabel 16 Pengetahuan Etika Konsumsi Masyarakat Generasi Milenial**

<b>Etika Konsumsi</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
mendahulukan prioritas kebutuhan	-	-	-	-	-	√	√	-	-	-
mematuhi prinsip halal dan haram	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√

melihat kualitas konsumsi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
memperhatikan kemaslahatan individu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
masyarakat serta praktik moderasi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Sumber: Hasil Wawancara 2023<sup>182</sup>

Dari pernyataan para informan, dapat diketahui bahwa seluruh informan mengetahui aturan konsumsi dalam Islam. Meskipun demikian, seluruh responden hanya mengetahui bahwa aturan dalam konsumsi hanya sebatas mengkonsumsi sesuatu yang halal dan baik, sedangkan yang memprioritaskan kebutuhan hanya 2 responden. Sedangkan, terdapat 5 poin etika konsumsi dalam Islam yang harus dipenuhi dalam mengkonsumsi. Diantaranya, mendahulukan prioritas kebutuhan,, mematuhi prinsip halal dan haram, melihat kualitas konsumsi, memperhatikan kemaslahatan individu dan masyarakat serta praktik moderasi.

Konsumsi dalam pandangan Islam tidak hanya berorientasi pada konsumsi didunia (present consumption) namun juga konsumsi diakhirat (future consumption) yang dilakukan dengan mengimbangi segala kegiatannya dengan menggunakan niat beribadah kepada Allah SWT<sup>183</sup>.

Untuk itu, etika konsumsi perlu diterapkan generasi milenial, bukan hanya sebatas halal dan haram. Namun generasi milenial masih belum menyadari bahwa konsumsi harus seimbang antara kepentingan dunia dan akhirat, hal ini mencerminkan bahwa konsumsi yang dilakukan masih terfokus untuk diri sendiri, belum mencapai konsumsi untuk orang lain, hal ini tidak sesuai dengan prinsip *ar-rawaj* yang mana harta disalurkan untuk

<sup>182</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

<sup>183</sup> Furqon,hal:16.

mencapai kemakmuran manusia baik dunia maupun akhirat. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa generasi milenial masih belum paham atau ketidaksadaran terhadap prinsip-prinsip etika konsumsi dalam Islam, hal ini dapat menyebabkan perilaku konsumtif yang tidak bertanggung jawab, seperti pemborosan, penggunaan yang berlebihan, atau penyalahgunaan harta dengan cara yang tidak adil terhadap orang lain yang bertentangan pada prinsip *al-wudhu*.

#### 1. Konsumsi Barang yang Tidak Perlu

Salah satu pola konsumsi dalam Islam yaitu tidak mubazir karena merupakan bentuk menghamburkan serta menghabiskan harta. Guna untuk mendapatkan data terkait etika dalam mengkonsumsi pada generasi milenial di Kota Langsa, peneliti melakukan wawancara terhadap 10 orang generasi milenial yang ada di Kota Langsa antara lain sebagai berikut:

a) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:

*“Iya, kadang-kadang kalau belanja nemu barang yang menarik jadi ingin beli kan diluar rencana awal belanja”*

b) Menurut narasumber 2 menyatakan bahwa:

*“Iya, misalnya ke suyuza liat piring-piring motif bagus jadinya terbeli atau liat makan-makanan disosmed, kepingin coba jadinya beli juga”*

c) Menurut narasumber 3 menyatakan bahwa:

*“Iya pernah, kadang kepingin beli baju padahal kalau dipikir baju lama masih ada. Atau kadang pun misalnya, liat dompet jadi kepingin ganti dompet karena ngerasa yang ini sudah lama punya”*

d) Menurut narasumber 4 menyatakan bahwa:

*“Iyaa, kadang saya suka saja coba beli barang-barang yang sedang viral”*

e) Menurut narasumber 5 menyatakan bahwa:

*“Ada, misalnya lain main game kepingin saja upgrade karakternya”*

f) Menurut narasumber 6 menyatakan bahwa:

*“Enggak, karena prinsip pengeluaran itu kalau butuh jadi beli hanya sekedar keinginan makanya bisa terkontrol”*

g) Menurut narasumber 7 menyatakan bahwa:

*“Iya, pernah soalnya kalau jalan-jalan atau mau pulang liat abang-abang gerobak makan jadi ingin beli padahal gak lapar”*

h) Menurut narasumber 8 menyatakan bahwa:

*“Iya soalnya kadang liat sautu produk jadi kepingin coba”*

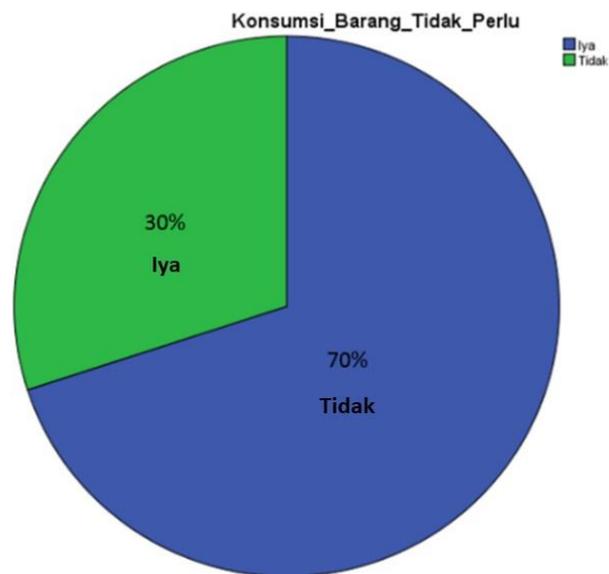
i) Menurut narasumber 9 menyatakan bahwa:

*“Tidak perlu soalnya saya merasa itu merupakan hal yang boros”*

j) Menurut narasumber 10 menyatakan bahwa:

*“Tidak saya lebih kepada apa yang diperlukan itu yang saya beli”*

**Gambar 9. Konsumsi Barang yang Tidak Perlu**



Sumber: Hasil Wawancara 2023<sup>184</sup>

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan hasil bahwa dari 10 informan menjawab bahwa 7 informan menyadari bahwa mereka terkadang tanpa sadar membeli atau mengonsumsi sesuatu produk yang tidak perlu. Sedangkan 3 informan lainnya menyebutkan bahwa mereka tidak pernah melakukan

<sup>184</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

konsumsi jika tidak diperlukan karena mengutamakan dan memprioritaskan kebutuhan. Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat variasi dalam kesadaran dan praktik konsumsi diantara informan dengan. Sebagian mengakui bahwa adanya kecenderungan mengkonsumsi suatu produk yang dianggap tidak perlu, sementara yang lainnya berfokus pada kebutuhan.

Membelanjakan harta untuk sesuatu yang tidak sepatutnya dibelanjakan yang kemudian membuat harta itu terbuang dengan sia-sia merupakan bentuk dari konsep mubazir<sup>185</sup>. Dari konsep mubazir tersebut dapat menimbulkan karakteristik pembelian tidak terencana (*impulse buying*)<sup>186</sup>.

Pembelian tidak terencana atau dapat dilihat sebagai pengeluaran yang tidak terencana merupakan suatu tindakan yang tidak bertanggung jawab dalam pengelolaan harta yang dilakukan oleh generasi milenial, hal ini bertentangan dengan prinsip *al-wudhu* yang mengamanahkan bahwa harta harus dikelola dengan bijaksana, Selain itu prinsip *al-hifz* juga tidak diterapkan dalam hal ini, dimana membeli sesuatu yang tidak diperlukan dapat dianggap sebagai ketidakjagaan terhadap harta titipan Allah SWT yang seharusnya dijaga serta digunakan dengan baik.

Generasi milenial sering terlibat dalam perilaku konsumtif karena mempunyai keinginan yang besar, pergaulan, maupun kemudahan dalam bertransaksi. Hal tersebut, sesuai dengan pendapat Abdul Hamid selaku Ketua Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) yang mengungkapkan bahwa kaum milenial di Kota Langsa cenderung memiliki perilaku konsumtif yang dominan dibandingkan dengan kegiatan menabung atau mempersiapkan kebutuhan masa depan. Mereka cenderung menghabiskan banyak uang untuk pakaian, elektronik, kendaraan, serta sering mengunjungi café atau warkop hingga larut malam. Selain itu, penggunaan ponsel pintar yang mahal juga menjadi hal umum di kalangan mereka. Meskipun ada sebagian kaum milenial yang memanfaatkan warung kopi

---

<sup>185</sup> Muhammad Hasan Ali and Dadan Rusmana, 'Konsep Mubazir Dalam Al-Qur'an: Studi Tafsir Maudhu'i', *Jurnal Riset Agama*, 1.3 (2021), hal:15.

<sup>186</sup> Khoiriah Amalia Siregar, Tuti Anggraini, and Atika, 'Pengaruh Shopee Paylater, Endorsment, Dan Sikap Tabzir Terhadap Impulse Buying Pada Produk Kosmetik', 3.1 (2023), hal: 39.

untuk bekerja, jumlahnya jauh lebih sedikit dibandingkan dengan mereka yang hanya menghabiskan waktu santai di sana.

Perilaku konsumtif yang dialami oleh generasi milenial dapat memberikan dampak negatiif seperti yang dijelaskan oleh Abdul Hamid, bahwa perilaku konsumtif ini dapat memiliki dampak yang signifikan bagi kaum milenial. Pertama, hal ini dapat menyebabkan pemborosan dalam pengeluaran. Kedua, bisa mendorong mereka untuk mencari cara-cara instan untuk mendapatkan pendapatan tambahan, bahkan dengan memanfaatkan praktik-praktik tidak etis seperti perjudian online. Selain itu, dampaknya juga dapat dirasakan oleh masyarakat luas dalam bentuk terjadinya kesenjangan sosial dan persaingan yang tidak sehat. Hal ini menciptakan situasi di mana untuk memperoleh sesuatu yang diinginkan, seseorang mungkin melanggar hak orang lain, memprioritaskan kepentingan pribadi di atas kepentingan bersama, dan bahkan mengambil alih kepemilikan orang lain. Maka dari itu, diperlukan untuk memastikan bahwa konsumsi yang dijalankan oleh generasi milenial sejalan dengan maqashid syariah. Untuk itu, dari deskripsi hasil penelitian tersebut maka, ditemukan hasil tentang perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kota Langsa antara lain yaitu:

**Tabel 17 Perilaku Konsutif dalam tinjaun Maqashid Syariah**

<b>Kategori</b>	<b>Tinjaun Maqashid Syariah</b>
Intensitas Berbelanja	<i>Ar-Rawaj:</i> Peredaran uang pada generasi milenial cenderung digunakan untuk berbelanja dengan intensitas yang cenderung sering yaitu 4 sampai 6 kali  Kesimpulan: Penerapan Perilaku Konsumtif
Produk yang di Konsumsi	<i>Al-Rawaj:</i> Pendapatan generasi milenial digunakan untuk transaksi berupa pembelian sebuah produk seperti makanan, minuman dan rokok  <i>Al-Wudhu:</i> Generasi milenial cenderung membeli produk seperti jajanan, snack,

	<p>minuman dan rokok, namun produk yang dibeli tidak bersifat urgen serta tidak memiliki manfaat yang jelas.</p> <p>Kesimpulan:Penerapan Perilaku Konsumtif</p>
Keputusan dalam berbelanja	<p><b>Al-Rawaj:</b> Pembelian yang dilakukan oleh generasi milenial ditujukan untuk memenuhi kebutuhan.</p> <p><b>Al-Hifz:</b> Generasi milenial sering tergoda untuk membeli karena adanya diskon dan promosi. Namun, memanfaatkan promosi dan diskon secara berlebihan dapat menyebabkan pemborosan.</p> <p><b>Al-Wudhu:</b> Generasi milenial dengan jelas mengetahui keputusan belanja yang mereka lakukan cenderung didasari atas kebutuhan,promosi serta diskon</p> <p>Kesimpulan: Penerapan perilaku onsumtif</p>
Konsumsi Leisure	<p><b>Ar-Rawaj:</b> Pengeluaran yang dimiliki generasi milenial digunakan untuk konsumsi yang bersifat <i>leisure</i></p> <p><b>Al-Wudhu:</b> Generasi milenial cenderung menghabiskan lebih dari 6 kali dalam sebulan untuk mengkonsumsi leisure, hal tersebut bertentangan dengan prinsip al-wudhu yaitu mengelola keuangan dengan bijak</p> <p><b>As-Tsabat:</b> Intensitas konsumsi leisure yang tinggi yaitu lebih dari 6 kali dalam sebula, dapat menyebabkan pemborosan waktu yang bertentangan dengan prinsip syariah.</p> <p>Kesimpulan: Penerapan Perilaku Konsumtif</p>

Keputusan Dalam konsumsi Leisure	<p><b>Ar-Rawaj:</b> Generasi milenial dianggap tidak bijak mengeluarkan uang untuk konsumsi <i>leisure</i> hanya demi kepuasan pribadi.</p> <p><b>Al-Adl:</b> Konsumsi leisure yang dilakukan generasi milenial kurang memperhatikan keseimbangan antara kebutuhan dan kepuasan sehingga konsumsi yang dilakukan cenderung pada kepuasann pribadi</p> <p>Kesimpulan: Penerapan Perilaku Konsumtif</p>
Kategori Budget dalam Konsumsi	<p><b>Ar-Rawaj:</b> Budget yang dikeluarkan oleh generasi milenial untuk konsumsi yaitu sekitar tergolong lumayan besar yaitu Rp.500.000 sampai Rp.1.000.000</p> <p><b>Al-Hifz:</b> Jumlah budget yang lumayan besar untuk konsumsi, maka dapat mengganggu alokasi keuangan</p> <p>Kesimpulan: Penerapan Perilaku Konsumtif</p>
Pemilihan produk berdasarkan brand	<p><b>Al-Adl:</b> Sebagian besar generasi milenial memilih bahwa brand produk termasuk bagian penting karena kualitas namun, Sebagian generasi milenial memilih produk berdasarkan brand untuk menjaga citra diri. Hal tersebut, bertentangan dengan prinsip keadilan karena bisa dianggap sebagai bentuk perlakuan tidak adil terhadap diri sendiri.</p> <p>Kesimpulan: Penerapan Perilaku Konsumtif</p>
Penggunaan gadget	<p><b>Al-Rawaj:</b> Penggunaan gadget sebagai alat transaksi memudahkan generasi milenial dalam berbelanja namun juga dapat</p>

	<p>meningkatkan minat generasi milenial dalam berbelanja.</p> <p><b>As-Tsabat:</b> Penggunaan fitur dalam gadget memberikan kepastian berupa kemudahan bagi generasi milenial dalam melakukan kegiatan sehari-hari.</p> <p>Kesimpulan: Penerapan Perilaku Konsumtif</p>
Kepuasan konsumsi	<p><b>Al-Wudhu:</b> Konsumsi yang bertujuan untuk mendukung gaya hidup bertentangan dengan prinsip al wudhu karena mengarah pada pengeluaran keuangan yang tidak jelas.</p> <p><b>Al-Adl:</b> Generasi milenial menanggapi bahwa konsumsi tujuan menunjang gaya hidup diperlukan sedangkan hal tersebut adalah suatu bentuk dari penyimpangan dari konsumsi yang dapat berdampak pada kesenjangan sosial.</p> <p>Kesimpulan: Penerapan Perilaku Konsumtif</p>
Rincian Pengeluaran	<p><b>Al-Rawaj:</b> Perputaran uang yang dilakukan generasi milenial lebih tertuju pada konsumsi dibandingkan infaq dan tabungan.</p> <p><b>Al-Wudhu:</b> Sebagian generasi milenial belum menerapkan pengalokasian keuangan dengan baik</p> <p><b>As-tsabat:</b> Kecenderungan konsumsi berlebihan dan kurangnya minat menabung dapat menyebabkan ketidakpastian finansial di masa depan</p> <p><b>Al-Hfiz:</b> Harta yang digunakan tidak mempertimbangkan aspek penjagaan karena fokusnya untuk konsumsi sementara tidak</p>

	<p>mempertimbangkan investasi dunia seperti tabungan dan investasi akhirat.</p> <p><b>Al-Adl:</b> Belum ada keseimbangan pada pengeluaran karena pengeluaran hanya untuk keperluan pribadi, tanpa memperhatikan pengeluaran yang bersifat sosial</p> <p>Kesimpulan: Penerapan Perilaku Konsumtif</p>
Etika Konsumsi	<p><b>As-Tsabat:</b> Konsumsi yang dilakukan oleh generasi milenial cenderung belum mempertimbangkan seluruh etika konsumsi.</p> <p><b>Al-Adl:</b> Keseimbangan belum diterapkan karena pengeluaran yang dilakukan untuk pribadi tanpa mempertimbangkan pengeluaran yang bersifat sosial.</p> <p>Kesimpulan: Penerapan Perilaku Konsumtif</p>
Konsumsi Barang Yang tidak Perlu	<p><b>Al Wudhu:</b> pembelian barang tidak perlu dan tidak terencana merupakan bentuk pengeluaran yang tidak akuntabilitas.</p> <p><b>Al-Hifz:</b> membeli suatu produk yang tidak diperlukan merupakan bentuk yang tidak bertanggung jawab dalam menjaga harta</p> <p>Kesimpulan: Penerapan Perilaku Konsumtif</p>

Sumber: Hasil Wawancara 2023

Berdasarkan poin-poin tersebut menunjukkan bahwa generasi milenial Kota Langsa cenderung pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan atau keinginan pribadi. Generasi milenial lebih cenderung fokus pada membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan pribadi atau menciptakan kepuasan pribadi. Selain itu, pengaruh zaman yang semakin modern juga berpeengaruh sehingga menjadikan generasi milenial berperilaku konsumtif .

Dari secara keseluruhan, perilaku konsumtif yang dijalankan oleh generasi milenial belum memenuhi maqashid syariah. Sedangkan perilaku konsumtif yang berlebihan dapat melanggar prinsip-prinsip utama dalam maqashid syariah sehingga dapat mengganggu keseimbangan serta kesejahteraan individu dan masyarakat secara keseluruhan. Maka dari itu, generasi milenial sebaiknya menjalankan prinsip-prinsip seperti *ar-rawaj*, *al-wudhu*, *zl-hifz*, *as-tsbat*, dan *al-adl* dalam mengkonsumsi agar perilaku konsumtif generasi milenial dapat mencapai *al-falah*.

#### **4.2 Analisis Perilaku Altruisme Masyarakat Generasi Milenial Prespektif Maqashid Syariah**

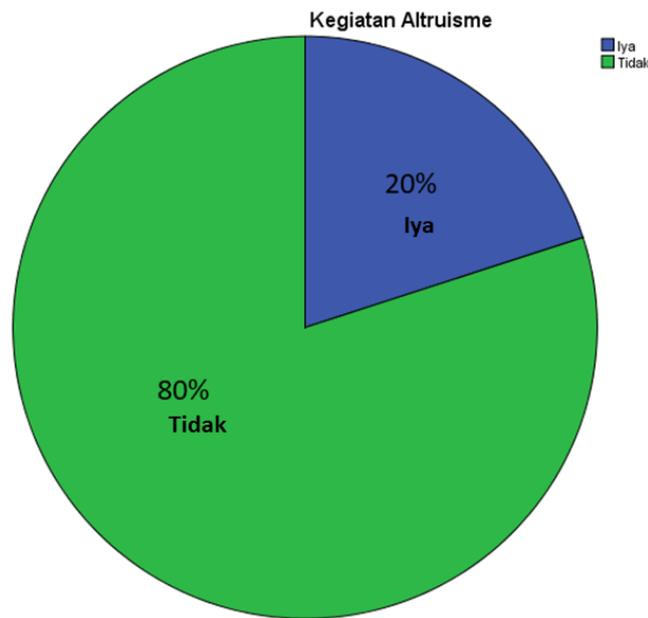
Perilaku altruisme terjadi secara alamiah, dan berhubungan dengan rasa sosial seseorang yang mampu menciptakan dan menumbuhkan jiwa altristik. Seseorang yang menanamkan perilaku altruisme memiliki motivasi dengan tujuan utama untuk meningkatkan kesejahteraan orang lain. Maka, dari itu perlu mendalami perilaku altruisme yang terjadi di Masyarakat generasi milenial.

Altruisme dapat terwujud dari berbagai bentuk sumbangan ataupun membantu orang lain. Untuk itu, dalam rangka memahami kebiasaan perilaku altruisme pada generasi milenial di Kota Langsa, peneliti melakukan wawancara dengan 10 masyarakat Kota Langsa yang termasuk generasi milenial. Adapun berikut ini hasil wawancara antara lain:

##### **a. Menyisihkan Pendapatan Untuk Kegiatan Altruisme**

Kebebasan seseorang untuk memanfaatkan hartanya adalah sebatas yang dibolehkan oleh syara'. Oleh sebab itu, dalam penggunaan harta harus dapat juga memberikan manfaat dan kemaslahatan untuk orang lain. Berikut ini hasil wawancara bersama responden mengenai ada atau tidaknya generasi milenial menyisihkan pendapatannya untuk kegiatan altruisme:

**Gambar 10. Minat Generasi Milenial Menyisihkan Pendapatan Untuk Kegiatan Altruisme**



Sumber: Hasil Wawancara 2023<sup>187</sup>

Berdasarkan tanggapan responden hanya 2 dari 10 responden yang menyisihkan pendapatannya untuk kegiatan altruisme sedangkan selebihnya yaitu 8 responden tidak menyisihkan pendapatannya untuk kegiatan altruisme. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden yaitu sebesar 80% cenderung tidak menyisihkan sebagian pendapatannya untuk kegiatan altruisme. Maka, dapat dipahami bahwa sebagian besar yang diwawancarai memiliki kesadaran untuk melakukan kegiatan altruisme tersebut.

Rizal menjelaskan bahwa seorang muslim diperintahkan untuk mencari nafkah dan menghasilkan harta namun untuk penggunaan harta dalam ajaran Islam harus senantiasa dalam rangka mendekatkan diri kepada Allah. Pemanfaatan harta pribadi tidak boleh hanya untuk pribadi pemilik harta, melainkan juga digunakan untuk fungsi sosial untuk

---

<sup>187</sup> Hasil Wawancara Dengan Responden, 2023

membantu sesama manusia<sup>188</sup>. Sehingga penggunaan pendapatan untuk bersedekah dan membantu merupakan cerminan dari nilai tolong menolong<sup>189</sup>.

Dalam penelitian ini sebagian generasi milenial belum melakukan tindakan menyisihkan pendapatan untuk kegiatan altruisme yang dapat dianggap sebagai bagian dari *ar-rawaj*. Dimana, pendapatan yang disisihkan untuk kegiatan altruisme dapat digunakan untuk membantu memajukan kesejahteraan manusia. Selain itu kurangnya, kesadaran generasi milenial untuk menyisihkan pendapatan membuktikan bahwa pengelolaan harta yang dimiliki tidak ditujukan untuk kegiatan altruisme. Kecenderungan generasi milenial yang tidak memiliki kepastian dalam mengelola atau mengalokasikan harta mereka dengan benar seperti tidak hanya menyisihkan pengeluaran pribadi melainkan untuk kegiatan sosial merupakan tindakan yang bertentangan dengan *as-tsabat*. Terakhir, tidak menyisihkan pendapatan untuk kegiatan altruisme merupakan suatu bentuk ketidakadilan karena dalam pandangan Islam harta yang dimiliki oleh individu terdapat didalamnya bagian orang yang membutuhkan sehingga wajib untuk disisihkan. Maka dari itu, penerapan *al-adl* dalam hal ini masih belum diterapkan.

#### b. Kegiatan Altruisme

Kegiatan altruisme yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu zakat, infaq, sedekah, waqaf dan qurban adalah bagian daribentuk sifat altruisme. Instrumen tersebut merupakan bentuk dari sukarela dan perwujudan nyata dari semangat kepedulian sosial dalam Masyarakat. Maka dari itu, dalam sub judul ini akan membahas mengenai kegaitan altruisme yang sering dilakukan oleh Masyarakat generasi Milenial, diantaranya yaitu:

---

<sup>188</sup> Rizal, 'Eksistensi Harta Dalam Islam (Suatu Kajian Analisis Teoritis)', *Jurnal Penelitian*, 9.1 (2015), hal:100.

<sup>189</sup> Mohamad Anwar Thalib, 'Construction Of Accounting Practice By Bendi Coachmen Based On Local Cultural Values', *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 7.1 (2023),hal: 14.

**Tabel 18. Kegiatan Altruisme yang dilakukan Generasi Milenial**

Kegiatan Altruisme	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
Sedekah	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	10
Infaq	√	√	√	√	√	√	√	√		√	9
Zakat	√				√	√					3
Waqf											-
Qurban	√							√		√	3

Sumber: Hasil Wawancara 2023<sup>190</sup>

Hasil wawancara menunjukkan bahwa dari 10 responden, 10 di antaranya terlibat dalam kegiatan altruisme seperti sedekah. Sementara itu, hanya 9 dari 10 responden yang memilih infaq. Untuk zakat dan qurban, hanya 3 responden dari keseluruhan yang memilih untuk berpartisipasi dalam kegiatan dalam kegiatan altruisme tersebut. Menariknya, waqaf tidak menjadi pilihan bagi seluruh responden yang diwawancarai. Maka dari itu, setiap responden memiliki pilihan sendiri terkait kegiatan altruismenya.

Kegiatan altruisme dapat mempengaruhi seseorang untuk memberikan pertolongan kepada orang lain yang membutuhkan seperti situasi, adanya kehadiran orang lain, daya tarik, desakan waktu, dan sifat kebutuhan korban atau dari dalam diri individu yang dipengaruhi dengan suasana hati, sifat, jenis kelamin, tempat tinggal dan pola asuh.

Dari hasil wawancara, tampak bahwa generasi milenial lebih memilih bentuk altruisme yang lebih mudah dilakukan, seperti sedekah dan infaq, sementara bentuk kontribusi sosial yang lebih terstruktur seperti zakat, waqaf, dan qurban masih sangat minim. Hal ini menunjukkan adanya penyimpangan dalam prinsip *al-hifz*, karena harta belum sepenuhnya dijaga dan digunakan secara optimal sesuai dengan ajaran Islam. Selain itu, kurangnya partisipasi dalam zakat dan waqaf juga mencerminkan penyimpangan dari prinsip *al-rawaj*, karena perputaran harta tidak berjalan merata dan cenderung hanya

<sup>190</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

digunakan untuk bentuk altruisme tertentu yang lebih praktis bagi individu, tetapi kurang memberikan dampak luas bagi masyarakat.

Kegiatan altruisme yang sering dilakukan oleh generasi milenial yaitu kegiatan mengeluarkan infaq dan shadaqah. Hal ini dikarenakan generasi milenial berasumsi bahwa kedua kegiatan tersebut yang paling mudah untuk dilakukan.

#### c. Intesitas Melakukan Kegiatan Altruisme

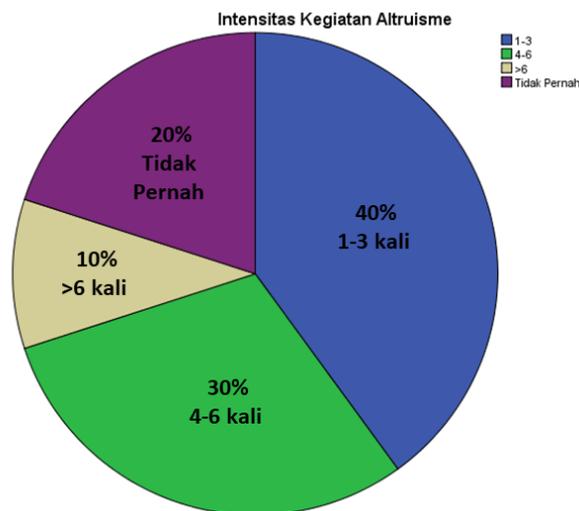
Intensitas dalam melakukan kegiatan altruisme bertujuan untuk melihat sejauh mana masyarakat generasi milenial terlibat dalam tindakan sukarela atau pengorbanan diri untuk kepentingan orang lain tanpa mengharapkan imbalan langsung. Adapun berikut ini hasil wawancara bersama generasi milenial yaitu:

- a) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Zakat tiap bulan karena langsung dari gaji tapi kalau infaq sebulan 4 atau 5 kali”*
- b) Menurut narasumber 2 menyatakan bahwa:  
*“Lumayan sering, lebih 10 kali ada soalnya kalau ada kelebihan belanja atau parkir saya sedekahkan”*
- c) Menurut narasumber 3 menyatakan bahwa:  
*“Tidak pernah”*
- d) Menurut narasumber 4 menyatakan bahwa:  
*“Kadang seminggu sekali kadang lebih juga”*
- e) Menurut narasumber 5 menyatakan bahwa:  
*“Gak terlalu sering juga Cuma 2 kali mungkin kadang lebih tergantung kondisi keuangan”*
- f) Menurut narasumber 6 menyatakan bahwa:  
*“Kalau sedekah sering ngasih pas pengajian berarti sekitar 4 kali”*
- g) Menurut narasumber 7 menyatakan bahwa:  
*“Kalau itu kurang tahu, mungkin sekitar 1 atau 2 kali”*
- h) Menurut narasumber 8 menyatakan bahwa:  
*“kali karena biasanya seminggu sekali”*
- i) Menurut narasumber 9 menyatakan bahwa:  
*“Tidak pernah”*
- j) Menurut narasumber 10 menyatakan bahwa:  
*“Sedekah setiap jumat jadi ada 4 kali”*

Dalam penelitian ini membagi kedalam beberapa kategori diantaranya yaitu: 1) 1 sampai 3 kali dalam sebulan, 2) 4 sampai 6 kali dalam sebulan, 3)

lebih dari 6 kali, 4) tidak pernah. Adapun berikut ini hasil dari wawancara antara lain:

**Gambar 11 Intensitas Generasi Milenial Melakukan Altruisme**



Sumber: Hasil Wawancara 2023<sup>191</sup>

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa dari 10 responden hanya 1 responden yang melakukan kegiatan altruisme lebih dari 6 kali dalam sebulan, 2 responden lainnya melakukan tidak pernah kegiatan altruisme dalam sebulan. Sementara itu, 4 responden lainnya melakukan kegiatan altruisme 1 sampai 3 kali dalam sebulan dan 3 orang lainnya melakukan kegiatan altruisme sebanyak 4 sampai 6 kali selama sebulan. Maka dari itu, dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan tanggapan mengenai intensitas masyarakat generasi milenial dalam melakukan kegiatan altruisme.

Kurangnya intensitas pada generasi milenial seakan membuktikan bahwa salah satu karakteristik generasi milenial adalah kurang peduli terhadap sesama yang mana mereka digambarkan hanya mengambil kesempatan yang menguntungkan diri sendiri serta kurang peduli terhadap sekitarnya<sup>192</sup>.

<sup>191</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

<sup>192</sup> Venny Alfayani, Darwis Harahap, and Rodame Monitorir Napitupulu, 'Tingkat Kesadaran Generasi Milenial Bersedekah Melalui Kitabisa.Com', *Journal of Islamic Social Finance Management*, 2.2 (2021), hal: 267.

Intensitas terhadap kegiatan altruisme yang dilakukan generasi milenial masih rendah, bahkan yang melakukan kegiatan tersebut melebihi 6 kali dalam sebulan hanya 1 responden, hal ini menunjukkan bahwa prinsip *al-adl* belum sepenuhnya diterapkan oleh generasi milenial karena rendahnya intensitas menunjukkan bahwa masih rendahnya minat generasi milenial untuk melakukan perilaku altruisme.

d. Anggaran Untuk Kegiatan Altruisme

Pengeluaran kegiatan altruisme melibatkan alokasi dana untuk membantu orang lain atau, mendukung berbagai kegiatan altruisme. Setiap individu mempunyai keinginan yang berbeda-beda dalam mengeluarkan anggaran altruisme. Untuk itu, adapun jawaban responden mengenai jumlah *budget* yang dikeluarkan untuk kegiatan altruisme antara lain:

- a) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Untuk itu biasanya Rp.250.000an”*
- b) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Kalau ditotalkan sekitar Rp. 50.000”*
- c) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Cuma Rp.10.000 palingan”*
- d) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Sekitar 20.000 kadang gak sampai segitu”*
- e) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Kalau dalam sebulan Cuma 15.000 tapi kadang bisa lebih juga”*
- f) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Sebulan 50.000 bisa juga lebih”*
- g) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Palingan Cuma Rp.30.000”*
- h) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Sekitar mungkin Rp.200.000”*
- i) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Kalau dihitung mungkin sekitarRp.15.000”*
- j) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Untuk semua sebulan saya habiskan sekitar Rp.200.000”*

**Tabel 19. Anggaran Altruisme yang di keluarkan oleh Generasi Milenial**

<b>Responden</b>	<b>Anggaran (Rupiah/Bulan)</b>
Responden 1	Rp 250.000
Responden 2	Rp 50.000
Responden 3	Rp 10.000
Responden 4	Rp 20.000
Responden 5	Rp 15.000
Responden 6	Rp 50.000
Responden 7	Rp 30.000
Responden 8	Rp 200.000
Responden 9	Rp 15.000
Responden 10	Rp 200.000

Sumber: Hasil Wawancara 2023<sup>193</sup>

Dari hasil wawancara maka untuk *budget* kegiatan altruisme dapat dikelompokkan menjadi 3 kelompok yaitu yang pertama, dari *budget* Rp. 10.000 – Rp 20.000, kedua, Rp 30.000-Rp 50.000 dan terakhir Rp 200.000 – Rp 250.000. Dari 10 responden, 4 diantaranya mengeluarkan anggaran untuk kegiatan altruisme sebesar Rp. 10.000 – Rp 20.000, sedangkan 3 responden lainnya mengeluarkan anggaran untuk kegiatan altruisme sebesar Rp. 30.000 – Rp 50.000 dan terakhir sebanyak 2 responden lainnya mengeluarkan anggaran untuk kegiatan altruisme sebesar Rp 200.000 – Rp 250.000. Untuk itu, setiap responden memiliki pengalokasian anggaran untuk kegiatan

---

<sup>193</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

altruisme yang berbeda-beda dan hal tersebut juga dipengaruhi oleh kegiatan altruisme yang dilakukan oleh setiap responden.

Meskipun generasi milenial telah mengalokasikan sebagian pendapatannya untuk kegiatan altruisme, namun hanya sedikit responden yang mengalokasikan anggaran dalam jumlah besar, sementara sebagian besar hanya memberikan dana dalam jumlah kecil. Hal ini menunjukkan adanya penyimpangan dari prinsip as-tsabat. Selain itu, ketidakteraturan dalam nominal dan pola pengeluaran menunjukkan kurangnya standar yang jelas dalam mengalokasikan harta untuk altruisme, sehingga kontribusi yang diberikan tidak merata dan tidak mencerminkan keseimbangan dalam pengelolaan harta sesuai dengan prinsip as-tsabat.

e. Mengeluarkan ZISWAF Saat Momen Tertentu

Seorang muslim cenderung meningkatkan ibadah zakat dan infaq, terutama di saat moment tertentu seperti hari besar atau ketika ada orang yang mengalami musibah. Peningkatan ibadah disaat momen tertentu merupakan bentuk sebagai tanda ketaatan dan mengingat kepentingan kehidupan akhirat. Berdasarkan hasil wawancara berikut tanggapan responden terkait hal tersebut:

**Tabel 20 . Mengeluarkan ZISWAF Saat Momen Tertentu**

<b>Responden</b>	<b>Mengeluarkan Ziswaf Saat Momen Tertentu</b>
Responden 1	Iya
Responden 2	Iya
Responden 3	Iya
Responden 4	Iya
Responden 5	Iya
Responden 6	Tidak
Responden 7	Tidak
Responden 8	Tidak
Responden 9	Iya

Responden 10	Iya
--------------	-----

Sumber: Hasil Wawancara 2023<sup>194</sup>

Berdasarkan dari hasil wawancara dapat dipahami bahwa generasi milenial cenderung melakukan kegiatan altruisme pada saat moment tertentu, seperti hari besar keagamaan ataupun disaat melihat seseorang yang timpa musibah. Hal ini dikarenakan momen tersebut memiliki makna tertentu seperti melakukan kegiatan altruisme saat hari besar keagamaan yang menunjukkan ketaatan dalam beribadah kepada Allah SWT dan disaat mengeluarkan kegiatan altruisme disaat seseorang tertimpa musibah membentuk rasa empati dan simpati kepada sesama. Meskipun demikian, membantu seseorang maupun bersedekah tidak hanya terbatas pada momen tertentu tetapi juga melibatkan perilaku sehari-hari yang berkelanjutan sehingga tanpa terbatas oleh waktu tertentu<sup>195</sup>.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa generasi milenial cenderung melakukan kegiatan altruisme hanya pada momen tertentu, seperti hari besar keagamaan atau ketika melihat seseorang tertimpa musibah. Hal ini menunjukkan adanya penyimpangan dari prinsip *al-rawaj*, karena perputaran harta tidak terjadi secara merata dan hanya terkonsentrasi pada waktu-waktu tertentu, sehingga manfaatnya tidak berkelanjutan. Selain itu, penyimpangan dari prinsip *al-hifz* juga tampak dalam cara pengelolaan harta yang belum dilakukan secara optimal untuk keberlanjutan kegiatan altruisme. Penggunaan harta untuk altruisme masih bergantung pada situasi tertentu dan belum menjadi kebiasaan yang terencana, sehingga belum mencerminkan prinsip pemeliharaan harta yang berkesinambungan.

f. Keputusan Melakukan Kegiatan Altruisme

Generasi milenial memiliki keputusan yang berbeda-beda dalam melakukan kegiatan altruisme. Dasar seseorang melakukan kegiatan altruisme yang dilakukan pada penelitian ini seperti rasa empati dan simpati,

<sup>194</sup> Hasil wawancara dengan responden, 2023

<sup>195</sup> Firdaus, 'Sedekah Dalam Perspektif Al-Quran', *Ash-Shahabah*, 3.1 (2017), hal:92.

peduli, keinginan untuk menolong, dan sebagai bentuk ibadah. Maka dari itu, berikut ini tanggapan responden mengenai hal tersebut:

- a) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:  
*“Karena ingin membantu sesama, meringankan beban sesama muslim juga, sama bentuk taat juga sama Allah swt”*
- b) Menurut narasumber 2 menyatakan bahwa:  
*“karena itukan termasuk ibadah juga apalagi kadang suka kasian kalau liat orang yang minta-minta apalagi yang sudah tua”*
- c) Menurut narasumber 3 menyatakan bahwa:  
*“Karena kewajiban, kalau zakat belum tergerak ya tapi kalau untuk sedekah untuk meringankan beban”*
- d) Menurut narasumber 4 menyatakan bahwa:  
*“Merasa kasian saja jadi kepingin bantu walaupun gak banyak yang penting bisa bantu”*
- e) Menurut narasumber 5 menyatakan bahwa:  
*“Saya ingin membantu saja, kadang juga ngerasa kasian makanya selagi saya ada kemampuan InsyaAllallah saya bantu”*
- f) Menurut narasumber 6 menyatakan bahwa:  
*“Karena untuk mendapatkan pahala dan niat untuk menolong sesama”*
- g) Menurut narasumber 7 menyatakan bahwa:  
*“Karena sedekah itukan memperbanyak rezeki, empati juga tapi lebih kepada orang yang membutuhkan”*
- h) Menurut narasumber 8 menyatakan bahwa:  
*“Untuk menambah tabungan pahala”*
- i) Menurut narasumber 9 menyatakan bahwa:  
*“Peduli kepada sesama yang membutuhkan”*
- j) Menurut narasumber 10 menyatakan bahwa:  
*“Iya juga termasuk karena empati dan simpati tadi merasa kasian jadi saya ingin menolong”*

**Tabel 21. Keputusan Generasi Milenial Untuk Melakukan Altruisme**

<b>Keputusan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>Total</b>
Empati dan Simpati	-	√	-	√	√	-	√	√	-	√	6
Peduli	-	-	-	-	-	-	-	-	√		1
Keinginan untuk menolong	√	-	-	-	-	√	-	-	-	√	3
Ibadah	√	√	√	-	√	√	-	-	-	-	5
Pengalaman Pribadi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Sumber: Hasil Wawancara 2023<sup>196</sup>

Berdasarkan hasil wawancara bersama responden, 6 dari 10 responden menyetujui bahwa alasan mereka untuk melakukan kegiatan altruisme didasari atas dasar empati dan simpati. Sementara itu 5 dari 10 responden lainnya beralasan bahwa melakukan kegiatan altruisme dikarenakan ibadah dan 3 dari 10 responden karena memiliki keinginan untuk menolong. Terakhir, hanya 1 responden yang melakukan kegiatan altruisme berdasarkan kepedulian. Maka, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung melakukan kegiatan altruisme dikarenakan adanya rasa empati dan simpati.

Seseorang yang memiliki perilaku altruisme seperti keinginan untuk memberi bantuan kepada orang lain yang membutuhkan, sukarela untuk kepentingan orang lain dan empati. Kondisi yang mendorong empati terhadap orang lain juga akan mendorong perilaku altruisme, dan tujuan dari motif ini adalah untuk melindungi atau meningkatkan kesejahteraan orang lain selain diri sendiri<sup>197</sup>.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa motivasi utama generasi milenial dalam melakukan altruisme lebih banyak didasarkan pada faktor empati dan simpati dibandingkan kesadaran akan ibadah atau kepedulian sosial yang lebih luas. Hal ini menunjukkan adanya penyimpangan dari prinsip *al-adjl*, karena altruisme dilakukan secara tidak seimbang dan lebih

<sup>196</sup> Sumber: Hasil Wawancara 2023

<sup>197</sup> Dzikra R. Syakirah, Hally Weliangan, and Nurul Huda, 'Empati Dan Perilaku Altruisme Pada Anggota Komunitas Sosial Gemagi Tangerang', *Arjwa: Jurnal Psikologi*, 1.2 (2022), hal: 113.

bersifat emosional daripada sebagai kewajiban sosial yang harus dijalankan secara merata. Selain itu, kecenderungan untuk melakukan altruisme hanya berdasarkan perasaan tanpa perencanaan yang jelas juga mencerminkan penyimpangan dari prinsip *al-hifz*, karena harta belum sepenuhnya dikelola dan dialokasikan dengan baik sesuai dengan nilai-nilai Islam.

g. Hambatan Melakukan ZISWAF

Zakat, infaq, shadaqah, dan qakaf (ZISWAF) adalah bentuk amal ibadah dalam agama Islam yang memiliki tujuan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan. Namun, terdapat beberapa hambatan dalam mengeluarkan ZISWAF seperti keterbatasan pendapatan, keraguan akibat keuangan yang tidak pasti, memiliki kebutuhan yang lain, kurang motivasi untuk beramal. Berikut ini tanggapan responden mengenai hal tersebut:

a) Menurut narasumber 1 menyatakan bahwa:

*“Allhamdulillah hambatan gak ada, rezeki juga lancer”*

b) Menurut narasumber 2 menyatakan bahwa:

*“Mungkin hambatannya ada kebutuhan yang mendesak jadi lebih utamain itu dulu”*

c) Menurut narasumber 3 menyatakan bahwa:

*“Kadang ada, karena kan keadaan keuangan gak nentu, misalnya ada moment dimana kaya mikir ini nantik untuk urus ini urus itu jadi saya takutnya uangnya gak cukup. Terus juga Kadang pun yang minta-minta itu terkesan kurang layak untuk meminta jadi saya kurang berniat untuk memberi”*

d) Menurut narasumber 5 menyatakan bahwa:

*“Hambatannya saya banyak kali pengeluaran jadi kalau mau sedekah suka nanti-nanti saja. Habis tu sering saya lihat orang sehat yang minta-minta gak dikasih malah marah balik kadang jadi saya juga malas mau kasih liat orangnya dulu”*

e) Menurut narasumber 6 menyatakan bahwa:

*“Karena sekarang banyak yang ditemui orang sehat jadi saya gak jadi kasih sedekah atau infaqnya. Hilang respect jadinya”*

f) Menurut narasumber 7 menyatakan bahwa:

*“Tidak ada hambatan soalnya pengeluaran untuk sedekah atau infaq tidak mengganggu pendapatan”*

g) Menurut narasumber 8 menyatakan bahwa:

*“Hambatannya itu mungkin karena kesibukan jadi kurang sempat mau ngasih-ngasih begitu secara rutin kalau ada kesempatan saja baru ngasih, misalkan lagi narik atm ada pilihan untuk infaq kan, atau pas belanja di Indomaret lebihnya didonasikan”*

h) Menurut narasumber 9 menyatakan bahwa:

*“Saya malas mau ngasih karena kadang yang minta sedekah badannya masih sehat dan saya masih banyak kebutuhan lain jadi saya lebih mementingkan keperluan saya”*

i) Menurut narasumber 8 menyatakan bahwa:

*“Karena ada keterbatasan dari penghasilan atau gaji”*

j) Menurut narasumber 8 menyatakan bahwa:

*“Tidak ada, biasanya saya selalu memberi”*

**Tabel 22. Hambatan Generasi Milenial Untuk Melakukan ZISWAF**

<b>Hambatan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>Total</b>
Keterbatasan Pendapatan	-	-	-	-	-	-	-	-	√	-	1
Keraguan akibat keuangan yang tidak Pasti	-	-	√	-	-	-	-	-	-	-	1
Memiliki Kebutuhan yang lain	-	√	-	√	-	-	-	√	-	-	3
Kurang motivasi untuk beramal	-	-	√	√	√	-	√	√	-	-	5

Tidak ada hambatan	√	-	-	-	-	√	-	-	-	√	2
--------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Sumber: Hasil Wawancara 2023<sup>198</sup>

Hasil wawancara menunjukkan bahwa dari 10 responden, 5 diantaranya mengidentifikasi kurangnya motivasi sebagai hambatan utama dalam menerapkan perilaku altruisme. Para responden tersebut menyatakan bahwa kekurangan motivasi disebabkan karena kekhawatiran akan penipuan dan eksploitasi situasi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Hal ini yang membuat mereka enggan memberikan sedekah atau melakukan kegiatan altruisme.

Sementara itu, 3 dari 10 responden menyatakan bahwa hambatan utama mereka terletak pada kebutuhan pribadi yang lebih mendesak. Adanya kebutuhan lain yang harus dipenuhi membuat mereka sulit untuk berkomitmen sepenuhnya untuk melakukan kegiatan altruisme. Sedangkan masing-masing seorang responden dari 10 responden lainnya menyebutkan bahwa keterbatasan pendapatan dan ketidakpastian keuangan menjadi hambatan. Keraguan terhadap stabilitas keuangan membuat mereka merasa sulit dan ragu untuk melakukan kegiatan altruisme.

Terakhir, hanya 2 dari responden yang tidak mengalami hambatan dalam melakukan altruisme. Maka dari itu, meskipun ada beberapa responden yang memiliki hambatan namun masih ada responden lainnya yang tidak memiliki hambatan sehingga masih ada potensi untuk mendukung kegiatan altruisme melalui pemahaman dan motivasi yang kuat.

Kurangnya motivasi menjadi pilihan terbanyak bagi responden sesuai dengan pandangan Savitri dan Purwaningtyastuti yaitu bahwa kebanyakan masyarakat kurang memiliki kesadaran akan menolong antar sesama<sup>199</sup>. Sehingga, kesadaran diri sangat penting dimana, semakin rendah kesadaran diri maka semakin rendah juga perilaku altruismenya<sup>200</sup>.

<sup>198</sup> Sumber: Hasil Wawancara 2023

<sup>199</sup> Anna Dian Savitri and Purwaningtyastuti, 'Perilaku Altruisme Pada Relawan Konselor Remaja', *Jurnal Personifikasi*, 11(1) (2020), hal:101.

<sup>200</sup> Widiensyah.

Hasil penelitian tersebut mencerminkan aspek ar-rawaj karena menjelaskan bahwa kurangnya motivasi, kebutuhan pribadi yang mendesak, keterbatasan pendapatan, dan ketidakpastian keuangan menjadi hambatan dalam melakukan kegiatan altruisme. Ini menunjukkan bahwa penggunaan harta untuk kegiatan altruisme tidak dilakukan secara konsisten oleh semua individu, tergantung pada motivasi dan keadaan finansial mereka.

Altruisme melibatkan keinginan untuk membantu orang lain tanpa mengharapkan imbalan. Orang yang menunjukkan perilaku altruistik mungkin lebih cenderung untuk membantu mereka yang membutuhkan, bahkan dengan mengorbankan sebagian dari kebutuhan atau keinginan pribadi mereka

Abdul Hamid juga menjelaskan bahwa generasi milenial cenderung tidak menolak permintaan bantuan atau sumbangan, meskipun memberikan sesuai dengan kemampuan mereka. Perilaku altruisme, yang merupakan kepedulian terhadap kesejahteraan orang lain tanpa mengharapkan imbalan, dianggap sangat penting dalam membentuk masyarakat yang empatik dan berkelanjutan.

Menurut Bapak Abdul Hamid, perilaku altruisme memiliki dampak positif yang luas. Hal ini tidak hanya mendidik individu untuk menjadi lebih baik, tetapi juga memupuk rasa solidaritas dan saling membantu di antara generasi milenial. Hal ini membantu mereka memahami tanggung jawab dan kewajiban mereka sebagai manusia, yaitu saling mendukung dan merasakan empati terhadap sesama manusia. Dengan demikian, perilaku altruisme dianggap lebih berharga dan memberikan dampak sosial yang lebih besar daripada perilaku konsumtif. Namun, perilaku altruisme pada generasi milenial tidak sepenuhnya dimiliki oleh generasi milenial hal tersebut tertampak pada hasil penelitian yaitu:

**Tabel 23. Perilaku Altruisme dalam tinjauan Maqashid Syariah**

Kategori	Maqashid Syariah		
Menyisihkan Pendapatan Untuk Kegiatan Altruisme	<i>Ar-Rawaj:</i> cenderung	Generasi tidak	milenial menyisihkan

	<p>pendapatan mereka untuk kegiatan altruisme</p> <p><b>As-Tsabat:</b> Generasi milenial tidak memiliki sikap kepastian dalam mengeluarkan harta untuk kegiatan altruisme</p> <p><b>Al-Adl:</b> Tidak menyisihkan pendapatan untuk kegiatan altruisme merupakan bentuk ketidakadilan karena Sebagian harta yang dimiliki terdapat hak orang lain.</p> <p>Kesimpulan: Penyimpangan Perilaku Altruisme</p>
Kegiatan Altruisme	<p><b>Al-Rawaj:</b> Perputaran harta tidak berjalan merata dan cenderung hanya digunakan untuk bentuk altruisme tertentu yang lebih praktis bagi individu, tetapi kurang memberikan dampak luas bagi masyarakat</p> <p><b>Al-Hiifz:</b> Generasi milenial lebih memilih bentuk altruisme yang lebih mudah dilakukan, seperti sedekah dan infaq, sementara bentuk kontribusi sosial yang lebih terstruktur seperti zakat, waqaf, dan qurban masih sangat minim.</p> <p>Kesimpulan: Penyimpangan Perilaku Altruisme</p>
Intensitas Kegiatan Altruisme	<p><b>Ar-Rawaj:</b> Generasi milenial masih memiliki tingkat partisipasi yang</p>

	<p>rendah dalam menggunakan harta untuk kegiatan altruisme.</p> <p><b>Al-Adl:</b> Generasi milenial masih menunjukkan tingkat partisipasi yang rendah dalam kegiatan altruisme, mencerminkan ketidakadilan dalam penggunaan harta.</p> <p>Kesimpulan: Penyimpangan Perilaku Altruisme</p>
Anggaran Untuk Kegiatan Altruisme	<p><b>As-Tsbat:</b> Ketidakteraturan dalam jumlah dan pola pengeluaran mencerminkan kurangnya standar dalam alokasi harta untuk altruisme, sehingga kontribusi menjadi tidak merata dan tidak seimbang</p> <p>Kesimpulan: Penyimpangan Perilaku Altruisme</p>
Mengeluarkan Ziswaf saat momen tertentu	<p><b>Al-Rawaj:</b>Perputaran harta yang dilakukan generasi milenial tidak terjadi secara merata dan hanya terkonsentrasi pada waktu-waktu tertentu, sehingga manfaatnya tidak berkelanjutan</p> <p><b>Al-Hafiz:</b> Penggunaan harta untuk altruisme masih bergantung pada situasi tertentu dan belum menjadi kebiasaan yang terencana.</p> <p>Kesimpulan: Penyimpangan Perilaku Altruisme</p>

Keputusan Melakukan Kegiatan Altruisme	<p><i>Al-Adl:</i> Altruisme dilakukan generasi milenial secara tidak seimbang dan lebih bersifat emosional daripada sebagai kewajiban sosial yang harus dijalankan secara merata.</p> <p><i>Al-Hifz:</i> Harta belum sepenuhnya dikelola dan dialokasikan dengan baik sesuai dengan nilai-nilai Islam</p> <p>Kesimpulan: Penyimpangan Perilaku Altruisme</p>
Hambatan dalam melakukan kegiatan altruisme	<p><i>Ar-Rawaj:</i> Generasi milenial cenderung tidak konsisten dalam melakukan kegiatan altruisme, sering kali bergantung pada motivasi dan situasi keuangan. Ar-Rawaj</p> <p>Kesimpulan: Penyimpangan Perilaku Altruisme</p>

Sumber: Hasil Wawancara 2023

Perilaku altruisme masih belum sepenuhnya dijalani oleh generasi milenial. Demikian juga penerapan maqasid syariah dalam perilaku altruisme yang belum sepenuhnya dijalankan. Generasi milenial sering kali terjebak dalam kehidupan yang sibuk dan hanya terfokus pada diri, sendiri sehingga mengabaikan kesempatan untuk membantu orang lain.

Dalam maqashid syariah, terdapat pemahaman bahwa kebaikan dan kesejahteraan bersama merupakan tujuan utama dalam Islam tetapi ketika perilaku altruisme tidak sepenuhnya dijalankan oleh generasi milenial maka, hal tersebut menunjukkan ketidaksempurnaan dalam pemahaman dan praktik terhadap nilai-nilai Islam yang mendasar.

#### **4.3 Analisis Perilaku Konsumtif dan Perilaku Altruisme yang Relevan dengan Maqashid Syariah**

Penggunaan harta yang dilakukan generasi milenial di Kota Langsa cenderung tidak memperhatikan maqashid syariah. Pada pencapaian tingkat maqashid syariah kekayaan dianggap sebagai satu sarana fundamental dalam Masyarakat sehingga memerlukan pengelolaan yang baik serta perlindungan. Ibnu Asyur berpandangan bahwa terdapat lima kategori perlindungan kekayaan dibawah maqashid syariah.

Tujuan hidup dalam Islam adalah Bahagia dan mulia (*falah*) dalam segala dimensi dan komprehensif baik secara material maupun spiritual, individual maupun sosial dunia maupun akhirat. Falah dapat terwujud jika kebutuhan hidup tercukupi secara seimbang. Ketercukupan kebutuhan tersebut akan membawa efek yang disebut masalah yaitu segala bentuk keadaan, baik material maupun non material yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk paling mulia.

Menurut Bapak Early dari MES, konsumsi harus disesuaikan dengan kebutuhan karena setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Perbedaan antara konsumsi yang bersifat kebutuhan dan yang bersifat keinginan memungkinkan generasi milenial untuk mempertimbangkan apakah barang yang dikonsumsi benar-benar diperlukan. Jika konsumsi dilakukan berdasarkan keinginan semata, maka dapat dianggap sebagai perilaku konsumtif.

Kemudian Pak Early juga menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat menurunkan keinginan seseorang dalam melaksanakan kegiatan altruisme karena ketika tindakan konsumtif membuat seseorang merasa nyaman dan kenyang sehingga menimbulkan sikap egoisme . Maka dari itu, harus mengurangi konsumsi jangan sampai berlebihan. Berkaitan dengan altruisme tersebut, maka dalam melakukan tindakan altruisme tidak perlu sampai mengorbankan diri sendiri. Melainkan, sebelum melakukan tindakan altruisme seorang individu harus menyelesaikan kebutuhan-kebutuhannya terlebih dahulu serta juga lebih mengutamakan membantu keluarga, saudara maupun tetangga baru setelah itu membantu orang yang jauh. Agar tercapainya tujuan tersebut maka diperlukan perilaku konsumtif ataupun altruisme yang relevan dengan maqashid syariah

1. *Ar-Rawaj*

Ibnu Asyur menyebutkan bahwa peredaran yaitu perpindahan uang dari tangan ke tangan lain dengan cara yang tidak merugikan, yaitu melalui perdagangan dan dengan pertukaran mata uang dari transaksi tersebut<sup>201</sup>. Al-Rawaj pada konteks maqashid syariah berarti peredaran kekayaan yang adil dan secara merata bagi setiap lapisan masyarakat. Al-Rawaj juga merupakan bagian dari syariah untuk menciptakan pendistribusian atau pemindahan harta melalui akad transaksi pertukaran harta agar manusia dengan mekanisme yang benar. Harta harus mengalami sirkulasi dan terdistribusi sehingga bisa dinikmati masyarakat baik melalui konsumsi atau distribusi<sup>202</sup>.

Penerapan *ar-rawaj* terkait dengan perilaku konsumtif yaitu ketika peredaran harta tersebut tidak mendorong perilaku konsumsi yang berlebihan, tetapi menerapkan penggunaan harta yang bijaksana dan bertanggung jawab seperti memprioritaskan kebutuhan primer serta membatasi pembelian barang-barang yang tidak penting. Sementara penerapan *ar-rawaj* terkait dengan perilaku altruisme yaitu ketika peredaran harta digunakan untuk distribusi pendapatan dan memberikan bantuan kepada mereka yang membutuhkan.

Semakin besar perputaran uang maka semakin banyak pula orang yang dapat melakukan transaksi pertukaran dan berbagi pendapatan karena adanya pengeluaran. Islam melarang *ikhtinaz* yang berarti menahan uang dan membiarkannya menganggur (*iddle*) sehingga tidak berputar dan beredar dalam transaksi yang bermanfaat sehingga dalam penerapan *ar-rawaj* perlu suatu kaidah fiqiyah untuk mencapainya tujuan dari *maqashid syariah* seperti:

وَلَا تَمْسِكُوْهُنَّ ضِرَارًا رَّآ لَتَعْتَدُوْا

Artinya: “Tidak ada bahaya dan tidak boleh mendatangkan bahaya”

Tujuan kaidah ini adalah menarik manfaat dan menolak mudharat. Maksudnya, tidak boleh seseorang untuk memulai perbuatan yang mudharat

---

<sup>201</sup> Asyur, hal:477.

<sup>202</sup>Rofiq and Hasbi.

dalam kehidupan sehari-hari<sup>203</sup>. Serta tidak boleh seseorang memberikan kemudharatan terhadap jiwa dan harta dirinya maupun orang lain karena perbuatan mudharat adalah termasuk kezaliman serta kezaliman dilarang oleh setiap agama<sup>204</sup>.

Sebagaimana diketahui bahwa perilaku konsumtif dapat memberikan mudharat pada diri sendiri seperti pengeluaran yang tidak terkendali serta kebiasaan konsumtif dalam menimbulkan sikap boros yang bertentangan dalam agama Islam. Sedangkan terhadap orang lain dapat menurutkan minat melakukan kegiatan altruisme seperti sikap enggan membantu dan dapat merusak *ukhwah*. Dengan demikian, generasi milenial hendaknya menghindari mudharat tetapi menciptakan manfaat yang lebih besar bagi diri sendiri dan orang lain.

Maka dari itu, perlunya perilaku yang relevan terkait prinsip *ar-rawaj* seperti, yaitu memastikan rincian arus keluar masuk keuangan dengan mengetahui pos-pos pengeluaran mana saja seperti pos untuk konsumsi maupun altruisme. Setelah itu, pos yang paling besar dibandingkan dengan pos pengeluaran yang lain sehingga generasi milenial dapat melakukan evaluasi jika melebihi besaran pos pengeluaran yang ideal. Perencanaan keuangan yang baik yaitu dengan melakukan pengelolaan keuangan individu yaitu dengan memorsikan alokasi anggaran untuk kebutuhan hidup sebesar 40%, maksimal cicilan utang sebesar 30%, tabungan sebesar 20% dan dana sosial (zakat, infaq dan sedekah) sebesar 10%, sedangkan alokasi anggaran bagi keluarga yaitu sebesar 65%, cicilan sebesar 20%, tabungan sebesar 10% dan dana sosial sebesar 5%.

Dengan anggaran yang sudah ditetapkan dapat dijadikan panduan dalam mengelola uang, baik dalam menyisihkan maupun membelanjakan

---

<sup>203</sup> Muhammad Arifin Zuhdi, *Qawa'id Fiqhiyah* (Sekarbela: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Mataram, 2018), hal:93.

<sup>204</sup> Ahmad Syahrus Sikti, *Menolak Kemudharatan* (Penerbit PT. Citra Aditya Bakti, 2020).

uang tersebut. Sehingga akan semakin mudah menuju keuangan yang sehat dan mencapai tujuan keuangan yaitu keseimbangan.

## 2. Al-Wudhu

Penerapan *al-wudhu* terdapat pada pengelolaan harta yang mana harta yang dikelola harus secara transparan dan akuntabilitas. Pengelolaan harta yang baik yaitu dengan melakukan pencatatan pengeluaran maupun pemasukan. Proses pencatatan tersebut dilakukan untuk dapat mengetahui seberapa besar dan pentingnya rencana anggaran yang akan dikeluarkan. Jika tidak melakukan pengelolaan keuangan yang terencana dan dikelola dengan baik maka akan memungkinkan potensi terjadinya ketimpangan antara pendapatan dan pengeluaran. Maka pencatatan keuangan sangat dibutuhkan bagi individu maupun keluarga untuk menghindari kerugian pada diri sendiri yang mana hal tersebut pada kaidah tersebut:

المَشْفَةُ تُجَلِّبُ التَّيْسِيرَ

Artinya: “Kesulitan membawa kemudahan”

Qaidah tersebut menjelaskan bahwa hukum Islam menginginkan kemudahan, dan ajaran Islam tidak membebani seseorang dengan sesuatu diluar kemampuannya<sup>205</sup>. Maka, dapat disingkat bahwa dalam Islam kesulitan membawa kemudahan<sup>206</sup>. Dalam konteks pencatatan harta, prinsip tersebut mengajarkan bahwa pencatatan yang baik dapat membantu mengurangi beberapa kesulitan diantaranya seperti menghindari kesulitan keuangan, pencatatan yang baik membantu dalam mengidentifikasi pos-pos pengeluaran mana yang harus dikurangkan ataupun yang harus dipotimalkan.

Sehingga dapat mengurangi tekanan keuangan serta membantu individu mencapai kestabilan finansial. Selain itu, dapat menjadi pengingat

---

<sup>205</sup> Zuhdi, hal:89.

<sup>206</sup> Wawan Wahyuddin and others, *Kaidah Fiqih Ekonomi Syariah* (Jambi: PT. Sonpedia Publihing Indonesia, 2023), hal:56.

dalam pelaksanaan kewajiban syariah seperti untuk selalu mengeluarkan sedekah dan mempermudah perhitungan zakat dengan akurat. , pencatatan dapat dilakukan dengan cara sederhana agar terasa mudah dan tidak merepotkan serta dapat dirasakan manfaatnya. Pencatatan yang ideal dapat ditulis pada tabel seperti ini:

**Tabel 24. Pencatatan Pos Pengeluaran**

<b>Pos Pengeluaran</b>	<b>Alokasi bagi individu</b>	<b>Alokasi bagi keluarga</b>	<b>Anggaran</b>
Kebutuhan Hidup	40%	65%	.....
Maksimal cicilan	30%	20%	.....
Tabungan	20%	10%	.....
Dana sosial	10%	5%	.....

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK) <sup>207</sup>

Terkait kebutuhan hidup yaitu meliputi kebutuhan rumah tangga, kebutuhan rumah tinggal, kebutuhan kendaraan dan kebutuhan darurat, sementara bagi yang sudah berkeluarga selain kebutuhan yang disebutkan sebelumnya terdapat kebutuhan lainnya seperti kebutuhan dana kelahiran anak dan kebutuhan dana pendidikan anak<sup>208</sup>.

Melakukan pencatatan membuat seorang individu dapat lebih bertanggung jawab atas keputusan keuangannya. Dengan melakukan pencatatan untuk setiap pengeluaran dengan jelas dan rinci, individu akan memiliki transparansi penuh dalam pengeluaran mereka. Ini berarti mereka tidak hanya mengetahui jumlah total yang dihabiskan setiap bulan, tetapi juga detail dari setiap transaksi. Maka, dengan penerapan transparansi ini

<sup>207</sup> Otoritas Jasa Keuangan, *Perencanaan Keuangan Keluarga, Perencanaan Keuangan Keluarga Dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat*, 2017 <[https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/25\\_Buku\\_Perencanaan\\_Keuangan.pdf](https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/25_Buku_Perencanaan_Keuangan.pdf)>.

<sup>208</sup> Otoritas Jasa Keuangan, hal:12.

memungkinkan individu untuk memahami dengan jelas bagaimana uang mereka digunakan.

### 3. As-Tsabat

Pada perilaku konsumtif, as-tsabat berarti memiliki konsistensi dalam mengambil keputusan keuangan. Keuangan yang sehat yaitu yang didasarkan pada kebijaksanaan dan kesadaran akan tujuan keuangan dalam jangka panjang sehingga tidak mudah terpengaruhi oleh konsumtif yang sementara dan impulsif. *At-stabat* juga merujuk pada legalitas yang berarti menjaga agar pengeluaran sesuai dengan etika konsumsi dalam Islam. Dalam konsumsi seseorang yang memiliki kemampuan lebih terhadap harta tidak boleh berperilaku boros seperti mengahambur-hamburkan uang yang sesuai dengan kaidah fiqiyah di bawah ini:

كُلُّ تَصَرَّفٍ جَرَّ فَسَادًا أَوْ دَفَعَ صِلَاحًا مَنُهِىَ عَنْهُ

Artinya: “Setiap tindakan hukum yang membawa kemafsadatan atau kemaslahatan adalah dilarang”

*Mafsadah* diartikan sebagai sesuatu yang rusak, atau kemudharatan maka *mafsadah* dapat diartikan sebagai kemudharatan yang membawa kepada kerusakan<sup>209</sup>. Manusia dapat menentukan perbuatan-perbuatan yang bisa dikerjakan namun perbuatan-perbuatan yang menyampaikan pada kerusakan, maka perbuatan tersebut dilarang dalam mengerjakannya<sup>210</sup>. Sementara itu, Islam tidak melarang seorang muslim untuk melakukan konsumsi namun Islam melarang untuk berperilaku berlebih-lebihan, Etika konsumsi dalam Islam menekankan pada keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan individual dan kepentingan sosial. Etika konsumsi yang harus diterapkan oleh generasi milenial antara lain:

---

<sup>209</sup> Akbar Sarif and Ridzwan Ahmad, ‘Konsep Maslahat Dan Mafsadah Menurut Imam Al-Ghazali’, *Tsaqafah*, 13.2 (2018), hal: 353.

<sup>210</sup> Intan arafah Intan arafah, ‘Pendekatan Sadd Adz-Dzari’ah Dalam Studi Islam’, *Al - Muamalat: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 5.1 (2020), hal: 68–86.

- a. Seimbang dalam konsumsi
- b. Membelanjakan harta pada produk yang halal dan dengan cara yang baik
- c. Larangan besikap *israf* (sifat berlebih-lebihan) dan *tabzir* (boros).

*Al-tsabat* yang diterapkan dalam perilaku altruisme mengarah kepada ketetapan dalam tindakan individu yang berarti seseorang harus memiliki komitmen untuk mengeluarkan ZISWAF tidak hanya memberikan bantuan secara spontanitas atau tergantung suasana hati, tetapi dengan keputusan yang mantap dan konsisten. Menghabiskan kekayaan untuk kebutuhan dan keinginan tersebut tidak membahayakan kelangsungan hidup seseorang dan masyarakat pada umumnya. Pemuasan dan penggunaan kebutuhan individu harus berlangsung dalam kerangka dan batasan tertentu sehingga konsumsi tidak melanggar etika dan menjamin keberlanjutan di masa depan<sup>211</sup>. Hal ini menekankan bahwa pentingnya integritas dan keteguhan dalam membantu sesama, sehingga bantuan yang diberikan dapat membantu sesama.

#### 4. *Al-Hifz*

*Al-Hifz* mengacu pada perlindungan harta atau kekayaan atau sebuah bentuk tanggung jawab individu untuk menjaga maupun mengelola harta dengan baik serta melindungi harta tersebut dari kerugian, kehilangan ataupun penggunaan tidak etis. Penjagaan harta dapat dipandang sebagai pengembangan kemampuan memperoleh harta sebagai sarana kehidupan didunia maupun di akhirat serta dapat memberikan manfaat untuk kesejahteraan sesama manusia. Sebaliknya tidak menjaga harta untuk hal-hal yang tidak baik dan tidak bermanfaat dapat menimbulkan kerugian seperti pembelian barang yang tidak perlu, atau gaya hidup yang boros maka dari itu kerugian tersebut harus dihindari sebagaimana kaidah fiqiyah sebagai berikut:

---

<sup>211</sup> Muh Arafah, *Etika Pelaku Bisnis Islam* (Banyumas: Wawasan Ilmu, 2022).

## دَرْءًا مَقَامًا سِدِّ وَجَبُّ أَمَّصَالِح

Artinya: “Menolak kerusakan lebih diutamakan daripada mendapatkan kemasalahatan”

Secara umum dapat diartikan sebagai tindakan larangan untuk melakukan tindakan-tindakan yang dikhawatirkan akan membawa kerusakan yang lebih besar dibandingkan manfaatnya<sup>212</sup>. Kerusakan yang dimaksud mencakup kepada kerusakan akidah, terjatuhnya kepada syubhat atau haram, maupun kerusakan yang bersifat fisik dan material. Kaidah ini dapat dikaitkan bahwa perlindungan harta lebih diutamakan daripada mengejar keuntungan yang bersiko tinggi atau dapat menimbulkan kerugian<sup>213</sup>.

Peranan maqashid syariah didalam menjaga/memelihara sesuatu yang primer dari harta tersebut, yaitu dengan dilarangnya pemborosan harta dari hal-hal yang tidak dibutuhkan, dilarang penumpukan harta ditangan-tangan kaya dan diwajibkannya infaq dan sedekah untuk pemerataan harta dalam rangka memberikan kemaslahatan bagi manusia keseluruhan<sup>214</sup>. Adapun penjagaan harta dapat dilakukan dengan cara berikut yaitu:

- a. Menghindari Pemborosan, yaitu penggunaan harta secara berlebihan dan tidak diperlukan
- b. Melakukan Invesstasi dengan bijak, yaitu mengembangkan harta pada instrument yang halal dan sesuai dengan prinsip syariah.
- c. Tidak bersifat kikir yaitu menahan harta dan tidak mendermawakan kepada orang lain
- d. Mengeluarkan ZISWAF, karena setiap harta yang dimiliki ada hak orang lain.
- e. Menjaga harta dari kerusakan, yaitu memastikan asset-aset terjaga dengan baik.

---

<sup>212</sup> Zuhdi.

<sup>213</sup> Muhammad Endy Astiawara, *Fikih Kedokteran Kontemporer* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2018), hal:38.

<sup>214</sup> Andi Iswandi, ‘Maslahat Memelihara Harta Dalam Sistem Ekonomi Islam’, *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 1.1 (2014), hal 164.

Dengan kesadaran untuk menjaga, individu juga akan lebih bertanggung jawab dalam pengelolaan kekayaannya, tidak hanya untuk kepentingan pribadi tetapi juga untuk kepentingan sosial dan kebaikan umum. Selain itu, pengelolaan harta yang berdasarkan nilai-nilai Islam juga akan membawa berkah dan keberlimpahan dari Allah SWT, karena setiap tindakan yang dilakukan dengan tujuan menjalankan perintah-Nya akan mendapatkan balasan yang baik di dunia dan di akhirat.

#### 5. Al-Adl

Aktivitas konsumsi harus didasarkan pada prinsip keadilan. Keadilan konsumsi seorang individu yaitu dimana barang dan jasa harus diperoleh secara benar dan sesuai dengan prinsip halal. Selain itu, konsumsi tidak boleh menimbulkan ketidakadilan yang merugikan baik diri sendiri maupun orang lain. Dalam hal ini berkaitan dengan kaidah fiqiyah yaitu<sup>215</sup>:

لَا ضَرَرَ وَضِرَارَ

Artinya: “Tidak boleh merugikan diri sendiri ataupun orang lain”

Kaidah tersebut menjelaskan bahwa makna *adh-dharar* dengan merugikan diri sendiri dengan segala macam perbuatan merugikan baik material maupun spiritual. Sementara yang dimaksud dengan dengan *adh-dhirar* adalah merugikan orang lain, apapun bentuk merugikan itu bagaimanapun kadarnya serta siapapun oranglain tersebut<sup>216</sup>. Keadilan konsumsi bagi masyarakat yaitu dengan menerapkan pemerataan sehingga harta tidak dikuasi oleh segelintir orang saja, tetapi harus ada pendistribusian merata diantara masyarakat. Maka dari itu keadilan dalam konsumsi yang baik yaitu dengan mempertimbangkan hal berikut ini:

- a. Penggunaan harta dengan bijak, yaitu dengan mempertimbangkan kebutuhan dinilai dari *dharuriyah*, *hajiyat*, dan *tahsiniyat*.
- b. Pemilihan Produk yang halal dan baik, yaitu merupakan suatu perhatian penting bagi seorang konsumen karena dengan

---

<sup>215</sup> Zuhdi.

<sup>216</sup> Rahmayati and others, *Ekonomi Islam* (Lhoksemaw: Penerbit FEBI IAIN Lhoksemawe, 2022), hal:23.

menggunakan produk yang halal dan baik dapat memberikan manfaat bagi penggunaannya.

- c. Kesimbangan dalam konsumsi, yaitu mencakup pada memenuhi kebutuhan materi dan spiritual sehingga konsumsi tidak hanya untuk kebutuhan dunia namun juga mempersiapkan untuk kehidupan akhirat.
- d. Pemerataan kekayaan, yaitu mencakup distribusi pendapatan yang lebih merata di dalam masyarakat, sehingga semua individu memiliki kemampuan yang sama untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka. Ini termasuk kebijakan yang mendukung pengurangan kesenjangan pendapatan dan kesejahteraan sosial
- e. Pertimbangan Lingkungan, hal tersebut mencakup praktik konsumsi yang berkelanjutan dan ramah lingkungan untuk mengurangi jejak ekologis dan melindungi sumber daya alam untuk generasi mendatang.

Untu itu, keadilan dalam konsumsi tidak hanya mencakup pada keadilan terhadap diri sendiri melainkan juga adil terhadap orang lain. Maka dari itu, penting bagi setiap individu dan masyarakat untuk memperhatikan prinsip-prinsip keadilan dalam konsumsi apat membangun masyarakat yang lebih adil, sejahtera, dan ramah lingkungan untuk generasi mendatang.

Dalam konteks perilaku pengeluaran, implementasi prinsip-prinsip Maqashid Syariah sangatlah penting untuk memastikan keberlangsungan ekonomi yang sehat dan berkelanjutan. Namun, generasi milenial di Kota Langsa tampaknya masih perlu meningkatkan pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam pengelolaan harta dan perilaku konsumtif mereka. Kesadaran akan keberadaan maqashid syariah, seperti yang dijelaskan oleh Ibnu Asyur, menyoroti pentingnya melindungi dan mengelola harta dengan baik, serta mengalokasikan dana dengan bijaksana sesuai dengan prinsip-prinsip agama. Namun, saat ini terlihat bahwa generasi milenial cenderung lebih fokus pada konsumsi pribadi dan kurang memperhatikan kepentingan sosial serta spiritual dalam pengeluaran mereka.

Untuk mencapai falah dalam kehidupan, penting bagi generasi milenial untuk memperbaiki perilaku konsumtif dan perilaku altruisme mereka agar lebih sejalan dengan Maqashid Syariah. Ini dapat dilakukan melalui peningkatan kesadaran akan prinsip-prinsip *al-wudhu*, *as-tsabat*, *al-hifz*, *al-adl*, dan *ar-rawaj* dalam pengelolaan keuangan dan pengeluaran. Dengan memperkuat pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip ini, generasi milenial dapat memastikan bahwa pengelolaan harta mereka lebih bertanggung jawab, adil, dan berkesinambungan, serta mampu memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat dan diri mereka sendiri, baik dalam kehidupan dunia maupun di akhirat.

#### **4.4 Pembahasan**

Pada dasarnya konsumsi dalam pandangan Islam dapat dibagi menjadi dua jenis pengeluaran yaitu untuk kebutuhan duniawi dan ukhrawi. Pengeluaran duniawi merupakan pengeluaran untuk kebutuhan diri sendiri dan keluarga sementara pengeluaran ukrawi yaitu pengeluaran yang dilakukan untuk memperoleh kebahagiaan di kehidupan akhirat kelak. Secara sederhana konsumsi secara Islami adalah segala kegiatan yang berkaitan dengan penggunaan atau pemanfaatan suatu barang dan jasa yang berdasarkan pada nilai-nilai ke Tuhanan dan diniatkan untuk Ibadah<sup>217</sup>. Hal ini yang menjadikan perilaku konsumsi muslim sangat dipengaruhi oleh ajaran konsumsi dalam Islam di dunia ini dan harapan akan pahala untuk kehidupan akhirat. Bagi seorang muslim mengkonsumsi suatu komoditas harus sesuai dengan etika konsumsi dalam Islam. Terdapat beberapa etika konsumsi yang harus dipatuhi oleh seorang muslim antara lain:

a. Berdasarkan Pada Prioritas Kebutuhan

Prioritas mengkonsumsi maksudnya yaitu konsumen muslim harus memprioritaskan kebutuhan pokok terdahulu atau prioritas yang ditanggung<sup>218</sup>. Dari hasil wawancara terlihat bahwa makna prioritas dalam mengkonsumsi mengalami pergeseran di kalangan masyarakat generasi milenial di Kota Langsa. Meskipun konsep awalnya yaitu memprioritaskan

---

<sup>217</sup> Mochamad Mukhlis, 'Implementasi Konsumsi Islami Dalam Maqashid Syariah', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5.2 (2023), hal: 259.

<sup>218</sup> Annisa Masruri Zaimsyah and Sri Herianingrum, 'Tinjauan Maqashid Syariah Terhadap Konsumsi', *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 4.1 (2019), hal: .

kebutuhan pokok, tetapi keputusan pembelian yang dilakukan oleh generasi milenial menunjukkan adanya perubahan. Sebagai contoh, meskipun sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka membeli produk berdasarkan kebutuhan, tetapi praktik konsumsi menunjukkan kecenderungan untuk membeli barang yang mungkin memberikan dampak negatif, seperti rokok atau menghabiskan waktu lama untuk *nongkrong*.

Sementara itu, kepuasan juga menjadi keputusan konsumsi generasi milenial di Kota Langsa, dimana munculnya keinginan untuk mendapatkan kebahagiaan dan kepuasan melalui konsumsi suatu produk. Sedangkan menurut pandangan Fajri menyatakan bahwa menempatkan barang konsumsi sebagai sumber kebahagiaan dan kepuasan merupakan tindakan yang bersifat materialistik<sup>219</sup>

#### b. Menuruti Aturan Halal Dan Haram

Sebagian besar masyarakat generasi milenial hanya mengetahui bahwa etika dalam mengkonsumsi hanya sebatas halal dan haram. Meskipun demikian mengkonsumsi yang halal memang sangat penting karena berhubungan tentang aturan hukum atau fikih yang menyangkut halal dan haram baik pada zatnya ataupun cara mendapatkannya.

Dalam mengkonsumsi, dengan tegas Islam melarang umatnya untuk mengkonsumsi sesuatu barang yang haram karena mengkonsumsi yang haram akan membentuk watak manusia menjadi keras dan sebaliknya mengkonsumsi yang halal akan membentuk watak seseorang menjadi lembut<sup>220</sup>.

#### c. Melihat Kualitas Dari Kegiatan Konsumsi

Kualitas yang dimaksud dalam hal ini merupakan kehalalan dan *thoyib* (baik). Saat ini masyarakat generasi milenial terbuju untuk mengkonsumsi barang atau jasa tanpa melihat fungsi utamanya. Standart tersebut dapat terlihat dari kecenderungan generasi milenial mengkonsumsi suatu produk

---

<sup>219</sup> Desmal Fajri, 'Comparative Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dan Syariah', *Pelita Bangsa Pelestari Pancasila*, 14.2 (2019), hal: 123.

<sup>220</sup> Muflihatul Fauza, 'Prinsip Dan Etika Konsumsi Ditinjau Dari Maqashid Syariah', *Shibghah: Journal of Muslim Societies*, 4.2 (2022), hal:194–202.

berdasarkan *brand*. Masyarakat generasi milenial di Kota Langsa cenderung mengungkapkan bahwa melakukan pembelian suatu produk berdasarkan *brand* merupakan hal yang penting.

Generasi milenial di Kota Langsa beranggapan bahwa dalam melakukan pembelian seringkali membeli barang berdasarkan atas merek dari suatu barang yang terkenal dengan harganya yang mahal. Penilaian bahwa memberi barang dengan harga yang mahal serta dari *brand* ternama akan memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial sehingga menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Sejalan dengan Astuti menyebutkan bahwa konsumen percaya bahwa harga yang lebih mahal dan berasal dari *brand* ternama menunjukkan kualitas yang lebih baik<sup>221</sup>.

Dengan memperhatikan kehalalan dan thayib, generasi milenial dapat dengan mudah membuat pilihan konsumsi yang lebih bijaksana, serta memastikan bahwa produk yang dikonsumsi tidak hanya memberikan kepuasan qadari segi sosial, tetapi juga memenuhi standart keagamaan.

d. Serta Praktik Moderasi

Praktik moderasi merupakan upaya untuk menciptakan keseimbangan dalam berbagai aspek kehidupan, menghindari perilaku ekstrem yang dapat merugikan kesejahteraan. Dalam pandangan Islam, moderasi juga dikaitkan dengan kosep *wasatiyyah* (keseimbangan). Oleh karena itu, sikap konsumsi harus konsisten dengan nilai-nilai etika yang moderat dan seimbang sesuai dengan syariat Allah SWT.

Penerapan praktik moderasi belum dipraktikan oleh generasi milenial. Dimana hal tersebut tertampak pada generasi milenial yang belum mampu mengalokasikan pendapatan secara bennar. Generasi milenial Kota Langsa cenderung mengkonsumsi dengan pengeluaran yang besar, sedangkan mereka belum memiliki tanggungan. Selain itu juga, *budget* yang generasi milenial keluarkan untuk tabungan dianggap masih kurang karena banyak diantara mereka menabung kurang dari 20%. Berdasarkan hasil wawancara

---

<sup>221</sup> Dwi Endang Astuti, 'Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga', *Journal Psikologi*, 1.2 (2013), hal:146–56.

bersama generasi milenial untuk pengeluaran infaq masih belum ada yang memenuhi kriteria yaitu sebesar 10%. Hal ini menunjukkan bahwa, masyarakat generasi milenial cenderung berada ditahap kosumerisme.

Untuk itu, Islam mendukung pembelanjaan ataupun pemanfaatan yang seimbang dan moderat agar manusia dapat mengontrol naluri alami merka dan pada saat yang sama juga akan menghindari malas, ceroboh, berpikir lemah, dan sebagainya. Moderasi merujuk pada tabungan masa depan yang dapat mengibangi pengeluaran dan juga dapat disalurkan di jalan Allah SWT<sup>222</sup>

*Kosumerisme* menjadikan generasi milenial melakukan tindakan membeli barang bukan karena membutuhkan suatu barang, melainkan mencari kepuasan. Jika perilaku ini dianggap sebuah permasalahan yang mudah maka lambat laun perilaku ini akan menjadi kebiasaan yang sulit diubah dan dihilangkan serta menimbulkan dampak yaitu menjadikan seseorang menjadi egois, boros, penyampah, malas bekerja serta hilang daya juang dan nilai-nilai diri yang paling penting dalam kehidupan<sup>223</sup>. Hal ini yang menjadikan Islam menyatakan bahwa keinginan harus dibatasi karena keinginan manusia tidak ada batasnya kalau tidak dibatasi, sementara kebutuhan harus dipenuhi. Prilaku konsumtif dapat dicegah dengan menerapkan keseimbangan dan mencegah bersikap *israf* (royal) dan *tabzir* (sia-sia). Seperti yang dijelaskan dalam firman Allah SWT Pada Q.S Al-Maidah (5) ayat 88 :

﴿ وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴾

Artinya: *Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman (Q.S Al-Maidah (5):88).*

---

<sup>222</sup> Muhammad Fathrul Quddus, 'Kritik Kosumerisme Dalam Etika Konsumsi Islam', *Malia : Jurna Ekonomi Islam*, 13.1 (2021), hal: 43–60.

<sup>223</sup> Sri Wening, 'Membentengi Keluarga Terhadap Budaya Konsumersime Dengan Nilai-Nilai Kehidupan Dalam Pendidikan Konsumen', *Jurnal Keluarga*, 1.1 (2015), hal:62–75.

Dalam penjelasan tafsir Al-Misbah ayat tersebut menegaskan perintah untuk mengkonsumsi sesuatu yang halal yaitu bukan haram namun baik, serta memiliki dampak yang baik bagi kesehatan. Dengan perintah ini maka tercegah pula praktik-praktik konsumsi yang melewati batas. Dengan demikian, konsep konsumsi yang seimbang dalam Islam tidak hanya melibatkan pemilihan makanan yang halal, melainkan juga berkaitan dengan kualitas, dampaknya dari mengkonsumsi produk tersebut dan kesadaran akan kewajiban bertakwa kepada Allah SWT dalam setiap aspek kehidupan. Kemudian berikut ini firman Allah SWT Q.S Al A'raf (7) ayat 31 mengenai mencegah bersikap *israf* (royal) dan *tabzir* (sia-sia):

﴿ يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ

الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

*Artinya: Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan (Q.S Al A'raf (7):31).*

Tafsir Al-Misbah menjelaskan bahwa ayat tersebut memerintahkan untuk mengkonsumsi sesuatu yang tidak berlebih-lebihan, yakni tidak melampaui batas. Kadar dalam mengkonsumsi sesuatu harus disesuaikan dengan kondisi setiap orang. Hal ini dikarenakan, kadar tertentu yang dinilai cukup untuk seseorang boleh jadi telah dinilai melampaui batas atau belum cukup untuk orang lain. Atas dasar tersebut, dapat dikarakan bahwa harus ada sikap proposional dalam konsumsi.

Dalam melakukan tindakan konsumsi tidak sepenuhnya memiliki konotasi negatife, karena baik atau buruknya perilaku tersebut tergantung pada bagaimana seseorang mengelolanya. Ketika seseorang berlebihan dalam mengkonsumsi, hal tersebut menjadi tidak baik. Ajaran Islam menyatakan bahwa konsumtif bukanlah

sesuatu yang dilarang, asalkan dilakukan dengan penerapan etika konsumsi dalam Islam.

Dalam konteks ini, Islam mengakui bahwa manusia memiliki kebutuhan dan keinginan yang dapat dipenuhi melalui konsumsi. Namun, hal tersebut harus dilakukan dengan penuh kesadaran akan tanggung jawab moral dan etika. Dengan kata lain, seseorang diizinkan untuk konsumtif, tetapi dengan mematuhi nilai-nilai Islam, menjaga keseimbangan, dan menghindari perilaku yang berlebihan atau melanggar aturan agama.

Sementara itu, dalam pembahasan altruisme dapat diartikan sebagai tindakan sukarela yang dilakukan seseorang ataupun sekelompok orang untuk menolong orang lain tanpa mengharapkan imbalan apapun atau menolong secara suakrela atau disebut juga sebagai tindakan tanpa pamrih. Ali menyebutkan bahwa “*Altruistic values are values that reflect their concern for the welfare of others, as measured by concern for others and the environment*<sup>224</sup>” sehingga memperkuat ide bahwa tindakan altruisme tidak semata-mata didorong oleh keinginan mendapatkan imbalan, melainkan didasarkan pada niat tulus untuk membantu tanpa pamrih. Term-term Islam yang melambangkan altruisme adalah *itsar*, *ihsan* zakat dan infaq atau shadaqah.

a. *Itsar*

*Itsar* adalah kecenderungan jiwa yang melahirkan sikap yang mengutamakan kepentingan orang lain ketimbang kepentingan pribadi<sup>225</sup>. *Itsar* adalah lawan dari *atsarah* yaitu tidak peduli atas keperluan saudaranya karena dia juga mermelukan atau lebih mengutamakan kepentingan diri sendiri. *Itsar* adalah kedermawan yaitu bahwa *itsar* merupakan puncak tertinggi dari kederwanan yaitu bahwa *itsar* merupakan puncak tertinggi

---

<sup>224</sup> D Adestia, ‘The Role of Altruistic and Hedonic Value in Increasing Green Purchase Intention: Mediation Pro-Environmental Behavior’, *Journal of Management and Islamic Finance*, 2.1 (2022), hal:36.

<sup>225</sup> Irfan Kuncoro, ‘Integrasi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Dengan Gerakan Pramuka Dalam Meningkatkan Altruistik Peserta’, *Thawalib: Jurnal Kependidikan Islam*, 2.2 (2021), hal:103.

dari kedermawanan itu. Saat manusia mampu memberikan semua miliknya kepada orang lain, sekalipun ia memerlukan<sup>226</sup>.

b. Ihsan

Ihsan menurut bahasa adalah lawan dari keburukan. Kata ihsan berasal dari kata kerja *ahsana*, yaitu yang berarti melakukan suatu kebaikan. Sedangkan menurut istilah adalah melakukan perbuatan yang ditetapkan oleh syariat dengan cara yang baik<sup>227</sup>. Ibadah yang dilakukan dengan ihsan hanya dilakukan semata-mata karena Allah SWT, tanpa disertai niat untuk tujuan-tujuan lain untuk kepentingan pribadi.

c. Zakat, Infaq dan Sedekah

ZISWAF mempunyai peran penting dalam mendukung perekonomian dengan mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan sosial. Zakat memastikan bahwa kekayaan didistribusi di antara masyarakat yang kurang beruntung, sehingga mengurangi ketimpangan pendapatan. Infaq membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan mendorong orang untuk menginvestasikan uang dalam kegiatan produktif yang menciptakan lapangan kerja dan menghasilkan pendapatan. Sedekah mempromosikan keharmonisan sosial dengan menumbuhkan perasaan kasih sayang dan empati terhadap orang lain<sup>228</sup>.

Ketika seseorang mampu mengelola hartanya dengan memperhatikan maqashid syariah dan melakukan investasi di akhirat dengan meningkatkan aman, hal ini mencerminkan sikap altruisme. Altruisme dalam pandangan maqashid syariah adalah suatu konsep perilaku sosial yang mengacu pada kepentingan orang lain dan keadilan sosial. Ketika seseorang mampu mengelola hartanya dengan memperhatikan maqashid syariah dan melakukan investasi di akhirat dengan meningkatkan aman, hal ini mencerminkan sikap altruisme. Altruisme dalam

---

<sup>226</sup> Endrika Widdia Putri, Amril Amril, and Siti Nur Aini, 'Konsep Itsar: Telaah Atas Pemikiran Ibnu Qayyim Al-Jauziyah', *EL-FIKR: Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, 3.1 (2022), hal: 33–45.

<sup>227</sup> Ayuwan Nandani, 'Konsep Ihsan Dalam Q.S Al-Ahzab Ayat 41-42', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Raushan Fikr*, 6.1 (2017), hal: 69–82.

<sup>228</sup> Agung Anggoro Seto, Siti Rahma Guruddin, and Hilmy Baroroh, *Ekonomi Syariah Di Indonesia* (Kota Jambi: PT.Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

pandangan maqshid syariah adalah suatu konsep perilaku sosial yang mengacu pada kepentingan orang lain dan keadilan sosial.

Generasi milenial Kota Langsa secara aktif menyisihkan Sebagian dari pendapatannya untuk berkontribusi dalam kegiatan altruistic. Generasi milenial ini cenderung terlibat dalam kegiatan sedekah dan infaq sebagai nyata dari komitmen. Hal tersebut sebagaimana perintah Allah SWT untuk mengeluarkan sedekah dan infaq dalam Q.S Al-Baqarah (2) ayat 267:

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ

﴿ حَمِيدٌ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (Q.S Al-Baqarah (2) ayat 267:

Pada tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan hamba-hamba-Nya yang beriman untuk berinfaq. Demikian juga Ibnu Abbas menyebutkan bahwa harta kekayaan yang dikeluarkan merupakan harta kekayaan yang paling baik, paling bagus dan paling berharga karena sesungguhnya Allah SWT itu baik dan tidak menerima kecuali yang baik-baik.

Meskipun generasi milenial sudah menyadari dan melaksanakan perintah Allah SWT untuk menyisihkan sebagian harta mereka untuk infaq dan sedekah, namun intensitas pelaksanaannya masih harus ditingkatkan. Saat ini, generasi milenial cenderung melakukan kegiatan altruisme hanya sekitar 4 sampai 6 kali. Oleh karena itu diperlukan suatu hal untuk mendorong peningkatan sfrekuensi dalam berbuat baik, sehingga amalan infaq dan sedekah dapat menjadi kebiasaan

yang sehari-hari. Dengan begitu, generasi milenial dapat menjadi lebih mendekatkan diri pada Allah SWT dan semangat dalam menjalankan kegiatan alltruisme.

Pengeluaran seorang muslim harus menerapkan konsep rasionalitas yang mengacu pada kemampuan individu untuk mengelola konsumsi mereka secara bijak dan seimbang. Hal ini mencakup pertimbangan yang tepat antara pengeluaran yang bersifat konsumtif, yang seringkali terfokus pada kepuasan diri sendiri dan keluarga dalam kehidupan dunia, dengan pengeluaran yang bersifat altruistik, yang menekankan kepedulian terhadap kebutuhan orang lain dan peningkatan kualitas spiritual. Rasionalitas konsumsi juga melibatkan pengambilan keputusan yang cerdas dalam alokasi sumber daya finansial, dengan mempertimbangkan prioritas yang sesuai dengan nilai-nilai agama dan keseimbangan antara kebutuhan materi dan spiritual.

Hal tersebut yang menjadi perbedaan mendasar antara konsumsi dalam teori konvensional dan konsumsi dalam ekonomi Islam. Di dalam teori konvensional, konsumsi suatu barang atau jasa diukur melalui anggaran atau pendapatan seseorang, di mana semakin besar pendapatan, maka akan semakin besar tingkat konsumsinya sesuai dengan teori Keynes. Teori konsumsi Keynes tersebut dapat memotivasi individu untuk melakukan konsumsi berlebihan jika teori ini terus digunakan dan akan menimbulkan dampak yang tidak diinginkan seperti praktik hutang yang berlebihan, pembelian implusif, serta distribusi pendapatan yang tidak seimbang dan akan menghambat pertumbuhan ekonomi.

Namun, dalam ekonomi Islam, tujuan utama konsumsi adalah untuk memaksimalkan masalah (kebaikan) secara keseluruhan, bukan semata-mata memaksimalkan kepuasan atau utilitas materi.

Teori konsumsi Keynes bertolak belakang dengan teori konsumsi dalam perspektif Islam, khususnya teori Asy-Syabani dalam bukunya al-Kasb, dimana dijelaskan bahwa keseimbangan antara pengeluaran dunia dan ukhrawi dapat tercapai jika generasi milenial menerapkan *final spending* dalam konsumsinya. *Final spending* yaitu pembelanjaan akhir seorang konsumsi muslim yaitu konsumsi yang dibelanjakan untuk keperluan konsumtif dan ditambah dengan pembelanjaan

untuk infak. *Final Spending* diambil dari persamaan dimana, total pendapatan (Y) merupakan hasil dari penjumlahan, konsumsi (C), infaq (I) dan tabungan (S) sehingga terbentuklah persamaan  $Y = (C+I)+S$ , lalu disederhanakan menjadi  $Y = FS+S$ , yang dimana, FS (*final spending*) yaitu konsumsi (C) ditambah dengan infaq (I)<sup>229</sup>.

Pada konteks seorang muslim, konsep *final spending* (pengeluaran akhir) mencakup pengeluaran untuk kebutuhan pribadi serta infak atau sedekah yang diberikan untuk tujuan kebaikan, seperti yang diajarkan dalam agama Islam. Ini berarti bahwa pengeluaran akhir seseorang muslim adalah kombinasi dari pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari dan sumbangan untuk amal atau kegiatan yang bermanfaat menurut ajaran agama Islam.

Dari hal tersebut menunjukkan bahwa semakin besar pendapatan seseorang muslim, semakin besar pula kemungkinan dia akan menyisihkan sebagian dari pendapatannya untuk infak atau sedekah. Dengan demikian, ada hubungan yang positif antara pendapatan seseorang muslim dan pola pengeluaran akhirnya. Artinya, semakin tinggi pendapatannya, semakin besar porsi atau proporsi dari pengeluaran akhirnya yang akan dialokasikan untuk kebutuhan pribadi dan juga infak atau sedekah. *Final spending* dalam konsumsi muslim dapat dikaitkan dengan konsep maqashid syariah, yaitu tujuan-tujuan syariah dalam Islam. Dua tujuan utama maqashid syariah adalah al-falah (kebahagiaan) dan maslahah (kemaslahatan). *Final spending* yang mencakup pembelanjaan untuk kebutuhan konsumtif dan infak dapat membantu mencapai tujuan-tujuan ini.

Dalam konteks konsumsi, al-falah mengacu pada kebahagiaan dan keberuntungan di dunia dan akhirat. Konsumsi yang bijak dan seimbang, dengan memperhatikan kebutuhan duniawi dan ukhrawi, dapat membawa kebahagiaan dan keberuntungan bagi seorang muslim. Sementara itu, maslahah mengacu pada kemaslahatan umum dan kepedulian terhadap kebutuhan orang lain. Pengeluaran yang bersifat altruistik, seperti infak, dapat meningkatkan kualitas spiritual dan

---

<sup>229</sup> Suyoto Arief, Agung Lia Handayani, and Vina Fithriana Wibisono, 'Critical Study of Keynes Consumption Theory According to As-Syaibani in Al-Kasb Booj', *Al-Falah: Journal of Islamic Economics*, 8.2 (2023), hal:193.

memberikan manfaat bagi masyarakat. Dengan menerapkan final spending dan memperhatikan maqashid syariah, generasi milenial dapat mencapai keseimbangan antara pengeluaran dunia dan ukhrawi dalam konsumsinya. Hal ini akan membantu mereka mencapai kebahagiaan dan keberuntungan di dunia dan akhirat.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya, bahwa penelitian ini bermaksud mengetahui analisis maqasid syariah perilaku konsumtif dan perilaku altruisme pada generasi millennial kota Langsa antara lain:

1. Generasi milenial di Kota Langsa cenderung bersikap konsumtif hal tersebut tampak dengan adanya penyimpangan pada prinsip maqashid syariah pada harta yaitu antara lain: *al-rawaj* dimana pendapatan generasi milenial lebih banyak digunakan untuk konsumsi dari pada infaq dan tabungan, *al-wudhuh* dimana generasi milenial masih belum mengalokasikan keuangan dengan baik, *al-tsbat* dimana konsumsi yang dilakukan generasi milenial belum memperhatikan etika konsumsi dalam Islam, *al-hifz* dimana generasi milenial tidak melakukan penjagaan harta karena kecenderungan pada konsumsi dibandingkan menabung maupun sedekah, dan terakhir *al-adl* dimana belum ada keseimbangan dalam pengeluaran pribadi dan sosial.
2. Generasi milenial di Kota Langsa belum sepenuhnya menerapkan perilaku altruisme, penyimpangan dari ketentuan tujuan hukum dari harta yaitu antara lain: *al-rawaj* dimana partisipasi generasi milenial masih rendah dalam melakukan kegiatan altruisme, *al-wudhuh* dimana generasi milenial masih belum menyisihkan pendapatan untuk kegiatan altruisme, *al-tsabat* dimana generasi milenial masih tidak konsisten dalam mengeluarkan harta untuk kegiatan altruisme, *al-hifz* dimana generasi milenial memahami bahwa melakukan altruisme sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT, *al-adl* dimana generasi milenial melakukan tindakan altruisme didasari simpati dan empati untuk mencegah kesulitan orang lain.
3. Generasi milenial di Kota Langsa cenderung mementingkan perilaku konsumtif dibandingkan menerapkan perilaku altruisme. Hal tersebut bertentangan dengan sesuai maqashid syariah sehingga diperlukan perilaku konsumtif dan altruisme yang relevan dengan prinsip-prinsip Islam. Prinsip-

prinsip tersebut meliputi Ar-Rawaj, Al-Wudhu, As-Tsabat, Al-Hifz, dan Al-Adl. Prinsip-prinsip tersebut yaitu meliputi pada pengelolaan keuangan yang menekankan penggunaan harta dengan bijaksana, kejujuran, perlindungan dari pemborosan, dan perlakuan adil dalam konsumsi dan altruisme

## **5.2 Saran**

Adapun beberapa saran penulis dalam penelitian ini antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Bagi generasi milenial di Kota Langsa sebagai konsumen hendaknya bijak dalam memanfaatkan pendapatan dengan menerapkan maqashid syariah dalam pengeluaran pribadi maupun sosial.
2. Pemerintah Kota Semarang diharapkan bisa memanfaatkan dengan baik generasi milenial sebagai bonus untuk pembangunan SDM kota. Serta bekerja sama dengan lembaga pengelolaan ZISWAF untuk mengedukasi kaum milenial tentang pengelolaan dana ZISWAF agar dapat membantu mengurangi kesenjangan sosial di masyarakat.
3. Bagi penelitian selanjutnya penulis berharap kepada peneliti selanjutnya untuk melanjutkan penelitian ini secara detail terkait aspek perilaku konsumsi dan perilaku altruisme pada generasi milenial, serta menggunakan metode kuantitatif untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adestia, D, 'The Role of Altruistic and Hedonic Value in Increasing Green Purchase Intention: Mediation Pro-Environmental Behavior', *Journal of Management and Islamic Finance*, 2.1 (2022), 119–36  
<<https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/jmif/article/view/5229>>
- Aisah, Nur, and Abdullah Rais, 'Analisis Pola Perilaku Konsumsi Pada Konsumen Muslim (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman)', *JESM: Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*, 1.1 (2022), 115–21
- Alfayani, Venny, Darwis Harahap, and Rodame Monitorir Napitupulu, 'Tingkat Kesadaran Generasi Milenial Bersedekah Melalui Kitabisa.Com', *Journal of Islamic Social Finance Management*, 2.2 (2021), 265–83  
<<https://doi.org/10.24952/jisfim.v2i2.5019>>
- Ali, Muhammad Hasan, and Dadan Rusmana, 'Konsep Mubazir Dalam Al-Qur'an: Studi Tafsir Maudhu'i', *Jurnal Riset Agama*, 1.3 (2021), 11–29  
<<https://doi.org/10.15575/jra.v1i3.15065>>
- Alkautsar, Zulfikar, and Meri Indri Hapsari, 'Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim', *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 1.10 (2015), 736  
<<https://doi.org/10.20473/vol1iss201410pp736-754>>
- Amalia, Rizqi Jauharatul, 'Analisis Perilaku Konsumtif Dan Daya Beli Konsumen Terhadap Belanja Online Di Masa Pandemi Covid-19', *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4.1 (2022), 1–16 <<https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i1.87.1-16>>
- Amanta, Myrella Velika, Rindayati Wiwiek, and Laily Dwi Arsyianti, 'Analisis

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Alokasi Infak Rumah Tangga: Studi Kasus Di Desa Pasir Eurih, Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor’, *Jurnal Al-Muzara’ah*, 2(1)

Amaroh, Siti, ‘Prinsip Keadilan Sosial Dan Altruisme Dalam Penerapan Sistem Perbankan Syariah’, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 5.2 (2014), 87–106  
<<https://doi.org/10.21580/economica.2014.5.2.771>>

Anggito, Albi, and Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Suka Bumi: CV Jejak, 2018)

Anggraini, Ika Khusnia, ‘Maqasid Al-Shariah Values on Managing Assets in the Indonesian Muslim Merchant Association (Ismi) East Java Perspective’, *Al Qalam*, 37.2 (2020), 21–42

Annur, Cindy Mutia, ‘Transaksi E-Commerce Konsumen Usia Tua Terus Meningkatkan Ketimbang Gen Z Dan Milenial’, *Databoks*, 2023  
<<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/22/transaksi-e-commerce-konsumen-usia-tua-terus-meningkat-ketimbang-gen-z-dan-milenia>> [accessed 11 October 2023]

Arafah, Muh, *Etika Pelaku Bisnis Islam* (Banyumas: Wawasan Ilmu, 2022)

Ardi, Muhammad, Astuti Astuti, and Farham Aditya, ‘Implementasi Pengguna Qris Pada Kaum Milenial’, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah (Jurnal Akunsyah)*, 3.1 (2023), 65–72  
<<https://doi.org/10.30863/akunsyah.v3i1.4708>>

Arief, Suyoto, Agung Lia Handayani, and Vina Fithriana Wibisono, ‘Critical Study of Keynes Consumption Theory According to As-Syaibani in Al-Kasb Booj’, *Al-Falah: Journal of Islamic Economics*, 8.2 (2023)

Astiawara, Muhammad Endy, *Fikih Kedokteran Kontemporer* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2018)

- Astuti, Dwi Endang, 'Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga', *Jurnal Psikologi*, 1.2 (2013), 146–56
- Asyur, Muhammad Tahir Ibnu, *Maqashidal Syariah* (Yordania: Dar al Nafais, 2001)
- Atsir, Ibnu, *Jami'ul Ushul Fi Abaditsi Rasul* (Mesir: Maktabah Al-Halwani)
- Azman, Zainal, 'Dakwah Bagi Generasi Milenial Melalui Media Sosial', *Jurnal Khobar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3.2 (2021), 193–205
- Badan Pusat Statistik, *Profil Generasi Milenial Indonesia* (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018)
- Billah, Mohd Ma'sum, *Benchmarking Islamic Finance: A Freamework for Evaluating Financial Products and Service* (Chennai: Daenta Global Publsihing Service, 2022)
- BPS Kota Langsa, *Hasil Long Form Sensus Penduduk 2020 Kota Langsa* (Kota Langsa, 2020)
- , *Kota Langsa Dalam Angka* (Langsa, 2023)
- Dardo, Domo Dwie Harmini, 'Konsumsi Dalam Kajian Ekonomi Islam', *Ejesh*, 1.2 (2023), 11–22 <<https://doi.org/10.32923/ejesh.v1i2.3273>>
- Darmadji, Ahmad, 'Perilaku Prososial vs Kekerasan Sosial Sebuah Tinjauan Pendidikan \_\_\_\_\_', *El-Tarbawj : Jurnal Pendidikan Islam*, 4.1 (2011)
- Darojatun, Rina, and Azizah Alawiyah, 'Konstruksi Kesalehan Sosial Generasi Muslim Milenial Dalam Filantropi Islam Di Kota Serang', *Syifa Al-Qulub : Jurnal Studi Psikoterapi Sufistik*, 6.1 (2020), 10–22 <<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/syifa-al-qulub/article/view/11159>>
- Dewi, Ola Ranti, and Deky Aji Suseno, 'Pergeseran Pola Konsumsi Leisure Dan

Non Leisure Di Kota Semarang’, *Efficient: Indonesian Journal of Development Economics*, 3.1 (2020), 670–79  
<<https://doi.org/10.15294/efficient.v3i1.35968>>

Dewi, Yahdiyani, and Siti Ina Savira, ‘Hubungan Antara Self Monitoring Dengan Altruisme Pada Anggota Komunitas Save Street Child Surabaya’, *Character : Jurnal Psikologi Pendidikan*, 4(1) (2017)

Dwi Sulistyawati, Imam Santosa, and Deddy Wahyudi, ‘Dwi Sulistyawati RESPON RUANG GENERASI MILENIAL DALAM MELAKUKAN AKTIVITASNYA AKIBAT PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI’, *Prosiding: Seni, Teknologi, Dan Masyarakat*, 2 (2020), 221–25  
<<https://doi.org/10.33153/semhas.v2i0.124>>

Ekonomi, Fakultas, Bisnis Islam, Dita Afrina, and Siti Achiria, ‘EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis RASIONALITAS MUSLIM TERHADAP PERILAKU ISRAF DALAM KONSUMSI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM’, 4988, 23–38

Faesol, Amir, ‘Efektivitas Diskon Dan Hadiah Sebagai Sarana Promosi Penjualan Untuk Menarik Niat Beli Konsumen Pada Bumbu Magic Lezat’, *Manajemen Bisnis*, 3.1 (2014) <<https://doi.org/10.22219/jmb.v3i1.1713>>

Fahmi, Abu Bakar, ‘Perspektif Tentang Altruisme’, *Buletin Konsorsium Psikologi Ilmiah Nusantara*, 6.4 (2020), 4–7

Fahrudin, Fahmi Iman, Teknologi Pangan, Fakultas Sains, and Universitas Muhammadiyah Bandung, ‘Perilaku Membeli Dan Pilihan Makanan Dalam Kalangan Generasi Milenial : Suatu Sorotan Awal Abstrak Buying Behavior and Food Choices Among Millennials : A Preliminary Review Abstract Pengenalan Sorotan Literatur Pengertian Generasi Milenial Gaya Hidup Gene’, 6.10 (2021), 285–91

Faiza, Arum, and Sabila J Firda, *Arus Metamorfosa Milenial* (Kendal: CV.

Achamad Jaya Group, 2018)

Fajri, Desmal, 'Comparative Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dan Syariah', *Pelita Bangsa Pelestari Pancasila*, 14.2 (2019), 123–35

Farhani, Hilma, Raihan Raihan, and Ratih Ayu Sekarini, 'Pola Konsumsi Generasi Milenial Dalam Belanja Online (E-Commerce) Pada Masa Pandemic Covid 19', *Kinerja*, 4.1 (2022), 32–40  
<<https://doi.org/10.34005/kinerja.v4i1.1700>>

Fathrul Quddus, Muhammad, 'Kritik Konsumerisme Dalam Etika Konsumsi Islam', *Malia : Jurna Ekonomi Islam*, 13.1 (2021), 43–60  
<<https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2771>>

Fatmawati, Endang, *Gaya Hidup Pemustaka Milenial Dalam Mengakses E-Journal* (Jakarta: CV. Sagung Seto, 2020)

Fauza, Muflihatul, 'Prinsip Dan Etika Konsumsi Ditinjau Dari Maqashid Syariah', *Shibghah: Journal of Muslim Societies*, 4.2 (2022), 194–202  
<<http://jurnal.kopertais5aceh.or.id/index.php/shibghah>>

Fiantika, Feny Rita, Mohammad Wasil, Sri Jumiyanti, and Leli Honesti, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022)

Firdaus, 'Sedekah Dalam Perspektif Al-Quran', *Ash-Shahabah*, 3.1 (2017), 93

Furqon, Imahda Khoiri, 'TEORI KONSUMSI Dalam ISLAM', *Adzkiya : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 6.1 (2018), 1–18  
<<https://doi.org/10.32332/adzkiya.v6i1.1169>>

Gunawijaya, Rahmat, 'KEBUTUHAN MANUSIA DALAM PANDANGAN EKONOMI KAPITALIS DAN EKONOMI ISLAM', *Al-Masalah*, 01 (2017), 1–7

- Hakim, Isyhar Malija, 'Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Millennials Kota Semarang', *Tesis* (Universitas Islam Negeri Walisongo, 2020)
- Handayani, Jasella, Deriawan Deriawan, and Tyahya Whisnu Hendratni, 'Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen', *Journal of Business and Banking*, 10.1 (2020), 91 <<https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>>
- Hardika, Eny Nur Aisyah, and Imam Gunawan, *Transformasi Belajar Generasi Milenial* (Malang: Universitas Negeri Malang, 2018)
- Hasan, Muhammad Nizar, Faris Naufal Ali, and Zulkipli Lessy, 'Self Awareness Dalam Perilaku Sosial Altruisme Di Era Sosial Media: Studi Jama'ah Masjid Al-Azhar Yogyakarta', *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2) (2022), 1349–58
- Hendrawan, Andi, Murni Sri, and Haryadi, *Altruism Trilogi Ki Hajar Dewantoro (ALKI) Untuk Meningkatkan Kinerja Tim* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2023)
- Hernita, Nita, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada PT. Rudi Karya Stone Majalengka)', *MAKSI: Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 5.2 (2018), 152–63 <<https://jurnal.unma.ac.id/index.php/mk/article/view/1330>>
- Hidayah, Aisyah Nur, and Rr Iramani, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Milenial Dengan Pengendalian Diri Sebagai Variabel Mediasi', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4.5 (2023), 4800–4810
- Hikmatullah, Hikmatullah, 'Keluarga Islam Di Era Millennial', *Syaksia : Jurnal Hukum Perdata Islam*, 22.1 (2021), 125–46 <<https://doi.org/10.37035/syakhisia.v22i1.4880>>

- Idzhar, Muhammad, 'Konsep Maqasid Syariah Perspektif Muhammad Thahir Ibnu 'Asyur', *QONUN: Jurnal Hukum Islam Dan Perundang-Undangan*, 5 (2021), 154–65
- Indika, Deru R, and Dan Sasha Dwi Rahayu, 'Bagaimana Gaya Hidup Mempengaruhi Impulse Buying Generasi Milenial Pada Produk Fashion', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis(JEBSIS)*, 2.1 (2020), 64–72
- Intan arafah, Intan arafah, 'Pendekatan Sadd Adz-Dzari'ah Dalam Studi Islam', *Al - Muamalat: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 5.1 (2020), 68–86  
<<https://doi.org/10.32505/muamalat.v5i1.1443>>
- Irwan, Muhammad, 'Kebutuhan Dan Pengelolaan Harta Dalam Maqashid Syariah', *Elastisitas : Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2) (2021)
- Iswandi, Andi, 'Maslahat Memelihara Harta Dalam Sistem Ekonomi Islam', *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 1.1 (2014)  
<<https://doi.org/10.15408/sjsbs.v1i1.1522>>
- Kaharidoni, Arohma Putri, and Yulia Anggraini, 'Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar Kpop Di Kalangan Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Iain Ponorogo Angkatan 2018 (Perspektif Maqashid Syariah)', *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2.1 (2022), 139–56  
<<https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.736>>
- Kalangi, Josep Bintang, *Matematika Ekonomi Dan Bisnis* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2024)
- Kartini, Sri, *Konsumsi Dan Investasi* (Semarang: Penerbit Mutiara Aksara, 2019)
- Kuncoro, Irfan, 'INTEGRASI PEMBELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DENGAN GERAKAN PRAMUKA DALAM MENINGKATKAN ALTRUISTIK PESERTA', *Thawalib: Jurnal Kependidikan Islam*, 2.2 (2021), 103–30

- Kurniawati, Annisa Dwi, 'POST BEFORE EATING : Motif Generasi Milenial Ponorogo Dalam Fenomena Kuliner Kekinian Annisa Dwi Kurniawati Pendahuluan', 14.2, 271–85
- Lestarina, Eni, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny, and Desi Harlina, 'Perilaku Konsumtif Dikalang Remaja', *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, 2(2) (2017)
- Liling, Anwar, 'Konsep Utility Dalam Prilaku Konsumsi Muslim', *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1.1 (2019), 71–91  
<<https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1040>>
- Lorenza, Revina Yustika, and Sri Lestari, 'Kontrol Diri Dan Konformitas Sebagai Prediktor Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Berbelanja Di E-Commerce', *Psycho Idea*, 21.1 (2023), 1  
<<https://doi.org/10.30595/psychoidea.v21i1.15752>>
- Maftuhah, Gina Nur, and Yusnaeni, 'Hegemoni Kapitalistik Di Balik Kampanye Investasi Saham', *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora Hegemoni*, 03.02 (2021), 19–31
- Maghfi, Putri, 'Analisis Pola Konsumsi Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Penghuni Kos Putri Ponorogo)', *Lisyabab : Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 2.2 (2021), 185–98  
<<https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v2i2.93>>
- Maharani, Julian, Nur Ilfi Diana, and Annur Rofiq, 'Pemikiran Ibnu Asyur Tentang Maqashid Syariah Dalam Ekonomi Kontemporer', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03) (2022)
- Mardiah, Ainun, 'Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri Di Kota Pekanbaru', *Jurnal Al-Iqtishad*, 13.2 (2019), 93  
<<https://doi.org/10.24014/jiq.v13i2.4391>>

- Mardwani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Prespektif Kualitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2020)
- Marpaung, Junierissa, 'Pengaruh Penggunaan Gadget Dalam Kehidupan', *KOPASTA: Jurnal Program Studi Bimbingan Konseling*, 5.2 (2018), 55–64 <<https://doi.org/10.33373/kop.v5i2.1521>>
- Maudhunati, Sururi, and Muhajrin, 'Gagasan Maqashid Syariah Menurut Muhammad Thahir Bin Al-Asyur Serta Implementasinya Dalam Ekonomi Syariah', *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2) (2022)
- Mufid, Moh, *Ushul Fiqh Ekonomi Dan Keuangan Kontemporer Dari Teori Ke Aplikasi* (Jakarta: Pranadamedia, 2018)
- Mukhlis, Mochamad, 'Implementasi Konsumsi Islami Dalam Maqashid Syariah', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5.2 (2023), 259–72
- Munawwir, Ahmad Warson, *Kamus Arab-Indonesia* (Surabaya: Pustaka Pessif, 1997)
- Muthiatu Thoyibah, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto, 'POLA KONSUMSI HEDONISME GENERASI MILLENIAL MUSLIM TERHADAP TEORI KONSUMSI DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM Muthiatu Thoyibah 1 , Muhammad Iqbal Fasa 1 , Suharto 1', *Jurnal Ekonomi Islam*, 12.2 (2021), 217–27
- Nandani, Ayuwan, 'Konsep Ihsan Dalam Q.S Al-Ahzab Ayat 41-42', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Raushan Fikr*, 6.1 (2017), 69–82 <<https://doi.org/10.24090/jimrf.v6i1.2734>>
- Ni'mah, Roudlotun, 'Hubungan Empati Dengan Perilaku Altruistik', *At-Tuhfah*, 6.1 (2018), 99–115 <<https://doi.org/10.36840/jurnalstudikeislaman.v6i1.85>>
- Nicholas Saputra, Akbar, and Tita Agustina, 'Peran Agama Dalam Menentukan Keputusan Pernikahan Pada Generasi Millennial', *Familia: Jurnal Hukum*

*Keluarga*, 2.1 (2021), 35–52 <<https://doi.org/10.24239/familia.v2i1.24>>

Noka, Isra Abda, and Mursalin, ‘Pengaruh Religiusitas Dan Altruisme (Kepekaan Sosial) Terhadap Partisipasi Zakat Di Baitul Mal Kabupaten Aceh Tengah’, *Jurnal Penikiran Hukum Dan Ekonomi Islam*, 12(2) (2022)

Nouman, Muhammad, and Karim Ullah, *Participatory Islamic Finance* (Gateway East: Spinger Nature Singapore, 2023)

Nugeraha, Rahmad Agung, *Perilaku Prososial Dan Pengembangan Ketrampilan Sosial Siswa*, Badan Penerbit Universitas Pancasakti Tegall (BPUPS), 2020

Nurhaini, Dwi, ‘Pengaruh Konsep Diri Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget’, *Psikoborneo*, Vol 6 No 1 (2018)

Nurnasrina, ‘Ekonomi Islam Sarana Dalam Mewujudkan Ekonomi Masyarakat Madani’, *Jurnal Hukum Islam*, XIII.1 (2013), 221–38

Oktaviani, Shalsa Alfira, and Dede Abdul Fatah, ‘ANALISIS PENGARUH LITERASI ZAKAT, PENDAPATAN DAN ALTRUISME TERHADAP KEPUTUSAN MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT PROFESI MELALUI LEMBAGA ZAKAT DENGAN TRANSPARANSI SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi Pada Muzakki DKI Jakarta)’, *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 9(2)

Oseni, Umar A, M. Kabir Hassan, and Rusni Hassan, eds., *Emerging Issue In Islamic Finance Law and Praticce In Malaysia* (Bingley: Emerald Publishhing Limeted, 2019)

Otoritas Jasa Keuangan, *Perencanaan Keuangan Keluarga, Perencanaan Keuangan Keluarga Dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat*, 2017

<[https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/25\\_Buku\\_Perencanaan\\_Keuangan.pdf](https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/25_Buku_Perencanaan_Keuangan.pdf)>

Paryadi, 'Maqashid Syariah : Definisi Dan Pendapat Para Ulama', *Cross-Bonder*, 4(2) (2021)

Pemerintah Kota Langsa, 'Sejarah Kota Langsa'  
<<https://langsa.sigapaceh.id/dashboard/sejarah/>> [accessed 6 November 2023]

Petty Arisanti, 'Tren Gaya Hidup Milenial, Identitas Sosial Dan Desain Coffe Shop Petty Arisanti', *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18.4 (2021), 579–90

Praetiyo, Luhur, *Menilai Kesehatan Bank Syariah Berbasis Maqashid Syariah* (Bojong: PT. Nasya Expanding Management, 2022)

Putri, Endrika Widdia, Amril Amril, and Siti Nur Aini, 'Konsep Itsar: Telaah Atas Pemikiran Ibnu Qayyim Al-Jauziyah', *EL-FIKR: Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, 3.1 (2022), 33–45 <<https://doi.org/10.19109/el-fikr.v3i1.12988>>

Rahman, Aulia, and Muh Fitrah, 'Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Islam Di Kelurahan Barombong Kota Makassar', *LAA MAISYIR : Jurnal Ekonomi Islam*, 5.1 (2018), 18–42  
<<https://doi.org/10.24252/laamaisyir.v5i1a1>>

Rahmayati, Yovanda Noni, Khairunnisa, Mukhlis, and Fadilah Adlina, *Ekonomi Islam* (Lhoksemaew: Penerbit FEBI IAIN Lhoksemae, 2022)

Ranaswijaya, Ranaswijaya, and Soleha Soleha, 'Analysis of Monzer Kahf's Thoughts on the Phenomenon of Consumption in Modern Society', *AL-FALAH : Journal of Islamic Economics*, 8.1 (2023), 119  
<<https://doi.org/10.29240/alfalah.v8i1.6855>>

Rasyid, Arbanur, 'Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam', *Jurnal Hukum Ekonomi*, 5.2 (2019), 172–86

Ridwan, Harnina, Masrul Masrul, and Juhaepa Juhaepa, 'Komunikasi Digital Pada Perubahan Budaya Masyarakat E-Commerce Dalam Pendekatan Jean

- Baudrillard', *Jurnal Riset Komunikasi*, 1.1 (2018), 99–108  
<<https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.17>>
- Rifa'i, Iman Jalaludin, Adi Purwoto, and Ady Ramadhani, *Metodologi Penelitian Hukum* (Banten: PT. Sada Kurnia Pustaka, 2023)
- Rizal, Rizal, 'Eksistensi Harta Dalam Islam (Suatu Kajian Analisis Teoritis)', *Jurnal Penelitian*, 9.1 (2015), 93–112  
<<https://doi.org/10.21043/jupe.v9i1.853>>
- Rofiq, Nur, and M Zidny Nafi Hasbi, 'A New Paradigm In Economy About Maqashid Al-Sharia Theory: Reformulation Of Ibn-Asyur', *PAMALI: Pattimura Magister Law Review*, 2.1 (2022), 77  
<<https://doi.org/10.47268/pamali.v2i1.817>>
- Rohayedi, Eddy, and Maulina Maulina, 'Konsumerisme Dalam Perspektif Islam', *Transformatif*, 4.1 (2020), 31–48 <<https://doi.org/10.23971/tf.v4i1.1900>>
- Rohman, Moh Mujibur, 'Wakaf Tunai Di Indonesia Dalam Memberdayakan Ekonomi Berbasis Maqâshid Ibn 'Asyur', *Al-Muamalat: Jurnal Ilmu Hukum & Ekonomi Syariah*, 7.1 (2022), 31–53
- Rosalina, Eka, Ridar Rahim, Tafdil Husni, and Fany Alfarisi, 'Mental Budgeting Dan Motivasi Terhadap Pengelolaan Keuangan Individu', *Journal of Applied Accounting and Taxion*, 6.2 (2021), 175–82
- Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021)
- Salwa, Dina Kurnia, 'Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Implementasinya', *Labatila : Ilmu Ekonomi Islam*, 3.1 (2019), 96–107
- Sapa, Nasrullah Bin, and Muslimin Kara, 'Altruisme Dalam Sistem Ekonomi Islam : Memaksimalkan Nilai Spiritual Dan Ketahanan Sosial Dalam Pandemi Covid-19', *Jurnal Iqtisaduna*, 6.2 (2020), 145–56

- Sarif, Akbar, and Ridzwan Ahmad, 'Konsep Maslahat Dan Mafsadah Menurut Imam Al-Ghazali', *Tsaqafah*, 13.2 (2018), 353  
<<https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v13i2.1183>>
- Savitri, Anna Dian, and Purwaningtyastuti, 'PERILAKU ALTRUISME PADA RELAWAN KONSELOR REMAJA', *Jurnal Personifikasi*, 11(1) (2020)
- Septian, M R H, F Rahayu, and R Kristaung, 'Anteseden Dan Konsekuensi Dari Status Consumption Terhadap Pengguna Sepatu Bermerek Tiruan', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7 (2023), 29870–77  
<<https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/11807%0Ahttps://www.jptam.org/index.php/jptam/article/download/11807/9108>>
- Seto, Agung Anggoro, Siti Rahma Guruddin, and Hilmy Baroroh, *Ekonomi Syariah Di Indonesia* (Kota Jambi: PT.Sonpedia Publishing Indonesia, 2023)
- Sikti, Ahmad Syahrus, *Menolak Kemudharatan* (Penerbit PT. Citra Aditya Bakti, 2020)
- Siregar, Khoiriah Amalia, Tuti Anggraini, and Atika, 'Pengaruh Shopee Paylater, Endorsment, Dan Sikap Tabzir Terhadap Impulse Buying Pada Produk Kosmetik', 3.1 (2023), 31–41
- 'Siti Muhtamiroh, "Muhammad Thahir Bin 'Asyur Dan Pemikirannya Tentang Maqashid Al-Syari'Ah", *Journal at-Taqaddum*, Vol. 5. No.2, (November 2013), UIN Walisongo Semarang:'
- Sumatono, *Terperangkap Dalam Ikan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi0* (Bandung: Alfabeta, 2002)
- Sunarta, Desy Arum, 'Kaum Milenial Di Perkembangan Ekonomi Digital', *EABMIJ: Economic and Business Management International Journal*, 5.1 (2023), 9–16 <<https://doi.org/10.556442/eabmij.v5i01>>
- Sundjaja, Arta Moro, 'Perencanaan Keuangan Untuk Mencapai Tujuan Finansial',

*ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 1.1 (2010), 183 <<https://doi.org/10.21512/comtech.v1i1.2218>>

Supriyadi, Yuntawati Fristin, and Ginanjar Indra K.N, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse Di Fisip Universitas Merdeka Malang)’, *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3.1 (2016), 135–44 <<https://media.neliti.com/media/publications/75449-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-brand-image.pdf>>

Suryani, Zulfa, and Muhammad Taufiq, ‘Penerapan Konsep Maslahah Dalam Konsumsi Untuk Mencapai Maximum Utility’, *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi (JURRIE)*, 2.1 (2023), 208–19

Sutisnia, Neneng Hasanah, Arlinta Prasetian Dewi, and Ikhwan Nugraha, *Panorama Maqashid Syariah* (Bandung: CV.Media Sains Indonesia, 2020)

Syakirah, Dzikra R., Hally Weliangan, and Nurul Huda, ‘Empati Dan Perilaku Altruisme Pada Anggota Komunitas Sosial Gemagi Tangerang’, *Arjwa: Jurnal Psikologi*, 1.2 (2022), 108–16 <<https://doi.org/10.35760/arjwa.2022.v1i2.7303>>

Thalib, Mohamad Anwar, ‘Construction Of Accounting Practice By Bendi Coachmen Based On Local Cultural Values’, *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 7.1 (2023), 14–29 <<https://doi.org/10.46367/jas.v7i1.1074>>

Tohari, Chamim, ‘Pembaharuan Konsep Maqasid Al-Syariah Dalam Pemikiran Muhammad Tahir Ibn Ashur’, *Al-Masalah*, 13(1) (2017)

Toriquddin, Moh, ‘ASHUR’, 14.2, 194–212

Tulasi, Dominikus, ‘Marketing Communication Dan Brand Awareness’, *Humaniora*, 3.1 (2012), 215 <<https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i1.3253>>

- Wahit, Muhammad Gus Nur, 'Konsep Keseimbangan Perilaku Konsumsi Dalam Islam', *Ilmu Syariah*, 1 (2020), 22
- Wahyuddin, Wawan, Itang, Jasri, Zainal Abidin, and Achamd Napis Qurtubi, *Kaidah Fiqih Ekonomi Syariah* (Jambi: PT. Sonpedia Pubslihing Indonesia, 2023)
- Wahyuningsih, Desiana, 'Tips Alokasi Penghasilan Bulanan', *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*, 2021  
<<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-metro/baca-artikel/13811/Tips-Alokasi-Penghasilan-Bulanan.html>> [accessed 16 January 2024]
- Wakhida, Nova Nurrizka, and Bambang Sumardjoko, 'Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan Analisis Gaya Hidup Hedonisme Dan Karakter Peduli Sosial Di Kalangan Mahasiswa Milenial', 6.3 (2024), 2688–2700
- Wening, Sri, 'Membentengi Keluarga Terhadap Budaya Konsumersime Dengan Nilai-Nilai Kehidupan Dalam Pendidikan Konsumen', *Jurnal Keluarga*, 1.1 (2015), 62–75
- Wibowo, Renaldi Mukti, Azizah Alie, and Yelly Elanda, 'Café Dan Identitas Sosial Generasi Milineal Di Surabaya', *Jurnal ENTITAS SOSIOLOGI*, 11.2 (2022), 106 <<https://doi.org/10.19184/jes.v11i2.33789>>
- Widiansyah, Apriyanti, 'Peran Ekonomi Dalam Pendidikan Dan Pendidikan Dalam Pembangunan Ekonomi', *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 17.2 (2017), 207–15
- Wiksuana, I Gusti Bagus, and Lily Kusumawati, 'Pengaruh Pendapatan Daerah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Wilayah Sarbagita Kabupaten Wilayah', *Analisis Pendapatan Asli Daerah, DAU, DAK, Terhadap Pertumbuhan Ekonomi*, 7.5 (2017), 2592–2620
- Wirasukessa, Kadek, and I Gede Sanica, 'Fear of Missing Out Dan Hedonisme

Pada Perilaku Konsumtif Millennials: Peran Mediasi Subjective Norm Dan Attitude’, *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7.1 (2023), 156–75 <<https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2887>>

Yuliawati, Ayu Krisha, and Asti Nur Aryanti, *UMKM Unggul Dengan Pemasaran Digital Dan CO-Creation* (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2023)

Zaimsyah, Annisa Masruri, and Sri Herianingrum, ‘Tinjauan Maqashid Syariah Terhadap Konsumsi’, *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 4.1 (2019), 2019

Zhafira, Talitha, ‘Sikap Asosial Pada Remaja Era Millennial’, *Sosietas*, 8.2 (2019), 501–4 <<https://doi.org/10.17509/sosietas.v8i2.14591>>

Zuhdi, Muhammad Arifin, *Qawa'id Fiqhiyah* (Sekarbela: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Mataram, 2018)