

KONSUMERISME GEN Z DAN TINGKAT GAGAL BAYAR: PENDEKATAN MAQASHID SYARIAH DALAM EKONOMI DIGITAL

Shofa Robbani¹, Dwi Anjani², Moch. Darul I³, Mey Shofi Nurmayati⁴,
Aditya Jefri Ardiansyah⁵

¹²³⁴⁵Universitas Nahdhatul Ulama' Sunan Giri Bojonegoro, Jawa Timur, Indonesia
shofa@unugiri.ac.id

Abstract:

The development of the digital economy has transformed Generation Z's consumption behavior through easy access to e-commerce, social media, digital payment services, and buy now pay later (BNPL) features. While these conveniences provide economic benefits, they also create problems in the form of excessive consumer behavior and default risk due to uncontrolled digital credit use. This study aims to analyze the relationship between Generation Z consumerism and default risk in the digital economy through the Maqashid Shariah approach. This research uses normative legal research with conceptual, statutory, and Maqashid Shariah approaches. Data were obtained through library research on the Qur'an, digital financial regulations, DSN-MUI fatwas, official reports, and relevant scholarly articles. The findings show that low financial literacy, easy access to paylater services, consumptive lifestyles, and weak self-control are the main factors increasing default risk. From the perspective of Maqashid Shariah, this phenomenon contradicts the principles of hifz al-mal and hifz al-aql because it can damage wealth management and weaken rationality in economic decision-making.

Keywords: Generation Z, consumer behavior, default risk, paylater services, Maqashid Shariah.

Abstrak:

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah perilaku konsumsi Generasi Z melalui kemudahan akses e-commerce, media sosial, layanan pembayaran digital, serta fitur buy now pay later (BNPL). Kemudahan tersebut tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga memunculkan persoalan berupa perilaku konsumtif berlebihan dan risiko gagal bayar akibat penggunaan kredit digital yang tidak terkendali. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara konsumerisme Generasi Z dan risiko gagal bayar dalam ekonomi digital melalui pendekatan Maqashid Syariah. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan konseptual, perundang-undangan, dan Maqashid Syariah. Data diperoleh melalui studi kepustakaan terhadap Al-Qur'an, regulasi keuangan digital, fatwa DSN-MUI, laporan resmi, serta artikel ilmiah yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan, kemudahan akses layanan paylater, gaya hidup konsumtif, dan lemahnya pengendalian diri menjadi faktor utama yang meningkatkan risiko gagal bayar. Dalam perspektif Maqashid Syariah, fenomena ini bertentangan dengan prinsip hifz al-mal dan hifz al-aql karena dapat merusak pengelolaan harta serta melemahkan rasionalitas dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Kata Kunci: Generasi Z, perilaku konsumtif, risiko gagal bayar, layanan paylater, Maqashid Syariah.

Shofa Robbani¹, Dwi Anjani², Moch. Darul I³, Mey Shofi Nurmayati⁴, Aditya Jefri Ardiansyah⁵

Konsumerisme Gen Z dan Tingkat . . .

p.issn, 2541-3368
e.issn, 2541-3376

A. Pendahuluan

Perkembangan ekonomi digital telah membawa perubahan besar terhadap pola transaksi dan perilaku konsumsi masyarakat Indonesia. Digitalisasi ekonomi tidak hanya memperluas akses masyarakat terhadap perdagangan elektronik, tetapi juga mendorong penggunaan berbagai layanan pembayaran dan pembiayaan berbasis teknologi. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet Indonesia pada tahun 2025 mencapai 229.428.417 jiwa dari total populasi 284.430.900 jiwa, dengan tingkat penetrasi sebesar 80,66 persen. Dari sisi kelompok usia, pengguna internet Indonesia didominasi oleh Generasi Z dengan kontribusi sebesar 25,54 persen. Data tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok yang sangat dekat dengan ekosistem digital, termasuk dalam aktivitas konsumsi, transaksi online, dan penggunaan layanan keuangan digital (Budiman & Sutrasna, 2025).

Kelompok Generasi Z menjadi menarik untuk dikaji karena generasi ini tumbuh bersama internet, media sosial, *e-commerce*, dan berbagai aplikasi keuangan digital. Kedekatan tersebut membuat Gen Z lebih cepat beradaptasi dengan teknologi, tetapi pada saat yang sama juga lebih mudah terpapar promosi digital, tren media sosial, diskon, rekomendasi influencer, serta budaya *Fear of Missing Out* (FOMO). Kondisi ini dapat mendorong perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan membeli barang atau jasa bukan hanya karena kebutuhan, tetapi juga karena keinginan mengikuti tren, gaya hidup, dan pengakuan sosial (Zhang & Cheng, 2023).

Fenomena konsumtif dalam ekonomi digital semakin kompleks dengan hadirnya layanan *buy now pay later* atau *paylater*. Layanan ini memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada waktu berikutnya. Dari sisi inklusi keuangan, *paylater* dapat memperluas akses pembiayaan masyarakat. Namun, apabila tidak digunakan secara bijaksana, *paylater* juga berpotensi mendorong pembelian impulsif dan konsumsi berlebihan. Kemudahan proses transaksi dapat membuat pengguna merasa memiliki kemampuan daya beli yang lebih besar daripada kondisi finansial sebenarnya, sehingga berisiko menimbulkan penumpukan kewajiban pembayaran (Murteza, 2025).

Risiko tersebut menjadi semakin penting ketika dikaitkan dengan kondisi literasi dan inklusi keuangan masyarakat Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama Badan Pusat Statistik (BPS) melalui Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 mencatat bahwa indeks literasi keuangan Indonesia mencapai 66,46 persen, sedangkan indeks inklusi keuangan mencapai 80,51 persen. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih cepat mengakses dan menggunakan produk keuangan dibandingkan memahami manfaat, risiko, dan konsekuensi penggunaannya. Dalam konteks Generasi Z, kondisi tersebut dapat memperbesar risiko penggunaan layanan keuangan digital secara tidak terencana.

Perkembangan layanan *paylater* juga terlihat dari data OJK yang menunjukkan bahwa per Juli 2025, baki debit kredit *buy now pay later* (BNPL) perbankan tumbuh 33,56 persen secara tahunan menjadi Rp24,05 triliun, dengan jumlah rekening mencapai 28,25 juta. Selain itu, OJK telah menerbitkan POJK Nomor 32 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Beli Sekarang Bayar Nanti (*Buy Now Pay Later*/BNPL), yang berlaku sejak 15 Desember 2025. Regulasi ini menunjukkan bahwa layanan BNPL telah menjadi bagian penting dalam ekosistem pembiayaan digital sehingga perlu diatur untuk memperkuat tata kelola, memberikan kepastian hukum, dan melindungi kepentingan konsumen (Ariani & Rahmawati, 2024).

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif dengan metode studi kepustakaan. Penelitian hukum normatif dipilih karena fokus kajian ini bukan untuk mengukur perilaku pengguna secara langsung melalui survei lapangan, melainkan untuk menganalisis fenomena konsumerisme Generasi Z dan risiko gagal bayar dalam ekonomi digital berdasarkan norma hukum, regulasi keuangan digital, serta prinsip *Maqashid Syariah*.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pendekatan konseptual, pendekatan perundang-undangan, dan pendekatan *Maqashid Syariah*. Pendekatan konseptual digunakan untuk menjelaskan konsep konsumerisme, Generasi Z, ekonomi digital, *paylater*, dan gagal bayar. Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menelaah regulasi yang berkaitan dengan layanan

keuangan digital, perlindungan konsumen, fintech, dan buy now pay later. Sementara itu, pendekatan Maqashid Syariah digunakan untuk menilai fenomena konsumtif dan risiko gagal bayar melalui prinsip hifz al-mal dan hifz al-aql.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder yang terdiri atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer meliputi Al-Qur'an, hadis, peraturan perundang-undangan terkait Otoritas Jasa Keuangan, regulasi mengenai layanan keuangan digital dan paylater, serta Fatwa DSN-MUI Nomor 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah. Adapun bahan hukum sekunder meliputi buku, artikel jurnal ilmiah, laporan resmi Otoritas Jasa Keuangan, laporan Bank Indonesia, data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan konsumerisme Generasi Z, literasi keuangan, paylater, gagal bayar, dan Maqashid Syariah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran dan telaah literatur terhadap sumber-sumber yang relevan. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan kesesuaiannya dengan fokus penelitian, yaitu hubungan antara perilaku konsumtif Generasi Z, penggunaan layanan keuangan digital, risiko gagal bayar, dan prinsip Maqashid Syariah. Data yang terkumpul kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema pembahasan, seperti perkembangan ekonomi digital, karakteristik konsumsi Generasi Z, layanan paylater, risiko gagal bayar, serta konsep hifz al-mal dan hifz al-aql.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif-kualitatif. Analisis dilakukan dengan cara menguraikan data dan literatur yang telah dikumpulkan, kemudian menghubungkannya dengan prinsip hukum Islam dan regulasi keuangan digital. Selanjutnya, fenomena konsumerisme dan gagal bayar dianalisis melalui perspektif Maqashid Syariah untuk mengetahui sejauh mana perilaku konsumsi digital tersebut sejalan atau bertentangan dengan tujuan perlindungan harta dan perlindungan akal. Melalui metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai konsumerisme Generasi Z dan risiko gagal bayar dalam ekonomi digital berdasarkan nilai kemaslahatan.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Konsumerisme Gen Z dalam Ekonomi Digital

a. Konsep Konsumerisme dalam Ekonomi Digital

Konsumerisme merupakan perilaku konsumsi yang ditandai dengan kecenderungan individu untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa secara berlebihan, tidak selalu berdasarkan kebutuhan rasional, melainkan dipengaruhi oleh keinginan, simbol sosial, maupun gaya hidup. Dalam konteks ekonomi digital, pola konsumsi mengalami perubahan yang signifikan akibat perkembangan teknologi informasi yang mempermudah masyarakat dalam mengakses produk melalui berbagai platform digital. Kehadiran *e-commerce*, media sosial, serta layanan pembayaran digital menciptakan sistem konsumsi yang cepat, praktis, dan mudah dijangkau, sehingga mendorong perubahan perilaku masyarakat menjadi lebih konsumtif. Perubahan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi, tetapi juga oleh budaya digital yang membentuk preferensi konsumsi secara instan dan berorientasi pada kepuasan jangka pendek (Faiza & Abdullah, 2025).

Dalam ekonomi digital, aktivitas konsumsi tidak lagi terbatas pada transaksi fisik, melainkan bergeser menuju pola konsumsi berbasis teknologi yang memungkinkan individu melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja. Situasi ini menyebabkan meningkatnya intensitas konsumsi karena proses transaksi menjadi lebih sederhana dan minim hambatan. Kemudahan akses tersebut turut memperbesar peluang munculnya pembelian impulsif (*impulsive buying*), terutama pada kelompok usia muda yang memiliki intensitas penggunaan internet tinggi.



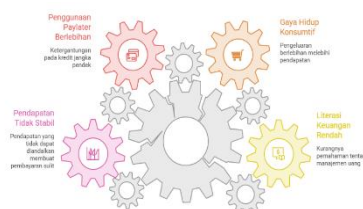
Gambar 1. Alur Digitalisasi dan Konsumerisme Generasi Z dalam Perspektif Maqashid Syariah

Gambar 1 menunjukkan alur keterkaitan antara digitalisasi, media sosial, penggunaan paylater, risiko gagal bayar, hingga analisis maqashid syariah. Alur ini menjelaskan bahwa perluasan akses digital dapat mendorong perubahan perilaku konsumsi Generasi Z, terutama melalui pengaruh media sosial, FOMO, promosi digital, dan kemudahan layanan paylater. Kondisi tersebut kemudian dapat meningkatkan risiko gagal bayar apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan dan pengendalian diri. Oleh karena itu, analisis hifz al-mal dan hifz al-aql diperlukan agar perkembangan ekonomi digital tetap mengarah pada kemaslahatan.

b. Karakteristik Generasi Z sebagai *Digital Native*

Generasi Z merupakan kelompok generasi yang lahir dan tumbuh bersamaan dengan perkembangan internet, media sosial, dan teknologi digital sehingga memiliki keterikatan tinggi terhadap penggunaan perangkat teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Karakteristik utama Gen Z ditandai dengan tingkat adaptasi teknologi yang tinggi, akses informasi yang cepat, kecenderungan menyukai kepraktisan, serta keterlibatan intensif dalam media sosial. Sebagai *digital native*, Gen Z menjadikan teknologi sebagai bagian integral dalam aktivitas sosial, pendidikan, hiburan, hingga pola konsumsi. Kondisi tersebut menyebabkan keputusan pembelian generasi ini sering dipengaruhi oleh paparan informasi digital, tren viral, rekomendasi influencer, dan persepsi sosial yang berkembang di media digital.

Karakteristik tersebut menjadikan Gen Z lebih responsif terhadap perubahan tren konsumsi dibandingkan generasi sebelumnya. Kecenderungan untuk memperoleh pengakuan sosial (*social recognition*) melalui kepemilikan barang tertentu juga menjadi salah satu faktor yang memperkuat perilaku konsumtif.



Gambar 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Risiko Gagal Bayar pada Generasi Z

Gambar 2 menunjukkan faktor-faktor utama yang mempengaruhi risiko gagal bayar di kalangan Generasi Z. Beberapa faktor tersebut meliputi penggunaan *paylater* secara berlebihan, gaya hidup konsumtif yang melebihi pendapatan, pendapatan tidak stabil yang menyulitkan pembayaran, serta rendahnya literasi keuangan yang membatasi pemahaman mengenai manajemen keuangan. Interaksi antar faktor ini memperkuat risiko gagal bayar, di mana kemudahan akses kredit digital dan dorongan konsumtif dapat membuat individu kesulitan mengelola kewajibannya secara efektif.

c. Faktor Pendorong Konsumerisme Gen Z dalam Ekonomi Digital

Terdapat beberapa faktor utama yang mendorong meningkatnya perilaku konsumerisme Gen Z dalam ekonomi digital, yaitu teknologi digital, media sosial, dan layanan *paylater*. Pertama, perkembangan teknologi digital telah menghadirkan kemudahan transaksi melalui sistem pembayaran elektronik dan aplikasi belanja daring yang memungkinkan pengguna mengakses berbagai kebutuhan hanya melalui perangkat digital. Proses transaksi yang cepat dan minim hambatan secara tidak langsung meningkatkan frekuensi pembelian serta mengurangi pertimbangan rasional sebelum melakukan konsumsi.

Kedua, media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan perilaku konsumsi Gen Z. Platform seperti Instagram, TikTok, dan *marketplace* digital menjadi ruang utama penyebaran tren konsumsi melalui promosi produk, ulasan pengguna, maupun pemasaran oleh *content creator* dan *influencer*. Paparan konten yang intensif menyebabkan munculnya fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu dorongan psikologis untuk mengikuti tren agar tidak tertinggal dari lingkungan sosial. Kondisi tersebut memperbesar kecenderungan pembelian impulsif yang sering kali tidak mempertimbangkan kebutuhan aktual maupun kondisi finansial pengguna.

Ketiga, layanan *buy now pay later* (*paylater*) menjadi faktor penting dalam memperkuat perilaku konsumtif Gen Z. Sistem pembayaran ini menawarkan fleksibilitas berupa pembayaran tertunda dan cicilan dengan akses yang relatif mudah. Bagi sebagian pengguna muda, fasilitas tersebut memberikan kesempatan memperoleh barang meskipun belum memiliki kemampuan finansial yang memadai. Namun, kemudahan tersebut juga

berpotensi meningkatkan ketergantungan terhadap kredit konsumtif yang pada akhirnya dapat memicu persoalan finansial, termasuk risiko gagal bayar (Ardiansyah, 2025).

d. Dampak Konsumerisme Gen Z: Perspektif *Israf*

Meningkatnya konsumerisme di kalangan Gen Z tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga memiliki implikasi sosial dan moral. Dari sisi ekonomi, perilaku konsumtif yang tidak terkontrol dapat menyebabkan pemborosan, lemahnya kemampuan mengelola keuangan pribadi, serta meningkatnya ketergantungan terhadap fasilitas kredit digital. Sementara itu, dalam perspektif Islam, perilaku konsumsi yang berlebihan dikategorikan sebagai *israf*, yaitu tindakan melampaui batas dalam membelanjakan harta tanpa mempertimbangkan asas keseimbangan dan kemanfaatan. Konsep ini menegaskan bahwa aktivitas konsumsi seharusnya didasarkan pada prinsip kebutuhan, kemaslahatan, dan tanggung jawab terhadap kondisi finansial individu. Oleh sebab itu, perilaku konsumerisme Gen Z dalam ekonomi digital perlu dikontrol melalui peningkatan literasi keuangan dan internalisasi nilai konsumsi moderat agar tidak menimbulkan dampak ekonomi yang merugikan di masa mendatang (Astriana, 2024).

2. Tingkat Gagal Bayar dalam Ekonomi Digital

a. Definisi Gagal Bayar dalam Ekonomi Digital

Perkembangan ekonomi digital telah menciptakan berbagai inovasi layanan keuangan yang memberikan kemudahan akses pembiayaan kepada masyarakat, salah satunya melalui *financial technology (fintech)* dan sistem *buy now pay later (paylater)*. Di balik kemudahan tersebut, muncul fenomena meningkatnya tingkat gagal bayar (*default risk*) sebagai konsekuensi dari tingginya penggunaan layanan kredit digital. Gagal bayar dapat dipahami sebagai kondisi ketika individu tidak mampu memenuhi kewajiban pembayaran utang sesuai waktu dan ketentuan yang telah disepakati dengan penyedia layanan keuangan. Dalam konteks ekonomi digital, fenomena ini semakin kompleks karena proses pengajuan kredit yang cepat dan minim persyaratan sering kali menyebabkan pengguna kurang mempertimbangkan kapasitas finansial sebelum melakukan transaksi.

Fenomena gagal bayar dalam layanan pembiayaan digital menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara kemudahan akses kredit dan kemampuan pengelolaan keuangan masyarakat. Sistem digital yang menawarkan persetujuan instan, cicilan fleksibel, serta minimnya hambatan administratif cenderung meningkatkan perilaku konsumsi tanpa perencanaan finansial yang matang. Akibatnya, sebagian pengguna mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban pembayaran ketika pengeluaran melebihi kapasitas pendapatan yang dimiliki. Kondisi ini menjadikan gagal bayar sebagai salah satu tantangan utama dalam perkembangan ekonomi digital modern (Feriyanto dkk., 2024).

b. Faktor Penyebab Tingkat Gagal Bayar

1) Rendahnya Literasi Keuangan

Salah satu faktor dominan yang memengaruhi tingginya tingkat gagal bayar dalam ekonomi digital adalah rendahnya literasi keuangan, khususnya pada kelompok usia muda seperti Generasi Z. Literasi keuangan mencakup kemampuan individu dalam memahami pengelolaan pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, hingga risiko penggunaan kredit. Rendahnya pemahaman terhadap konsekuensi penggunaan layanan kredit digital menyebabkan sebagian pengguna memanfaatkan fasilitas *paylater* tanpa memperhitungkan kemampuan pembayaran jangka panjang. Akibatnya, pengguna cenderung melakukan transaksi secara impulsif dan mengalami kesulitan saat jatuh tempo pembayaran tiba (Robbani, 2022).

Kurangnya literasi keuangan juga menyebabkan sebagian masyarakat belum memiliki perencanaan anggaran yang memadai. Banyak pengguna menganggap fasilitas kredit digital sebagai tambahan pendapatan, bukan sebagai kewajiban utang yang harus dilunasi. Persepsi keliru tersebut memperbesar risiko keterlambatan pembayaran hingga gagal bayar, terutama ketika pengguna menghadapi ketidakstabilan kondisi ekonomi atau keterbatasan pendapatan (Firnanda & Anwar, 2025).

Dalam perspektif Islam, aktivitas konsumsi tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga harus dilandasi oleh prinsip keseimbangan, kemanfaatan, dan tanggung jawab dalam mengelola harta. Islam melarang perilaku konsumsi yang berlebihan karena dapat

menimbulkan pemborosan dan mengarah pada penggunaan harta yang tidak sesuai dengan tujuan kemaslahatan. Larangan tersebut ditegaskan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Al-Isra ayat 26–27 sebagai berikut:

وَلَا تُبْذِرْ تَبْذِيرًا

“Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.”

إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”

2) Kemudahan Akses Kredit Digital

Kemudahan akses kredit digital menjadi faktor penting yang memperbesar risiko gagal bayar dalam ekonomi digital. Berbeda dengan sistem pembiayaan konvensional yang memerlukan proses verifikasi cukup ketat, layanan fintech dan *paylater* menawarkan proses pendaftaran cepat, persyaratan sederhana, dan persetujuan kredit dalam waktu singkat. Kondisi ini memungkinkan masyarakat, termasuk pengguna dengan kapasitas finansial terbatas, memperoleh akses kredit dengan mudah.

Di satu sisi, kemudahan tersebut memberikan manfaat berupa inklusi keuangan dan peningkatan akses terhadap layanan pembiayaan. Namun, di sisi lain, kurangnya seleksi risiko serta lemahnya pertimbangan finansial pengguna dapat menyebabkan penggunaan kredit secara tidak terkendali. Kemudahan transaksi justru meningkatkan kecenderungan pengguna untuk terus melakukan pembelian meskipun memiliki kewajiban pembayaran yang belum terselesaikan. Situasi tersebut memperbesar peluang munculnya gagal bayar pada layanan ekonomi digital (Nugraha, 2024).

c. Dampak Ekonomi dan Sosial Gagal Bayar

Meningkatnya tingkat gagal bayar dalam ekonomi digital tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga memengaruhi stabilitas ekonomi dan sosial secara lebih luas. Dari aspek ekonomi, gagal bayar dapat menurunkan kredibilitas finansial pengguna, meningkatkan beban utang, serta membatasi akses terhadap layanan pembiayaan di masa depan. Individu yang mengalami

gagal bayar umumnya menghadapi tekanan ekonomi akibat akumulasi tagihan, denda keterlambatan, dan penurunan kemampuan memenuhi kebutuhan dasar.

Sementara itu, dari aspek sosial, gagal bayar dapat menimbulkan tekanan psikologis berupa stres, kecemasan, hingga konflik dalam lingkungan keluarga akibat ketidakmampuan memenuhi kewajiban finansial. Dalam jangka panjang, kondisi tersebut berpotensi memengaruhi produktivitas individu serta menciptakan ketidakstabilan sosial-ekonomi di masyarakat. Oleh karena itu, fenomena gagal bayar pada ekonomi digital tidak dapat dipandang semata sebagai persoalan individu, tetapi perlu dipahami sebagai konsekuensi struktural dari perubahan pola konsumsi di era digital yang memerlukan solusi komprehensif melalui peningkatan literasi keuangan, regulasi yang adaptif, serta penguatan kesadaran konsumsi yang bertanggung jawab (Widyawati, 2024).

3. Analisis Maqashid Syariah terhadap Konsumerisme Gen Z dan Tingkat Gagal Bayar dalam Ekonomi Digital

a. Tingkat Gagal Bayar

Gagal bayar (default risk) dalam ekonomi digital merupakan kondisi ketika pengguna tidak mampu memenuhi kewajiban pembayaran sesuai perjanjian yang telah disepakati. Fenomena ini semakin meningkat seiring berkembangnya layanan *Buy Now Pay Later (PayLater)* dan fintech lending yang menawarkan akses pembiayaan secara cepat dan mudah. Kemudahan tersebut sering kali mendorong pengguna, khususnya Generasi Z, melakukan konsumsi tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial jangka panjang. Akibatnya, terjadi ketidakseimbangan antara tingkat konsumsi dan kapasitas pembayaran yang berujung pada keterlambatan hingga kegagalan pembayaran utang.

Tingginya risiko gagal bayar tidak dapat dilepaskan dari perkembangan penggunaan internet di Indonesia. Berdasarkan Pengguna internet Indonesia tahun 2025 mencapai 229.428.417 jiwa dari total populasi 284.430.900 jiwa, dengan penetrasi internet 80,66%. Dari segi umur, pengguna internet mayoritas berasal dari Gen Z sebesar 25,54%. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin terhubung dengan berbagai platform digital, termasuk

layanan keuangan berbasis teknologi. Namun, peningkatan akses tersebut belum sepenuhnya diimbangi oleh literasi keuangan yang memadai. Akibatnya, banyak pengguna lebih memahami cara menggunakan layanan keuangan digital dibandingkan memahami risiko dan konsekuensi dari penggunaan kredit digital (Sukardi, 2025.).

b. Konsep Maqashid Syariah dalam Aktivitas Ekonomi Digital

Maqashid al-Sharia merupakan konsep fundamental dalam hukum Islam yang bertujuan menciptakan kemaslahatan dan mencegah kemudharatan dalam kehidupan manusia. Dalam konteks ekonomi, Maqashid Syariah berfungsi sebagai landasan etik dan normatif dalam mengatur perilaku konsumsi, distribusi kekayaan, serta penggunaan sumber daya secara bertanggung jawab. Prinsip ini menempatkan aktivitas ekonomi tidak hanya sebagai sarana pemenuhan kebutuhan material, tetapi juga sebagai instrumen menjaga keseimbangan hidup individu dan masyarakat.

Di tengah perkembangan ekonomi digital, muncul berbagai inovasi pembiayaan seperti *paylater* yang memberikan kemudahan akses konsumsi secara instan. Namun, kemudahan tersebut juga memunculkan tantangan berupa meningkatnya perilaku konsumtif dan risiko gagal bayar, terutama di kalangan Generasi Z yang memiliki intensitas penggunaan teknologi tinggi. Oleh karena itu, pendekatan Maqashid Syariah menjadi relevan digunakan untuk menilai apakah perilaku ekonomi digital telah sejalan dengan prinsip kemaslahatan atau justru berpotensi menimbulkan kerugian ekonomi dan sosial. Dalam penelitian ini, analisis difokuskan pada dua prinsip utama, yaitu *hifz al-mal* (menjaga harta) dan *hifz al-aql* (menjaga akal) sebagai instrumen evaluasi terhadap perilaku konsumsi Gen Z di era digital (Nasrulloh & Budiman, 2026).

c. Analisis Konsumerisme dan Gagal Bayar dalam Perspektif *Hifz al-Mal* (Menjaga Harta)

Prinsip *hifz al-mal* menekankan pentingnya perlindungan terhadap harta agar digunakan secara produktif, proporsional, dan terhindar dari tindakan yang berpotensi menimbulkan kerugian. Dalam perspektif Islam, harta dipandang sebagai amanah yang harus dikelola secara bertanggung jawab serta

digunakan untuk memenuhi kebutuhan yang memberikan manfaat (*maslahah*). Oleh sebab itu, perilaku konsumsi yang berlebihan (*israf*) maupun penggunaan utang tanpa perhitungan finansial yang matang dipandang bertentangan dengan tujuan perlindungan harta.

Fenomena konsumerisme Gen Z dalam ekonomi digital menunjukkan adanya kecenderungan penggunaan layanan *paylater* untuk memenuhi kebutuhan sekunder bahkan tersier yang tidak selalu bersifat mendesak. Kemudahan akses kredit sering kali mendorong individu melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan kemampuan ekonomi jangka panjang. Akibatnya, sebagian pengguna mengalami penumpukan cicilan hingga kesulitan memenuhi kewajiban pembayaran yang pada akhirnya memicu gagal bayar. Dalam perspektif *hifz al-mal*, kondisi tersebut mencerminkan lemahnya pengelolaan harta karena keputusan konsumsi dilakukan tanpa mempertimbangkan aspek keberlanjutan finansial.

Risiko gagal bayar juga menunjukkan adanya potensi hilangnya kemaslahatan ekonomi akibat meningkatnya tekanan finansial individu. Penggunaan kredit yang tidak terkendali dapat mengurangi kemampuan seseorang memenuhi kebutuhan primer, meningkatkan beban utang, bahkan menimbulkan ketidakstabilan ekonomi rumah tangga. Oleh karena itu, prinsip *hifz al-mal* menekankan perlunya sikap kehati-hatian (*prudential behavior*) dalam penggunaan layanan keuangan digital agar konsumsi tetap berada dalam batas kemampuan ekonomi serta tidak menimbulkan kerugian di masa mendatang (Ramadhan & Adrebi, 2025).

d. Analisis Konsumerisme dan Gagal Bayar dalam Perspektif *Hifz al-Aql* (Menjaga Akal)

Selain perlindungan terhadap harta, fenomena konsumerisme Gen Z juga dapat dianalisis melalui prinsip *hifz al-aql*, yaitu menjaga akal agar tetap mampu menjalankan fungsi berpikir secara rasional, bijaksana, dan tidak terpengaruh oleh hal-hal yang merusak kemampuan pengambilan keputusan. Dalam konteks ekonomi, *hifz al-aql* menekankan pentingnya kesadaran, pertimbangan logis, dan tanggung jawab sebelum melakukan aktivitas konsumsi maupun pembiayaan.

Perilaku konsumtif yang berkembang di era digital menunjukkan bahwa keputusan pembelian sering kali dipengaruhi oleh dorongan emosional, tren media sosial, promosi digital, serta fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO). Kondisi tersebut menyebabkan sebagian Gen Z melakukan pembelian bukan atas dasar kebutuhan rasional, tetapi karena tekanan sosial dan keinginan mengikuti gaya hidup tertentu. Ketika keputusan ekonomi lebih banyak dipengaruhi faktor emosional dibanding pertimbangan logis, maka fungsi akal sebagai instrumen kontrol menjadi berkurang.

Dalam perspektif *hifz al-aql*, penggunaan *paylater* seharusnya didasarkan pada pertimbangan matang mengenai manfaat, urgensi kebutuhan, serta kemampuan pembayaran di masa mendatang. Ketidakmampuan mengendalikan impuls konsumsi menunjukkan adanya lemahnya rasionalitas ekonomi yang pada akhirnya meningkatkan risiko gagal bayar. Dengan demikian, prinsip *hifz al-aql* menghendaki adanya peningkatan literasi keuangan, kemampuan berpikir kritis, serta kesadaran konsumsi agar individu mampu mengambil keputusan ekonomi secara bijaksana dan tidak terjebak pada perilaku konsumtif yang merugikan (Sari, 2026).

e. Relevansi *Hifz al-Mal* dan *Hifz al-Aql* dalam Ekonomi Digital

Analisis terhadap *hifz al-mal* dan *hifz al-aql* menunjukkan bahwa fenomena konsumerisme Gen Z dan meningkatnya risiko gagal bayar dalam ekonomi digital bukan sekadar persoalan finansial, tetapi juga berkaitan dengan pola pikir dan pengendalian diri individu dalam menggunakan teknologi keuangan. Perlindungan terhadap harta tidak dapat dipisahkan dari kemampuan akal dalam mengambil keputusan ekonomi yang rasional. Ketika individu mampu berpikir secara bijaksana, maka pengelolaan keuangan akan lebih terarah dan risiko gagal bayar dapat diminimalkan (Anggara & Nurwahidin, 2025).

4. Integrasi Analisis Konsumerisme dan Gagal Bayar dalam Perspektif Maqashid Syariah

Fenomena meningkatnya konsumerisme di kalangan Generasi Z dalam ekonomi digital menunjukkan adanya hubungan yang erat dengan peningkatan risiko gagal bayar pada layanan keuangan berbasis teknologi. Kemudahan akses terhadap platform *e-commerce*, layanan *buy now pay later* (*paylater*), serta

pengaruh media sosial telah menciptakan pola konsumsi baru yang cenderung cepat, praktis, dan berbasis kepuasan instan. Dalam kondisi tersebut, keputusan konsumsi sering kali tidak lagi dilandasi oleh kebutuhan primer, tetapi dipengaruhi oleh keinginan mengikuti tren, pencarian identitas sosial, dan dorongan memperoleh pengakuan dari lingkungan digital. Situasi ini menyebabkan sebagian Gen Z melakukan pembelian secara impulsif tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial jangka panjang.

Layanan *paylater* menjadi salah satu instrumen yang memperkuat hubungan antara perilaku konsumtif dan meningkatnya risiko gagal bayar. Fasilitas pembayaran tertunda dengan tenor yang fleksibel memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memperoleh barang meskipun belum memiliki dana yang cukup. Dalam praktiknya, kondisi tersebut sering memunculkan persepsi bahwa keterbatasan ekonomi bukan lagi hambatan dalam melakukan konsumsi. Akibatnya, sebagian pengguna memanfaatkan layanan kredit digital secara berlebihan tanpa melakukan perencanaan keuangan yang matang, sehingga akumulasi kewajiban pembayaran meningkat dan berpotensi menyebabkan gagal bayar. Dengan kata lain, perilaku konsumtif yang tidak terkendali menjadi salah satu faktor utama yang memperbesar risiko ketidakmampuan memenuhi kewajiban finansial dalam ekonomi digital.

Dalam perspektif Maqashid al-Sharia, hubungan antara konsumerisme dan gagal bayar dapat dianalisis melalui prinsip *hifz al-mal* dan *hifz al-aql*. Dari aspek *hifz al-mal* (menjaga harta), perilaku konsumsi yang melampaui batas kemampuan ekonomi mencerminkan lemahnya pengelolaan harta secara bertanggung jawab. Islam memandang harta sebagai amanah yang penggunaannya harus didasarkan pada asas kemanfaatan, keseimbangan, dan keberlanjutan. Oleh sebab itu, penggunaan *paylater* yang mendorong pembelian barang secara impulsif hingga menimbulkan penumpukan utang bertentangan dengan prinsip perlindungan harta karena berpotensi menyebabkan kerugian finansial dan mengganggu kesejahteraan individu. Risiko gagal bayar menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi tidak lagi berada dalam koridor maslahat, melainkan mulai mengarah pada potensi mudarat akibat ketidakseimbangan antara konsumsi dan kemampuan ekonomi.

Sementara itu, dari perspektif *hifz al-aql* (menjaga akal), meningkatnya konsumerisme Gen Z menunjukkan adanya pergeseran pola pengambilan keputusan ekonomi yang lebih dipengaruhi faktor emosional dibanding pertimbangan rasional. Paparan media sosial, promosi digital, *flash sale*, hingga fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) sering kali memengaruhi individu untuk melakukan pembelian tanpa evaluasi kebutuhan secara objektif. Dalam kondisi demikian, fungsi akal sebagai instrumen pertimbangan logis menjadi kurang optimal karena keputusan ekonomi lebih banyak dipengaruhi oleh impuls, tekanan sosial, dan budaya konsumsi digital. Ketika individu kehilangan kemampuan mempertimbangkan prioritas kebutuhan dan kapasitas pembayaran, maka risiko gagal bayar menjadi semakin tinggi. Oleh karena itu, prinsip *hifz al-aql* menegaskan pentingnya penguatan kesadaran berpikir kritis, pengendalian diri, dan literasi finansial dalam penggunaan layanan ekonomi digital.

Integrasi antara *hifz al-mal* dan *hifz al-aql* menunjukkan bahwa persoalan gagal bayar pada ekonomi digital tidak dapat dipahami hanya sebagai masalah finansial semata, melainkan juga sebagai persoalan etika dan rasionalitas dalam pengambilan keputusan ekonomi. Perlindungan terhadap harta membutuhkan kemampuan berpikir yang sehat dan bijaksana agar individu mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Sebaliknya, kemampuan berpikir rasional juga perlu didukung oleh kesadaran menjaga stabilitas finansial agar tidak terjebak pada pola konsumsi yang merugikan. Dengan demikian, Maqashid Syariah memberikan kerangka analisis yang komprehensif dalam memahami keterkaitan antara konsumerisme Gen Z, penggunaan *paylater*, dan meningkatnya risiko gagal bayar di era ekonomi digital.

Berdasarkan analisis tersebut, diperlukan upaya preventif melalui peningkatan literasi keuangan digital, penguatan edukasi konsumsi moderat, serta pengembangan layanan keuangan berbasis syariah yang lebih memperhatikan prinsip kehati-hatian dan kemaslahatan pengguna. Pendekatan ini menjadi penting agar inovasi teknologi keuangan tidak hanya memberikan kemudahan akses konsumsi, tetapi juga mendukung terciptanya perilaku ekonomi yang lebih bertanggung jawab, rasional, dan berkelanjutan sesuai prinsip Maqashid Syariah (Muhajil & Azhar, 2024).

5. Solusi Berbasis Maqashid Syariah terhadap Konsumerisme Gen Z dan Risiko Gagal Bayar dalam Ekonomi Digital

Fenomena konsumerisme Gen Z dan meningkatnya risiko gagal bayar dalam ekonomi digital menunjukkan bahwa kemajuan teknologi keuangan tidak selalu diikuti dengan kesiapan pengguna dalam mengelola perilaku konsumsi dan keuangan secara bijaksana. Oleh karena itu, diperlukan solusi yang tidak hanya berorientasi pada aspek teknis dan regulatif, tetapi juga memperhatikan dimensi etika serta kemaslahatan sebagaimana yang ditekankan dalam Maqashid al-Sharia. Dalam konteks penelitian ini, solusi yang ditawarkan berfokus pada penguatan prinsip *hifz al-mal* (menjaga harta) dan *hifz al-aql* (menjaga akal) sebagai upaya preventif terhadap perilaku konsumtif dan risiko gagal bayar di era ekonomi digital (Rahmi, Najib & Herawati, 2026).

a. Penguatan Literasi Keuangan Berbasis Maqashid Syariah

Salah satu faktor utama yang mendorong tingginya tingkat konsumsi dan gagal bayar di kalangan Gen Z adalah rendahnya pemahaman mengenai pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan menjadi langkah strategis dalam membangun kesadaran finansial masyarakat. Namun demikian, literasi keuangan tidak cukup hanya berfokus pada aspek teknis seperti pengelolaan anggaran, investasi, atau penggunaan kredit, tetapi juga perlu diintegrasikan dengan nilai-nilai Maqashid Syariah.

Dalam perspektif *hifz al-mal*, literasi keuangan harus mampu membentuk kesadaran bahwa harta merupakan amanah yang penggunaannya harus memberikan manfaat dan tidak menimbulkan kerugian di masa depan. Sementara itu, dari aspek *hifz al-aql*, literasi keuangan berfungsi membangun kemampuan berpikir kritis sebelum mengambil keputusan ekonomi. Dengan demikian, individu tidak mudah terpengaruh oleh promosi digital, tren media sosial, maupun dorongan konsumsi sesaat yang berpotensi merugikan kondisi finansialnya. Pendidikan keuangan berbasis nilai syariah menjadi penting untuk membentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional, bertanggung jawab, dan berkelanjutan (Hikmah, 2025).



Gambar 3. Strategi Solusi Gagal Bayar pada Generasi Z

Gambar 3 menunjukkan beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk mengurangi risiko gagal bayar pada Generasi Z. Strategi tersebut meliputi peningkatan literasi keuangan melalui edukasi pengelolaan keuangan pribadi dan penyusunan anggaran bulanan, pembatasan perilaku konsumtif melalui limit transaksi dan skoring kredit, serta peningkatan sumber pendapatan produktif melalui pelatihan kewirausahaan dan penguatan skill digital. Strategi ini sejalan dengan prinsip maqashid syariah karena bertujuan menjaga harta, membentuk pengambilan keputusan yang lebih rasional, dan mencegah kerugian finansial di masa depan.

b. Mendorong Pola Konsumsi Moderat (*Wasathiyah*)

Dalam ekonomi digital, kemudahan akses terhadap berbagai produk sering kali mendorong munculnya budaya konsumsi instan. Kondisi ini menyebabkan sebagian Gen Z sulit membedakan antara kebutuhan dan keinginan sehingga meningkatkan kecenderungan melakukan pembelian impulsif. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan penguatan nilai konsumsi moderat (*wasathiyah*) yang menjadi salah satu prinsip penting dalam ekonomi Islam.

Prinsip moderasi mengajarkan bahwa konsumsi harus dilakukan secara proporsional sesuai kebutuhan dan kemampuan ekonomi. Konsumsi yang berlebihan (*israf*) tidak hanya berpotensi mengurangi stabilitas finansial individu, tetapi juga bertentangan dengan tujuan syariah dalam menjaga harta. Oleh karena itu, penerapan pola konsumsi moderat dapat menjadi instrumen preventif dalam menekan penggunaan kredit digital yang tidak produktif serta mengurangi potensi gagal bayar. Dalam konteks ini, Gen Z perlu didorong untuk membangun budaya konsumsi yang lebih selektif, mempertimbangkan

prioritas kebutuhan, dan menghindari pembelian yang hanya didasarkan pada tren atau tekanan sosial digital (Afrilia & Zulaihati, 2025).

c. Penguatan Regulasi dan Edukasi Layanan Paylater

Pertumbuhan layanan *paylater* telah memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan akses pembiayaan masyarakat. Namun, kemudahan tersebut juga berpotensi meningkatkan risiko konsumsi berlebihan apabila tidak disertai mekanisme edukasi yang memadai. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi dan edukasi yang mampu menciptakan keseimbangan antara inovasi teknologi dan perlindungan konsumen.

Dalam perspektif Maqashid Syariah, regulasi tidak hanya berfungsi menjaga stabilitas sistem keuangan, tetapi juga melindungi masyarakat dari potensi kerugian akibat penggunaan kredit yang tidak terkendali. Penyedia layanan keuangan digital perlu meningkatkan transparansi informasi terkait biaya, risiko utang, serta konsekuensi keterlambatan pembayaran. Selain itu, edukasi mengenai penggunaan kredit yang bertanggung jawab harus menjadi bagian integral dari layanan digital agar pengguna memahami kewajiban finansial sebelum melakukan transaksi (Nabila & Ar-Rahbini, 2026).

d. Pengembangan Ekosistem Keuangan Digital Syariah

Solusi lain yang dapat dilakukan adalah memperkuat pengembangan ekosistem keuangan digital berbasis syariah. Kehadiran fintech syariah dan layanan pembiayaan yang berlandaskan prinsip syariah dapat menjadi alternatif bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan finansial tanpa mengabaikan aspek kemaslahatan. Implementasi fintech syariah yang berlandaskan prinsip keuangan etis dapat mendorong terbentuknya sistem pembiayaan yang lebih adil, transparan, dan bertanggung jawab. Prinsip tersebut tidak hanya berperan dalam memperluas akses keuangan masyarakat, tetapi juga memberikan perlindungan terhadap potensi penyalahgunaan pembiayaan yang dapat menimbulkan masalah finansial di kemudian hari. Oleh karena itu, pengembangan ekosistem keuangan digital syariah menjadi instrumen penting dalam mendukung tercapainya kemaslahatan ekonomi sesuai tujuan maqashid syariah. Pada dasarnya, sistem keuangan syariah

menekankan nilai keadilan, keterbukaan, tanggung jawab, serta penghindaran terhadap praktik yang merugikan salah satu pihak.

Dalam konteks konsumerisme Gen Z, pengembangan layanan keuangan digital syariah dapat menjadi sarana untuk mendorong perilaku konsumsi yang lebih sehat dan produktif. Selain memberikan akses pembiayaan, lembaga keuangan syariah juga memiliki peran edukatif dalam menanamkan nilai pengelolaan harta yang sesuai dengan prinsip *hifz al-mal* serta membentuk pola pikir ekonomi yang lebih rasional sesuai prinsip *hifz al-aql* (Ikmal dkk., 2026).

e. Internalisasi Nilai Maqashid Syariah dalam Kehidupan Digital

Pada akhirnya, solusi yang paling mendasar terletak pada internalisasi nilai-nilai Maqashid Syariah dalam aktivitas ekonomi digital sehari-hari. Kemajuan teknologi tidak dapat dihindari, namun penggunaannya perlu diarahkan untuk mendukung terciptanya kemaslahatan individu dan masyarakat. Prinsip *hifz al-mal* mengajarkan pentingnya menjaga stabilitas dan keberlanjutan keuangan, sedangkan *hifz al-aql* menekankan perlunya rasionalitas dalam mengambil keputusan ekonomi.

Dengan mengintegrasikan kedua prinsip tersebut, Gen Z diharapkan mampu memanfaatkan berbagai fasilitas ekonomi digital secara lebih bijaksana, tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan, serta memiliki kemampuan mengelola kewajiban finansial secara bertanggung jawab. Melalui pendekatan ini, ekonomi digital tidak hanya menjadi sarana pemenuhan kebutuhan konsumsi, tetapi juga menjadi instrumen untuk mewujudkan kesejahteraan yang berkelanjutan sesuai tujuan Maqashid Syariah (Arfaizar, 2025).

D. Kesimpulan

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah pola konsumsi Generasi Z melalui kemudahan akses *e-commerce*, media sosial, dan layanan *buy now pay later* (*paylater*). Kemudahan ini meningkatkan aktivitas konsumsi, tetapi juga menimbulkan perilaku konsumtif berorientasi pada gaya hidup, tren digital, dan

kepuasan instan, sehingga sebagian Gen Z rentan mengalami kesulitan mengelola keuangan dan berisiko gagal bayar.

Faktor utama yang meningkatkan risiko gagal bayar meliputi rendahnya literasi keuangan, konsumsi berlebihan, serta kemudahan akses kredit digital yang tidak selalu diimbangi kemampuan finansial pengguna. Hubungan antara konsumerisme Gen Z dan risiko gagal bayar menunjukkan bahwa penggunaan fasilitas kredit digital sering dimanfaatkan untuk memenuhi keinginan konsumtif daripada kebutuhan prioritas.

Dalam perspektif Maqashid Shariah, fenomena ini dianalisis melalui prinsip hifz al-mal dan hifz al-aql. Dari aspek hifz al-mal, konsumsi melebihi kemampuan ekonomi dan ketidakmampuan memenuhi kewajiban pembayaran menunjukkan pengelolaan harta yang belum optimal. Dari aspek hifz al-aql, perilaku konsumtif yang dipengaruhi tren digital, promosi media sosial, dan FOMO menunjukkan berkurangnya rasionalitas dalam pengambilan keputusan ekonomi. Kedua prinsip ini menegaskan bahwa gagal bayar tidak hanya persoalan finansial, tetapi juga terkait kualitas pengelolaan harta dan pengambilan keputusan ekonomi yang bijaksana.

Penerapan nilai-nilai Maqashid Shariah menjadi pendekatan relevan untuk menghadapi tantangan ekonomi digital. Penguatan literasi keuangan berbasis syariah, pembentukan pola konsumsi moderat (*wasathiyah*), pengembangan ekosistem keuangan digital syariah, serta peningkatan kesadaran terhadap prinsip hifz al-mal dan hifz al-aql merupakan langkah strategis untuk mengurangi risiko gagal bayar sekaligus mendorong perilaku ekonomi yang lebih rasional, bertanggung jawab, dan berorientasi kemaslahatan.

Daftar Pustaka

- Agus Ahmad Nasrulloh, Budiman, K. N. (2026). Peran Strategis Baitul Maal Wa Tamwid dalam Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Perspektif Maqashid Syariah. *Equality: Journal Of Islamic Law (Ejil)*, 4(1), 89–98. <https://doi.org/10.15575/Ejil.V4i1.2046>
- Ahmad Bima Firnanda, Muhadjir Anwar, G. O. W. (2025). Peran Kepercayaan Dalam Memoderasi Pengaruh Persepsi Risiko Dan Literasi Digital Terhadap Adopsi Qris Pada Generasi Z Di Kabupaten Sidoarjo. *Firnanda Et Al/ Jurnal Manajemen Dewantara*, 9(2), 1–11.
- Aulia Rahmi, Moh Najib, Mesi Herawati, H. R. (2026). Israf Dalam Ekonomi Digital :

Perspektif Etika Konsumsi Islam Terhadap Gaya Hidup Hedonis. *Ekobis Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 10(1), 1–15.

- Diky Budiman, Yudi Sutrasna, S. (2025). Perilaku Konsumtif Gen Z Dan Kesadaran Keamanan Digital Dalam Ekonomi Digital Indonesia. *Jumintal: Jurnal Manajemen Informatika Dan Bisnis Digital*, 4(2), 317–328. <https://doi.org/10.55123/Jumintal.V4i2.6776>
- Feriyanto, O., Qur, Z., Herawati, M., & Putri, M. H. (2024). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Akses Keuangan Di Era Digital. *Gemilang: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(3).
- Hikmah, A. R. (2025). Risiko Konsumen Fintech Dan Urgensi Literasi Keuangan. *Simposium Manajemen Dan Bisnis Iv*, 4(2024), 36–48.
- Ikmal, M. F., Sakinah, N., Jannah, F. N., & Mawaddah, N. N. (2026). Fintech Syariah Dalam Ekonomi Digital Islam : Inovasi , Regulasi , Dan Implementasi. *Jibema: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(3), 182–196.
- Ismi Nabila, Zamzami Ar-Rahbini, D. M. S. (2026). Perbandingan Praktik Paylater Di E-Commerce Dengan Prinsip Hukum Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan*, 1(3), 88–95.
- Januariansyah Arfaizar, Y. (2025). Analisis Keberlanjutan Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Digital Marketing Perspektif Maqasid Syariah. *Ad Diwan: Journal Of Islamic Economics*, 5(1), 26–36.
- Jefri Ardiansyah, M. R. F. (2025). Determinasi Perilaku Doom Spending pada Generasi Z Di Jawa Timur: Pendekatan ekonomi Islam Perspektif Muhammad Abdul Mannan. *Al-Muraqabah: Journal Of Management And Sharia Business*, 05(02), 150–170.
- Khairunnisa Febrianti Ariani, Tia Indah Rahmawati, D. V. A. (2024). Peningkatan Literasi Keuangan Masyarakat Pedesaan Guna Mendorong Tingkat Inklusi Keuangan Indonesia Perspektif Hukum Perbankan. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1(6), 118–128.
- Muhajil, A., & Azhar, Z. (2024). Peran Dan Tantangan Perbankan Syariah Dalam Sistem Keuangan Global. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 1(1), 13–23.
- Murteza, Y. H. (2025). *Pengaruh Hedonic Attitude, Utilitarian Motivation Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Impulse Buying Dengan Paylater Sebagai Variabel Intervening*.
- Nahya Astriana, J. (2024). Dampak E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *J-Ceki: Jurnal cendekiailmiah*, 3(6), 5738–5756.
- Naila Faiza, Mirna Nur Alia Abdullah, M. R. R. M. (2025). Titian : Jurnal Ilmu Humaniora Budaya Konsumtif Di Era Digital: Strategi Kapitalisme Dalam Titian : Jurnal Ilmu Humaniora. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 09(01).
- Nugraha, W. (2024). *Financial Technology* (H. E. Puteri, Ed.). Lauk Puyu Press.
- Ramadhan, A. B., & Adrebi, F. S. (2025). Relevansi Undang Undang Perlindungan

- Konsumen E-Commerce Dengan Prinsip Hifz Al-Mal Di Indonesia. *Lorong: Media Pengkajian Sosial Budaya*, 14(1).
- Rio Chaniado Anggara, Nurwahidin, M. I. M. (2025). Perilaku Konsumen Generasi Z Dalam Penggunaan E-Wallet: Perspektif Maqashid Syariah. *Kartika: Jurnal Studi Keislaman*, 5(3), 1855–1873.
- Romya Seckar Widyawati, S. (2024). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Inflasi, Kredit, Dan Uang Elektronik Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan. *Contemporary Studies In Economic, Finance And Banking*, 3(3), 624–638.
- Sari, M. N. V. (2026). *Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Syariah*. Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.
- Shofa Robbani, I. K. N. (2022). Non Fungible Token Sebagai Aset Digital Dalam Pandangan Fiqh Muamalah. *At-Tuhfah: Jurnal Studi Keislaman*, 11(2), 1–23.
- Sukardi, B. (2025). Ekonomi Digital Dan Sistem Keuangan Islam. In M. Z. N. Hasby (Ed.), *Jejak Pustaka*. Retrieved <https://Books.Google.Co.Id/Books?Hl=En&Lr=&Id=Ldlkeaaaqbaj&Oi=Fnd&Pg=Pa89&Dq=3.%09>
- Viona Afrilia, Sri Zulaihati, D. K. R. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitasnegeri Jakarta. *Ekopedia:Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(3), 820–835.
- Zhang, X., & Cheng, Y. (2023). Review Of Research On Consumer Behavior Of Generation Z : Based On A Systematic Literature Review. *Academic Journal Of Management And Social Sciences*, 5(3).