

KONSUMSI IPHONE DI KALANGAN GEN Z KOTA PONTIANAK: TINJAUAN MAQASHID SYARIAH TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

Adi¹, Dwi Surya Atmaja², Yulia³

^{1,2,3}IAIN Pontianak

Email: muftadimuftadi226@gmail.com

Abstract: Consumer behavior in the digital era has increasingly shifted from fulfilling utilitarian functions to satisfying social identity and prestige needs, as reflected in the phenomenon of high iPhone ownership among Generation Z (Gen Z) in Pontianak City. This study aims to analyze the consumption behavior patterns of Gen Z in Pontianak City regarding iPhone usage and to examine them from the perspective of Maqashid Shariah. The research employed a descriptive qualitative method with a case study approach. Data were collected through in-depth interviews with Gen Z informants in Pontianak City, observations, and documentation. The findings indicate that the primary motives for iPhone consumption among Gen Z are dominated by external factors, such as Fear of Missing Out (FOMO), peer pressure, and easy access to financial facilities through pay-later services and online loans. Based on the Maqashid Shariah perspective, iPhone consumption among Gen Z in Pontianak City has shifted from the level of *Hajiyat* (secondary needs) to an excessive form of *Tahsiniyat* (tertiary needs). For some Gen Z individuals who financially force themselves to own an iPhone for prestige and social status, such behavior can be categorized as *israf* (excessiveness) and *tabzir* (wastefulness), as it neglects the priority of wealth preservation (*hifz al-mal*) in favor of lifestyle fulfillment. This study concludes that strengthening Islamic financial literacy among Gen Z is necessary to align technology consumption with the principles of *maslahah* (public welfare) as emphasized in Maqashid Shariah.

Keywords: Generation Z, Iphone, Consumer Behavior, Maqashid Shariah, Pontianak City.

Abstrak: Perilaku konsumsi di era digital sering kali bergeser dari pemenuhan fungsi utilitas menuju pemenuhan identitas sosial dan prestise, sebagaimana yang terjadi pada fenomena tingginya kepemilikan iPhone di kalangan Generasi Z (Gen Z) Kota Pontianak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola perilaku konsumtif Gen Z di Kota Pontianak dalam mengonsumsi iPhone serta meninjaunya berdasarkan perspektif Maqashid Syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap informan Gen Z di Kota Pontianak, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif utama konsumsi iPhone pada Gen Z didominasi oleh faktor eksternal seperti fenomena FOMO (*fear of missing out*), pengaruh lingkungan sebaya (*peer pressure*), dan kemudahan akses finansial melalui fitur *paylater* atau pinjaman *online*. Berdasarkan tinjauan Maqashid Syariah, konsumsi iPhone di kalangan Gen Z Kota Pontianak telah mengalami pergeseran dari tingkat kebutuhan *Hajiyat* (sekunder) menjadi *Tahsiniyat* (tersier) yang berlebihan. Bagi sebagian Gen Z yang memaksakan diri secara finansial demi gengsi, perilaku ini dikategorikan sebagai tindakan

israf (berlebih-lebihan) dan *tabzir* (mubazir) karena mengabaikan skala prioritas pemeliharaan harta (*hifdz al-mal*) demi pemenuhan gaya hidup. Penelitian ini menyimpulkan perlunya peningkatan literasi keuangan syariah bagi Gen Z agar dapat menyelaraskan konsumsi teknologi dengan prinsip kemaslahatan.

Kata Kunci: Gen Z, Iphone, Konsumsi, Maqashid Syariah, Kota Pontianak.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mengubah pola kehidupan masyarakat secara signifikan, termasuk dalam cara individu memenuhi kebutuhan, berinteraksi, dan membangun identitas sosial. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah meningkatnya penggunaan ponsel pintar (*smartphone*) yang kini tidak lagi berfungsi sekadar sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana memperoleh informasi, mendukung aktivitas pendidikan, pekerjaan, hiburan, hingga membentuk citra diri di tengah masyarakat. Kehadiran teknologi digital telah menjadikan *smartphone* sebagai kebutuhan yang hampir tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi generasi muda yang tumbuh dan berkembang di era internet.

Di antara berbagai merek *smartphone* yang beredar di pasar global, iPhone yang diproduksi oleh Apple berhasil menempati posisi khusus di kalangan konsumen. Selain dikenal karena kualitas, keamanan sistem operasi, dan inovasi teknologinya, iPhone juga memiliki nilai simbolik yang kuat sebagai representasi prestise, status sosial, kemapanan ekonomi, dan gaya hidup modern. Kondisi ini menyebabkan iPhone tidak hanya dipandang sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai simbol identitas yang mampu meningkatkan kepercayaan diri dan pengakuan sosial penggunanya.

Fenomena tersebut sangat terlihat pada Generasi Z (Gen Z), yaitu kelompok generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Berdasarkan klasifikasi tersebut, pada tahun 2025 usia Gen Z berada pada rentang sekitar 13 hingga 28 tahun. Generasi ini dikenal sebagai *digital natives*, yaitu generasi yang sejak kecil telah tumbuh berdampingan dengan perkembangan internet, media sosial, dan teknologi digital. Berbeda dengan generasi sebelumnya, Gen Z memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari pendidikan, pekerjaan, hiburan, hingga interaksi sosial. Karakteristik Gen Z yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, terbuka terhadap perubahan, ekspresif, serta memiliki kebutuhan yang tinggi terhadap pengakuan sosial menjadikan mereka kelompok yang sangat rentan terhadap pengaruh tren dan budaya konsumsi digital.

Media sosial seperti Instagram, TikTok, X, dan berbagai platform digital lainnya turut membentuk pola pikir dan perilaku konsumsi Gen Z. Melalui media sosial, individu tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga membangun citra diri (*self-image*) dan identitas sosial. Dalam konteks ini, kepemilikan barang-barang tertentu sering kali menjadi alat untuk menunjukkan status, gaya hidup, dan eksistensi sosial. Salah satu produk yang banyak diasosiasikan dengan identitas sosial tersebut adalah iPhone. Tidak mengherankan apabila banyak anggota Gen Z memandang kepemilikan iPhone sebagai

simbol modernitas dan indikator tertentu dalam lingkungan pergaulan mereka.

Fenomena tersebut juga dapat ditemukan di Kota Pontianak sebagai ibu kota Provinsi Kalimantan Barat. Kota Pontianak merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi, pendidikan, dan aktivitas kepemudaan di Kalimantan Barat yang memiliki tingkat penetrasi internet dan penggunaan media sosial yang cukup tinggi. Kondisi ini menciptakan lingkungan yang mendukung berkembangnya budaya konsumsi digital di kalangan generasi muda. Di berbagai lingkungan pendidikan, komunitas, maupun pergaulan sehari-hari, kepemilikan iPhone sering kali dipersepsikan sebagai sesuatu yang mampu meningkatkan kepercayaan diri dan memperkuat posisi sosial seseorang di tengah kelompoknya.

Fenomena tingginya minat terhadap iPhone di kalangan Gen Z tidak terlepas dari munculnya gejala *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu perasaan takut tertinggal dari orang lain atau tidak mengikuti tren yang sedang berkembang. FOMO mendorong individu untuk terus mengikuti apa yang dilakukan oleh lingkungan sosialnya agar tetap merasa diterima dan relevan. Dalam konteks konsumsi, kondisi ini sering kali membuat seseorang membeli suatu produk bukan karena kebutuhan yang mendesak, melainkan karena dorongan untuk memperoleh pengakuan sosial dan menghindari perasaan tertinggal dari kelompok pergaulannya. Selain FOMO, pengaruh teman sebaya (*peer pressure*) juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumsi Gen Z. Keinginan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sering kali mendorong individu melakukan

pembelian produk premium meskipun kemampuan finansialnya terbatas.

Di sisi lain, realitas di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara fungsi utilitas produk dengan kemampuan ekonomi sebagian pengguna. Tidak sedikit Gen Z di Kota Pontianak yang rela mengalokasikan dana dalam jumlah besar, menggunakan fasilitas *paylater*, kredit, bahkan pinjaman online untuk memperoleh iPhone seri terbaru. Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi tidak selalu didasarkan pada pertimbangan kebutuhan dan manfaat, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor emosional, sosial, dan simbolik. Akibatnya, konsumsi yang seharusnya bertujuan memenuhi kebutuhan berubah menjadi sarana pemenuhan gengsi (*prestige*), gaya hidup, dan pencarian pengakuan sosial.

Dalam perspektif ekonomi Islam, konsumsi merupakan aktivitas yang diperbolehkan dan bahkan dianjurkan selama dilakukan secara proporsional dan sesuai dengan prinsip syariah. Islam tidak melarang umatnya menikmati berbagai bentuk kemajuan teknologi dan fasilitas modern, namun memberikan batasan agar konsumsi tetap berada dalam koridor kemaslahatan. Prinsip keseimbangan (*tawazun*), kesederhanaan, dan tanggung jawab menjadi landasan utama dalam perilaku konsumsi seorang Muslim. Oleh karena itu, Islam melarang tindakan *israf* (berlebih-lebihan) dan *tabzir* (pemborosan) karena keduanya dapat menimbulkan kerugian bagi individu maupun masyarakat.

Untuk menganalisis fenomena konsumsi iPhone di kalangan Gen Z Kota Pontianak, pendekatan Maqashid Syariah menjadi sangat relevan digunakan. Maqashid

Syariah merupakan tujuan-tujuan yang hendak diwujudkan oleh syariat Islam demi tercapainya kemaslahatan manusia di dunia dan akhirat. Menurut Al-Syatibi, kemaslahatan tersebut diwujudkan melalui perlindungan terhadap lima aspek utama kehidupan, yaitu agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*). Dalam konteks konsumsi, aspek *hifz al-mal* menjadi salah satu indikator penting untuk menilai apakah suatu perilaku konsumsi telah sesuai dengan tujuan syariah atau justru mengarah pada pemborosan.

Maqashid Syariah juga membagi kebutuhan manusia ke dalam tiga tingkatan, yaitu *dharuriyat* (kebutuhan primer), *hajiyyat* (kebutuhan sekunder), dan *tahsiniyat* (kebutuhan pelengkap atau tersier). Kepemilikan *smartphone* pada era digital saat ini dapat dikategorikan sebagai kebutuhan *hajiyyat*, bahkan dalam kondisi tertentu dapat menjadi bagian dari *dharuriyat* karena berfungsi mendukung pendidikan, pekerjaan, komunikasi, dan akses informasi. Namun, ketika seseorang memilih produk premium seperti iPhone semata-mata untuk memperoleh pengakuan sosial, mengikuti tren, atau memenuhi gengsi tanpa mempertimbangkan kemampuan finansialnya, maka konsumsi tersebut berpotensi bergeser ke tingkat *tahsiniyat* yang berlebihan dan mengarah pada perilaku *israf*. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana pola konsumsi iPhone di kalangan Gen Z Kota Pontianak dan sejauh mana perilaku tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip Maqashid Syariah, khususnya dalam aspek pemeliharaan harta (*hifz al-mal*) dan pencapaian kemaslahatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif-deskriptif, yang dipadukan dengan analisis normatif-teologis. Fokus utamanya adalah membedah fenomena konsumsi iPhone pada Generasi Z di Kota Pontianak melalui pisau analisis teori *Maqashid Syariah*.

Penelitian mengambil lokasi di Kota Pontianak dengan menyasar Generasi Z (usia 14–29 tahun) pengguna iPhone dari berbagai latar belakang ekonomi sebagai subjek penelitian. Pemilihan informan dilakukan secara *purposive sampling* untuk mendapatkan variasi motif konsumsi yang kaya. Data primer dihimpun langsung melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan observasi lapangan terhadap gaya hidup digital mereka, sementara data sekunder diperoleh dari literatur ilmiah, dokumen, dan data statistik yang relevan.

Seluruh data yang terkumpul dianalisis menggunakan model interaktif (reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan). Pada tahap akhir, data perilaku konsumsi tersebut dikonfrontasikan dengan skala prioritas *Maqashid Syariah*—yaitu kategori *Dharuriyat* (primer), *Hajiyyat* (sekunder), dan *Tahsiniyat* (tersier)—serta pengaruhnya terhadap konsep perlindungan harta (*Hifdz al-Mal*). Untuk menjamin objektivitas dan keabsahan temuan, peneliti menerapkan teknik triangulasi sumber dan teknik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kesesuaian Konsumsi iPhone dalam Perspektif Hifz al-Din dan Hifz al-Mal pada Gen Z Muslim Kota Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 42 responden Gen Z Muslim di Kota Pontianak, perilaku konsumsi iPhone menunjukkan kecenderungan yang cukup sesuai dengan tujuan maqashid syariah, khususnya pada aspek *hifz al-din* (menjaga agama) dan *hifz al-mal* (menjaga harta). Hal ini dapat dilihat dari pola pertimbangan responden dalam memperoleh, menggunakan, dan mempertahankan perangkat iPhone yang tidak hanya didasarkan pada faktor tren dan gaya hidup, tetapi juga pada pertimbangan manfaat, kualitas, kebutuhan, serta kemampuan finansial. Dalam perspektif maqashid syariah, aktivitas konsumsi yang dilakukan seorang Muslim tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan pribadi, tetapi juga harus mampu menciptakan kemaslahatan dan menghindarkan diri dari perilaku yang mengarah pada pemborosan (*israf*) maupun kemudharatan (*mafsadah*).

Menurut Al-Syatibi, maqashid syariah merupakan tujuan yang hendak diwujudkan oleh syariat Islam untuk menjaga kemaslahatan manusia baik di dunia maupun di akhirat. Salah satu bentuk implementasi maqashid syariah dalam kehidupan ekonomi adalah melalui perilaku konsumsi yang mempertimbangkan aspek halal, manfaat, dan keseimbangan. Oleh karena itu, konsumsi suatu barang tidak hanya dinilai dari nilai ekonominya, tetapi juga dari cara memperoleh, tujuan penggunaan, serta

dampaknya terhadap kehidupan individu dan masyarakat.

B. Kesesuaian Konsumsi iPhone dalam Menjaga Agama (Hifz al-Din)

Dalam konteks *hifz al-din*, konsumsi yang sesuai syariah harus memenuhi prinsip halal dan *thayyib*. Konsep ini tidak hanya berkaitan dengan kehalalan barang yang dikonsumsi, tetapi juga mencakup sumber dana, mekanisme transaksi, dan tujuan penggunaan barang tersebut. Sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 172 dan QS. Al-Maidah ayat 88, Allah SWT memerintahkan umat Islam untuk mengonsumsi sesuatu yang halal dan baik sebagai bentuk ketaatan kepada-Nya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh responden menganggap iPhone sebagai produk yang halal dari sisi zat maupun manfaatnya. Sebagai perangkat teknologi informasi, iPhone digunakan untuk berbagai aktivitas yang bersifat positif seperti komunikasi, pendidikan, pekerjaan, bisnis digital, pembuatan konten, dan pengembangan keterampilan. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan iPhone pada Gen Z Muslim Kota Pontianak secara umum telah memenuhi unsur *maslahah* karena memberikan manfaat nyata dalam kehidupan sehari-hari. Aspek penggunaan tersebut terlihat dari data penelitian yang menunjukkan bahwa kamera menjadi fitur yang paling banyak dimanfaatkan oleh responden dengan jumlah 20 orang. Selanjutnya, fitur yang mendukung pekerjaan dipilih oleh 19 responden, sedangkan komunikasi, hiburan, dan performa masing-masing dipilih oleh 16 responden. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan memiliki iPhone tidak semata-mata dilandasi oleh

keinginan untuk memperoleh simbol status sosial, tetapi juga karena adanya kebutuhan fungsional yang dapat menunjang aktivitas produktif responden.

Dalam perspektif ekonomi Islam, penggunaan barang yang mampu meningkatkan produktivitas termasuk bagian dari upaya mewujudkan kemaslahatan. Al-Ghazali menjelaskan bahwa suatu aktivitas dapat dikategorikan sebagai maslahat apabila mampu menjaga salah satu dari lima tujuan pokok syariah. Penggunaan iPhone untuk mendukung pekerjaan, pendidikan, komunikasi, dan usaha digital dapat dikategorikan sebagai bentuk pemanfaatan teknologi yang memberikan nilai guna bagi penggunanya. Dengan demikian, penggunaan iPhone dalam konteks tersebut tidak bertentangan dengan prinsip *hifz al-din*.

Selain aspek penggunaan, kesesuaian dengan *hifz al-din* juga dapat dilihat dari cara memperoleh perangkat tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memperoleh iPhone melalui sumber dana yang halal seperti hasil kerja sendiri, tabungan pribadi, bantuan orang tua, dan hasil usaha. Mayoritas responden juga membeli iPhone secara tunai sehingga terhindar dari praktik transaksi yang berpotensi mengandung unsur riba. Temuan ini menunjukkan adanya kesadaran responden untuk memperoleh barang melalui cara yang sesuai dengan ketentuan syariah. Dalam hadis yang diriwayatkan oleh Muslim, Rasulullah SAW bersabda bahwa Allah hanya menerima sesuatu yang baik. Hadis ini menunjukkan bahwa kehalalan sumber harta menjadi faktor penting dalam aktivitas konsumsi. Oleh karena itu, penggunaan dana hasil usaha sendiri maupun tabungan yang

diperoleh secara halal mencerminkan implementasi nilai-nilai Islam dalam perilaku konsumsi Gen Z Muslim. Meskipun demikian, penelitian juga menemukan bahwa masih terdapat sebagian kecil responden yang memperoleh iPhone melalui pembiayaan berbunga atau pinjaman daring.

Dari perspektif syariah, kondisi tersebut perlu mendapat perhatian karena berpotensi mengandung unsur riba yang dilarang dalam Islam. Selain itu, terdapat responden yang menggunakan dana beasiswa untuk membeli iPhone meskipun perangkat tersebut tidak secara langsung berkaitan dengan kebutuhan akademik. Fenomena ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai prioritas penggunaan harta dan konsumsi sesuai maqashid syariah masih perlu ditingkatkan.

Temuan ini memperlihatkan bahwa meskipun mayoritas responden telah menerapkan prinsip halal dan *thayyib*, tantangan berupa pengaruh gaya hidup modern dan kemudahan akses pembiayaan masih berpotensi memengaruhi keputusan konsumsi generasi muda. Oleh karena itu, edukasi mengenai keuangan syariah dan konsumsi Islami menjadi penting untuk memperkuat kesesuaian perilaku konsumsi dengan tujuan *hifz al-din*.

C. Kesesuaian Konsumsi iPhone dalam Menjaga Harta (Hifz al-Mal)

Selain menjaga agama, hasil penelitian juga menunjukkan adanya kesesuaian perilaku konsumsi responden dengan tujuan *hifz al-mal*. Dalam maqashid syariah, harta dipandang sebagai amanah yang harus dijaga, dikelola, dan dimanfaatkan secara bijaksana. Islam melarang perilaku konsumsi yang berlebihan karena dapat menyebabkan pemborosan dan menghilangkan keberkahan

harta. Salah satu indikator kesesuaian dengan *hifz al-mal* dapat dilihat dari faktor yang menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian iPhone. Berdasarkan hasil penelitian, faktor harga menjadi pertimbangan terbesar dengan jumlah 30 responden. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden masih mempertimbangkan kemampuan finansial sebelum melakukan pembelian. Kondisi tersebut mencerminkan adanya sikap rasional dalam penggunaan harta dan menunjukkan bahwa keputusan konsumsi tidak dilakukan secara impulsif. Selain harga, faktor kualitas menjadi pertimbangan bagi 20 responden dan kebutuhan menjadi pertimbangan bagi 16 responden. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih mengutamakan manfaat jangka panjang dibandingkan sekadar keinginan sesaat. Dalam teori konsumsi Islam yang dikemukakan oleh Kahf, perilaku konsumsi yang ideal adalah konsumsi yang mampu memberikan manfaat maksimal tanpa menimbulkan pemborosan. Oleh karena itu, pertimbangan terhadap kualitas dan kebutuhan menunjukkan adanya upaya menjaga harta melalui pemilihan barang yang memiliki nilai guna tinggi.

Kesesuaian dengan prinsip *hifz al-mal* juga terlihat dari preferensi responden terhadap penggunaan iPhone versi lama. Sebanyak 25 responden memilih tetap menggunakan atau membeli iPhone versi lama, sedangkan 17 responden memilih versi terbaru. Pilihan terhadap versi lama menunjukkan adanya kecenderungan untuk memaksimalkan manfaat barang yang masih layak digunakan serta mempertimbangkan efisiensi pengeluaran. Sikap ini mencerminkan prinsip *qana'ah* dan kehati-

hatian dalam mengelola harta. Dalam ekonomi Islam, mempertahankan barang yang masih berfungsi dengan baik merupakan bentuk perilaku yang dianjurkan karena dapat menghindarkan seseorang dari pemborosan. Keputusan untuk tidak selalu mengikuti perkembangan teknologi terbaru menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kesadaran untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Hal ini sejalan dengan prinsip *tawazun* yang menekankan keseimbangan antara kebutuhan, kemampuan finansial, dan manfaat yang diperoleh. Di sisi lain, terdapat responden yang memilih menggunakan iPhone versi terbaru karena alasan performa, kualitas kamera, fitur yang lebih canggih, dan kebutuhan pekerjaan. Dalam perspektif syariah, keputusan tersebut tetap dapat dibenarkan selama didasarkan pada kebutuhan yang nyata dan tidak melebihi kemampuan finansial. Dengan kata lain, memilih iPhone versi terbaru tidak secara otomatis menunjukkan perilaku konsumtif apabila perangkat tersebut memang memberikan manfaat yang lebih besar bagi aktivitas produktif pengguna. Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa faktor sosial dan tren masih memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone. Sebanyak 15 responden mengakui adanya pengaruh lingkungan sosial, sedangkan 10 responden menyatakan bahwa tren menjadi salah satu alasan dalam memilih iPhone. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumsi teknologi pada Gen Z tidak dapat dilepaskan dari faktor identitas sosial dan perkembangan budaya digital. Fenomena tersebut sejalan dengan teori konsumsi simbolik yang menjelaskan bahwa suatu

produk sering kali memiliki makna sosial selain nilai fungsionalnya. Dalam konteks iPhone, sebagian responden mungkin memandang produk tersebut sebagai simbol modernitas, prestise, atau gaya hidup tertentu. Meskipun demikian, selama keputusan pembelian masih mempertimbangkan kemampuan finansial dan tidak menimbulkan kemudaratatan ekonomi, maka perilaku tersebut belum dapat dikategorikan sebagai *israf*.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi iPhone pada Gen Z Muslim Kota Pontianak lebih banyak didorong oleh pertimbangan manfaat, kualitas, dan kebutuhan dibandingkan sekadar dorongan gengsi atau tren. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah menerapkan prinsip *hifz al-mal* dalam aktivitas konsumsi mereka. Namun demikian, pengaruh lingkungan sosial dan budaya konsumsi digital tetap menjadi faktor yang perlu diperhatikan agar perilaku konsumsi tidak bergeser menjadi konsumsi yang berlebihan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai konsumsi iPhone di kalangan Gen Z Muslim Kota Pontianak dalam perspektif maqashid syariah, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi responden secara umum menunjukkan tingkat kesesuaian yang cukup baik dengan tujuan syariah, khususnya pada aspek *hifz al-din* (menjaga agama) dan *hifz al-mal* (menjaga harta). Mayoritas responden memperoleh iPhone melalui sumber dana yang halal, seperti hasil kerja, tabungan pribadi, bantuan orang tua, maupun usaha yang dijalankan sendiri, serta menggunakan perangkat tersebut untuk aktivitas yang

produktif seperti komunikasi, pendidikan, pekerjaan, bisnis digital, dan pembuatan konten. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan iPhone tidak semata-mata didorong oleh motif konsumtif, tetapi juga oleh kebutuhan fungsional yang memberikan kemanfaatan bagi kehidupan sehari-hari.

Dari aspek *hifz al-din*, perilaku konsumsi responden telah mencerminkan penerapan prinsip halal dan *thayyib*, baik dari sisi objek konsumsi maupun cara memperolehnya. Namun demikian, masih ditemukan sebagian kecil responden yang menggunakan pembiayaan berbunga atau memanfaatkan dana yang kurang sesuai dengan prioritas kebutuhan, sehingga berpotensi mengurangi kesesuaian dengan prinsip syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai konsumsi Islami dan pengelolaan keuangan syariah masih perlu diperkuat agar keputusan konsumsi tidak hanya mempertimbangkan manfaat ekonomi, tetapi juga nilai-nilai keagamaan.

Sementara itu, dari aspek *hifz al-mal*, mayoritas responden menunjukkan perilaku yang relatif rasional dalam mengelola harta. Faktor harga, kualitas, dan kebutuhan menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian iPhone. Selain itu, sebagian besar responden memilih mempertahankan penggunaan iPhone versi lama selama masih mampu memenuhi kebutuhan mereka. Sikap tersebut mencerminkan penerapan prinsip *tawazun* (keseimbangan), *qana'ah*, dan efisiensi dalam penggunaan harta. Meskipun demikian, pengaruh lingkungan sosial, tren, serta keinginan memperoleh pengakuan sosial masih menjadi faktor yang turut

memengaruhi keputusan konsumsi sebagian responden.

Secara keseluruhan, konsumsi iPhone di kalangan Gen Z Muslim Kota Pontianak dapat dikategorikan sebagai konsumsi yang cenderung sesuai dengan maqashid syariah selama didasarkan pada kebutuhan, kemanfaatan, dan kemampuan finansial. Namun, ketika pembelian dilakukan semata-mata untuk memenuhi gengsi, mengikuti tren, atau melalui cara yang bertentangan dengan prinsip syariah, maka perilaku tersebut berpotensi mengarah pada *israf* (berlebih-lebihan) dan menyimpang dari tujuan *hifz al-mal*. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi keuangan syariah dan pemahaman maqashid syariah bagi generasi muda agar konsumsi teknologi modern dapat memberikan kemaslahatan yang lebih besar serta tetap berada dalam koridor nilai-nilai Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghazali, A. H. (1997). *Al-Mustashfa min 'Ilm al-Ushul*. Beirut: Dar Al-Kutub Al-'Ilmiyyah.
- Al-Qaradawi, Y. (2001). *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Robbani Press.
- Al-Syatibi, A. I. (2004). *Al-Muwafaqat fi Ushul Al-Syari'ah*. Beirut: Dar Al-Kutub Al-'Ilmiyyah.
- Auda, J. (2008). *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach*. London: International Institute of Islamic Thought.
- Chapra, M. U. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Chapra, M. U. (2008). *The Islamic Vision of Development in the Light of Maqasid Al-Shariah*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Ibn Ashur, M. A. T. (2006). *Treatise on Maqasid Al-Shariah*. London: International Institute of Islamic Thought.
- Kahf, M. (1992). *The Theory of Consumption in Islamic Perspective*. Herndon, VA: International Institute of Islamic Thought.
- Kusnan, K., Osman, M. D. H., & Khalilurrahman. (2022). *Maqashid Al-Shariah in Economic Development: Theoretical Review of Muhammad Umer Chapra's Thoughts*. *Millah: Journal of Religious Studies*, 21(2), 317–344.
- Marwah, A., Sapa, N., & Syatar, A. (2025). *Integrating Maqashid Al-Shariah into Islamic Economic Practices: A Contemporary Analytical Framework and Its Applications*. *El-Kahfi: Journal of Islamic Economics*, 6(1), 1–18.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). *Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out*. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.
- Shihab, M. Q. (2012). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati.
- Veblen, T. (1994). *The Theory of the Leisure Class*. New York: Dover Publications.
- Zailani, M. N., Satar, N. M., & Zakaria, R. H. (2022). *A Review of Indicators for the Preservation of Wealth (Hifz al-Mal) Based on Maqasid Al-Shariah*. *Journal of Islamic Philanthropy and Social Finance*, 4(1), 47–61.

