

SKRIPSI

**ANALISIS *FRUGAL LIVING* TERHADAP GAYA HIDUP GEN Z
DI KOTA PAREPARE DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI SYARIAH**



OLEH

**ANDINI RAMADHANTI ANIS
NIM. 2220203860202064**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2026

**ANALISIS *FRUGAL LIVING* TERHADAP GAYA HIDUP GEN Z
DI KOTA PAREPARE DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI SYARIAH**



OLEH

**ANDINI RAMADHANTI ANIS
NIM. 2220203860202064**

“Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Parepare”

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE
2026**

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis *Frugal Living* Terhadap Gaya Hidup Gen Z di Kota Parepare Dalam Perspektif Ekonomi Syariah
Nama Mahasiswa : Andini Ramadhanti Anis
NIM : 2220203860202064
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
No. B 1618/In.39/FEBI.04/PP.00.09/05/2025

Disetujui Oleh:
Pembimbing Utama : Dr. Besse Faradiba, S.E., M.M.
NIP : 19891017 201903 2 004

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. Andi Bahri S, ME, M.Fil.IA.
NIP 19781101 200912 1 003

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis *Frugal Living* Terhadap Gaya Hidup Gen Z di Kota Parepare Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Nama Mahasiswa : Andini Ramadhanti Anis

NIM : 2220203860202064

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
No. B 1618/In.39/FEBI.04/PP.00.09/05/2025

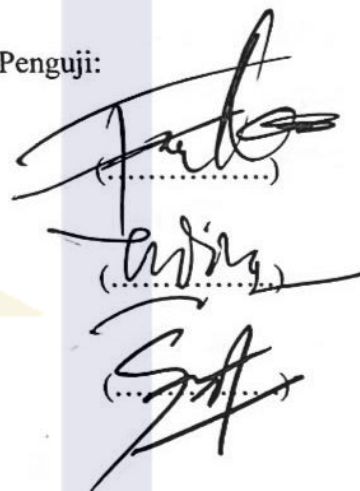
Tanggal Kelulusan : 7 Juli 2026

Disahkan Oleh Komisi Penguji:

Dr. Besse Faradiba, S.E.,M.M. (Ketua)

Dr. Andi Bahri S., M.E., M.Fil.I. (Anggota)

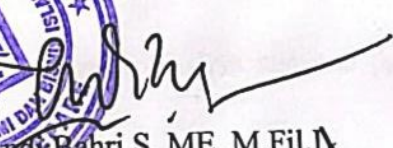
Sulkarnain, M.Si. (Anggota)



Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam




Dr. Andi Bahri S, ME, M.Fil.I.
NIP 19781101 200912 1 003

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Bapak Nasruddin dan Ibu Ismayanti selaku ayahanda dan ibunda tercinta dimana dengan pembinaan, pengarahan, kasih sayang dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Ibu Dr. Besse Faradiba, S.E., M.M. selaku pembimbing, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan banyak terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Darmawati, S.Ag, M.Pd. sebagai rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.l. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.

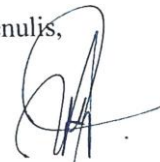
3. Ibu Umaima, M.E.I. selaku Ketua program studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan arahan dan pelayanan akademik kepada penulis selama menempuh pendidikan di IAIN Parepare.
4. Bapak Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I. selaku Dosen Penguji I dan Bapak Sulkarnain, M.Si. selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan lebih baik.
5. Ibu Ida Ilmiah Mursidin, M.Ag. selaku Dosen Penasehat Akademik yang senantiasa memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi yang luar biasa kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu dosen Ekonomi Syariah serta seluruh staf pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, arahan, serta pelayanan kepada penulis selama menempuh pendidikan di IAIN Parepare.
7. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh staf dan karyawan yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare terutama dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini.
8. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu beserta seluruh staf dan karyawan yang telah memberikan izin dan membantu kelancaran pelaksanaan penelitian di Kota Parepare.
9. Kepala Badan Pusat Statistik Kota Parepare dan seluruh staf dan karyawan yang telah memberikan bantuan dan bersedia menjadi informan sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
10. Para Generasi Z Kota Parepare yang telah bersedia meluangkan waktunya menjadi informan dalam penulisan skripsi ini.

11. Seluruh keluarga besar dan Arjun Rahim, yang selalu mendukung, terima kasih atas untaian doa yang tidak pernah putus, setiap obrolan yang menguatkan, perhatian kecil yang menenangkan, dan motivasi yang membuat penulis selalu ingat untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai.
12. Sahabat seperjuangan, Rahkmadi Rahmat, Siti Zahra Malik Ibrahim, Amaliani, Risqy, Nur Faidah, Rista Nanda Tamrin, Andi Dinda Rassyalia, Indri Afni Ayu, dan Tri Reski Wahyuni, yang telah kebersamai, memberikan semangat, bantuan dan dukungan kepada penulis.
13. Teman-teman KKN di Desa Kalosi Alau, Kec. Dua Pitue, Kab. Sidenreng Rappang yaitu Kurniati Mashuri, Nahdah Alfiani Rahman, Normalajaya, Farhah Fakhriyyah Musra, dan Nurul Azizah Latief.
14. Seluruh teman-teman mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya program studi Ekonomi Syariah angkatan 2022 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga apa yang kalian lakukan dan berikan kepada penulis bernilai pahala di sisi Allah Swt.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini.

Parepare, 12 Juni 2026
26 Dzulhijah 1447 H

Penulis,



Andini Ramadhanti Anis
NIM: 2220203860202064

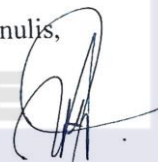
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Andini Ramdhanti Anis
NIM : 2220203860202064
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 23 November 2003
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis *Frugal Living* Terhadap Gaya Hidup Gen Z di Kota Parepare Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

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

Parepare, 12 Juni 2026
26 Dzulhijah 1447 H

Penulis,



Andini Ramadhanti Anis
NIM: 2220203860202064

ABSTRAK

Andini Ramadhanti Anis. “*Analisis Frugal Living terhadap Gaya Hidup Generasi Z di Kota Parepare dalam Perspektif Ekonomi Syariah*” (Dibimbing oleh Ibu Besse Faradiba).

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah memengaruhi gaya hidup serta perilaku konsumsi Generasi Z, sehingga mendorong pentingnya penerapan *frugal living* sebagai gaya hidup yang menekankan pengelolaan keuangan secara bijaksana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman Generasi Z di Kota Parepare tentang *frugal living*, mendeskripsikan gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare, serta menganalisis gaya hidup tersebut dalam perspektif ekonomi syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap Generasi Z di Kota Parepare serta informan pendukung dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Parepare. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pemahaman Generasi Z di Kota Parepare tentang *frugal living* masih beragam. Sebagian informan telah memahami dan menerapkannya, sebagian belum mengenal istilah *frugal living* tetapi telah menerapkan prinsip-prinsipnya, sedangkan sebagian kecil belum memahami maupun menerapkannya secara konsisten; (2) gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare dipengaruhi oleh aktivitas, minat, pendapat, lingkungan sosial, dan media sosial. Sebagian informan lebih mengutamakan kebutuhan dan pengelolaan keuangan, sedangkan sebagian lainnya masih dipengaruhi oleh tren dan perilaku konsumtif; (3) ditinjau dari perspektif ekonomi syariah, perilaku konsumsi Generasi Z pada umumnya telah mencerminkan etika konsumsi Islam melalui upaya memprioritaskan kebutuhan, memperhatikan kehalalan dan kualitas produk, mengutamakan kemaslahatan, serta sederhana dalam konsumsi. Hal tersebut menunjukkan bahwa *frugal living* sejalan dengan etika konsumsi Islam karena mendorong perilaku konsumsi yang bijaksana, sederhana, dan bertanggung jawab.

Kata Kunci : *Frugal Living*, Gaya Hidup, Generasi Z, Ekonomi Syariah, Etika Konsumsi Islam.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	11
B. Tinjauan Teori	16
1. Teori Perilaku Konsumen.....	16
2. Teori Gaya Hidup	19
3. <i>Frugal Living</i>	21
4. Generasi Z	26
5. Perspektif Ekonomi Syariah.....	28
C. Kerangka Konseptual	35
D. Kerangka Pikir.....	36

BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
C. Fokus Penelitian	37
D. Jenis dan Sumber Data	38
E. Teknik Pengumpulan Data	39
F. Teknik Pengelolaan Data.....	40
G. Uji Keabsahan Data.....	42
H. Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Penelitian.....	45
1. Pemahaman Generasi Z di Kota Parepare Tentang <i>Frugal Living</i>	45
2. Gaya Hidup Generasi Z di Kota Parepare	58
3. Perspektif Ekonomi Syariah terhadap Gaya Hidup Generasi Z di Kota Parepare	69
B. Pembahasan	81
1. Pemahaman Generasi Z di Kota Parepare tentang <i>Frugal Living</i>	81
2. Gaya Hidup Generasi Z di Kota Parepare	85
3. Perspektif Ekonomi Syariah terhadap Gaya Hidup Generasi Z di Kota Parepare	90
BAB V PENUTUP	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN	105
BIODATA PENULIS	117

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
1. 1	Hasil Observasi Awal Gaya Hidup Gen Z di Kota Parepare	6
1. 2	Gambaran Kepemilikan Tabungan Gen Z di Kota Parepare	7
2. 1	Kerangka Pikir	36

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Keterangan Izin Penelitian dari Fakultas	103
2	Surat Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare	104
3	Pedoman Wawancara	105- 109
4	Surat Keterangan Selesai Meneliti	110
5	Surat Keterangan Wawancara	111
6	Dokumentasi	112-113
7	Biografi Penulis	114

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

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

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin:

Huruf	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
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

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

- a) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
و	Dammah	U	U

- b) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَي	fathah dan ya	Ai	a dan i
أَوْ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

c) Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ/آ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
إِ/يَ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
أُ/وُ	dammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

d) Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t].

- b) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h]. kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ	: <i>Rauḍah al-jannah</i> atau <i>Rauḍatul jannah</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>Al-madīnah al-fāḍilah</i> atau <i>Al-madīnatul fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>Al-hikmah</i>

e) Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- c) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- d) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h]. kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ	: <i>Rauḍah al-jannah</i> atau <i>Rauḍatul jannah</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>Al-madīnah al-fāḍilah</i> atau <i>Al-madīnatul fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>Al-hikmah</i>

f) Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- e) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t].

- f) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h]. kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Rauḍah al-jannah* atau *Rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fāḍilah* atau *Al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

g) Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- g) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- h) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h]. kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Rauḍah al-jannah* atau *Rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fāḍilah* atau *Al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

h) Lafz al-Jalalah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *Dīnullah*

بِاللَّهِ : *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *Hum fī rahmmatillāh*

i) Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat.

Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*, *Abū al-Walīd Muhammad* (bukan: *Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

Naṣr Hamīd Abū Zaid, ditulis menjadi Abū Zaid, Naṣr Hamīd (bukan: Zaid, Naṣr Hamīd Abū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānāhu wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
A.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun
QS ../ ..: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/.., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلی اللہ علیہ وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjagannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “edotor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karta terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, khususnya dalam pola konsumsi dan gaya hidup. Kehadiran media sosial, *e-commerce*, serta berbagai platform digital lainnya telah mempermudah individu dalam mengakses informasi dan melakukan transaksi ekonomi. Perubahan ini sangat dirasakan oleh Generasi Z, yaitu kelompok yang sejak usia dini telah terbiasa dengan penggunaan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari.¹ Menurut *Badan Pusat Statistik (BPS)*, Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 merupakan kelompok demografis terbesar saat ini, dengan jumlah mencapai 27,94 persen dari total populasi atau sekitar 74,93 juta jiwa.² Generasi Z juga merupakan kelompok pengguna internet terbesar di Indonesia. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Generasi Z merupakan pengguna internet terbesar yaitu 34,4 persen, melampaui Milenial 30,62 persen dan Generasi X 18,98 persen, sementara kelompok lainnya jauh lebih kecil.³ Hal ini menunjukkan dominasi generasi Z dalam penggunaan teknologi digital.

Tingginya penggunaan teknologi digital turut memengaruhi gaya hidup Generasi Z. Gaya hidup adalah cara seseorang menjalani kehidupan sehari-hari,

¹ Ayi Abdul Latif et al., “Efek Interaksi Sosial Digital Terhadap Impulsivitas Belanja Online Pada Generasi Z,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen* 3, no. 6 (2025): hal 209–18.

² Pierre Rainer, “Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z,” 29 Agustus, 2023, <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>. Diakses pada 1 Desember 2025 .

³ Felda Nayla Seftiandri, “Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Pada 2024, Gen Z Mendominasi,” 21 Oktober, 2025, <https://data.goodstats.id/statistic/pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-pada-2024-gen-z-mendominasi-6Mdc3>. Diakses pada 1 Desember 2025.

termasuk bagaimana ia mengatur keuangan dan menggunakan waktunya.⁴ Kemudahan dalam mengakses informasi serta banyaknya tren yang muncul di media sosial membuat cara berpikir dan preferensi mereka ikut berubah dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup yang terbentuk tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh tren, pengalaman, dan nilai-nilai yang berkembang di lingkungan digital.⁵ Penelitian yang dilakukan oleh Rosi Indah Sari, dkk menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap gaya hidup Generasi Z, terutama dalam membentuk perilaku dan kebiasaan mereka sehari-hari.⁶ Sejalan dengan hal tersebut, perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup juga mendorong munculnya berbagai strategi pemasaran yang menekankan aspek pengalaman dan emosional konsumen. Pendekatan pemasaran yang menyentuh perasaan dan pengalaman konsumen dinilai efektif dalam memengaruhi keputusan pembelian, karena konsumen tidak hanya mempertimbangkan fungsi produk, tetapi juga pengalaman yang dirasakan saat mengonsumsinya.⁷

Dalam menghadapi dinamika tersebut, kemampuan dalam mengelola keuangan menjadi aspek yang penting bagi Generasi Z. Literasi keuangan sebagai faktor internal memiliki peran dalam membentuk pola pengambilan keputusan ekonomi. Penelitian yang dilakukan oleh Amalia Ramadhani menunjukkan bahwa rendahnya tingkat literasi keuangan cenderung berkaitan dengan perilaku konsumsi

⁴ Ekawati Rahayu Ningsih, “Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran” (Idea Press, 2021). hal 65.

⁵ Terhi-Anna Wilska, Matilda Holkkola, and Jesse Tuominen, “The Role of Social Media in the Creation of Young People’s Consumer Identities,” *Sage Open* 13, no. 2 (2023): hal 215.

⁶ Rosi Indah Sari, Risa Yuzima, and Rena Ardini, “Komunikasi Digital Dan Perubahan Gaya Hidup Generasi Gen Z,” *Sagita Academia Journal* 3, no. 4 (2025): hal 128–31.

⁷ Moh Samsul Arifin et al., “Experiential Marketing Analysis on Customer Satisfaction,” *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)* 5, no. 2 (2025): hal 851–58.

yang tidak terencana, sehingga memengaruhi pola konsumsi individu dalam kehidupan sehari-hari.⁸

Faktor eksternal seperti media sosial dan lingkungan digital memiliki peran dalam memengaruhi penentuan prioritas kebutuhan individu. Tingginya intensitas penggunaan media sosial meningkatkan paparan terhadap iklan dan tren konsumsi, yang pada akhirnya dapat mendorong individu untuk mengadopsi gaya hidup tertentu.⁹ Gaya hidup tersebut berpotensi mengarah pada perilaku konsumsi yang berlebihan maupun pada pola konsumsi yang lebih rasional dan bijak. Kemudahan penggunaan platform digital tanpa diimbangi kemampuan pengelolaan yang memadai berpotensi mendorong perilaku konsumsi yang kurang terkendali.¹⁰ Kondisi ini menunjukkan bahwa Generasi Z membutuhkan suatu pendekatan yang tidak hanya memahami perilaku konsumsi, tetapi juga dapat membantu mereka dalam mengelola gaya hidup secara lebih bijak dan bertanggung jawab.

Kondisi tersebut juga terlihat di Kota Parepare. Berdasarkan Statistik Kesejahteraan Rakyat Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2025, sebanyak 99,25% penduduk Kota Parepare berusia 5 tahun ke atas mengakses internet melalui telepon seluler (HP), sedangkan 16,14% menggunakan laptop/notebook/tablet dan 6,09% menggunakan komputer/desktop.¹¹ Tingginya penggunaan internet melalui telepon

⁸ Amalia Ramadhani, “Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Financial Behavior Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Generasi Z Di Desa Pananrang Kecamatan Mattiro Bulu Kabupaten Pinrang” (IAIN Parepare, 2024).

⁹ Fathin Fadhilah Ni Wayan Sukmawati Puspitadewi, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Impulsive Buying,” *Psikosains: Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Psikologi* 19, no. 2 (2024): hal 241–48.

¹⁰ Besse Faradiba, Amar Muhammad Yunus, and Indrianty Sudirman, “Digital Capability and Distribution Readiness: Why Some E-Commerce MSMEs Excel While Others Fall Behind,” *Journal of Distribution Science* 23, no. 11 (2025): hal 51–60.

¹¹ Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan, “Statistik Kesejahteraan Rakyat Provinsi Sulawesi Selatan” (Sulawesi Selatan, 2025), hal 119.

seluler menunjukkan bahwa masyarakat, termasuk Generasi Z, memiliki akses yang sangat mudah terhadap media sosial dan berbagai platform digital. Kondisi ini berpotensi memengaruhi pola konsumsi, preferensi, serta gaya hidup mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu konsep yang relevan dalam menjawab kebutuhan tersebut adalah *frugal living*. *Frugal living* merupakan gaya hidup yang menekankan pengelolaan sumber daya secara efisien, pengendalian diri dalam konsumsi, serta kemampuan dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Konsep ini tidak hanya berorientasi pada penghematan, tetapi juga pada penggunaan sumber daya secara rasional dan berkelanjutan.¹² Individu yang menerapkan *frugal living* cenderung lebih selektif dalam pengambilan keputusan konsumsi serta memiliki perencanaan keuangan yang lebih baik. Dengan demikian, *frugal living* dapat menjadi pendekatan yang tepat dalam memahami dan menganalisis gaya hidup Generasi Z di era digital.

Dalam perspektif ekonomi syariah, pengelolaan konsumsi merupakan aspek penting yang diatur secara jelas. Islam menekankan prinsip keseimbangan dalam konsumsi serta melarang perilaku berlebih-lebihan (*israf*) dan pemborosan (*tabdzir*).¹³ Konsumsi dalam Islam tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan individu, tetapi juga mempertimbangkan aspek kemaslahatan dan keberlanjutan. Oleh karena itu, konsep *frugal living* memiliki kesesuaian dengan nilai-nilai ekonomi syariah

¹² Anisa Maisyarah and Nurwahidin Nurwahidin, "Pandangan Islam Tentang Gaya Hidup Frugal Living (Analisis Terhadap Ayat Dan Hadits)," *Tadarus Tarbawy: Jurnal Kajian Islam Dan Pendidikan* 4, no. 2 (2022), <https://doi.org/10.31000/jkip.v4i2.7221>. hal 88.

¹³ Baitul Hamdi, "Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)," *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 23, no. 1 (2022): 1, <https://doi.org/10.30595/islamadina.v23i1.10821>. hal 12.

dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih bijak, seimbang, dan bertanggung jawab.¹⁴

Kota Parepare sebagai salah satu kota berkembang di Sulawesi Selatan memiliki dinamika ekonomi yang cukup aktif serta didukung oleh perkembangan teknologi digital yang pesat. Kota ini dikenal sebagai kota niaga dan jasa yang aktivitas perekonomiannya didukung oleh sektor perdagangan serta usaha mikro, kecil, dan menengah yang berkembang cukup pesat.¹⁵ Kondisi ini turut mendorong perubahan gaya hidup masyarakat menjadi lebih modern, khususnya pada kelompok usia muda. Berdasarkan data *Badan Pusat Statistik (BPS)* Kota Parepare tahun 2024, jumlah penduduk tercatat sebanyak 163.314 jiwa, dengan Generasi Z diperkirakan mencapai sekitar 45.606 jiwa atau 27,9 persen dari total populasi, serta menjadi kelompok dengan jumlah terbesar dibandingkan generasi lainnya.¹⁶ Selain itu, Kota Parepare Dalam Angka 2026 menunjukkan bahwa rata-rata pengeluaran per kapita masyarakat Kota Parepare pada tahun 2025 mencapai Rp1.642.059 per bulan, yang terdiri atas pengeluaran makanan sebesar Rp743.633 dan bukan makanan sebesar Rp898.426.¹⁷ Data tersebut menggambarkan bahwa aktivitas konsumsi masyarakat di Kota Parepare cukup tinggi sehingga kemampuan dalam mengelola keuangan menjadi aspek yang penting, khususnya bagi Generasi Z sebagai kelompok usia yang mendominasi penduduk. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan

¹²Tsania Ma'rifatul Husna et al., "Perilaku Generasi Z Dalam Berbelanja Melalui E-Commerce Berdasarkan Prinsip Etika Konsumsi Islam," PT. Media Akademik Publisher 3, no. 6 (2025): hal 3.

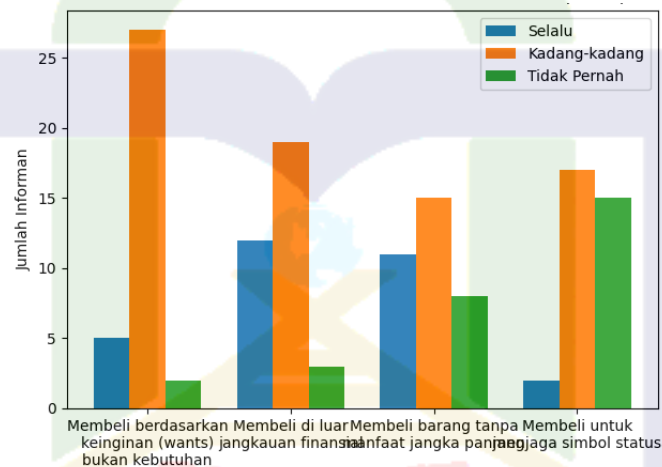
¹⁵Yadi Arodhiskara and Zulkarnain Zulkarnain, "Analisis Efektifitas Dan Efisiensi Retribusi Pedagang Kaki Lima Di Kota Parepare," *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo* 3, no. 2 (2017): hal 44–45.

¹⁶Badan Pusat Statistik and Kota Parepare, "Kota Parepare Dalam Angka 2025," 28 Februari, 2025, <https://doi.org/1102001.7372>.

¹⁷Badan Pusat Statistik Kota Parepare, "Kota Parepare Dalam Angka 2026" 24 (2026).

kelompok yang dominan dan memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk pola gaya hidup masyarakat, seiring dengan kemampuannya dalam beradaptasi terhadap perkembangan teknologi digital.

Untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi tersebut, peneliti melakukan observasi awal terhadap 33 orang Generasi Z di Kota Parepare untuk memperoleh gambaran awal mengenai pola konsumsi Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 1. 1 Hasil Observasi Awal Gaya Hidup Gen Z di Kota Parepare

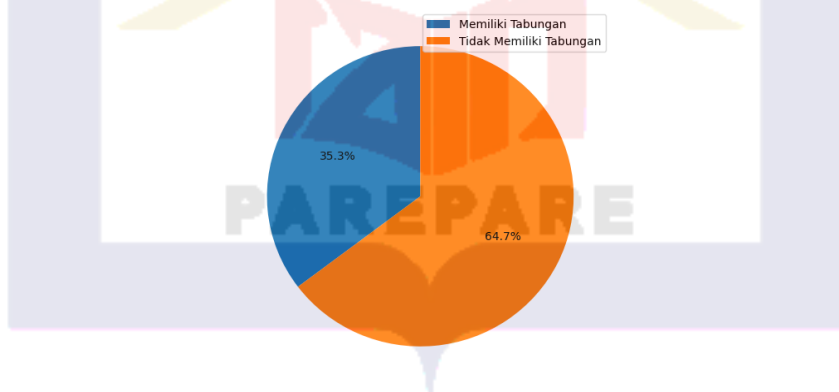
Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan, diketahui bahwa masih terdapat sebagian informan yang belum sepenuhnya menunjukkan pengelolaan keuangan yang optimal. Hal ini terlihat dari adanya kebiasaan melakukan pembelian berdasarkan keinginan, berbelanja di luar jangkauan finansial, serta belum mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari barang yang dibeli.

Di sisi lain, terdapat pula informan yang telah menunjukkan kecenderungan perilaku yang lebih terarah dalam mengelola keuangan, seperti lebih selektif dalam

melakukan pembelian, mempertimbangkan kebutuhan sebelum memutuskan untuk membeli, serta tidak menjadikan konsumsi sebagai sarana untuk menunjukkan status.

Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare berada dalam kondisi yang beragam, di mana terdapat perbedaan dalam cara individu mengelola keuangan dan menentukan prioritas kebutuhan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pola gaya hidup yang terbentuk masih berada dalam tahap penyesuaian, seiring dengan perkembangan lingkungan sosial dan digital yang memengaruhi perilaku mereka.

Selain itu, observasi awal juga memberikan gambaran umum mengenai pengelolaan keuangan Generasi Z, khususnya terkait kepemilikan tabungan. Hasil observasi menunjukkan bahwa dari 33 orang Generasi Z yang diamati, hanya 35,3% (11 orang) yang memiliki tabungan. Hal ini terjadi karena sebagian besar dari mereka masih bergantung pada orang tua, belum memiliki pekerjaan tetap, serta masih berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa.



Gambar 1. 2 Gambaran Kepemilikan Tabungan Gen Z di Kota Parepare

Kondisi ini mengindikasikan bahwa kebiasaan menabung belum menjadi bagian yang kuat dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Rendahnya kepemilikan tabungan tersebut juga berkaitan dengan kecenderungan perilaku konsumsi yang

lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan, sehingga pendapatan yang dimiliki cenderung digunakan untuk memenuhi konsumsi jangka pendek. Pola perilaku ini berpotensi menghambat terbentuknya perencanaan keuangan jangka panjang, karena individu belum mampu menetapkan prioritas dalam penggunaan keuangan secara bijak. Akibatnya, kesempatan untuk menyisihkan pendapatan menjadi terbatas, sehingga kepemilikan tabungan masih rendah. Kondisi ini menunjukkan pentingnya penerapan pola hidup yang lebih bijak dalam mengelola keuangan, seperti konsep *frugal living*, agar penggunaan pendapatan dapat lebih terarah dan berorientasi pada kebutuhan jangka panjang.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah membahas gaya hidup Generasi Z, sebagian besar masih berfokus pada perilaku konsumsi dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji *frugal living* sebagai pendekatan dalam memahami gaya hidup Generasi Z, terutama dalam perspektif ekonomi syariah dan dalam konteks lokal Kota Parepare, masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana *frugal living* dipahami dan diterapkan oleh Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan dengan judul “Analisis *Frugal Living* terhadap Gaya Hidup Generasi Z di Kota Parepare dalam Perspektif Ekonomi Syariah.”

B. Rumusan Masalah

Penelitian tentang Analisis *Frugal Living* Terhadap Gaya Hidup Gen Z di Kota Parepare Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemahaman Generasi Z di Kota Parepare tentang *frugal living*?
2. Bagaimana gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare?
3. Bagaimana perspektif ekonomi syariah terhadap gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemahaman Generasi Z di Kota Parepare tentang *frugal living*.
2. Untuk mengetahui gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare.
3. Untuk menganalisis perspektif ekonomi syariah terhadap gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan acuan untuk digunakan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ekonomi syariah, terkait dengan kajian gaya hidup dan perilaku konsumsi Generasi Z. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan konsep *frugal living* dalam konteks kehidupan modern.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Generasi Z

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang bijak serta mendorong penerapan gaya hidup

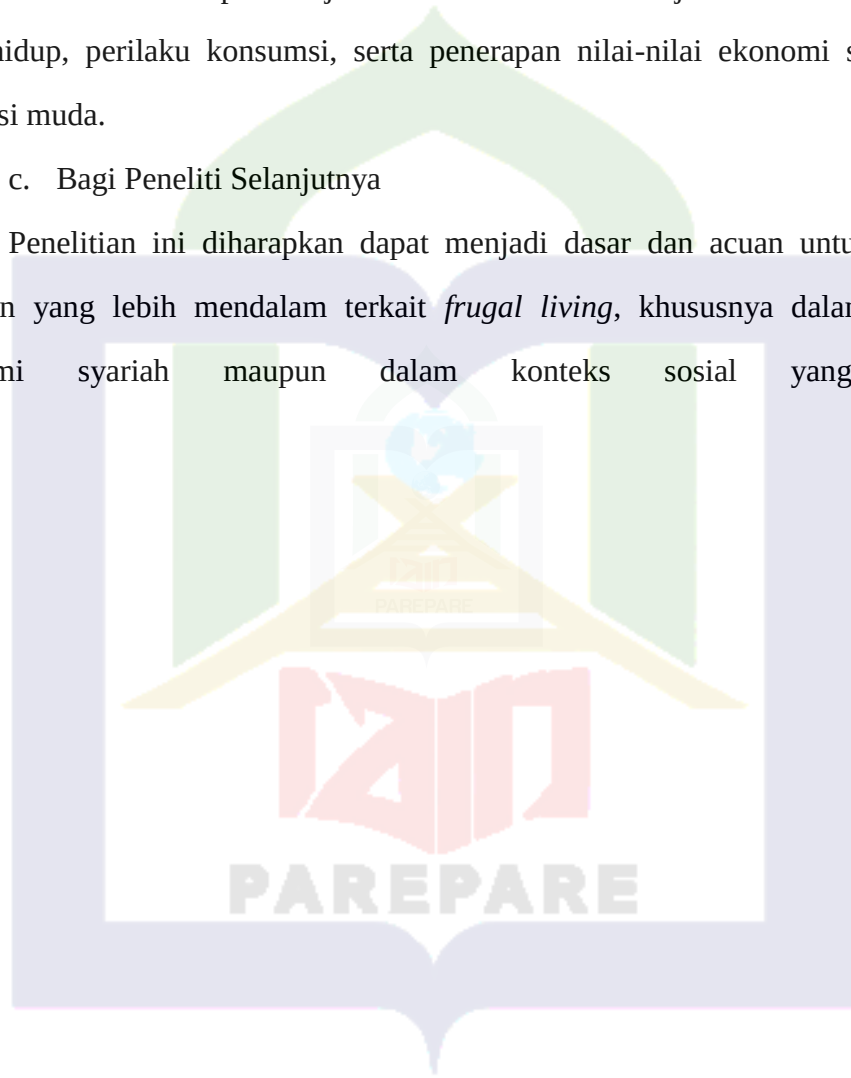
yang lebih terarah, khususnya melalui konsep *frugal living* dalam kehidupan sehari-hari.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan rujukan dalam kajian terkait gaya hidup, perilaku konsumsi, serta penerapan nilai-nilai ekonomi syariah pada generasi muda.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar dan acuan untuk penelitian lanjutan yang lebih mendalam terkait *frugal living*, khususnya dalam perspektif ekonomi syariah maupun dalam konteks sosial yang berbeda.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian relevan merupakan deskripsi singkat tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan di seputar masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian penelitian yang telah ada. Setelah menelaah beberapa penelitian, penulis menemukan sejumlah karya ilmiah yang relevan dan dijadikan sebagai rujukan dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hidayah, dkk, (2025) dengan judul “Fenomena *Frugal Living* di Kalangan Mahasiswa Perantau: Antara Kebutuhan dan Keinginan” menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *frugal living* dipahami sebagai bentuk pengelolaan keuangan yang bijak melalui pengurangan pengeluaran yang tidak diperlukan, kebiasaan menabung, serta pemenuhan kebutuhan secara lebih terencana. Penerapan gaya hidup ini berdampak pada kemandirian ekonomi mahasiswa, meskipun dalam kondisi tertentu dapat menimbulkan keterbatasan dalam pemenuhan kebutuhan non-prioritas.¹⁸

Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan *frugal living* sebagai pendekatan dalam pengelolaan gaya hidup dan keuangan. Adapun perbedaannya, penelitian terdahulu berfokus pada mahasiswa perantau, sedangkan penelitian ini

¹⁸ Nurul Hidayah and Arsy Prodyanasari, “Fenomena *Frugal Living* Di Kalangan Mahasiswa Perantau: Antara Kebutuhan Dan Pilihan,” *Journal Of Psychology* 1, no. 3 (2025).

menitikberatkan pada Generasi Z di Kota Parepare serta dikaji dalam perspektif ekonomi syariah.

2. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Meili Neza Tiara (2025) dengan judul “Fenomena Gaya Hidup *Frugal Living* pada Generasi Z” menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi, dengan informan sebanyak lima orang Generasi Z di Bandar Lampung yang dipilih secara purposif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *frugal living* tidak hanya dipahami sebagai perilaku hemat, tetapi juga sebagai bagian dari identitas diri yang dipengaruhi oleh nilai sosial dan lingkungan pergaulan. Dalam hal ini, *frugal living* mencerminkan cara individu mengambil keputusan dalam mengelola pengeluaran, menunjukkan kemandirian, serta membentuk citra diri sebagai pribadi yang bertanggung jawab. Selain itu, media sosial dan lingkungan sekitar turut berperan dalam membentuk pemahaman dan penerapan gaya hidup hemat sebagai bagian dari gaya hidup modern. Secara keseluruhan, *frugal living* pada Generasi Z merupakan hasil dari proses sosial yang berkembang melalui pengalaman dan interaksi di era digital.¹⁹

Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan *frugal living* sebagai bagian dari gaya hidup Generasi Z yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan perkembangan media digital. Adapun perbedaannya, penelitian terdahulu mengkaji *frugal living* dari perspektif interaksi simbolik, sedangkan penelitian ini berfokus pada analisis *frugal living* dalam perspektif ekonomi syariah serta dilakukan pada Generasi Z di Kota Parepare.

¹⁹ Meili Neza Tiara, “Fenomena Gaya Hidup *Frugal Living* Pada Generasi Z” (Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2025).

3. Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Siti Mutmainah dan Muhammad Ryan Romadhon (2025) dengan judul “*Frugal Living* Sebagai Solusi dalam Mengatasi Pinjaman Online Akibat Gaya Hidup Konsumtif” menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode kajian literatur. Penelitian ini membahas fenomena meningkatnya penggunaan pinjaman online akibat kemudahan akses teknologi digital yang sering dimanfaatkan untuk memenuhi gaya hidup konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *frugal living* dipahami sebagai gaya hidup hemat yang menekankan pada prioritas kebutuhan, pengelolaan keuangan secara bijak, serta penghindaran pengeluaran yang berlebihan. Penerapan *frugal living* dinilai mampu mengurangi perilaku konsumtif dan mendorong pengelolaan keuangan yang lebih terarah. Selain itu, konsep ini juga sejalan dengan prinsip ekonomi Islam yang melarang perilaku berlebih-lebihan (*israf*) dalam penggunaan harta.²⁰

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada pembahasan *frugal living* sebagai pendekatan dalam mengelola gaya hidup dan perilaku konsumsi, serta kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi syariah. Adapun perbedaannya, penelitian terdahulu berfokus pada fenomena pinjaman online dengan pendekatan kajian literatur, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada analisis gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare melalui penelitian lapangan (*field research*) serta dikaji secara langsung dalam perspektif ekonomi syariah. Dengan demikian, terdapat celah penelitian berupa belum adanya kajian yang secara spesifik membahas *frugal living* dalam kaitannya dengan gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare.

²⁰ Siti Mutmainah and Muhammad Ryan Romadhon, “*Frugal Living* Sebagai Solusi Dalam Mengatasi Pinjaman Online Akibat Gaya Hidup Konsumtif,” *Ekonosfera: Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknik Global* 1, no. 3 (2025).

4. Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Farhan Bagja Naufal, Neneng Nurhasanah, dan Intan Nurrachmi (2024) dengan judul “Analisis Maqashid Syariah terhadap Perilaku Konsumsi dari Pengguna Gaya Hidup *Frugal Living*” menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan yuridis normatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini membahas fenomena berkembangnya gaya hidup *frugal living* di masyarakat yang memunculkan berbagai pandangan, terutama ketika tidak disertai dengan pemahaman pengelolaan keuangan yang tepat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi pengguna *frugal living* terbagi menjadi dua kelompok, yaitu kelompok yang mengelola keuangan untuk memenuhi kebutuhan primer dan kelompok yang cenderung mengurangi kebutuhan primer demi memenuhi kebutuhan sekunder atau tersier. Dalam perspektif *maqashid syariah*, kelompok pertama dinilai telah sesuai karena memenuhi aspek menjaga agama (*hifdz al-din*), jiwa (*hifdz al-nafs*), akal (*hifdz al-‘aql*), dan harta (*hifdz al-mal*). Sementara itu, kelompok kedua dinilai belum sesuai karena berpotensi menimbulkan dampak negatif, seperti perilaku berlebihan terhadap keinginan dan kurangnya keseimbangan dalam konsumsi.²¹

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada pembahasan *frugal living* serta analisis perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi syariah. Adapun perbedaannya, penelitian terdahulu berfokus pada analisis *maqashid syariah* secara umum tanpa menitikberatkan pada kelompok generasi tertentu, sedangkan penelitian ini berfokus pada gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare serta

²¹ Muhammad Farhan Bagja Naufal, Neneng Nurhasanah, and Intan Nurrachmi, “Analisis Maqashid Syariah Terhadap Perilaku Konsumsi Dari Pengguna Gaya Hidup *Frugal Living*,” in *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, vol. 4, 2024.

dikaji berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Dengan demikian, terdapat celah penelitian berupa belum adanya kajian yang secara spesifik membahas *frugal living* pada Generasi Z dalam konteks lokal Kota Parepare dalam perspektif ekonomi syariah.

5. Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Febrilia Nona Sari (2024) dengan judul “Gaya Hidup *Frugal Living* Masyarakat Desa Karang Tengah Kabupaten Bengkulu Utara Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam” menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini dilakukan di Desa Karang Tengah, Kecamatan Putri Hijau, Kabupaten Bengkulu Utara, dengan informan sebanyak 10 orang yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup masyarakat dapat dikategorikan sebagai *frugal living*, yaitu pola hidup hemat yang cenderung ekstrem dengan mengalokasikan pengeluaran pada hal yang dianggap penting untuk masa depan, seperti menabung dan investasi. Namun, dalam praktiknya, pola konsumsi masyarakat lebih menekankan pada pemenuhan rasa kenyang dibandingkan nilai gizi makanan. Selain itu, sebagian masyarakat cenderung mengabaikan kewajiban sosial seperti infak dan sedekah, serta hanya menunaikan zakat fitrah meskipun telah memenuhi syarat zakat maal. Hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian dengan prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam yang menekankan pada konsep *halalan thayyiban*, keseimbangan, serta larangan bersikap kikir.²²

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada pembahasan *frugal living* dan perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi

²² Febrilia Nona Sari, “Gaya Hidup *Frugal Living* Masyarakat Desa Karang Tengah Kabupaten Bengkulu Utara Ditinjau Dari Etika Konsumsi Islam” (Uin Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2024).

syariah. Adapun perbedaannya, penelitian terdahulu berfokus pada masyarakat pedesaan, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji *frugal living* dalam konteks yang dipengaruhi oleh perkembangan media sosial dan lingkungan sosial.

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini terletak pada fokus kajian yang mengintegrasikan *frugal living* dengan gaya hidup Generasi Z dalam konteks lokal Kota Parepare serta dianalisis secara langsung menggunakan perspektif ekonomi syariah. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya bersifat konseptual atau menggunakan kajian literatur, penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian lapangan (*field research*) sehingga mampu menggambarkan kondisi nyata di masyarakat. Selain itu, penelitian ini tidak hanya melihat *frugal living* sebagai perilaku hemat, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup yang dipengaruhi oleh media sosial, lingkungan sosial, serta nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari Generasi Z.

B. Tinjauan Teori

1. Teori Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Dalam buku *Teori Perilaku Konsumen* karya Jefri Putri Nugraha dkk, beberapa definisi dari perilaku konsumen yang ditafsirkan oleh beberapa para ahli diantaranya ialah sebagai berikut.²³ Berdasarkan penafsiran Hasan (2013) perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan atau mengatur produk, jasa, idea atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan keinginan konsumen.

²³ Jefri Putri Nugraha et al., *Teori Perilaku Konsumen* (Penerbit Nem, 2021), hal 1-2.

Schiffman dan Kanuk (2000) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut: *"The term consumer behavior refers to the behavior that consumers display in searching for, purchasing, using, evaluating, and disposing of products and services that they expect will satisfy their needs"* (istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka).

Engel, Blackwell dan Miniard (1995), mengartikan perilaku konsumen sebagai *"We define consumer behavior as those activities directly involved in obtaining, consuming and disposing of products and services, including the decision processes that precede and follow these action"* (kami mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini).

Berdasarkan berbagai definisi dari para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan serangkaian aktivitas dan proses yang dilakukan oleh individu maupun kelompok yang berkaitan dengan bagaimana mereka mencari, memilih, membeli, menggunakan, mengevaluasi, hingga menghabiskan produk atau jasa, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Selain itu, perilaku konsumen tidak hanya mencakup tindakan yang terlihat, tetapi juga melibatkan proses pengambilan keputusan yang terjadi sebelum dan sesudah konsumsi, sehingga mencerminkan keseluruhan pengalaman konsumen dalam berinteraksi dengan produk atau jasa.

b. Jenis-Jenis Perilaku Konsumen

1) Perilaku Konsumen Rasional

Menurut KBBI, rasional berarti menurut pikiran dan pertimbangan yang logis. Dalam melakukan konsumsi konsumen dapat melakukannya secara rasional. Kegiatan konsumsi yang dilakukan tersebut dapat dikatakan rasional apabila:

- a) Produk yang dikonsumsi dapat memberikan rasa puas dan memiliki nilai guna yang optimal.
- b) Produk tersebut betul-betul dibutuhkan konsumen, bukan keinginan semata.
- c) Konsumen mempertimbangkan kualitas produk yang terjamin.
- d) Konsumen mempertimbangkan kemampuan ekonominya sebelum melakukan transaksi.²⁴

2) Perilaku Konsumen Irasional

Kamu tentu tahu bahwa irasional adalah lawan kata dari rasional. Menurut KBBI, irasional berarti tidak berdasarkan akal (penalaran) yang sehat. Ternyata, dalam melakukan kegiatan konsumsi, konsumen juga dapat bertindak irasional. Sebuah kegiatan konsumsi dapat dikatakan irasional apabila:

- a) Konsumen membeli produk karena tertarik pada promosi dan iklan, bukan berdasarkan kebutuhan.
- b) Konsumen hanya mau menggunakan merek terkenal.
- c) Konsumen membeli produk demi gengsi semata.²⁵

²⁴ Erwin et al., *Ekonomi Manajerial: Teori, Konsep, Strategi & Aplikasi Komprehensif Ekonomi Manajerial* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023). hal 79.

²⁵ Jefri Putri Nugraha et al., *Teori Perilaku Konsumen* (Penerbit Nem, 2021), hal 11.

Berdasarkan jenis perilaku konsumen tersebut, *frugal living* dapat dipahami sebagai bentuk perilaku konsumen rasional karena menekankan pada pemenuhan kebutuhan secara bijak, pengendalian pengeluaran, serta pertimbangan kemampuan ekonomi. Namun dalam praktiknya, gaya hidup Generasi Z tidak terlepas dari kecenderungan perilaku konsumsi irasional yang dipengaruhi oleh keinginan, tren, dan lingkungan. Oleh karena itu, teori perilaku konsumen digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian ini untuk menganalisis penerapan *frugal living* dalam gaya hidup Generasi Z.

2. Teori Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Menurut Kotler, gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola hidup seseorang yang tercermin dari cara mereka menjalani kehidupan sehari-hari, yang dapat dilihat melalui aktivitas yang dilakukan, minat yang dimiliki, serta pandangan atau opini terhadap berbagai hal.²⁶ Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang menggunakan waktu, uang, dan energinya, misalnya dalam kebiasaan berbelanja, memilih hiburan, mengikuti tren, atau menyikapi kebutuhan dan keinginan. Dengan demikian, gaya hidup tidak hanya berkaitan dengan penampilan luar, tetapi juga menggambarkan cara berpikir dan bersikap seseorang dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut John Mowen dan Minor dalam penelitian yang dilakukan Nurhamidah menyatakan gaya hidup didefinisikan secara sederhana sebagaimana seseorang hidup. Gaya hidup juga dipergunakan untuk menguraikan tiga tingkat agregasi orang berbeda: individu, sekelompok kecil orang yang berinteraksi, dan kelompok orang yang lebih besar. Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup,

²⁶ Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke-12* (Jakarta: Erlangga, 2006) hal 209.

bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka.²⁷

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan gaya hidup adalah cara seseorang menjalani kehidupannya sehari-hari, yang dapat dilihat dari kebiasaan yang dilakukan, minat yang dimiliki, serta cara menggunakan waktu dan uangnya. Gaya hidup juga menunjukkan bagaimana seseorang berpikir dan bersikap dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, sehingga tidak hanya tampak dari penampilan, tetapi juga dari perilaku sehari-hari.

1) Indikator Gaya Hidup

Menurut Sunarto dalam penelitian yang dilakukan oleh Silvy (2009) indikator gaya hidup diantaranya:²⁸

- a) *Aktivites* (kegiatan) adalah berbagai aktivitas yang dilakukan individu dalam kehidupan sehari-hari, termasuk penggunaan produk, pelaksanaan pekerjaan, serta kegiatan untuk mengisi waktu luang seperti berbelanja, menonton, berolahraga, rekreasi, dan aktivitas sosial lainnya.²⁹
- b) *Interest* (minat) dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk memberikan perhatian yang lebih terhadap suatu objek atau peristiwa secara terus-menerus. Minat tercermin melalui rasa suka,

²⁷Nurhamidah, Skripsi, “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Siswa UPT SMA Negeri 5 Parepare”, Lingkungan Sosial et al., “Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare,” 2024.

²⁸ Silvy L Mandey, “Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen,” *Jurnal* 6, no. 1 (2009). hal 93.

²⁹ Ellen Praditha, Karina Ismalia, and Vicky F Sanjaya, “Pengaruh Uang Saku Bulanan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kost (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kost Daerah Sukarama),” *Jurnal Ekonomi Regional Unimal* 5, no. 3 (2022): hal 49.

kegemaran, dan penentuan prioritas terhadap sesuatu yang dianggap bernilai dalam kehidupan.³⁰

- c) *Opinion* (opini) merupakan merujuk pada pemikiran, penilaian, atau pandangan yang diungkapkan individu terhadap suatu hal, yang dapat menjadi dasar untuk mengetahui karakter, preferensi, serta kebutuhan yang dimilikinya.³¹

3. *Frugal Living*

a. Pengertian Frugal Living

Frugal living secara bahasa berasal dari dua kata yakni *frugal* (hemat) dan *living* (hidup). Jadi konsep *frugal living* dapat dimaknai hidup hemat atau sederhana, tidak berlebih-lebihan ataupun tidak pelit dalam kehidupan sehari-hari.³² Menurut Lastovicka *frugal living* merupakan gaya hidup hemat yang menjadi salah satu sifat gaya hidup yang mencerminkan kedisiplinan dan kecerdasan dalam pengelolaan suatu barang.³³ Gaya hidup ini menjadi cara untuk mengendalikan diri dari perilaku konsumtif yang berlebihan, sehingga seseorang dapat lebih fokus dalam mencapai tujuan jangka panjang.

Frugal living sering dianggap sebagai hidup hemat atau irit, bahkan kadang disalahpahami sebagai sifat pelit. Padahal, jika dipahami lebih dalam, *frugal living*

³⁰ Devi Lestari et al., “Pengaruh Kecakapan Hidup (*Life Skill*) Dan Gaya Hidup (*Life Style*) Terhadap Pola Hidup Konsumtif Mahasiswa,” *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis* 16, no. 1 (2023): hal 9.

³¹ Panji Gumilang and M Rudi Irwansyah, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 16, no. 3 (2024): hal 585.

³² Umi Yuniatin Maulidah dan Abdullah Afif, “Konsep *Frugal Living* dalam Menciptakan Keluarga Sakinah Perspektif Maqashid Al-Syari’ah (Studi Kasus Alumni PPP. Walisongo Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang),” *JSSR: Jurnal Sains Student Research*, Vol. 2, No. 5, Oktober 2024, hal 221.

³³ John L Lastovicka et al., “Lifestyle of the Tight and Frugal: Theory and Measurement,” *Journal of Consumer Research* 26, no. 1 (1999): hal 85.

sebenarnya berbeda dari sikap pelit. *Frugal living* diartikan sebagai konsep dimana seseorang mengelola dan mengalokasikan dana yang dimiliki dengan penuh kesadaran (*mindful*). Setiap pengeluaran dipertimbangkan secara matang melalui analisis yang baik, sehingga tidak dilakukan secara terburu-buru. Konsep ini juga disertai dengan perencanaan dan strategi yang jelas untuk mencapai tujuan keuangan di masa depan.³⁴ Dengan menerapkan *frugal living*, seseorang berusaha menggunakan uangnya secara bijak, memprioritaskan kebutuhan yang benar-benar penting, serta menjaga kondisi keuangannya tetap stabil dan terarah.

Selain itu, *frugal living* juga dipahami sebagai gaya hidup yang mengutamakan penghematan dan kehati-hatian dalam mengeluarkan uang. Namun, karena setiap orang memiliki kebutuhan dan gaya hidup yang berbeda, sering kali mereka sulit membedakan antara apa yang benar-benar dibutuhkan dan apa yang hanya diinginkan. Kondisi ini dapat menimbulkan berbagai masalah yang rumit dalam kehidupan. Untuk menghindari hal tersebut, penting untuk menjauhi kebiasaan hidup boros. Sebagai gantinya, seseorang dapat mengatur keuangannya dengan menerapkan *frugal living*, yaitu konsep hidup hemat yang disesuaikan dengan kebutuhan serta pendapatan yang dimiliki.³⁵

Berdasarkan penjelasan oleh beberapa peneliti sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa *frugal living* adalah konsep hidup hemat dan sederhana yang menekankan pengelolaan keuangan secara sadar, disiplin, dan bijaksana untuk menghindarkan seseorang dari perilaku konsumtif yang berlebihan. Gaya hidup ini bukan berarti

³⁴ Perasanta Sibuea, "Frugal Living, Gaya Hidup Yang Patut Ditiru Oleh ASN," 2022, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15091/Frugal-Living-Gaya-Hidup-yang-Patut-Ditiru-Oleh-ASN.html>. Diakses pada 3 Desember 2025.

³⁵ N Susanti, I Nurmasari, and D R Harjayanti, "Penerapan Konsep *Frugal Living* Pada Keuangan Dan Bisnis Keluarga," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Kreasi Mahasiswa Manajemen* 3, no. 4 (2023): 363., hal 3.

pelit, tetapi lebih kepada kemampuan mengatur pengeluaran berdasarkan prioritas kebutuhan yang nyata, disertai pertimbangan dan perencanaan yang matang. Karena setiap individu memiliki kebutuhan dan gaya hidup yang berbeda, sering kali sulit membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga *frugal living* menjadi penting sebagai upaya menjaga stabilitas keuangan, menghindari kebiasaan boros, dan membantu individu lebih terarah dalam mencapai tujuan jangka panjang.

b. Ciri-Ciri *Frugal Living*

Anisa Maisyarah dan Nurwahidin menyatakan bahwa untuk mengetahui apakah seseorang termasuk ke dalam kelompok yang memiliki gaya hidup *frugal living* atau tidak, dapat dilihat dari beberapa ciri berikut:³⁶

- 1) Hemat uang dan tentukan tujuan keuangan. Apapun tujuan keuangan pribadi atau keluarga seseorang, dengan mengurangi pengeluaran rutin akan dapat membantu membebaskan uang untuk tujuan lain yang lebih bernilai.³⁷
- 2) Mengurangi hutang dalam membeli barang. Hal ini merupakan cara terbaik dalam menyeimbangkan kondisi keuangan. Tetapkan anggaran yang cukup hemat dan lakukan evaluasi dari kebiasaan pengeluaran. Hal ini bukanlah membatasi keuangan melainkan melakukan pengelolaan sebaik mungkin.³⁸

³⁶ Maisyarah and Nurwahidin, "Pandangan Islam Tentang Gaya Hidup *Frugal Living* (Analisis Terhadap Ayat Dan Hadits)."hal 91.

³⁷ Ratih Sari Hayati, "Relevansi *Frugal Living* Dalam Mencegah Perilaku *Isrāf* Dan *Syuhh* Perspektif Tafsir Tahlili Kemenag," *Mashahif: Journal of Qur'an and Hadits Studies* 4, no. 1 (2024). hal 5.

³⁸ Karya Syekh Nawawi Al Bantani, "*Frugal Living* Dalam Tafsir Marah Labid," hal 25.

- 3) Memilih barang bekas, seperti membeli mobil bekas atau baju bekas. Hampir semuanya lebih murah jika bukan barang baru, dan seseorang akan sering menemukan opsi bekas yang juga berfungsi dengan baik.³⁹
- 4) Menginvestasikan sebagian uang di salah satu rekening. Berinvestasi berarti mengambil risiko bahwa nilainya mungkin akan turun, tetapi pada akhirnya seseorang akan memperoleh hasilnya lebih banyak.⁴⁰
- 5) Membandingkan harga suatu barang dengan perusahaan lain dan melihat apakah dapat ditemukan kesekapatan yang lebih baik. Selain itu, bisa juga mulai membandingkan merek atau bahan makanan dan barang-barang rumah tangga.⁴¹

c. Indikator *Frugal Living*

Menurut Wijaya, terdapat tiga indikator utama dalam karakter hemat, yaitu sikap berhati-hati dalam membelanjakan uang, tidak bersikap boros, serta memiliki kecermatan dalam mengelola pengeluaran.⁴² Seseorang dapat dikatakan memiliki karakter hemat apabila mampu memenuhi ketiga indikator tersebut. Oleh karena itu, indikator ini dapat dijadikan pedoman dalam menerapkan perilaku hidup hemat dalam kehidupan sehari-hari.

³⁹ Maisyarah and Nurwahidin, "Pandangan Islam Tentang Gaya Hidup *Frugal Living* (Analisis Terhadap Ayat Dan Hadits).", hal 91.

⁴⁰ Asriyana Asriyana et al., "Gaya Hidup *Frugal Living* Dalam Penggunaan Kartu Kredit Menurut Pandangan Islam," *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 3 (2023): hal 1653.

⁴¹ Maisyarah and Nurwahidin, "Pandangan Islam Tentang Gaya Hidup *Frugal Living* (Analisis Terhadap Ayat Dan Hadits).", hal 91.

⁴² Andi Aslindah and Nur Indahsari, "Menanamkan Perilaku Hidup Hemat Pada Anak Sejak Dini," *Communio: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2022): hal 29–33.

1) Hati-hati dalam membelanjakan uang

Melakukan pembelian secara hati-hati merupakan aspek penting dalam pengelolaan keuangan. Seseorang dapat mempelajari cara mengatur keuangannya melalui kebiasaan sehari-hari yang mencerminkan gaya hidup hemat. Kebiasaan tersebut mendorong individu untuk lebih selektif dan bijaksana dalam mengalokasikan uang, terutama untuk kebutuhan yang benar-benar penting.

Selain itu, praktik hidup hemat dalam keseharian juga membantu seseorang memahami cara mengelola keuangan dengan lebih baik, sehingga mampu mempertimbangkan secara matang setiap keputusan pembelian. Dengan pengelolaan yang baik, individu dapat menyesuaikan kemampuan keuangannya dengan barang yang ingin dibeli, sehingga tidak akan melakukan pembelian apabila harganya melebihi kemampuan finansial yang dimiliki.⁴³

2) Tidak boros

Seseorang yang menjalani gaya hidup hemat atau *frugal living* biasanya bisa memahami batasan dirinya dan menahan diri untuk tidak membeli hal-hal yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Saat memiliki uang, sering kali orang langsung ingin membeli sesuatu yang diinginkan tanpa memikirkan apakah itu benar-benar perlu atau tidak. Karena itu, hidup hemat bisa membantu seseorang mengendalikan keinginannya agar tidak berlebihan dalam berbelanja.⁴⁴

⁴³ Aprilia Hariani, “*Frugal Living* Gaya Hidup Yang Cocok Untuk Anak Muda.”” (Dalam <https://www.pajak.com> Diakses Pada 31 Desember, 2025).

⁴⁴ Irma Pratyningsih, “Pembatasan Uang Jajan Sebagai Model Untuk Mengembangkan Karakter Hemat Dan Jujur Di MIM Kedungwuluh Lor” (Univeritas Muhammaiyyah Purwokerto, 2017); Risky Annisa, *Revitalisasi Pasar Tradisional Pekalongan Dan Dampaknya Pada Pendapatan Para Pedagang*, 2022, <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/5485/1/skripsiriskyannisa> - 1502040263 - ESy.pdf. Hal 14.

3) Cermat

Hal ini bisa dilakukan dengan cara membeli barang yang benar-benar diperlukan saja. Jika masih ada barang yang kondisinya masih baik, sebaiknya tidak perlu membeli yang baru. Selain itu, barang yang sudah dimiliki perlu dirawat dan digunakan dengan baik agar bisa dipakai dalam jangka waktu yang lebih lama.⁴⁵

4. Generasi Z

Generasi Z, atau yang dikenal sebagai *zoomers*, dapat didefinisikan sebagai dewasa muda yang lahir antara tahun 1997 hingga tahun 2012 yang dicap sebagai konsumen yang berpendidikan tinggi, melek teknologi, inovatif dan juga kreatif.⁴⁶ Generasi Z, juga dikenal sebagai *iGeneration*, *Net Generation*, atau *Internet Generation*, adalah orang-orang yang hidup di era digital. Psikolog Elizabeth T dan Santosa dalam penelitian yang dilakukan oleh Andi Kesuma Negara, dkk menyatakan dalam bukunya “*Child-rearing in the Digital Era*”: “Generasi jaringan” adalah anak-anak atau remaja yang lahir setelah tahun 1995, terutama setelah tahun 2000. Mereka disebut generasi jaringan karena sejak kecil sudah hidup dalam lingkungan yang penuh dengan internet, gadget, dan teknologi modern. Generasi ini tidak mengalami masa ketika ponsel belum ada atau ketika mainan masih sangat tradisional, karena sejak mereka lahir teknologi sudah berkembang pesat. Jadi,

⁴⁵ Aslindah and Indahsari, “Menanamkan Perilaku Hidup Hemat Pada Anak Sejak Dini.” Hal 32.

⁴⁶ Eka Agustha Prasetya Utama and Edi Komara, “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus Pada Gen Z Di Jabodetabek),” *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)* 7, no. 3 (2021): 90–101.hal 91.

mereka tumbuh dalam dunia yang semuanya serba digital, cepat, dan terhubung ke internet.⁴⁷

Gen Z merupakan kelompok demografis terbesar, yang mencakup sebagian besar populasi global. Saat ini Gen Z adalah kelompok generasi terbesar di Indonesia dengan 27,94% dari total penduduk atau sebesar 74,93 juta orang.⁴⁸ Kondisi serupa juga terlihat di tingkat daerah, khususnya di Kota Parepare. Berdasarkan data *Badan Pusat Statistik (BPS)* Kota Parepare tahun 2024, jumlah penduduk tercatat sebanyak 163.314 jiwa, dengan Generasi Z diperkirakan mencapai sekitar 45.606 jiwa atau 27,9% dari total populasi. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok dengan proporsi terbesar dibandingkan generasi lainnya di Kota Parepare.⁴⁹ Generasi Z adalah generasi yang tumbuh bersama dengan kemajuan internet dan teknologi modern. Mereka menggunakan media sosial untuk berinteraksi dan mengakses berita.⁵⁰

Sebagai generasi yang lahir setelah era reformasi 1998, Generasi Z memiliki ciri khas tersendiri yang membedakannya dari generasi sebelumnya. Mereka sangat lekat dengan penggunaan internet dan memanfaatkan media sosial dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari bersosialisasi, belajar, bekerja, hingga mencari hiburan. Tingginya intensitas konsumsi digital tak hanya memengaruhi cara berpikir dan gaya

⁴⁷Andi Kusuma Negara, Hendra Galuh Febrianto, and Amalia Indah Fitriana, “Mengelola Keuangan Dalam Pandangan Gen Z,” *Akuntabel: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 19, no. 2 (2022): 296–304, hal 299).

⁴⁸IDN Research Institute, “Indonesia Gen Z Report 2024: Understanding and Uncovering the Behavior, Challenges, and Opportunities,” 2024., <https://cdn.idntimes.com/contentdocuments/indonesia-gen-z-report-2024.pdf>, Diakses pada 3 Desember 2025.

⁴⁹Statistik and Parepare, “Kota Parepare Dalam Angka 2025.”

⁵⁰Latif et al., “Efek Interaksi Sosial Digital Terhadap Impulsivitas Belanja Online Pada Generasi Z.”, hal 608.

hidup mereka, tetapi juga berdampak pada kebiasaan dalam mengelola keuangan.⁵¹ Generasi Z umumnya memiliki beberapa karakteristik utama. Pertama, mereka sangat akrab dengan teknologi dan memanfaatkannya dalam berbagai aktivitas sehari-hari, termasuk melakukan pembelian secara online. Kedua, mereka memiliki sifat sosial yang kuat dan tetap terhubung melalui berbagai saluran digital, sehingga keputusan belanja sering dipengaruhi oleh rekomendasi teman, *influencer*, maupun ulasan di internet. Ketiga, karena tumbuh dalam lingkungan serba cepat, Generasi Z cenderung bersikap impulsif dan kerap mengambil keputusan secara spontan, termasuk saat melakukan aktivitas berbelanja.⁵²

5. Perspektif Ekonomi Syariah

a. Pengertian Ekonomi Syariah

Ekonomi Islam adalah ilmu yang mengatur tentang kesejahteraan manusia dan diperlukan tuntunan dan pegangan dalam menjalankan sistem perekonomian yang sesuai dengan syariat Islam, dengan mempelajari, memahami, meyakini, dan mengamalkan perekonomian sesuai dengan Alquran dan hadist.⁵³ Menurut Muhammad Abdul Mannan dalam buku Teori Mikro Ekonomi, ilmu ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat dalam perspektif nilai-nilai Islam.⁵⁴ Menurut Umer Chapra ilmu ekonomi Islam diartikan sebagai cabang pengetahuan yang membantu merealisasikan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya alam yang langka yang sesuai dengan *maqashid*, tanpa mengekang kebebasan individu untuk menciptakan keseimbangan

⁵¹ Tiara, "Fenomena Gaya Hidup *Frugal Living* Pada Generasi Z." hal 21.

⁵² Marhumi, "The Influence of E-Commerce on Impulsive Buying Behavior in Generation Z in Purwakarta City," *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 7, No. 6, 2024, 7237.

⁵³ A Rio Makkulau Wahyu, "Pengantar Ekonomi Islam," Bandung: PT Refika Aditama, 2020., hal. 4

⁵⁴ M H I Saprida, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Prenada Media, 2021). hal 3.

makroekonomi dan ekologi yang berkesinambungan, membentuk solidaritas keluarga, sosial, dan jaringan moral masyarakat.⁵⁵

b. Konsumsi dalam Islam

1) Pengertian Konsumsi dalam Islam

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsumsi diartikan sebagai pemakaian barang hasil produksi, seperti bahan makanan, pakaian, dan kebutuhan lainnya, yang secara langsung digunakan untuk memenuhi keperluan hidup. Para ahli ekonomi memiliki perbedaan pandangan dalam mendefinisikan konsumsi, namun secara umum konsumsi dapat dipahami sebagai kegiatan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam ekonomi Islam, pengertian konsumsi pada dasarnya sama, tetapi memiliki perbedaan dalam aspek-aspek yang melingkupinya. Perbedaan utama antara konsumsi dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional terletak pada tujuan yang ingin dicapai serta cara pelaksanaannya, di mana konsumsi dalam Islam harus berlandaskan pada kaidah dan pedoman syariah Islam.⁵⁶

Konsep perilaku konsumsi dalam Islam tidak membenarkan penggunaan barang atau jasa secara berlebihan, melainkan menuntut adanya batasan dalam berkonsumsi. Hal ini karena dalam ekonomi Islam, aktivitas konsumsi harus sejalan dengan tujuan utama ekonomi Islam itu sendiri, yaitu mewujudkan *maslahah* demi mencapai *falah*. Dengan demikian, perilaku konsumsi seorang muslim diarahkan untuk lebih mengutamakan *kemaslahatan* daripada sekadar memuaskan hawa nafsu. Tujuan konsumsi dalam Islam adalah untuk memaksimalkan *maslahah*, yakni

⁵⁵ Azharsyah Ibrahim, "Pengantar Ekonomi Islam," 2021, hal 3.

⁵⁶ Iva Ashari Ananda, Abdul Wahab, and Evin Juliasti, "Konsep Konsumsi Dalam Ekonomi Islam," *Sebi: Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. 1 (2025): hal 74.

meningkatkan kebaikan dan keberkahan dalam kehidupan. Oleh sebab itu, dalam Islam sangat ditekankan praktik zakat, infak, dan sedekah sebagai bagian dari tanggung jawab sosial dalam berkonsumsi.⁵⁷

2) Etika Konsumsi dalam Islam

Terdapat lima hal pokok yang menjadi konsentarsi ekonomi islam terkait etika mengkonsumsi suatu barang atau jasa berdasar dalam jurnal Baitul Hamdi tahun 2022:⁵⁸

a) Memperhatikan prioritas dari kebutuhan.

Pada dasarnya, kebutuhan manusia dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu kebutuhan pokok, kebutuhan yang didorong oleh keinginan atau kesenangan, serta kebutuhan yang berkaitan dengan kemewahan. Berdasarkan pembagian tersebut, Islam menekankan pentingnya skala prioritas dalam memenuhi kebutuhan. Prinsip ini dijelaskan dalam konsep *maqashid syariah*, yang membagi kebutuhan menjadi tiga tingkatan, yaitu *daruriyah* (kebutuhan utama), *hajiyyah* (kebutuhan pendukung), dan *tahsiniyah* (kebutuhan pelengkap).⁵⁹

b) Mengonsumsi produk yang halal

Dalam aktivitas konsumsi, Islam secara tegas melarang umatnya mengonsumsi sesuatu yang haram. Larangan ini bertujuan untuk menjaga *al-dharuriyat al-khamsah* (lima kebutuhan dasar manusia), karena apa yang dikonsumsi akan memengaruhi tubuh dan pada akhirnya membentuk karakter seseorang. Oleh

⁵⁷Noni Rozaini and Siti Nurmala Harahap, "Pengaruh Mata Kuliah Ekonomi Syariah Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif," *Jurnal Niagawan* 8, no. 3 (2019): 223–33. hal 226.

⁵⁸ Baitul Hamdi, "Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)," *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 23, no. 1 (2022): hal 9-12.

⁵⁹ A F Abdullah, Abd Wahab, and Rahmawati Rahmawati, "Prinsip-Prinsip Ekonomi Syari'ah," *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)* 4, no. 1 (2023): hal 91.

karena itu, seorang muslim diwajibkan untuk memastikan bahwa segala sesuatu yang dikonsumsi, baik barang maupun jasa, berasal dari sumber yang halal dan diperoleh dengan cara yang benar. Hal tersebut berarti harus terhindar dari praktik yang dilarang seperti riba, gharar, dan maisir, serta menjauhi segala bentuk perbuatan batil yang tidak sesuai dengan ajaran Islam.⁶⁰ Sebagaimana disebutkan dalam firman Allah Swt. dalam QS. Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Terjemahnya:

“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.”⁶¹

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah Swt. memerintahkan manusia untuk mengonsumsi sesuatu yang halal dan *thayyib* (baik). Halal berarti diperbolehkan menurut syariat Islam, baik dari segi zat maupun cara memperolehnya, sedangkan *thayyib* berarti baik, aman, bersih, bermanfaat, dan tidak membahayakan kesehatan. Selain itu, ayat ini juga melarang manusia mengikuti langkah-langkah setan, yaitu segala bentuk perilaku yang mendorong kepada perbuatan yang dilarang, termasuk mengonsumsi barang atau jasa yang haram maupun diperoleh dengan cara yang tidak benar. Oleh karena itu, seorang muslim dituntut untuk memperhatikan kehalalan dan kebaikan setiap produk yang dikonsumsi agar memperoleh keberkahan serta terhindar dari perbuatan yang bertentangan dengan syariat Islam.

⁶⁰ Hamdi, “Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah),” 2022. Hal 9-10.

⁶¹ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

c) Memperhatikan kualitas konsumsi

Dalam Islam, aktivitas konsumsi tidak hanya menekankan pada aspek kehalalan suatu produk, tetapi juga memperhatikan kualitasnya. Kualitas yang dimaksud merujuk pada konsep halal dan *tayyib* (baik). Kedua aspek ini menjadi dasar dalam menentukan kelayakan suatu konsumsi, karena sesuatu yang halal belum tentu baik untuk dikonsumsi. Oleh karena itu, Islam menganjurkan umatnya untuk mengonsumsi sesuatu yang tidak hanya halal, tetapi juga memberikan manfaat dan kebaikan bagi tubuh.⁶²

d) Mengutamakan masalah

Dalam ekonomi Islam, konsep yang digunakan bukanlah kepuasan semata, melainkan *masalah*, yaitu terpenuhinya kebutuhan baik secara fisik maupun spiritual. Oleh karena itu, tingkat kepuasan seorang konsumen muslim tidak diukur dari banyaknya barang yang dikonsumsi, tetapi dari sejauh mana aktivitas konsumsi tersebut memberikan nilai ibadah dan membawa kebaikan dalam kehidupannya.⁶³

Sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Qasas ayat 77:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Terjemahnya:

Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.⁶⁴

⁶² Siti Nurun Nadhifah and Ahmad Syakur, "Etika Konsumsi Dan Tantangan Hedonisme Perspektif Al-Qur'an Dan Hadis," *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 8, no. 1 (2025): hal 559.

⁶³ Rahmat Ilyas, "Etika Konsumsi Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam* 1, no. 1 (2016): hal 167-168.

⁶⁴ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah Swt. memerintahkan manusia untuk memanfaatkan harta dan nikmat yang diberikan-Nya sebagai sarana meraih kebahagiaan dunia dan akhirat. Seorang muslim diperbolehkan memenuhi kebutuhan hidup di dunia, tetapi tetap harus mengutamakan kemaslahatan, berbuat baik kepada sesama, serta menghindari segala bentuk kerusakan. Dalam konteks konsumsi, ayat ini mengajarkan bahwa setiap keputusan konsumsi hendaknya tidak hanya didasarkan pada keinginan atau kepuasan sesaat, tetapi juga mempertimbangkan manfaat yang diperoleh bagi diri sendiri, orang lain, dan lingkungan. Dengan demikian, prinsip masalah menjadi landasan agar aktivitas konsumsi dilakukan secara bertanggung jawab, memberikan manfaat yang berkelanjutan, serta sesuai dengan tujuan syariat Islam.

e) Sederhana dalam konsumsi

Kesederhanaan merupakan salah satu nilai penting dalam ajaran Islam. Sikap sederhana tidak berarti melarang umatnya untuk memiliki kekayaan, melainkan mengajarkan agar tidak berlebihan dalam segala hal, baik dalam ibadah maupun dalam aktivitas muamalah. Dalam hal perilaku atau gaya harus pula dalam batas wajar dalam arti tidak berlebih-lebihan (*israf*) atau boros (*tabzir*) meskipun seorang konsumen tergolong hidup kaya atau mampu.⁶⁵ Hal ini karena Islam menekankan keseimbangan dan melarang perilaku berlebihan yang dapat mengarah pada pemborosan dan sikap mubazir, yang tidak disukai oleh Allah. Dalam QS. Al-A'raf ayat 3, Allah SWT. berfirman:

⁶⁵ S Andi Bahri, "Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Dalam Hunafa: Jurnal Studia Islamika* 11 (2014) hal 353.

﴿يَبْنَى اَدَمَ خُذُوا زَيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾⁶⁶

Terjemahnya:

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.⁶⁶

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Islam membolehkan umatnya menikmati rezeki yang telah dianugerahkan Allah Swt., seperti memakai pakaian yang baik, makan, dan minum. Namun, Islam juga menegaskan agar aktivitas konsumsi dilakukan secara wajar dan tidak berlebihan (*israf*). Larangan tersebut bertujuan agar manusia mampu menggunakan harta secara bijaksana, menghindari pemborosan (*tabzir*), serta menjaga keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan dan tanggung jawab terhadap harta yang dimiliki. Dengan demikian, kesederhanaan dalam konsumsi merupakan wujud pengendalian diri yang mendorong seseorang untuk memenuhi kebutuhan sesuai kemampuan tanpa berlebih-lebihan, sehingga penggunaan harta menjadi lebih bermanfaat dan memperoleh keberkahan.

⁶⁶ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

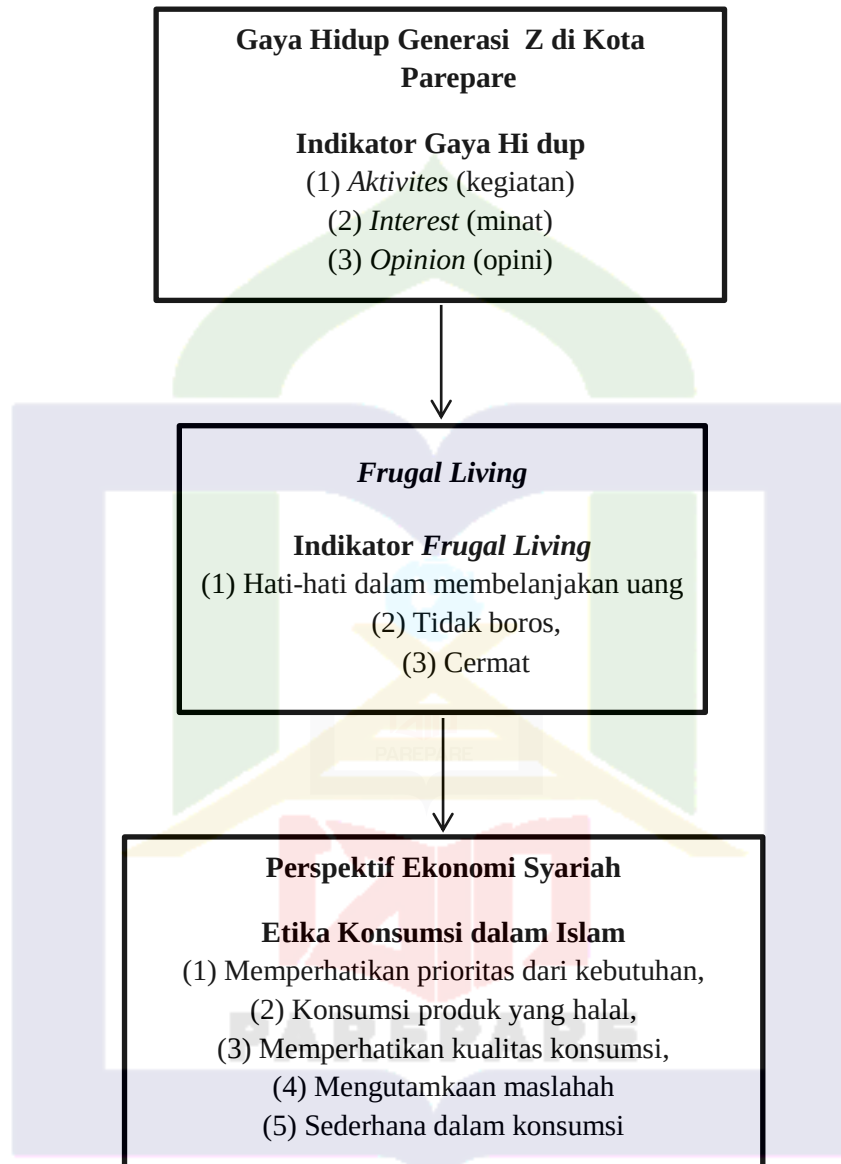
C. Kerangka Konseptual

Perkembangan teknologi digital dan media sosial memengaruhi gaya hidup Generasi Z, termasuk dalam pola konsumsi sehari-hari. Kemudahan akses informasi serta banyaknya tren yang berkembang mendorong munculnya gaya hidup yang tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga keinginan dan pengaruh lingkungan sosial.

Dalam kondisi tersebut, *frugal living* hadir sebagai alternatif gaya hidup yang menekankan kesederhanaan, pengendalian diri, serta pengelolaan keuangan secara bijak. Konsep ini dapat digunakan untuk melihat bagaimana Generasi Z mengatur pola konsumsi mereka di tengah pengaruh perkembangan digital.

Dalam perspektif ekonomi syariah, perilaku konsumsi harus dilakukan secara seimbang, tidak berlebihan (*israf*), dan menghindari pemborosan (*tabdzir*). Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis *frugal living* sebagai bagian dari gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare serta kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi syariah.

D. Kerangka Pikir



Gambar 2. 1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan jenis penelitian lapangan (*field research*), dimana peneliti harus terjun langsung ke lapangan, terlibat dengan masyarakat setempat dan memperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang situasi yang ada di lapangan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih 2 (dua) bulan, yaitu mulai tanggal 11 Maret 2026 hingga 13 Mei 2026. Selama periode tersebut, peneliti melakukan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta analisis data dan penyusunan hasil penelitian.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian perlu ditetapkan sejak awal untuk memberikan batasan yang jelas terhadap aspek-aspek yang dikaji sehingga arah penelitian menjadi terarah dan relevan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, pembatasan masalah dilakukan berdasarkan tingkat kepentingan dan keterkaitannya dengan permasalahan yang diteliti.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini difokuskan pada analisis *frugal living* terhadap gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare dalam perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini membahas bagaimana konsep dan praktik *frugal living* dipahami serta

dijalankan oleh Generasi Z, yaitu generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga tahun 2012, serta bagaimana gaya hidup tersebut ditinjau berdasarkan perspektif ekonomi syariah, tanpa membahas faktor-faktor lain di luar ruang lingkup penelitian.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data yang diambil oleh peneliti secara langsung dari objek penelitiannya, tanpa diperantarai oleh pihak ketiga, keempat, dan seterusnya. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari informan yang secara langsung diperoleh melalui kegiatan wawancara, catatan lapangan, rekaman suara, dokumen pribadi, serta hasil pengamatan di lapangan atau objek penelitian.⁶⁷

Dalam mengumpulkan data, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan utama dalam penelitian ini yaitu Generasi Z di Kota Parepare yang berusia 18–28 tahun. Pemilihan informan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Generasi Z pada rentang usia tersebut telah mampu mengambil keputusan konsumsi secara mandiri serta aktif menggunakan teknologi digital, sehingga relevan dengan kajian *frugal living* dan gaya hidup dalam perspektif ekonomi syariah. Selain itu, penelitian ini juga melibatkan informan pendukung, yaitu pegawai Badan Pusat Statistik Kota Parepare, yang berperan memberikan informasi tambahan guna memperjelas dan memperkuat hasil wawancara dengan informan utama.

⁶⁷Victorianus Aries Siswanto, *Strategis Dan Langkah-Langkah Penelitian* (Graha Ilmu, 2012)., hal 58.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh setelah mendapatkan sumber data primer. Sumber data primer dapat berperan membantu mengungkapkan data yang diharapkan. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku-buku, majalah, artikel, jurnal, internet yang memiliki dan lain sebagainya yang berkaitan dengan analisis *frugal living* terhadap gaya hidup generasi Z berdasarkan perspektif ekonomi syariah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Suatu penelitian perlu menggunakan metode pengumpulan data yang tepat. Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh objektif. Melihat permasalahan yang akan diteliti, maka dalam hal ini penelitian ini menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan datanya, yaitu sebagai berikut:

1. Observasi atau Pengamatan

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan sengaja melalui proses pengamatan dan pendekatan terhadap gejala-gejala yang tampak pada objek penelitian.⁶⁸ Dalam penelitian ini, teknik observasi yang digunakan adalah observasi pasif, yaitu peneliti mengamati secara langsung gaya hidup dan perilaku konsumsi Generasi Z di Kota Parepare yang berkaitan dengan penerapan *frugal living*, tanpa terlibat dalam aktivitas subjek penelitian. Hasil pengamatan tersebut dicatat sebagai data pendukung untuk memperoleh gambaran nyata mengenai bagaimana *frugal living* dijalankan serta kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi syariah.

⁶⁸H B Sutopo, "Penelitian Kualitatif: Dasar Teori Dan Terapannya Dalam Penelitian," Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2006., hal 75.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan informasi-informasi yang diberikan.⁶⁹ Wawancara dilakukan yaitu dengan mendatangi responden atau informan yang kemudian melalui *face to face* peneliti akan bertanya untuk memperoleh informasi kepada informan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu. Dalam pelaksanaan wawancara, peneliti mempersiapkan pedoman wawancara, alat tulis, serta alat perekam, kemudian melakukan wawancara langsung kepada informan yang terpilih menggunakan teknik *purposive sampling*.

3. Dokumentasi

Dokumentasi sering digunakan dalam pengumpulan data. Metode dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian. Menurut Sugiyono, dokumentasi biasa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.⁷⁰

F. Teknik Pengelolaan Data

Setelah data-data yang diperlukan sudah tergali dan terkumpul, maka langkah selanjutnya mengolah data tersebut menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

⁶⁹M A Djam'an Satori and Aan Komariah, "Metodologi Penelitian Kualitatif," 2009., hal 130.

⁷⁰ Dr Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D," 2013.hal 172.

1. Pemeriksaan data (*Editing*)

Pemeriksaan data adalah meneliti data-data yang telah diperoleh, terutama dari kelengkapan jawaban, keterbacaan tulisan, kejelasan makna, kesesuaian dan relevansinya dengan data yang lain.⁷¹

2. Klasifikasi (*Classifying*)

Klasifikasi adalah proses pengelompokan semua data baik yang berasal dari hasil wawancara dengan subyek penelitian, pengamatan dan pencatatan langsung di lapangan atau observasi. Seluruh data yang didapat tersebut dibaca dan ditelaah secara mendalam, kemudian digolongkan sesuai kebutuhan. Hal ini dilakukan agar data yang telah diperoleh menjadi mudah dibaca dan dipahami, serta memberikan informasi yang objektif yang diperlukan oleh peneliti. Kemudian data-data tersebut dipilah dalam bagian-bagian yang memiliki persamaan berdasarkan data yang diperoleh pada saat wawancara dan observasi serta data yang diperoleh dari dokumen.⁷²

3. Verifikasi (*Verifying*)

Verifikasi adalah proses memeriksa data dan informasi yang telah didapat dari lapangan agar validitas data dapat diakui dan digunakan dalam penelitian.

4. Kesimpulan (*Concluding*)

Selanjutnya adalah kesimpulan sebagai langkah terakhir dalam proses pengolahan data. Tahap ini menghasilkan kesimpulan penelitian yang disusun berdasarkan hasil analisis data sehingga mampu menjawab rumusan masalah penelitian.

⁷¹ Cholid Narbuko and Abu Achmadi, "Metode Penelitian," Penerbit Bumi Aksara, Jakarta 174 (2005). hal 85.

⁷² Burhan Bungin and L J A Moleong, "Jenis Dan Pendekatan Penelitian," *Proses Kerja Kbl Dalam Menjalankan Program Corporate Social Responsibility Di PT. Pelindo 1* (2007). hal 104-105.

G. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dalam penelitian sesuai dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan sehingga dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Dalam penelitian kualitatif, salah satu cara untuk menguji keabsahan data adalah melalui uji *credibility* atau tingkat kepercayaan terhadap data penelitian.⁷³

Uji *credibility* dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber atau teknik pengumpulan data.⁷⁴

Dalam penelitian ini, triangulasi yang digunakan yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa informan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, pengamatan lapangan, dan dokumentasi. Analisis data pada penelitian kualitatif pada dasarnya dilakukan sejak memasuki lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Analisis data adalah pegangan bagi peneliti, dalam kenyataannya analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari selesai pengumpulan data.

⁷³ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.", hal 270.

⁷⁴ J Moleong Lexy, "Metode Penelitian Kualitatif," *Bandung: Rosda Karya*, 2002, 50336–71.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data interaktif (*interactive model analysis*). Menurut Miles dan Huberman, terdapat tiga komponen utama dalam model analisis interaktif, antara lain:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan komponen pertama dalam analisis data kualitatif yang terdapat proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan pengabstraksian dari semua jenis informasi yang tertulis lengkap dalam catatan yang diperoleh di lapangan. Proses reduksi bertujuan untuk mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga narasi sajian data dan simpulan-simpulan dari unit-unit permasalahan yang telah dikaji dalam penelitian dapat dilakukan. Dalam penelitian ini dilakukan pemilahan dari hasil wawancara dan studi dokumentasi. Informasi yang telah diperoleh dipilah sesuai dengan topik penelitian dan informasi yang tidak sesuai dengan topik penelitian akan dibuang. Dengan dilakukannya reduksi data ini diharapkan mampu menghasilkan gambaran penelitian yang lebih akurat dan lebih terarah, sehingga dengan ini akan jauh lebih mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data ke tahap selanjutnya yakni penyajian data.

2. Penyajian Data (*Display Data*)

Penyajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi lengkap yang untuk selanjutnya memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Sajian data ini disusun berdasarkan pokok-pokok yang terdapat dalam reduksi data, dan disajikan dengan menggunakan kalimat dan bahasa peneliti yang merupakan rakitan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga bila dibaca akan mudah dipahami. Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan

berdasarkan hasil dari reduksi data sebelumnya kemudian data tersebut disajikan dalam bentuk penjelasan maupun dalam bentuk gambar, tabel,dll.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Setelah data disajikan maka proses selanjutnya yaitu penarikan kesimpulan. Dari awal pengumpulan data, peneliti sudah harus memahami apa arti dari berbagai hal yang ia temui dengan melakukan pencatatan peraturan- peraturan, pola-pola, pernyataan-pernyataan, konfigurasi yang mungkin, arahan sebab-akibat, dan berbagai proposisi. Mulai dari pengumpulan data, peneliti mencatat dan melakukan observasi yang ada di lapangan sehingga ditemukannya beberapa masalah. Berdasarkan hasil pengumpulan dan analisis data, peneliti menarik kesimpulan yang selanjutnya diverifikasi agar sesuai dengan data yang diperoleh di lapangan. Perlu dilakukan verifikasi yang merupakan aktivitas pengulangan untuk tujuan pemantapan, penelusuran data kembali dengan cepat, mungkin sebagai akibat pikiran kedua yang timbul melintas pada peneliti pada waktu menulis sajian data dengan melihat kembali sebentar pada catatan lapangan.

Demikian pula dengan penelitian ini, dari informasi yang disajikan penulis dapat menarik kesimpulan.⁷⁵

⁷⁵Saifuddin Azwar, “Metode Penelitian, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012,” *Reliabilitas Dan Validitas Edisi 4* (2014): 147–66., hal 40.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Pemahaman Generasi Z di Kota Parepare Tentang *Frugal Living*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, diperoleh gambaran mengenai pemahaman Generasi Z terhadap konsep *frugal living*. Pemahaman tersebut dianalisis berdasarkan tiga indikator *frugal living*, yaitu hati-hati dalam membelanjakan uang, tidak boros, dan cermat dalam mengelola keuangan.

a. Hati-hati dalam Membelanjakan Uang

Salah satu bentuk pemahaman terhadap konsep *frugal living* dapat dilihat dari bagaimana seseorang bersikap ketika menggunakan uang yang dimilikinya. Sikap berhati-hati dalam membelanjakan uang menunjukkan bahwa seseorang tidak serta-merta melakukan pembelian, melainkan terlebih dahulu mempertimbangkan berbagai aspek sebelum mengambil keputusan. Pertimbangan tersebut dapat berupa kondisi keuangan, manfaat barang, kualitas, maupun tingkat kebutuhan.

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan menunjukkan bahwa mereka tidak terbiasa membeli barang secara spontan. Sebelum melakukan pembelian, mereka cenderung mempertimbangkan terlebih dahulu apakah barang tersebut memang dibutuhkan, apakah sesuai dengan kemampuan finansial, serta apakah manfaat yang diperoleh sebanding dengan uang yang akan dikeluarkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian dilakukan melalui pertimbangan yang matang, bukan hanya didasarkan pada keinginan sesaat.

Sebagaimana disampaikan oleh Muhammad Ashari berikut.

"Saya mempertimbangkan kemampuan finansial dan kualitas barang tersebut. Selain itu saya juga melihat apakah barang itu benar-benar dibutuhkan atau hanya sekadar keinginan."⁷⁶

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Muhammad Ashari tidak menjadikan keinginan sebagai dasar utama dalam melakukan pembelian. Sebelum mengeluarkan uang, ia terlebih dahulu melihat kondisi keuangan yang dimilikinya, kemudian menilai apakah barang tersebut benar-benar diperlukan atau hanya sekadar memenuhi keinginan. Selain itu, kualitas barang juga menjadi salah satu pertimbangan agar uang yang dikeluarkan memberikan manfaat dalam jangka waktu yang lebih lama. Cara berpikir seperti ini menggambarkan adanya sikap hati-hati dalam membelanjakan uang karena setiap pengeluaran didasarkan pada pertimbangan yang rasional.

Pandangan yang hampir sama juga disampaikan oleh Randy. Menurutnya, keputusan membeli suatu barang tidak cukup hanya karena menyukai barang tersebut, tetapi harus didasarkan pada manfaat dan tingkat kebutuhannya.

"Saya mempertimbangkan manfaat barang, harganya apakah sesuai *budget* saya, apakah kualitasnya sebanding dengan harganya, dan apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan atau tidak."⁷⁷

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa Randy berusaha menilai suatu barang dari berbagai sisi sebelum memutuskan untuk membeli. Tidak hanya mempertimbangkan harga, ia juga melihat manfaat yang akan diperoleh serta kualitas barang tersebut. Dengan demikian, uang yang dimiliki tidak digunakan untuk membeli barang yang hanya memberikan kepuasan sesaat, tetapi diarahkan pada pembelian yang benar-benar memberikan nilai guna. Sikap tersebut menunjukkan

⁷⁶ Muhammad Ashari, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 8 Mei 2026.

⁷⁷ Randy, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 2 Mei 2026.

adanya kehati-hatian dalam mengelola pengeluaran sehingga risiko pemborosan dapat diminimalkan.

Hal yang sama juga terlihat pada jawaban Afrilia. Ia mengungkapkan bahwa setiap kali ingin membeli sesuatu, ia selalu berusaha mempertimbangkan terlebih dahulu apakah barang tersebut memang layak untuk dibeli.

"Biasanya saat ingin membeli sesuatu, saya tidak akan langsung tergiur. Saya terlebih dahulu melihat harganya, memikirkan manfaatnya, serta apakah barang tersebut benar-benar penting atau tidak bagi saya."⁷⁸

Pernyataan Afrilia memperlihatkan bahwa proses pengambilan keputusan dilakukan secara bertahap. Ia tidak hanya melihat harga suatu barang, tetapi juga memikirkan manfaat yang akan diperoleh serta tingkat kepentingannya. Kebiasaan tersebut menunjukkan adanya kesadaran bahwa tidak semua barang yang diinginkan harus segera dimiliki. Sebaliknya, pembelian dilakukan setelah mempertimbangkan apakah barang tersebut benar-benar diperlukan dalam kehidupan sehari-hari.

Namun demikian, tidak semua informan menunjukkan pola yang sama. Suci Ramadhani memiliki kecenderungan yang berbeda dalam mengambil keputusan ketika membelanjakan uang.

"Biasanya saya melihat apakah barangnya menarik dan apakah saya punya uang untuk membelinya saat itu."⁷⁹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian masih lebih banyak dipengaruhi oleh ketertarikan terhadap suatu barang dibandingkan pertimbangan mengenai tingkat kebutuhan. Selama uang yang dimiliki masih mencukupi, keinginan untuk membeli cenderung lebih diutamakan. Meskipun

⁷⁸ Afrilia, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 9 Mei 2026.

⁷⁹ Suci Ramadhani, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 6 Mei 2026.

demikian, Suci juga mengakui bahwa dirinya masih belum mampu menerapkan kebiasaan tersebut secara konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa sikap hati-hati dalam membelanjakan uang belum sepenuhnya menjadi kebiasaan dalam mengelola keuangan sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara, dapat dipahami bahwa sebagian besar informan telah menunjukkan sikap berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka cenderung mempertimbangkan kondisi keuangan, manfaat, kualitas, dan tingkat kebutuhan sebelum melakukan pembelian. Meskipun demikian, masih terdapat sebagian kecil informan yang keputusan pembeliannya lebih dipengaruhi oleh ketertarikan terhadap suatu barang dibandingkan pertimbangan kebutuhan. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas Gen Z di Kota Parepare telah memiliki pemahaman praktis mengenai pentingnya berhati-hati dalam menggunakan uang, meskipun tingkat penerapannya belum sepenuhnya sama pada setiap individu.

b. Tidak Boros

Salah satu yang menunjukkan pemahaman terhadap *frugal living* adalah kemampuan seseorang untuk menghindari perilaku boros dalam menggunakan uang. Sikap ini tercermin dari kebiasaan menahan diri ketika muncul keinginan untuk membeli sesuatu, tidak mudah tergoda oleh tren, serta mampu menunda bahkan membatalkan pembelian apabila barang tersebut belum menjadi kebutuhan yang mendesak. Dengan demikian, seseorang tidak hanya berfokus pada keinginan sesaat, tetapi juga mempertimbangkan dampak pengeluarannya terhadap kondisi keuangan di masa yang akan datang.

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan menunjukkan bahwa mereka telah berupaya menghindari perilaku boros dengan cara mengendalikan

keinginan untuk berbelanja. Mereka menyadari bahwa tidak semua barang yang diinginkan harus segera dimiliki. Oleh karena itu, ketika muncul keinginan untuk membeli sesuatu, mereka lebih memilih berpikir terlebih dahulu, menunda pembelian, atau bahkan membatalkannya apabila barang tersebut belum benar-benar diperlukan.

Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh Rahkmadi.

"Pernah. Misalnya sudah checkout barang di Shopee, tapi setelah dipikir lagi ternyata mahal dan belum tentu terlalu dibutuhkan, jadi akhirnya dibatalkan supaya tidak boros."⁸⁰

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Rahkmadi memiliki kemampuan untuk mengendalikan keinginan dalam berbelanja. Meskipun pada awalnya ia tertarik untuk membeli suatu barang, ia tidak langsung menyelesaikan transaksi. Sebaliknya, ia kembali mempertimbangkan harga dan tingkat kebutuhannya sebelum mengambil keputusan. Setelah menyadari bahwa barang tersebut belum terlalu diperlukan, ia memilih membatalkan pembelian. Sikap ini menunjukkan adanya kesadaran untuk menghindari pengeluaran yang tidak perlu sehingga uang yang dimiliki dapat digunakan untuk kebutuhan yang lebih penting.

Temuan serupa juga terlihat pada Sitti Aisyah. Ia mengungkapkan bahwa dirinya sering menunda pembelian apabila barang yang diinginkan belum menjadi prioritas.

"Sering, apalagi kalau merasa barang itu belum terlalu penting atau uangnya masih dibutuhkan untuk hal lain."⁸¹

⁸⁰ Rahkmadi, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 2 Mei 2026.

⁸¹ Sitti Aisyah, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 29 April 2026.

Dari pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa Sitti Aisyah mampu menentukan skala prioritas dalam menggunakan uang. Keputusan untuk menunda pembelian dilakukan karena ia menyadari bahwa masih terdapat kebutuhan lain yang lebih penting untuk dipenuhi. Dengan demikian, pengeluaran yang dilakukan menjadi lebih terarah dan tidak didasarkan pada keinginan sesaat. Kebiasaan tersebut mencerminkan upaya untuk menghindari perilaku konsumtif yang dapat menyebabkan pemborosan.

Hal yang hampir sama juga disampaikan oleh Fitri. Ia menjelaskan bahwa keinginan membeli sesuatu tidak selalu diikuti dengan keputusan untuk langsung melakukan pembelian.

"Biasanya saya pikirkan dulu apakah barang tersebut penting atau tidak. Kalau belum terlalu dibutuhkan, biasanya tidak jadi dibeli."⁸²

Pernyataan Fitri menunjukkan bahwa setiap keputusan pembelian didahului dengan proses pertimbangan. Ia tidak langsung membeli barang yang diinginkan, tetapi terlebih dahulu menilai apakah barang tersebut benar-benar memiliki tingkat kepentingan yang tinggi. Apabila belum menjadi kebutuhan, ia memilih untuk tidak membeli. Sikap tersebut menunjukkan adanya kemampuan dalam mengendalikan pengeluaran sehingga terhindar dari perilaku boros.

Namun demikian, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa tidak semua informan telah mampu menerapkan sikap tersebut secara konsisten. Hal ini terlihat dari jawaban Indri Afni yang mengungkapkan bahwa dirinya masih sering mengutamakan keinginan ketika memiliki uang.

"Saya akan membeli barang tersebut jika memiliki uang."

⁸² Fitri, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 9 Mei 2026..

Selain itu, Indri juga menyampaikan bahwa:

"Biasanya saya lebih mendahulukan keinginan, tetapi ketika situasinya mendesak baru saya memilih kebutuhan."⁸³

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian masih lebih banyak dipengaruhi oleh keinginan dibandingkan pertimbangan kebutuhan. Selama kondisi keuangan masih memungkinkan, ia cenderung langsung membeli barang yang diinginkan. Meskipun demikian, Indri juga mengakui bahwa dirinya terkadang berusaha menunda pembelian apabila kondisi keuangan tidak memungkinkan atau terdapat kebutuhan lain yang lebih penting. Hal ini menunjukkan bahwa upaya untuk menghindari perilaku boros sudah mulai ada, namun belum diterapkan secara konsisten dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara, dapat dipahami bahwa sebagian besar informan telah menunjukkan perilaku yang tidak boros dalam menggunakan uang. Hal tersebut terlihat dari kebiasaan menunda pembelian, membatalkan transaksi ketika barang belum menjadi kebutuhan, serta lebih mengutamakan pengeluaran yang dianggap penting. Meskipun demikian, masih terdapat sebagian kecil informan yang mengaku lebih mudah mengikuti keinginan ketika memiliki uang sehingga perilaku tidak boros belum sepenuhnya diterapkan secara konsisten. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas Gen Z di Kota Parepare telah memiliki pemahaman mengenai pentingnya menghindari pemborosan, meskipun tingkat penerapannya masih berbeda pada setiap individu.

⁸³ Indri Afni, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 7 Mei 2026.

c. Cermat

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa sebagian Generasi Z di Kota Parepare telah memahami *frugal living* sebagai gaya hidup yang mengajarkan pentingnya bersikap cermat dalam mengelola keuangan. Sikap cermat tersebut ditunjukkan melalui kebiasaan menyusun anggaran, membagi pengeluaran sesuai prioritas, memisahkan uang tabungan dengan uang kebutuhan sehari-hari, serta melakukan evaluasi terhadap kondisi keuangan.

Arjun merupakan salah satu informan yang menunjukkan pemahaman mengenai pentingnya mengelola keuangan secara terencana. Ia menjelaskan bahwa setiap kali memperoleh uang, dirinya langsung membaginya ke dalam beberapa pos pengeluaran agar penggunaannya lebih terarah.

"Saya biasanya *membudget* pengeluaran dari awal. Sebagian untuk tabungan, keluarga, dan kebutuhan lainnya supaya uangnya jelas habis untuk apa dan uangnya dipakai untuk apa."⁸⁴

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Arjun telah memiliki kebiasaan mengatur keuangan dengan membuat perencanaan sejak awal. Pembagian uang berdasarkan kebutuhan dan prioritas dilakukan agar pengeluaran lebih terkendali serta tidak habis untuk hal-hal yang kurang penting. Cara tersebut mencerminkan sikap cermat dalam mengelola keuangan sebagai salah satu bentuk penerapan *frugal living*.

Pemahaman yang serupa juga disampaikan oleh Muh. Syamjaya. Ia mengaku selalu memisahkan uang yang akan digunakan untuk kebutuhan sehari-hari dengan uang yang disimpan sebagai tabungan.

⁸⁴ Arjun, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 29 April 2026.

"Biasanya saya pisahkan uang tabungan dengan uang kebutuhan sehari-hari supaya uangnya tidak habis percuma."⁸⁵

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Muh. Syamjaya telah memahami pentingnya mengelola keuangan secara teratur. Dengan memisahkan tabungan dan uang untuk kebutuhan harian, ia berupaya menjaga agar sebagian pendapatannya tetap tersimpan dan tidak digunakan untuk pengeluaran yang tidak direncanakan.

Selain itu, Muhammad Ashari juga menjelaskan bahwa dirinya pernah menggunakan aplikasi pencatatan keuangan untuk memantau pemasukan dan pengeluaran setiap bulan.

"Saya pernah menggunakan aplikasi pencatatan keuangan untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran agar bisa dievaluasi setiap akhir bulan."⁸⁶

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Muhammad Ashari tidak hanya berusaha mengatur pengeluaran, tetapi juga melakukan evaluasi terhadap kondisi keuangannya. Kebiasaan mencatat pemasukan dan pengeluaran membantu dirinya mengetahui penggunaan uang secara lebih rinci sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan keuangan pada periode berikutnya.

Hal yang hampir sama juga diungkapkan oleh Nurul Latifah. Ia menjelaskan bahwa dirinya membagi uang berdasarkan kebutuhan yang harus dipenuhi terlebih dahulu sehingga seluruh pengeluaran dapat dikelola dengan lebih baik.

"Saya biasanya membagi uang sesuai kebutuhan rumah tangga terlebih dahulu, baru kalau ada sisa bisa ditabung atau digunakan untuk keperluan lain."⁸⁷

⁸⁵ Muh Syamjaya, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 9 Mei 2026.

⁸⁶ Muhammad Ashari, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 8 Mei 2026.

⁸⁷ Nurul Latifah, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 8 Mei 2026.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Nurul Latifah telah menerapkan pengelolaan keuangan berdasarkan skala prioritas. Ia lebih mengutamakan kebutuhan yang dianggap penting sebelum menggunakan uang untuk kepentingan lainnya, sehingga pengeluaran menjadi lebih terencana dan tidak dilakukan secara sembarangan.

Temuan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan pegawai dari BPS Kota Parepare yang menjelaskan bahwa *frugal living* tidak hanya berkaitan dengan kebiasaan berhemat, tetapi juga kemampuan mengelola keuangan untuk kepentingan jangka panjang.

"...yang paling penting bukan hanya berhemat, tetapi bagaimana cara pengelolaannya. Selain menentukan kebutuhan dan keinginan, Generasi Z juga perlu belajar investasi dan mempersiapkan keuangan sejak sekarang."⁸⁸

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan mengelola keuangan menjadi salah satu aspek penting dalam penerapan *frugal living*. Tidak hanya mengurangi pengeluaran, Generasi Z juga perlu memiliki perencanaan keuangan, membangun kebiasaan menabung, serta mulai mempersiapkan investasi sebagai bekal di masa depan. Dengan demikian, *frugal living* tidak hanya berorientasi pada penghematan, tetapi juga pada pengelolaan keuangan yang lebih bijaksana dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa sebagian Generasi Z di Kota Parepare telah memiliki pemahaman mengenai pentingnya bersikap cermat dalam mengelola keuangan. Hal tersebut ditunjukkan melalui kebiasaan menyusun anggaran, membagi pengeluaran sesuai prioritas, memisahkan

⁸⁸ Ahmad Kamal, "Pegawai Badan Pusat Statistika Kota Parepare" (Kota Parepare), tanggal 17 Mei 2026.

tabungan dengan uang kebutuhan sehari-hari, serta melakukan pencatatan keuangan sebagai bentuk evaluasi. Meskipun demikian, penerapan sikap cermat tersebut masih bervariasi pada setiap informan, sehingga pengelolaan keuangan yang terencana belum sepenuhnya menjadi kebiasaan seluruh Generasi Z di Kota Parepare.

Berdasarkan hasil wawancara pada ketiga indikator, yaitu hati-hati dalam membelanjakan uang, tidak boros, dan cermat dalam mengelola keuangan, dapat diketahui bahwa pemahaman Gen Z di Kota Parepare mengenai *frugal living* menunjukkan kecenderungan yang beragam.

Selain mengajukan pertanyaan berdasarkan ketiga indikator tersebut, peneliti juga menanyakan secara langsung kepada seluruh informan mengenai pengetahuan mereka terhadap istilah *frugal living*. Pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui apakah perilaku yang ditunjukkan oleh informan selama wawancara didasarkan pada pemahaman terhadap konsep *frugal living* atau hanya merupakan kebiasaan dalam mengelola keuangan sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, ditemukan bahwa terdapat informan yang telah mengetahui istilah *frugal living* sekaligus memahami maknanya. Salah satunya adalah Muhammad Ashari yang menyatakan:

"*Frugal living* adalah gaya hidup di mana kita lebih mengutamakan kebutuhan daripada keinginan. Bukan sekadar menghemat pengeluaran, tetapi mengetahui bagaimana mengatur keuangan dengan bijak dan memprioritaskan kebutuhan untuk masa depan."⁸⁹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa informan tidak hanya mengenal istilah *frugal living*, tetapi juga memahami bahwa konsep tersebut berkaitan dengan kemampuan mengelola keuangan secara bijaksana dengan mendahulukan kebutuhan

⁸⁹ Muhammad Ashari, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 8 Mei 2026.

dibandingkan keinginan. Pemahaman tersebut juga selaras dengan jawaban informan pada ketiga indikator sebelumnya yang memperlihatkan kebiasaan membagi pengeluaran, mempertimbangkan manfaat sebelum membeli, serta menunda pembelian yang belum diperlukan.

Di sisi lain, sebagian besar informan mengaku belum pernah mendengar istilah *frugal living* sebelum wawancara dilakukan. Salah satunya disampaikan oleh Arjun sebagai berikut:

"Saya belum pernah mendengar istilah *frugal living* sebelumnya. Saya baru mengetahui istilah tersebut saat wawancara ini berlangsung. Jadi saya baru memahami kalau ternyata ada gaya hidup yang bisa menjelaskan seperti kebiasaan saya, kalau ternyata itu bukan hanya sekadar hidup hemat, tetapi saya sudah menjalankan *frugal living* walaupun tidak tahu istilahnya."⁹⁰

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa informan belum mengenal istilah *frugal living* secara konseptual. Namun, apabila dikaitkan dengan jawaban informan pada ketiga indikator sebelumnya, terlihat bahwa ia telah menerapkan prinsip-prinsip *frugal living* dalam kehidupan sehari-hari, seperti membagi pengeluaran untuk tabungan, keluarga, dan kebutuhan pribadi, serta mempertimbangkan manfaat barang sebelum melakukan pembelian. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa penerapan *frugal living* pada sebagian informan lebih dahulu muncul dalam bentuk perilaku daripada pemahaman terhadap istilahnya.

Berbeda dengan kedua kelompok tersebut, penelitian ini juga menemukan informan yang belum mengenal istilah *frugal living* sekaligus belum mampu menerapkan prinsip-prinsipnya secara konsisten. Hal tersebut terlihat dari pernyataan Suci Ramadhani yang menyampaikan:

⁹⁰ Arjun, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 29 April 2026.

"Saya belum pernah mendengar istilah *frugal living* sebelumnya. Setelah kamu jelaskan, saya jadi mengetahui bahwa *frugal living* merupakan gaya hidup yang lebih mengutamakan kebutuhan daripada keinginan serta mengajarkan seseorang untuk lebih bijaksana dalam menggunakan uang, meskipun saya mengakui bahwa saya sendiri masih belum bisa menerapkannya secara konsisten."⁹¹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa informan baru memahami makna *frugal living* setelah memperoleh penjelasan dari peneliti. Temuan ini juga sejalan dengan jawaban informan pada indikator sebelumnya yang menunjukkan bahwa ia masih sering mendahulukan keinginan dibandingkan kebutuhan, melakukan pembelian karena mengikuti tren, serta mengaku masih kesulitan mengendalikan pengeluaran. Dengan demikian, informan belum menunjukkan penerapan prinsip *frugal living* secara konsisten dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa pemahaman Gen Z di Kota Parepare terhadap *frugal living* lebih banyak tercermin melalui perilaku sehari-hari dibandingkan melalui pemahaman terhadap istilahnya. Temuan penelitian menunjukkan adanya tiga kecenderungan. Pertama, terdapat informan yang telah mengetahui istilah *frugal living* dan mampu menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Kedua, terdapat informan yang belum mengenal istilah *frugal living*, namun berdasarkan jawaban pada ketiga indikator telah menerapkan prinsip-prinsipnya dalam mengelola keuangan. Ketiga, terdapat sebagian kecil informan yang belum mengenal istilah *frugal living* dan juga belum mampu menerapkannya secara konsisten karena masih dipengaruhi oleh keinginan sesaat serta perilaku konsumtif.

⁹¹ Suci Ramadhani, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 6 Mei 2026.

2. Gaya Hidup Generasi Z di Kota Parepare

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, diperoleh gambaran bahwa gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare menunjukkan karakteristik yang beragam. Sebagian besar informan memiliki aktivitas yang berorientasi pada pekerjaan, pendidikan, maupun keluarga sehingga pengeluaran lebih banyak diarahkan pada kebutuhan utama. Meskipun demikian, perkembangan media sosial serta kemudahan memperoleh informasi mengenai tren tetap memberikan pengaruh terhadap minat dan perilaku konsumsi mereka.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup Generasi Z tidak sepenuhnya bersifat konsumtif maupun sepenuhnya menerapkan *frugal living*. Sebagian informan mengaku mampu membatasi pengeluaran sesuai kebutuhan, sedangkan sebagian lainnya masih melakukan pembelian sebagai bentuk hiburan, *self reward*, atau mengikuti tren yang sedang berkembang. Oleh karena itu, gambaran gaya hidup Generasi Z dalam penelitian ini dianalisis berdasarkan indikator *Activities* (aktivitas), *Interest* (minat), dan *Opinion* (pendapat).

a. *Activities* (Aktivitas)

Aktivitas yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari dapat menunjukkan bagaimana seseorang menggunakan waktunya, berinteraksi dengan lingkungan sekitar, serta menentukan pola penggunaan uang dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, ditemukan bahwa aktivitas sehari-hari Generasi Z di Kota Parepare cukup beragam. Sebagian besar informan memiliki aktivitas utama seperti bekerja, kuliah, maupun mengurus keluarga. Di sisi lain, waktu luang mereka dimanfaatkan dengan cara yang berbeda-

beda, mulai dari melakukan kegiatan produktif, beristirahat, hingga melakukan aktivitas konsumtif seperti berbelanja dan mengikuti tren yang sedang berkembang.

Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh Muhammad Ashari yang mengatakan:

"Aktivitas sehari-hari saya cukup padat karena saya bekerja, mengajar, dan juga menjalani kehidupan berkeluarga. Sebagian besar waktu saya digunakan untuk pekerjaan dan aktivitas produktif. Kalau ada waktu luang biasanya saya gunakan untuk istirahat, berkumpul bersama keluarga, atau sekadar menikmati waktu santai. Saya juga jarang nongkrong dan tidak terlalu mengikuti tren karena lebih memilih sesuatu sesuai kebutuhan."⁹²

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa aktivitas sehari-hari Muhammad Ashari lebih banyak diarahkan pada kegiatan yang bersifat produktif. Kesibukannya sebagai pekerja, pengajar, sekaligus kepala keluarga membuat sebagian besar waktunya digunakan untuk menyelesaikan tanggung jawab yang dimiliki. Ketika memiliki waktu luang, ia lebih memilih beristirahat atau menghabiskan waktu bersama keluarga dibandingkan melakukan aktivitas konsumtif. Selain itu, ia juga tidak menjadikan mengikuti tren sebagai bagian dari aktivitas sehari-harinya. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas yang dijalankan lebih berorientasi pada produktivitas dan pemenuhan kebutuhan dibandingkan hiburan atau gaya hidup yang mengikuti perkembangan tren.

Berbeda dengan Muhammad Ashari, Suci Ramadhani memiliki pola aktivitas yang lebih banyak dipengaruhi oleh aktivitas hiburan dan perkembangan media sosial. Hal tersebut terlihat dari hasil wawancara berikut:

"Sehari-hari saya bekerja dari pagi sampai sore. Setelah pulang kerja biasanya saya istirahat, bermain handphone, atau keluar bersama teman. Kalau ada waktu luang biasanya saya nongkrong, belanja online, *scrolling* media sosial,

⁹² Muhammad Ashari, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 8 Mei 2026.

atau jalan-jalan untuk *refreshing*. Iya, saya cukup sering belanja dan mengikuti tren yang sedang viral, apalagi kalau melihat di media sosial."⁹³

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, terlihat bahwa meskipun Suci memiliki aktivitas utama sebagai pekerja, pemanfaatan waktu luangnya lebih banyak diisi dengan aktivitas rekreatif seperti nongkrong, berbelanja secara daring, dan aktif menggunakan media sosial. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa media sosial menjadi bagian yang cukup penting dalam kehidupan sehari-harinya karena turut memengaruhi pilihan aktivitas maupun kebiasaan konsumsinya. Kondisi ini memperlihatkan bahwa gaya hidup yang dijalani tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan, tetapi juga oleh perkembangan tren yang muncul di lingkungan digital.

Sementara itu, Randy menunjukkan pola aktivitas yang berbeda. Dalam kesehariannya, ia lebih memusatkan aktivitas pada kebutuhan pokok dan menghindari kegiatan yang dapat mendorong pengeluaran yang tidak diperlukan. Randy mengungkapkan bahwa:

"Dalam keseharian, saya lebih banyak menggunakan uang untuk kebutuhan penting seperti bensin, makan, dan kebutuhan kerja. Saya juga jarang mengeluarkan uang untuk hal-hal yang tidak terlalu penting. Saya jarang nongkrong dan jarang belanja juga. Biasanya saya membeli sesuatu kalau memang benar-benar dibutuhkan."⁹⁴

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas Randy lebih sederhana dan cenderung berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pokok. Ia tidak menjadikan belanja maupun nongkrong sebagai aktivitas rutin dalam kehidupan sehari-hari. Keputusan untuk membeli suatu barang juga didasarkan pada tingkat kebutuhan, bukan karena dorongan tren atau keinginan sesaat. Pola aktivitas seperti ini

⁹³ Suci Ramadhani, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 6 Mei 2026.

⁹⁴ Randy, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 2 Mei 2026.

menggambarkan adanya kecenderungan untuk menggunakan waktu dan pengeluaran secara lebih terarah.

Di sisi lain, Indri Afni memiliki aktivitas yang cukup padat karena harus membagi waktu antara bekerja dan kuliah. Namun, di tengah kesibukan tersebut, ia tetap menyisihkan waktu untuk melakukan aktivitas yang dianggap sebagai bentuk penghargaan terhadap dirinya sendiri. Hal tersebut disampaikan sebagai berikut:

"Sehari-hari saya bekerja dan kuliah. Jadi aktivitas saya lebih banyak diisi dengan bekerja dan mengikuti perkuliahan. Biasanya kalau ada waktu luang saya tidur karena waktu saya cukup padat. Tetapi saya cukup sering belanja dan nongkrong. Menurut saya itu sebagai bentuk self reward atas pencapaian yang sudah saya lakukan."⁹⁵

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa aktivitas Indri didominasi oleh kegiatan yang bersifat produktif, yaitu bekerja dan kuliah. Akan tetapi, ia juga memandang aktivitas seperti belanja dan nongkrong sebagai bentuk self reward setelah menjalani rutinitas yang padat. Hal ini menunjukkan bahwa bagi sebagian Generasi Z, aktivitas konsumsi tidak selalu dipandang sebagai pemborosan, tetapi juga sebagai cara untuk memberikan penghargaan kepada diri sendiri setelah menyelesaikan berbagai tanggung jawab.

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare tercermin dari aktivitas sehari-hari yang cukup beragam. Sebagian informan lebih banyak menghabiskan waktu untuk kegiatan produktif seperti bekerja, kuliah, mengajar, dan mengurus keluarga, serta memanfaatkan waktu luang untuk beristirahat atau berkumpul bersama keluarga. Namun, sebagian informan lainnya memanfaatkan waktu luang untuk nongkrong, berbelanja, mengikuti tren, dan aktif di

⁹⁵ Indri Afni, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 7 Mei 2026.

media sosial sebagai sarana hiburan maupun self reward. Temuan ini menunjukkan bahwa aktivitas Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh tuntutan pekerjaan atau pendidikan, tetapi juga oleh perkembangan teknologi digital, media sosial, dan preferensi masing-masing individu dalam menjalani gaya hidupnya.

b. *Interest* (Minat)

Minat menunjukkan hal-hal yang menjadi perhatian, ketertarikan, serta kecenderungan seseorang terhadap suatu objek, baik berupa produk, aktivitas, maupun gaya hidup tertentu. Dalam penelitian ini, minat Generasi Z di Kota Parepare dianalisis melalui ketertarikan mereka terhadap gaya hidup yang sedang berkembang serta sejauh mana media sosial memengaruhi minat tersebut. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa minat informan cukup beragam. Sebagian informan lebih tertarik pada gaya hidup sederhana dan pengelolaan keuangan yang baik, sedangkan sebagian lainnya memiliki ketertarikan terhadap tren yang berkembang di media sosial, seperti fashion, skincare, makanan viral, maupun gaya hidup yang sedang populer.

Hal tersebut disampaikan oleh Muhammad Ashari yang mengatakan:

"Saat ini saya tertarik dengan gaya hidup *frugal living*, yaitu fokus pada barang-barang yang memang diperlukan. Menurut saya, semakin sedikit barang yang tidak penting, maka hidup jadi lebih tenang dan tidak banyak distraksi. Dengan begitu energi bisa lebih digunakan untuk keluarga, istirahat, dan hal-hal yang lebih produktif. Media sosial sangat berpengaruh terhadap pola pikir dan gaya hidup seseorang. Dari media sosial kita bisa melihat berbagai gaya hidup dari banyak negara dan budaya sehingga bisa mengambil banyak hal positif. Namun, media sosial juga memiliki dampak negatif jika tidak digunakan dengan bijak, misalnya membuat orang menjadi konsumtif atau terlalu banyak menghabiskan waktu untuk hal yang tidak bermanfaat."⁹⁶

⁹⁶ Muhammad Ashari, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 8 Mei 2026.

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa minat Muhammad Ashari lebih mengarah pada gaya hidup yang sederhana dan berorientasi pada kebermanfaatan. Ketertarikannya terhadap *frugal living* menunjukkan bahwa ia lebih memilih menggunakan sumber daya yang dimiliki secara bijaksana dibandingkan mengikuti gaya hidup konsumtif. Selain itu, ia juga menyadari bahwa media sosial memiliki dua sisi, yaitu dapat memberikan informasi dan wawasan yang bermanfaat, tetapi juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif apabila tidak digunakan secara bijak. Hal ini menunjukkan bahwa minat yang dimiliki tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan media sosial, tetapi juga disertai dengan kemampuan untuk menyaring informasi yang diterima.

Pandangan yang hampir serupa disampaikan oleh Nurul Latifah. Ia mengatakan:

"Sekarang saya lebih tertarik pada gaya hidup sederhana, hidup teratur, dan bagaimana mengatur keuangan keluarga dengan baik. Media sosial cukup berpengaruh karena banyak memberikan informasi tentang produk, pola hidup, maupun cara mengatur rumah tangga. Tetapi tetap harus disaring dan tidak semua harus diikuti."⁹⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, terlihat bahwa minat Nurul lebih berfokus pada kehidupan yang sederhana dan teratur, terutama dalam mengelola keuangan keluarga. Meskipun ia mengakui bahwa media sosial memberikan banyak informasi yang dapat menjadi referensi dalam kehidupan sehari-hari, ia tetap berusaha untuk tidak menerima seluruh informasi tersebut secara langsung. Sikap tersebut menunjukkan adanya kesadaran dalam memilih informasi yang sesuai

⁹⁷ Nurul Latifah, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 8 Mei 2026.

dengan kebutuhan sehingga media sosial dimanfaatkan sebagai sumber pengetahuan, bukan sebagai dorongan untuk mengikuti setiap tren yang sedang berkembang.

Berbeda dengan kedua informan sebelumnya, Suci Ramadhani menunjukkan minat yang lebih banyak dipengaruhi oleh tren yang berkembang di media sosial. Hal tersebut terlihat dari pernyataannya berikut:

"Saya lebih tertarik pada tren *fashion*, *skincare*, makanan viral, dan tempat nongkrong yang sedang ramai dibicarakan. Media sosial sangat besar pengaruhnya, karena biasanya saya jadi tertarik membeli sesuatu setelah melihat review atau konten di TikTok dan Instagram."⁹⁸

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa minat Suci lebih banyak diarahkan pada produk maupun gaya hidup yang sedang populer di media sosial. Konten yang dilihat melalui TikTok dan Instagram menjadi salah satu faktor yang mendorong munculnya ketertarikan terhadap suatu produk atau tempat tertentu. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga mampu membentuk preferensi dan minat seseorang terhadap berbagai tren yang sedang berkembang.

Sementara itu, Afrilia memiliki ketertarikan yang sedikit berbeda. Ia mengungkapkan:

"Sekarang saya lebih tertarik pada gaya hidup yang sederhana, produktif, serta berkaitan dengan *self-care* dan kesehatan. Cukup besar pengaruh media sosial, karena biasanya saya melihat suatu produk atau tren terlebih dahulu di TikTok atau Instagram sehingga membuat saya tertarik."⁹⁹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa minat Afrilia lebih mengarah pada gaya hidup yang mendukung keseimbangan antara produktivitas, kesehatan, dan

⁹⁸ Suci Ramadhani, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 6 Mei 2026.

⁹⁹ Afrilia, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 9 Mei 2026.

perawatan diri. Meskipun media sosial turut memengaruhi ketertarikannya terhadap suatu produk atau tren, ia tidak hanya berfokus pada hal-hal yang bersifat konsumtif, tetapi juga pada aktivitas yang dapat memberikan manfaat bagi dirinya. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana untuk memperoleh inspirasi mengenai gaya hidup yang lebih sehat dan produktif apabila digunakan secara tepat.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara pada indikator minat, dapat disimpulkan bahwa minat Generasi Z di Kota Parepare dipengaruhi oleh kebutuhan, preferensi pribadi, serta perkembangan media sosial. Sebagian informan menunjukkan ketertarikan pada gaya hidup sederhana, pengelolaan keuangan, dan aktivitas yang mendukung produktivitas. Di sisi lain, terdapat informan yang lebih tertarik pada tren *fashion*, *skincare*, makanan viral, maupun tempat-tempat yang sedang populer di media sosial. Meskipun demikian, hampir seluruh informan mengakui bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap minat mereka, baik sebagai sumber informasi maupun sebagai faktor yang mendorong ketertarikan terhadap suatu produk atau gaya hidup. Perbedaannya terletak pada kemampuan masing-masing individu dalam menyaring informasi dan menentukan apakah tren tersebut akan diikuti atau tidak.

c. *Opinion* (Pendapat)

Pendapat merupakan gambaran bagaimana seseorang memandang suatu fenomena yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Dalam penelitian ini, indikator pendapat digunakan untuk mengetahui pandangan Generasi Z mengenai gaya hidup yang ideal serta tanggapan mereka terhadap tren gaya hidup yang berkembang di Kota Parepare. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan memiliki pandangan bahwa gaya hidup yang ideal bukan berarti harus mengikuti seluruh tren

yang sedang berkembang, melainkan mampu menyesuaikan antara kebutuhan, kemampuan finansial, dan tujuan di masa depan. Selain itu, hampir seluruh informan juga menilai bahwa perkembangan media sosial memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap perubahan gaya hidup Generasi Z.

Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh Rakhmadi yang mengatakan:

"Menurut saya gaya hidup yang ideal itu harus seimbang antara kebutuhan dan keinginan, serta tidak boros. Menurut saya sekarang banyak orang, khususnya Generasi Z, yang mudah terpengaruh media sosial sehingga ikut-ikutan tren supaya tidak ketinggalan."¹⁰⁰

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa Rakhmadi memandang gaya hidup yang ideal adalah gaya hidup yang mampu menjaga keseimbangan antara memenuhi kebutuhan dan menikmati keinginan tanpa melakukan pengeluaran secara berlebihan. Di sisi lain, ia juga melihat bahwa perkembangan media sosial telah mendorong banyak Generasi Z untuk mengikuti tren yang sedang populer karena adanya keinginan agar tidak tertinggal dari lingkungan pergaulannya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang cukup besar dalam membentuk pola konsumsi maupun gaya hidup Generasi Z saat ini.

Pendapat yang hampir serupa juga disampaikan oleh Randy. Ia mengatakan:

"Menurut saya gaya hidup yang ideal adalah hidup sederhana dan tidak mudah ikut-ikutan tren. Kalau barang lama masih bisa dipakai, tidak perlu membeli yang baru. Disesuaikan juga dengan kondisi kita, perlu atau tidak. Menurut saya sekarang banyak anak muda yang mudah mengikuti tren, terutama karena pengaruh media sosial dan *influencer*. Menurut saya mungkin 70 persen anak sekarang lebih mengikuti tren."¹⁰¹

¹⁰⁰ Rakhmadi, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 2 Mei 2026.

¹⁰¹ Randy, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 2 Mei 2026.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, terlihat bahwa Randy menekankan pentingnya hidup sederhana serta menghindari perilaku konsumtif yang hanya didasarkan pada keinginan mengikuti tren. Menurutnya, keputusan membeli suatu barang sebaiknya didasarkan pada kebutuhan dan kondisi keuangan, bukan semata-mata karena adanya produk baru atau pengaruh media sosial. Ia juga menilai bahwa keberadaan *influencer* turut memengaruhi pola pikir Generasi Z sehingga banyak di antara mereka terdorong untuk mengikuti tren yang sedang berkembang.

Sementara itu, Arjun memberikan pandangan bahwa gaya hidup ideal tidak berarti harus menghilangkan kesenangan dalam hidup, tetapi lebih kepada kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan secara bijaksana. Hal tersebut disampaikan sebagai berikut:

"Menurut saya gaya hidup yang ideal itu bisa mengatur keuangan dengan baik, tetap menikmati hidup, tapi juga tidak berlebihan dalam pengeluaran. Menurut saya sekarang banyak orang terlalu mengikuti tren, padahal belum tentu semuanya dibutuhkan. Jadi sebaiknya tetap menyesuaikan dengan kemampuan masing-masing."¹⁰²

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Arjun memandang keseimbangan sebagai bagian penting dari gaya hidup Generasi Z. Menurutnya, seseorang tetap dapat menikmati hasil kerja maupun memenuhi keinginan tertentu, selama pengeluaran tersebut masih sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Ia juga menilai bahwa tidak semua tren yang berkembang harus diikuti, karena setiap individu memiliki kondisi ekonomi yang berbeda-beda. Oleh sebab itu, kemampuan mengendalikan diri menjadi salah satu hal yang penting dalam menentukan gaya hidup.

¹⁰² Arjun, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 29 April 2026.

Pandangan yang senada juga disampaikan oleh Fitri. Ia mengatakan:

"Menurut saya gaya hidup yang ideal adalah hidup sederhana, tidak berlebihan, dan lebih mengutamakan kebutuhan dibanding keinginan. Menurut saya ada beberapa tren yang bagus, tetapi sekarang banyak juga orang yang terlalu mengikuti gaya hidup orang lain sehingga menjadi lebih boros."¹⁰³

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa Fitri memandang hidup sederhana sebagai bentuk gaya hidup yang paling sesuai untuk diterapkan oleh Generasi Z. Meskipun ia mengakui bahwa tidak semua tren memberikan dampak negatif, ia menilai bahwa mengikuti gaya hidup orang lain secara berlebihan dapat menyebabkan seseorang menjadi lebih konsumtif. Oleh karena itu, menurutnya setiap individu perlu memiliki kemampuan untuk memilih tren yang memberikan manfaat dan menghindari perilaku yang hanya didasarkan pada keinginan sesaat.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara pada indikator pendapat, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar Generasi Z di Kota Parepare memiliki pandangan bahwa gaya hidup yang ideal adalah gaya hidup yang sederhana, seimbang, dan disesuaikan dengan kemampuan finansial masing-masing. Para informan juga sepakat bahwa media sosial memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perkembangan gaya hidup Generasi Z, terutama dalam mendorong munculnya perilaku mengikuti tren. Meskipun demikian, mereka berpendapat bahwa tidak semua tren perlu diikuti. Sebaliknya, setiap individu perlu memiliki kemampuan untuk mengendalikan diri, mempertimbangkan kebutuhan, serta menyesuaikan keputusan konsumsi dengan kondisi keuangan yang dimiliki agar tidak terjebak dalam gaya hidup yang konsumtif.

¹⁰³ Fitri, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 9 Mei 2026.

3. Perspektif Ekonomi Syariah terhadap Gaya Hidup Generasi Z di Kota Parepare

a. Memperhatikan Prioritas dari Kebutuhan

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan menunjukkan bahwa dalam melakukan konsumsi mereka berupaya memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan. Sebelum membeli suatu barang atau jasa, informan mempertimbangkan kemampuan finansial, manfaat, dan tingkat kepentingan barang tersebut. Ketika kondisi keuangan terbatas, kebutuhan pokok menjadi prioritas utama, sedangkan keinginan cenderung ditunda hingga kondisi keuangan lebih memungkinkan. Hal ini menunjukkan adanya upaya untuk mengelola konsumsi secara bijaksana dengan mendahulukan kebutuhan yang benar-benar diperlukan.

Muhammad Ashari menjelaskan bahwa sebelum membeli suatu barang atau jasa, ia mempertimbangkan kemampuan finansial serta kualitas produk. Menurutnya, kebutuhan merupakan sesuatu yang harus dipenuhi karena akan menimbulkan dampak apabila diabaikan, sedangkan keinginan masih dapat ditunda. Oleh karena itu, ketika memiliki keterbatasan uang, ia memilih mendahulukan kebutuhan utama dibandingkan keinginan.

Hal tersebut sebagaimana diungkapkan Muhammad Ashari:

"Saya mempertimbangkan kemampuan finansial dan kualitas barang atau jasa tersebut sebelum membelinya. Kebutuhan adalah sesuatu yang memang harus dipenuhi dan akan berdampak jika tidak dipenuhi, sedangkan keinginan masih bisa ditunda. Ketika memiliki keterbatasan uang, saya biasanya mendahulukan kebutuhan utama terlebih dahulu."¹⁰⁴

¹⁰⁴ Muhammad Ashari, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 8 Mei 2026.

Pandangan yang sedikit berbeda disampaikan oleh Indri Afni. Ia mengungkapkan bahwa kebutuhan dan keinginan dibedakan berdasarkan tingkat kepentingannya. Namun, ia mengakui bahwa dalam praktiknya masih terkadang lebih mendahulukan keinginan. Meskipun demikian, ketika kondisi keuangan terbatas, ia tetap berusaha memprioritaskan kebutuhan yang paling penting, seperti makanan.

Sebagaimana disampaikan Indri Afni:

"Saya membedakan kebutuhan dan keinginan berdasarkan tingkat kepentingannya. Namun terkadang saya masih lebih mendahulukan keinginan. Ketika uang terbatas, saya biasanya mendahulukan kebutuhan yang paling penting terlebih dahulu seperti makanan."¹⁰⁵

Sementara itu, Muh. Syamjaya menekankan bahwa dalam menentukan prioritas konsumsi, kebutuhan dan tabungan harus didahulukan. Menurutnya, keinginan masih dapat ditunda sehingga pengeluaran tetap berada dalam batas kemampuan.

Hal tersebut diungkapkan Muh. Syamjaya sebagai berikut:

"Kalau kebutuhan itu memang harus dipenuhi, sedangkan keinginan masih bisa ditunda. Saya lebih dahulukan kebutuhan penting dan tabungan dulu."¹⁰⁶

Hasil wawancara tersebut diperkuat oleh informan dari BPS Kota Parepare yang menjelaskan bahwa perkembangan teknologi digital dan media sosial telah memengaruhi pola konsumsi masyarakat, khususnya generasi Z. Menurutnya, kemudahan akses informasi, tren, serta fenomena *fear of missing out* (FOMO) menyebabkan banyak individu kesulitan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Oleh karena itu, kemampuan menentukan skala prioritas menjadi hal yang sangat penting agar konsumsi tidak didasarkan pada dorongan sesaat.

¹⁰⁵ Indri Afni, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 7 Mei 2026.

¹⁰⁶ Muh Syamjaya, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 9 Mei 2026.

Sebagaimana disampaikan oleh informan BPS:

"Teknologi sekarang membuat orang agak sulit menentukan apakah sesuatu itu merupakan kebutuhan atau sekadar keinginan. Karena itu yang paling penting adalah mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan apa yang menjadi keinginan, lalu memprioritaskan kebutuhan."¹⁰⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar informan telah menerapkan prinsip memprioritaskan kebutuhan dalam perilaku konsumsinya. Informan umumnya memahami bahwa kebutuhan harus didahulukan dibandingkan keinginan, terutama ketika kondisi keuangan terbatas. Meskipun masih terdapat informan yang mengakui terkadang lebih mengutamakan keinginan, secara keseluruhan mereka tetap memiliki kesadaran untuk mengendalikan pengeluaran dan menyesuaikannya dengan kemampuan finansial. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi informan telah mencerminkan salah satu etika konsumsi dalam Islam, yaitu mendahulukan kebutuhan yang lebih penting agar penggunaan harta menjadi lebih bijaksana dan terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.

b. Konsumsi Produk Halal

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan memandang bahwa kehalalan merupakan aspek utama yang harus diperhatikan sebelum mengonsumsi suatu barang atau jasa. Bagi para informan, produk yang halal tidak hanya berkaitan dengan status hukumnya, tetapi juga harus diperoleh melalui cara yang baik, aman digunakan, serta memberikan manfaat bagi diri sendiri. Dalam praktiknya, para informan menunjukkan kepedulian terhadap kehalalan produk dengan cara memeriksa label halal pada kemasan maupun memilih tempat atau penjual yang telah dipercaya.

¹⁰⁷ Ahmad Kamal, "Pegawai Badan Pusat Statistika Kota Parepare" (Kota Parepare), tanggal 17 Mei 2026.

Nurul Latifah menjelaskan bahwa sebelum mengonsumsi suatu produk, ia selalu memperhatikan kehalalan, keamanan, manfaat, dan kualitas produk tersebut. Menurutnya, sebagai seorang muslim, memastikan kehalalan produk merupakan kewajiban yang harus dilakukan. Oleh karena itu, ia membiasakan diri untuk melihat label halal dan membeli produk dari tempat yang terpercaya.

Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Nurul Latifah:

"Yang paling penting adalah halal, baik, aman, dan bermanfaat untuk diri sendiri maupun keluarga. Sangat penting karena sebagai muslim kita harus memastikan apa yang dikonsumsi itu halal. Biasanya saya melihat label halal dan membeli produk dari tempat yang terpercaya."

Pendapat serupa disampaikan oleh Randy. Ia mengemukakan bahwa kehalalan merupakan hal pertama yang harus diperhatikan sebelum mengonsumsi suatu produk. Selain halal, kebersihan, kualitas, dan manfaat produk juga menjadi pertimbangannya. Dalam penerapannya, Randy selalu memastikan kehalalan makanan dengan melihat label halal pada kemasan atau memastikan langsung kepada pihak penjual ketika membeli makanan di luar.

Sebagaimana disampaikan Randy:

"Yang penting diperhatikan adalah kehalalan, kebersihan, kualitas, dan manfaatnya. Sangat penting karena sebagai Muslim harus memastikan makanan yang dikonsumsi halal. Saya biasanya melihat label halal pada kemasan atau memastikan langsung pada tempat makan."

Sementara itu, Sitti Aisyah juga menyampaikan bahwa kehalalan menjadi pertimbangan utama dalam memilih produk untuk dikonsumsi. Menurutnya, sebagai seorang muslim, setiap produk yang dikonsumsi harus dipastikan kehalalannya. Oleh karena itu, ia selalu memeriksa label halal sebelum membeli makanan atau produk tertentu.

Hal tersebut diungkapkan oleh Sitti Aisyah:

"Yang penting itu halal, aman, dan bermanfaat. Penting sekali, karena sebagai muslim kita harus memperhatikan halal atau tidaknya produk yang dikonsumsi. Biasanya saya melihat label halal sebelum membeli makanan atau produk tertentu."

Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa para informan tidak hanya memahami pentingnya mengonsumsi produk halal, tetapi juga telah berupaya menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Bentuk penerapan tersebut dilakukan dengan memeriksa label halal, memilih produk dari produsen atau penjual yang terpercaya, serta mempertimbangkan keamanan dan manfaat produk sebelum dikonsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa kehalalan dipandang sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari proses pengambilan keputusan konsumsi.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa sebagian besar informan telah menerapkan prinsip konsumsi produk halal sesuai dengan etika konsumsi dalam Islam. Kehalalan dijadikan sebagai prioritas utama sebelum mengonsumsi suatu produk, yang kemudian diikuti dengan pertimbangan mengenai keamanan, kualitas, kebersihan, dan manfaatnya. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi informan tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan, tetapi juga memperhatikan ketentuan syariat Islam sehingga konsumsi yang dilakukan diharapkan memberikan keberkahan serta kemanfaatan bagi kehidupan.

c. Memperhatikan Kualitas Konsumsi

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan menyatakan bahwa kualitas merupakan salah satu pertimbangan penting sebelum mengonsumsi atau membeli suatu barang dan jasa. Kualitas yang dimaksud tidak hanya dilihat dari daya tahan produk, tetapi juga dari keamanan, manfaat, kenyamanan, serta kemampuan

produk dalam memberikan manfaat jangka panjang. Dengan demikian, para informan tidak hanya berorientasi pada harga yang murah, tetapi juga pada nilai guna yang diperoleh dari produk tersebut.

Arjun menjelaskan bahwa selain memperhatikan kehalalan, ia juga mempertimbangkan kualitas dan manfaat suatu produk sebelum melakukan pembelian. Menurutnya, produk yang berkualitas akan lebih tahan lama sehingga lebih sesuai dengan kebutuhan dan tidak menimbulkan pemborosan. Oleh karena itu, ia berusaha memilih barang yang memiliki kualitas baik agar dapat digunakan dalam jangka waktu yang lebih lama.

Sebagaimana diungkapkan oleh Arjun:

"Biasanya saya mempertimbangkan manfaat, kualitas, harga, dan kehalalan produk tersebut. Saya lebih suka membeli barang yang kualitasnya bagus supaya bisa digunakan dalam jangka waktu lama. Menurut saya barang yang dikonsumsi sebaiknya memberikan manfaat jangka panjang supaya tidak cepat rusak dan penggunaannya lebih bermanfaat."¹⁰⁸

Pandangan serupa disampaikan oleh Indri Afni. Ia menilai bahwa kualitas menjadi faktor utama dalam menentukan kelayakan suatu produk untuk digunakan. Menurutnya, produk yang baik adalah produk yang berkualitas, nyaman digunakan, sesuai kebutuhan, serta mampu memberikan manfaat dalam jangka panjang sehingga pengeluaran yang dilakukan tidak menjadi sia-sia.

Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh Indri Afni:

"Saya memperhatikan kualitas dari barang atau produk tersebut. Produk yang menurut saya baik adalah produk yang berkualitas, nyaman digunakan, dan sesuai kebutuhan. Barang yang bermanfaat dalam jangka panjang akan lebih berguna dan tidak membuat pengeluaran menjadi sia-sia."¹⁰⁹

¹⁰⁸ Arjun, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 29 April 2026.

¹⁰⁹ Indri Afni, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 7 Mei 2026.

Selain itu, Afrilia juga mengungkapkan bahwa kualitas dan manfaat merupakan aspek yang tidak dapat dipisahkan dalam menentukan suatu produk layak dikonsumsi. Menurutnya, produk yang baik adalah produk yang halal, aman, berkualitas, serta memberikan manfaat sehingga tidak hanya memberikan kepuasan sesaat, tetapi juga bermanfaat untuk kehidupan di masa mendatang.

Sebagaimana diungkapkan oleh Afrilia:

"Yang penting diperhatikan adalah kehalalan, keamanan, dan manfaat dari produk tersebut. Produk yang baik menurut saya adalah produk yang halal, aman, berkualitas, dan memberikan manfaat. Barang yang dikonsumsi sebaiknya memberikan manfaat jangka panjang supaya tidak hanya memberikan kesenangan sementara tetapi juga bermanfaat untuk ke depannya."¹¹⁰

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa para informan memiliki pemahaman yang sama mengenai pentingnya memperhatikan kualitas konsumsi. Produk yang berkualitas dipandang sebagai produk yang aman, bermanfaat, tahan lama, dan sesuai dengan kebutuhan sehingga mampu memberikan nilai guna yang lebih besar. Pertimbangan tersebut menunjukkan bahwa para informan tidak hanya berorientasi pada pemenuhan keinginan sesaat, tetapi juga memperhatikan manfaat jangka panjang dari barang atau jasa yang dikonsumsi.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa sebagian besar informan telah menerapkan prinsip memperhatikan kualitas konsumsi sebagaimana diajarkan dalam etika konsumsi Islam. Hal ini tercermin dari kebiasaan informan yang memilih produk berdasarkan kualitas, manfaat, keamanan, serta daya tahan produk, bukan semata-mata karena harga atau tren. Dengan memperhatikan kualitas

¹¹⁰ Afrilia, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 9 Mei 2026.

konsumsi, penggunaan harta menjadi lebih efektif, menghindarkan pemborosan, dan memberikan kemanfaatan yang lebih besar bagi kehidupan.

d. Mengutamakan Masalah

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan menunjukkan bahwa dalam melakukan konsumsi mereka tidak hanya mempertimbangkan kepentingan pribadi, tetapi juga memperhatikan manfaat serta dampak yang ditimbulkan bagi diri sendiri maupun orang lain. Informan menyadari bahwa keputusan konsumsi dapat memengaruhi kesehatan, kondisi keuangan, dan kesejahteraan keluarga. Oleh karena itu, mereka berusaha memilih barang atau jasa yang memberikan manfaat serta menghindari konsumsi yang dapat menimbulkan kerugian.

Muhammad Ashari menjelaskan bahwa setiap konsumsi yang dilakukan perlu mempertimbangkan manfaat jangka panjang. Menurutnya, produk yang baik adalah produk yang halal, aman, berkualitas, dan memberikan manfaat bagi kesehatan. Selain itu, ia juga mengaku selalu mempertimbangkan dampak konsumsi terhadap keluarga, sehingga lebih berhati-hati dalam memilih makanan maupun barang yang akan digunakan.

Sebagaimana diungkapkan oleh Muhammad Ashari:

"Produk yang baik menurut saya adalah produk yang halal, aman, berkualitas, dan memberikan manfaat bagi kesehatan dalam jangka panjang. Saya pernah mempertimbangkan dampak dari konsumsi yang saya lakukan, terutama terhadap keluarga dan anak-anak. Karena itu saya berusaha lebih selektif dalam memilih makanan atau barang yang digunakan."¹¹¹

Pandangan yang hampir sama disampaikan oleh Nurul Latifah. Ia menilai bahwa barang yang dikonsumsi sebaiknya memberikan manfaat jangka panjang,

¹¹¹ Muhammad Ashari, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 8 Mei 2026.

bukan hanya memenuhi keinginan sesaat. Selain itu, ia juga mempertimbangkan dampak konsumsi terhadap kesehatan keluarga dan kondisi keuangan rumah tangga sehingga lebih berhati-hati dalam menentukan pilihan konsumsi.

Sebagaimana disampaikan oleh Nurul Latifah:

"Lebih baik membeli barang yang tahan lama dan benar-benar bermanfaat daripada membeli barang hanya karena mengikuti keinginan sesaat. Saya juga mempertimbangkan dampaknya terhadap kesehatan keluarga dan kondisi keuangan rumah tangga."¹¹²

Sementara itu, Rahkmadi mengungkapkan bahwa produk yang baik adalah produk yang bermanfaat, aman, berkualitas, dan tidak merugikan. Menurutnya, setiap keputusan konsumsi perlu mempertimbangkan dampaknya, baik terhadap diri sendiri maupun orang lain, sehingga konsumsi yang dilakukan benar-benar memberikan manfaat.

Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Rahkmadi:

"Kalau barang tersebut bermanfaat, berkualitas, aman digunakan, dan tidak merugikan. Saya pernah mempertimbangkan dampaknya terhadap diri sendiri maupun orang lain agar tidak merugikan."¹¹³

Hasil wawancara tersebut diperkuat oleh informan dari BPS Kota Parepare yang menjelaskan bahwa pengelolaan keuangan yang baik tidak hanya dilakukan dengan hidup hemat, tetapi juga dengan mempersiapkan kebutuhan jangka panjang melalui investasi dan penggunaan uang secara bijaksana. Selain itu, masyarakat juga dianjurkan untuk memprioritaskan kebutuhan, berinvestasi pada pengembangan diri, serta mendukung produk lokal karena dapat memberikan manfaat yang lebih luas bagi perekonomian.

¹¹² Nurul Latifah, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 8 Mei 2026.

¹¹³ Rahkmadi, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 2 Mei 2026.

Sebagaimana disampaikan oleh informan BPS:

"Selain berhemat, yang paling penting adalah bagaimana cara pengelolaannya. Mulai sekarang bisa belajar investasi, baik investasi untuk diri sendiri maupun investasi keuangan. Kemudian, kalau memungkinkan, membeli produk-produk lokal karena secara makro akan membantu pertumbuhan ekonomi."¹¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar informan telah menerapkan prinsip masalah dalam perilaku konsumsi. Hal ini terlihat dari kebiasaan mereka mempertimbangkan manfaat, keamanan, kesehatan, kondisi keuangan, serta dampak konsumsi bagi keluarga maupun masyarakat sebelum mengambil keputusan. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumsi yang dilakukan informan tidak hanya berorientasi pada kepuasan pribadi, tetapi juga mengarah pada terciptanya kemanfaatan yang lebih luas sebagaimana prinsip etika konsumsi dalam Islam.

e. Sederhana dalam Konsumsi

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan memandang bahwa hidup sederhana merupakan salah satu prinsip penting dalam mengelola konsumsi. Kesederhanaan dipahami sebagai sikap menggunakan harta sesuai kebutuhan, menghindari pemborosan, serta tidak membeli barang hanya karena dorongan gengsi atau mengikuti tren. Dengan menerapkan pola hidup sederhana, informan merasa pengeluaran menjadi lebih terkontrol dan kondisi keuangan dapat dipersiapkan untuk memenuhi kebutuhan di masa mendatang.

Randy menjelaskan bahwa hidup sederhana penting untuk menghindari perilaku boros dan membantu mempersiapkan kebutuhan di masa depan.

¹¹⁴ Ahmad Kamal, "Pegawai Badan Pusat Statistika Kota Parepare" (Kota Parepare), tanggal 17 Mei 2026.

Menurutnya, batas antara konsumsi yang cukup dan berlebihan terletak pada tujuan pembelian. Konsumsi dikatakan cukup apabila dilakukan sesuai kebutuhan, sedangkan konsumsi yang didorong oleh gengsi atau keinginan mengikuti tren termasuk perilaku yang berlebihan.

Sebagaimana diungkapkan oleh Randy:

"Menurut saya hidup sederhana itu penting supaya tidak boros dan bisa mempersiapkan kebutuhan di masa depan. Kalau membeli sesuai kebutuhan itu cukup, sedangkan kalau membeli berlebihan hanya karena gengsi atau ikut tren itu sudah berlebihan."¹¹⁵

Pendapat serupa disampaikan oleh Fitri. Menurutnya, hidup sederhana memberikan ketenangan karena pengeluaran menjadi lebih terkendali dan tidak dihabiskan untuk hal-hal yang kurang penting. Ia juga menegaskan bahwa batas konsumsi yang wajar adalah ketika seseorang membeli sesuai kebutuhan, bukan berdasarkan keinginan semata.

Sebagaimana disampaikan oleh Fitri:

"Menurut saya hidup sederhana itu baik karena membuat hidup lebih tenang dan tidak terlalu memikirkan hal-hal yang tidak penting. Kalau cukup berarti sesuai kebutuhan, sedangkan berlebihan itu membeli sesuatu yang sebenarnya tidak terlalu diperlukan."¹¹⁶

Sementara itu, Suci Ramadhani mengungkapkan bahwa hidup sederhana dapat membantu seseorang menjadi lebih hemat dan terhindar dari perilaku boros. Menurutnya, konsumsi yang berlebihan terjadi ketika seseorang membeli sesuatu hanya karena keinginan atau mengikuti tren, bukan karena benar-benar dibutuhkan.

¹¹⁵ Randy, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 2 Mei 2026.

¹¹⁶ Fitri, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 9 Mei 2026.

Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Suci Ramadhani:

"Menurut saya hidup sederhana itu baik karena membantu kita lebih hemat dan tidak terlalu boros. Kalau cukup itu membeli sesuai kebutuhan, sedangkan berlebihan itu membeli sesuatu hanya karena keinginan atau mengikuti tren."¹¹⁷

Hasil wawancara tersebut diperkuat oleh informan dari BPS Kota Parepare yang menjelaskan bahwa pengelolaan keuangan menjadi aspek yang sangat penting bagi generasi Z di tengah meningkatnya harga barang dan perkembangan gaya hidup konsumtif. Menurutnya, selain hidup hemat, generasi Z juga perlu memiliki kemampuan mengelola keuangan dengan baik, memprioritaskan kebutuhan, serta mulai belajar berinvestasi agar mampu menghadapi kebutuhan di masa depan.

Sebagaimana disampaikan oleh informan BPS:

"Sangat penting mengelola keuangan. Dengan berhemat kita tahu apa yang kita butuhkan dan berpikir untuk jangka panjang. Selain itu, mulai belajar investasi agar uang yang dimiliki tidak habis tergerus inflasi."¹¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar informan telah menerapkan prinsip hidup sederhana dalam konsumsi. Hal ini terlihat dari kebiasaan mereka membatasi pengeluaran sesuai kebutuhan, menghindari pembelian yang didorong oleh gengsi atau tren, serta berupaya mengelola keuangan secara lebih bijaksana. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi informan telah mencerminkan etika konsumsi dalam Islam, yaitu bersikap sederhana (*al-i'tidal*), tidak berlebihan (*israf*), dan tidak melakukan pemborosan (*tabdzir*), sehingga

¹¹⁷ Suci Ramadhani, "Generasi Z Kota Parepare" (Kota Parepare) tanggal 6 Mei 2026.

¹¹⁸ Ahmad Kamal, "Pegawai Badan Pusat Statistika Kota Parepare" (Kota Parepare), tanggal 17 Mei 2026.

penggunaan harta menjadi lebih bertanggung jawab dan memberikan manfaat yang berkelanjutan.

B. Pembahasan

1. Pemahaman Generasi Z di Kota Parepare tentang *Frugal Living*

Berdasarkan teori *frugal living* menurut Lastovicka, penerapan *frugal living* dapat dilihat melalui kemampuan individu dalam mengelola sumber daya secara bijaksana, mengendalikan pengeluaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta memanfaatkan sumber daya secara efisien. Berdasarkan indikator-indikator tersebut, hasil wawancara menunjukkan bahwa pemahaman dan penerapan *frugal living* pada Generasi Z di Kota Parepare masih beragam. Dari hasil wawancara, peneliti menemukan tiga kelompok informan. Kelompok pertama adalah Generasi Z yang memahami istilah *frugal living* dan telah menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Kelompok kedua adalah Generasi Z yang belum mengenal istilah *frugal living*, tetapi tanpa disadari telah menerapkan prinsip-prinsipnya. Sementara itu, kelompok ketiga adalah Generasi Z yang belum memahami istilah *frugal living* dan juga belum menerapkannya secara konsisten.

Kelompok pertama merupakan informan yang memahami *frugal living* sebagai gaya hidup hemat yang dilakukan dengan mengelola keuangan secara bijak. Mereka menjelaskan bahwa *frugal living* bukan berarti pelit atau tidak mau mengeluarkan uang, tetapi lebih kepada menggunakan uang sesuai kebutuhan, menghindari pemborosan, dan memikirkan manfaat suatu barang sebelum membelinya. Informan pada kelompok ini juga mengaku terbiasa membuat skala prioritas, menyisihkan sebagian uang untuk tabungan, serta mengurangi pengeluaran yang tidak terlalu penting. Hal tersebut menunjukkan bahwa mereka tidak hanya

memahami konsep *frugal living*, tetapi juga telah menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemahaman mengenai *frugal living* tidak hanya sebatas mengetahui istilahnya, tetapi juga tercermin dalam perilaku sehari-hari. Hal ini mengindikasikan bahwa pengalaman mengelola keuangan dan kebiasaan dalam keluarga turut membentuk pemahaman Generasi Z terhadap *frugal living*. Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep *frugal living* menurut Lastovicka yang menjelaskan bahwa *frugal living* merupakan gaya hidup hemat yang mencerminkan kedisiplinan dan kemampuan seseorang dalam mengelola sumber daya yang dimiliki.¹¹⁹ *Frugal living* tidak hanya bertujuan menghemat pengeluaran, tetapi juga membantu seseorang mengendalikan perilaku konsumtif sehingga dapat mencapai tujuan keuangan di masa depan. Dengan demikian, pemahaman informan pada kelompok pertama telah sesuai dengan konsep *frugal living* yang dijelaskan dalam teori.

Temuan penelitian ini memiliki kesesuaian dengan penelitian Nurul Hidayah dkk. (2025) yang menyatakan bahwa *frugal living* dipahami sebagai cara mengelola keuangan secara bijak melalui pengurangan pengeluaran yang tidak diperlukan, membiasakan menabung, dan memenuhi kebutuhan secara terencana.¹²⁰ Kesamaan tersebut menunjukkan bahwa pemahaman mengenai *frugal living* mulai berkembang pada berbagai kelompok masyarakat, termasuk Generasi Z di Kota Parepare.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan informan yang belum mengenal istilah *frugal living*, tetapi telah menerapkan nilai-nilainya dalam kehidupan sehari-

¹¹⁹ John L. Lastovicka et al., "Lifestyle of the Tight and Frugal: Theory and Measurement," *Journal of Consumer Research* 26, no. 1 (1999): hal 85.

¹²⁰ Hidayah and Prodyantatari, "Fenomena Frugal Living Di Kalangan Mahasiswa Perantau: Antara Kebutuhan Dan Pilihan."

hari. Sebagian besar informan mengaku baru pertama kali mendengar istilah tersebut ketika wawancara dilakukan. Meskipun demikian, mereka sudah terbiasa membedakan kebutuhan dan keinginan, menghindari pembelian yang tidak perlu, menabung, serta menggunakan uang sesuai kemampuan. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang dapat menerapkan *frugal living* meskipun belum mengetahui nama atau konsepnya secara teori.

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Meili Neza Tiara (2025) yang menjelaskan bahwa *frugal living* tidak hanya terbentuk karena seseorang memahami konsepnya, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman hidup, lingkungan sosial, serta kebiasaan dalam mengelola keuangan.¹²¹ Artinya, perilaku hidup hemat dapat tumbuh dari kebiasaan sehari-hari tanpa harus diawali dengan pemahaman terhadap istilah *frugal living*.

Di sisi lain, penelitian ini juga menemukan beberapa informan yang belum memahami istilah *frugal living* dan belum menerapkannya secara konsisten. Informan pada kelompok ini masih sering membeli barang karena keinginan, mengikuti tren yang sedang populer, atau melakukan pembelian secara spontan tanpa mempertimbangkan kebutuhan terlebih dahulu. Meskipun mereka menyadari pentingnya berhemat, perilaku tersebut menunjukkan bahwa mereka masih kesulitan mengendalikan keinginan dalam berkonsumsi.

Temuan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang membagi perilaku konsumen menjadi dua, yaitu perilaku rasional dan perilaku irasional. Perilaku rasional ditunjukkan melalui keputusan membeli berdasarkan kebutuhan dan kemampuan ekonomi. Sebaliknya, perilaku irasional ditunjukkan ketika seseorang

¹²¹ Meili Neza Tiara, "Fenomena Gaya Hidup *Frugal Living* Pada Generasi Z" (Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2025).

membeli barang karena mengikuti tren, promosi, atau sekadar memenuhi keinginan.¹²² Oleh karena itu, sebagian kecil informan dalam penelitian ini masih menunjukkan perilaku konsumsi yang cenderung irasional sehingga belum mencerminkan prinsip *frugal living*.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penerapan *frugal living* pada informan dipengaruhi oleh kondisi kehidupan dan tanggung jawab ekonomi yang berbeda-beda. Informan yang telah bekerja cenderung lebih berhati-hati dalam mengelola pendapatan karena telah memiliki penghasilan sendiri sehingga lebih menyadari pentingnya menyusun prioritas kebutuhan dan mengendalikan pengeluaran. Sementara itu, informan yang telah berkeluarga menerapkan *frugal living* karena memiliki tanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga sehingga pengelolaan keuangan dilakukan secara lebih terencana. Adapun informan yang masih berstatus mahasiswa menerapkan *frugal living* karena keterbatasan uang saku maupun keinginan untuk mengurangi beban orang tua. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan *frugal living* tidak hanya dipengaruhi oleh pemahaman terhadap konsepnya, tetapi juga oleh pengalaman hidup, kondisi ekonomi, dan tanggung jawab yang dimiliki masing-masing informan.

Selain itu, ditemukan juga bahwa sebagian besar informan yang menerapkan *frugal living* memiliki kebiasaan menyisihkan sebagian pendapatan untuk ditabung. Kepemilikan tabungan dipandang sebagai bentuk persiapan menghadapi kebutuhan di masa depan maupun kondisi yang tidak terduga. Bagi informan yang telah bekerja, tabungan menjadi bagian dari pengelolaan pendapatan agar tidak habis untuk konsumsi sehari-hari. Sementara itu, informan yang masih berstatus mahasiswa

¹²² Jefri Putri Nugraha et al., *Teori Perilaku Konsumen* (Penerbit Nem, 2021), hal 11.

menabung sesuai dengan kemampuan, baik dari uang saku maupun hasil pekerjaan sampingan. Temuan ini menunjukkan bahwa kebiasaan menabung menjadi salah satu bentuk nyata penerapan *frugal living* dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan seluruh hasil penelitian, dapat dipahami bahwa pemahaman Generasi Z di Kota Parepare tentang *frugal living* masih beragam. Sebagian besar informan telah memahami atau bahkan menerapkan prinsip-prinsip *frugal living* dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan sebagian lainnya belum mengenal istilah *frugal living* tetapi telah menerapkannya tanpa disadari. Penerapan *frugal living* tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh pemahaman terhadap konsepnya, tetapi juga oleh pengalaman mengelola keuangan, kondisi ekonomi, tanggung jawab sebagai individu yang telah bekerja maupun berkeluarga, serta kebiasaan yang terbentuk dalam lingkungan keluarga. Selain itu, sebagian informan yang menerapkan *frugal living* juga memiliki kebiasaan menyisihkan sebagian pendapatan untuk ditabung sebagai bentuk perencanaan keuangan dan persiapan menghadapi kebutuhan di masa depan. Di sisi lain, masih terdapat sebagian kecil informan yang belum menerapkan *frugal living* secara konsisten karena masih dipengaruhi oleh gaya hidup konsumtif, tren media sosial, dan keinginan untuk mengikuti lingkungan sekitar.

2. Gaya Hidup Generasi Z di Kota Parepare

Gaya hidup merupakan pola perilaku seseorang dalam menjalani kehidupan sehari-hari yang tercermin dari aktivitas yang dilakukan, ketertarikan terhadap suatu hal, serta cara pandang terhadap berbagai fenomena yang ada di lingkungan sekitarnya. Gaya hidup tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dasar, tetapi juga dipengaruhi oleh perkembangan lingkungan sosial dan teknologi yang terus berubah, terutama di era digital saat ini. Dalam konteks Generasi Z, gaya hidup

cenderung terbentuk melalui interaksi antara kebutuhan pribadi, pengaruh lingkungan sosial, serta paparan informasi dari media sosial yang menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Adapun gambaran gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare dapat dijelaskan melalui beberapa aspek yang ditemukan dalam hasil penelitian sebagai berikut.

a. Aktivitas (*activity*)

Dalam kehidupan sehari-hari Generasi Z di Kota Parepare, aktivitas mereka menunjukkan pola yang beragam antara kegiatan yang bersifat produktif dan kegiatan yang bersifat rekreatif. Berdasarkan hasil penelitian, aktivitas Generasi Z di Kota Parepare didominasi oleh kegiatan produktif seperti bekerja, kuliah, mengajar, dan mengurus keluarga. Aktivitas tersebut menjadi prioritas utama sehingga sebagian besar waktu dan pengeluaran informan diarahkan untuk memenuhi kebutuhan yang berkaitan dengan pekerjaan maupun pendidikan. Di luar aktivitas tersebut, informan memanfaatkan waktu luang dengan cara yang berbeda-beda. Sebagian memilih beristirahat atau berkumpul bersama keluarga, sedangkan sebagian lainnya mengisi waktu luang dengan nongkrong, berbelanja, menggunakan media sosial, maupun mengikuti tren yang sedang berkembang.

Temuan ini menunjukkan bahwa aktivitas Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh tanggung jawab pekerjaan dan pendidikan, tetapi juga oleh perkembangan teknologi digital yang telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Kehadiran media sosial membuat aktivitas hiburan dan konsumsi menjadi lebih mudah dilakukan, baik melalui belanja daring maupun mengikuti berbagai tren yang sedang populer. Meskipun demikian, tidak seluruh informan menjadikan aktivitas konsumtif sebagai bagian utama dari kesehariannya. Sebagian informan tetap mampu

mengendalikan aktivitas konsumsi dengan lebih memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan.

b. Minat (*interest*)

Minat Generasi Z di Kota Parepare menunjukkan kecenderungan yang beragam antara ketertarikan pada gaya hidup sederhana dan ketertarikan pada tren yang berkembang di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat Generasi Z di Kota Parepare memiliki kecenderungan yang beragam. Sebagian informan menunjukkan ketertarikan terhadap gaya hidup sederhana, pengelolaan keuangan, produktivitas, serta pengembangan diri karena dianggap mampu memberikan manfaat dalam jangka panjang. Di sisi lain, terdapat informan yang lebih tertarik pada tren *fashion*, *skincare*, makanan viral, maupun tempat-tempat yang sedang populer di media sosial.

Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa minat Generasi Z tidak hanya terbentuk dari kebutuhan pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh informasi yang diterima melalui media sosial. Hampir seluruh informan mengakui bahwa media sosial menjadi sumber utama dalam memperoleh informasi mengenai produk maupun tren yang sedang berkembang. Akan tetapi, hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa kemampuan setiap individu dalam menyaring informasi tersebut berbeda-beda. Sebagian informan mampu menjadikan media sosial hanya sebagai sumber referensi, sedangkan sebagian lainnya lebih mudah terdorong untuk mengikuti tren yang muncul.

c. Pendapat (*Opinion*)

Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar informan berpendapat bahwa gaya hidup yang ideal adalah gaya hidup yang sederhana, seimbang, dan disesuaikan

dengan kemampuan finansial. Mereka menilai bahwa pemenuhan kebutuhan harus lebih diutamakan daripada mengikuti keinginan ataupun tren yang berkembang. Selain itu, informan juga menyadari bahwa media sosial memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perubahan gaya hidup Generasi Z, terutama dalam membentuk pola konsumsi.

Meskipun demikian, sebagian besar informan berpendapat bahwa tidak semua tren perlu diikuti. Mereka memandang bahwa setiap individu memiliki kondisi ekonomi, kebutuhan, dan tujuan hidup yang berbeda sehingga keputusan konsumsi sebaiknya didasarkan pada pertimbangan manfaat dan kemampuan finansial, bukan semata-mata karena pengaruh lingkungan maupun media sosial.

Berdasarkan ketiga indikator tersebut dapat dipahami bahwa gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare merupakan hasil interaksi antara aktivitas sehari-hari, minat terhadap berbagai hal, serta pandangan mengenai gaya hidup yang ideal. Ketiga aspek tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup Generasi Z tidak dapat dikategorikan sebagai gaya hidup yang sepenuhnya konsumtif maupun sepenuhnya menerapkan *frugal living*. Sebagian informan telah menunjukkan kecenderungan hidup sederhana dengan mengutamakan kebutuhan, sedangkan sebagian lainnya masih dipengaruhi oleh tren yang berkembang di media sosial. Oleh karena itu, gaya hidup Generasi Z berada pada posisi yang dinamis dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal.

Temuan penelitian ini sesuai dengan teori gaya hidup yang dikemukakan oleh Kotler, yang menyatakan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang tercermin melalui *activities* (aktivitas), *interest* (minat), dan *opinion* (pendapat).¹²³

¹²³ Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke-12*.

Ketiga dimensi tersebut saling berkaitan dalam membentuk perilaku individu sehingga gaya hidup tidak hanya dipengaruhi oleh karakter pribadi, tetapi juga oleh lingkungan sosial serta perkembangan teknologi. Dalam penelitian ini, aktivitas sehari-hari, ketertarikan terhadap suatu hal, dan pandangan mengenai gaya hidup yang ideal menunjukkan adanya hubungan yang erat dalam membentuk perilaku konsumsi Generasi Z di Kota Parepare.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Meili Neza Tiara (2025) yang menunjukkan bahwa gaya hidup *frugal living* pada Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh pemahaman individu mengenai hidup hemat, tetapi juga oleh lingkungan sosial, pengalaman hidup, dan perkembangan media digital.¹²⁴ Penelitian tersebut menjelaskan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk preferensi dan keputusan konsumsi Generasi Z. Temuan tersebut sesuai dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa hampir seluruh informan memperoleh informasi mengenai tren maupun produk melalui media sosial, meskipun tingkat pengaruhnya berbeda pada setiap individu.

Selain itu, temuan penelitian juga memiliki kesamaan dengan penelitian Nurul Hidayah dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa penerapan *frugal living* berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengelola keuangan, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta menyusun prioritas pengeluaran.¹²⁵ Dalam penelitian ini ditemukan bahwa sebagian informan telah mampu menerapkan prinsip tersebut melalui aktivitas sehari-hari dan pandangan mereka mengenai pentingnya hidup sederhana. Namun, sebagian informan lainnya masih menjadikan belanja, mengikuti

¹²⁴ Meili Neza Tiara, "Fenomena Gaya Hidup *Frugal Living* Pada Generasi Z" (Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2025).

¹²⁵ Hidayah and Prodyantasar, "Fenomena *Frugal Living* Di Kalangan Mahasiswa Perantau: Antara Kebutuhan Dan Pilihan."

tren, maupun self reward sebagai bagian dari gaya hidup sehingga penerapan frugal living belum dilakukan secara konsisten.

Berdasarkan analisis terhadap indikator aktivitas (*activity*), minat (*interest*), dan pendapat (*opinion*), ditemukan bahwa gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare menunjukkan dua kecenderungan. Pertama, sebagian informan telah menerapkan gaya hidup yang lebih berorientasi pada kebutuhan dengan mengelola keuangan secara bijaksana, memprioritaskan pengeluaran yang penting, serta tidak mudah mengikuti tren. Kedua, sebagian informan lainnya masih menunjukkan kecenderungan mengikuti tren yang berkembang di media sosial sehingga dalam kondisi tertentu masih melakukan konsumsi berdasarkan keinginan. Dengan demikian, gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare tidak dapat dikategorikan sepenuhnya sebagai gaya hidup konsumtif maupun sepenuhnya sebagai gaya hidup frugal living, melainkan menunjukkan kecenderungan yang berbeda pada setiap individu sesuai dengan kondisi, pengalaman, dan pengaruh lingkungan yang mereka hadapi.

3. Perspektif Ekonomi Syariah terhadap Gaya Hidup Generasi Z di Kota Parepare

Perspektif ekonomi syariah memandang bahwa aktivitas konsumsi tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga harus dilakukan sesuai dengan nilai-nilai syariat Islam. Dalam Islam, perilaku konsumsi tidak hanya dinilai dari terpenuhinya kebutuhan materi, melainkan juga dari cara memperoleh, menggunakan, dan memanfaatkan harta agar memberikan kemaslahatan serta terhindar dari perilaku berlebihan. Oleh karena itu, pembahasan mengenai perspektif ekonomi syariah terhadap gaya hidup *frugal living* Generasi Z di Kota Parepare

dianalisis berdasarkan etika konsumsi dalam Islam yang meliputi memperhatikan prioritas kebutuhan, mengonsumsi produk halal, memperhatikan kualitas konsumsi, mengutamakan masalah, dan bersikap sederhana dalam konsumsi.

a. Memperhatikan Prioritas Kebutuhan

Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar Generasi Z di Kota Parepare telah menunjukkan upaya untuk memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan dalam aktivitas konsumsi. Sebelum melakukan pembelian, informan umumnya mempertimbangkan manfaat barang, tingkat kepentingan, serta kondisi keuangan yang dimiliki. Ketika menghadapi keterbatasan finansial, mereka lebih memilih memenuhi kebutuhan pokok terlebih dahulu, sedangkan keinginan ditunda hingga kondisi ekonomi memungkinkan. Meskipun masih terdapat beberapa informan yang mengakui terkadang mendahulukan keinginan, secara umum mereka telah memiliki kesadaran untuk menyusun skala prioritas dalam menggunakan pendapatan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumsi informan mulai mengarah pada penggunaan harta secara lebih bijaksana dengan mendahulukan kebutuhan yang benar-benar diperlukan. Dalam perspektif ekonomi syariah, pemenuhan kebutuhan berdasarkan skala prioritas merupakan bagian dari etika konsumsi Islam yang bertujuan agar penggunaan harta dilakukan secara proporsional sesuai tingkat kepentingannya. Prinsip ini sejalan dengan konsep maqashid syariah yang membagi kebutuhan menjadi daruriyah, hajiyah, dan tahsiniyah, sehingga seorang muslim didorong untuk mendahulukan kebutuhan yang paling utama sebelum memenuhi kebutuhan pelengkap maupun keinginan.

b. Mengonsumsi Produk Halal

Berdasarkan hasil penelitian, aspek kehalalan menjadi pertimbangan utama bagi sebagian besar informan sebelum mengonsumsi suatu barang atau jasa. Informan tidak hanya memperhatikan status halal suatu produk, tetapi juga mempertimbangkan keamanan, kebersihan, kualitas, dan manfaatnya. Bentuk penerapan tersebut terlihat dari kebiasaan informan memeriksa label halal pada kemasan maupun memilih produk dari penjual yang terpercaya. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi tidak semata-mata didasarkan pada keinginan, tetapi juga pada kesadaran untuk menjalankan ketentuan syariat Islam sehingga barang atau jasa yang dikonsumsi diharapkan memberikan ketenangan dan keberkahan. Prinsip tersebut sejalan dengan firman Allah Swt. dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Terjemahnya:

Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.¹²⁶

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam tidak hanya memerintahkan umatnya untuk mengonsumsi sesuatu yang halal, tetapi juga yang baik (*halalan thayyiban*). Oleh karena itu, setiap keputusan konsumsi hendaknya didasarkan pada kehalalan, keamanan, dan manfaat agar memberikan keberkahan bagi kehidupan.

c. Memperhatikan Kualitas Konsumsi

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas menjadi salah satu pertimbangan penting dalam keputusan konsumsi Generasi Z di Kota Parepare. Informan cenderung

¹²⁶ Kemenag RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

memilih barang yang memiliki kualitas baik, aman digunakan, tahan lama, dan memberikan manfaat dalam jangka panjang. Dengan demikian, konsumsi tidak hanya dipandang sebagai upaya memenuhi kebutuhan sesaat, tetapi juga sebagai bentuk pengelolaan keuangan yang lebih efektif karena mampu menghindari pemborosan akibat pembelian barang yang mudah rusak atau kurang bermanfaat. Pertimbangan terhadap kualitas tersebut menunjukkan adanya kesadaran bahwa setiap pengeluaran sebaiknya memberikan nilai guna yang optimal. Dalam perspektif ekonomi syariah, kualitas konsumsi tidak hanya diukur dari harga atau daya tahan suatu produk, tetapi juga dari terpenuhinya unsur halalan thayyiban. Oleh karena itu, seorang muslim dianjurkan memilih barang atau jasa yang halal, aman, bermanfaat, serta mampu memberikan kebaikan bagi kehidupan sehingga konsumsi tidak hanya menghasilkan kepuasan sesaat, tetapi juga kemanfaatan dalam jangka panjang.

d. Mengutamakan Masalah

Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar informan telah mempertimbangkan manfaat yang diperoleh dari setiap keputusan konsumsi. Informan tidak hanya memikirkan kepentingan pribadi, tetapi juga memperhatikan dampaknya terhadap kesehatan, kondisi keuangan, keluarga, bahkan lingkungan sekitar. Selain itu, hasil wawancara dengan informan dari BPS Kota Parepare menunjukkan pentingnya mengelola keuangan melalui investasi, pengembangan diri, dan penggunaan produk lokal sebagai bentuk konsumsi yang memberikan manfaat lebih luas. Hal tersebut menunjukkan bahwa aktivitas konsumsi yang dilakukan tidak hanya berorientasi pada kepuasan sesaat, tetapi juga diarahkan untuk menghasilkan kemanfaatan yang berkelanjutan. Prinsip ini sejalan dengan firman Allah Swt. dalam Q.S. Al-Qasas ayat 77:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Terjemahnya:

Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.¹²⁷

Ayat tersebut menunjukkan bahwa setiap aktivitas konsumsi hendaknya memberikan manfaat bagi diri sendiri maupun orang lain serta dilakukan secara bertanggung jawab sehingga mampu mewujudkan kemaslahatan tanpa menimbulkan kerugian atau kerusakan.

e. Sederhana dalam Konsumsi

Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar informan memandang hidup sederhana sebagai prinsip yang penting dalam mengelola keuangan. Kesederhanaan dipahami sebagai sikap membeli sesuai kebutuhan, menghindari pemborosan, serta tidak mudah terpengaruh oleh gengsi maupun tren yang berkembang di media sosial. Dengan menerapkan pola konsumsi yang sederhana, informan merasa lebih mampu mengendalikan pengeluaran dan mempersiapkan kebutuhan di masa mendatang. Meskipun masih terdapat godaan untuk mengikuti tren, secara umum informan menyadari pentingnya menjaga keseimbangan antara kebutuhan, kemampuan finansial, dan tujuan keuangan jangka panjang. Sikap tersebut sejalan dengan firman Allah Swt. dalam Q.S. Al-A'raf ayat 31:

¹²⁷ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

﴿يَبْنَىْ اَءَمْرَ خُءْءَءَ زَيْنَتَكُم مِّنْ كُلِّ مَسْءِءٍ وَكُلُوا وَشَرَبُوا وَلَا تَسْرِفُوا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ﴾^(٣١)

Terjemahnya:

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.¹²⁸

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam mengajarkan keseimbangan dalam konsumsi. Seorang muslim diperbolehkan memenuhi kebutuhan hidupnya, tetapi dilarang melakukan konsumsi secara berlebihan (*israf*) maupun pemborosan (*tabdzir*), sehingga harta yang dimiliki dapat dimanfaatkan secara lebih bijaksana dan bertanggung jawab.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa perilaku konsumsi Generasi Z di Kota Parepare pada umumnya telah mencerminkan penerapan etika konsumsi dalam perspektif ekonomi syariah, meskipun tingkat penerapannya masih berbeda pada setiap individu. Hal ini terlihat dari adanya upaya untuk memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan, memperhatikan kehalalan dan kualitas produk yang dikonsumsi, mempertimbangkan kemaslahatan dalam setiap keputusan konsumsi, serta berusaha menerapkan pola hidup sederhana dengan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Di sisi lain, perkembangan media sosial dan tren digital masih menjadi tantangan yang memengaruhi sebagian Generasi Z dalam mengambil keputusan konsumsi sehingga pada kondisi tertentu mereka masih terdorong untuk memenuhi keinginan dibandingkan kebutuhan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori etika konsumsi dalam Islam yang dikemukakan oleh Baitul Hamdi (2022), yang menjelaskan bahwa aktivitas konsumsi

¹²⁸ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penthasihan Al-Qur'an, 2019).

seorang muslim tidak hanya bertujuan memenuhi kepuasan, tetapi juga harus memperhatikan lima prinsip utama, yaitu memprioritaskan kebutuhan, mengonsumsi produk yang halal, memperhatikan kualitas konsumsi, mengutamakan masalah, dan bersikap sederhana dalam konsumsi.¹²⁹ Kelima prinsip tersebut bertujuan agar penggunaan harta dilakukan secara bertanggung jawab sehingga mampu memberikan manfaat, keberkahan, dan kemaslahatan bagi kehidupan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Febrilia Nona Sari (2024) yang menunjukkan bahwa penerapan *frugal living* dapat mencerminkan etika konsumsi Islam apabila dilakukan dengan mengutamakan kebutuhan, hidup hemat, serta menghindari pemborosan.¹³⁰ Meskipun demikian, penelitian tersebut menemukan bahwa masih terdapat beberapa aspek etika konsumsi yang belum diterapkan secara optimal, seperti kurangnya perhatian terhadap konsep *halalan thayyiban* dan tanggung jawab sosial. Berbeda dengan penelitian tersebut, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar informan telah memiliki kesadaran untuk memperhatikan kehalalan produk, kualitas konsumsi, serta manfaat yang diperoleh sebelum melakukan konsumsi, walaupun dalam kondisi tertentu masih dipengaruhi oleh tren yang berkembang di media sosial.

Selain itu, temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Muhammad Farhan Bagja Naufal, Neneng Nurhasanah, dan Intan Nurrachmi (2024) yang menjelaskan bahwa perilaku *frugal living* yang mengutamakan pemenuhan kebutuhan, pengelolaan keuangan secara bijaksana, dan pengendalian konsumsi telah

¹²⁹ Baitul Hamdi, "Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)," *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 23, no. 1 (2022): hal 9-12.

¹³⁰ Febrilia Nona Sari, "Gaya Hidup *Frugal Living* Masyarakat Desa Karang Tengah Kabupaten Bengkulu Utara Ditinjau Dari Etika Konsumsi Islam" (Uin Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2024).

sesuai dengan prinsip maqashid syariah, khususnya dalam menjaga harta (*hifz al-mal*) dan mewujudkan masalah.¹³¹ Hasil penelitian ini memperkuat temuan tersebut karena sebagian besar Generasi Z di Kota Parepare telah berupaya mengendalikan pengeluaran, menyesuaikan konsumsi dengan kemampuan finansial, serta mempertimbangkan manfaat jangka panjang dalam setiap keputusan konsumsi.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa perilaku konsumsi Generasi Z di Kota Parepare secara umum telah mencerminkan etika konsumsi dalam perspektif ekonomi syariah. Meskipun pengaruh media sosial masih menjadi tantangan dalam membentuk perilaku konsumsi, sebagian besar informan telah menunjukkan upaya untuk menerapkan prinsip-prinsip konsumsi Islam melalui pemenuhan kebutuhan secara proporsional, memilih produk yang halal dan berkualitas, mengutamakan kemaslahatan, serta menghindari perilaku konsumsi yang berlebihan. Hal tersebut menunjukkan bahwa penerapan *frugal living* tidak hanya menjadi strategi pengelolaan keuangan, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai ekonomi syariah dalam mewujudkan kemanfaatan dan keberkahan dalam penggunaan harta.

¹³¹ Naufal, Nurhasanah, and Nurrachmi, "Analisis Maqashid Syariah Terhadap Perilaku Konsumsi Dari Pengguna Gaya Hidup *Frugal Living*."

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Frugal Living* pada Generasi Z di Kota Parepare dalam Perspektif Ekonomi Syariah, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pemahaman Generasi Z di Kota Parepare tentang *frugal living* masih beragam. Ditemukan tiga kelompok informan, yaitu yang telah memahami dan menerapkan *frugal living*, yang belum mengenal istilahnya tetapi telah menerapkan prinsip-prinsipnya, serta yang belum memahami maupun menerapkannya secara konsisten. Penerapan *frugal living* dipengaruhi oleh pengalaman mengelola keuangan, kondisi ekonomi, tanggung jawab, dan kebiasaan menabung.
2. Gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare menunjukkan dua kecenderungan. Sebagian informan telah mengutamakan kebutuhan dan mengelola keuangan secara bijaksana, sedangkan sebagian lainnya masih mudah dipengaruhi oleh tren media sosial sehingga perilaku konsumsinya lebih didasarkan pada keinginan. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh aktivitas, minat, pendapat, serta kondisi dan lingkungan masing-masing informan.
3. Ditinjau dari perspektif ekonomi syariah, gaya hidup Generasi Z di Kota Parepare pada umumnya telah mencerminkan etika konsumsi Islam, meskipun pengaruh media sosial masih menjadi tantangan dalam penerapan *frugal living* secara konsisten. Dengan demikian, *frugal living* sejalan dengan etika konsumsi Islam.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Generasi Z

Bagi Generasi Z, diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan menerapkan *frugal living* secara konsisten dengan mengutamakan kebutuhan, mengelola keuangan secara bijaksana, serta tidak mudah terpengaruh oleh tren dan media sosial dalam mengambil keputusan konsumsi.

2. Orangtua, Lembaga Pendidikan, dan Pemerintah

Bagi orang tua, lembaga pendidikan, dan pemerintah, diharapkan dapat meningkatkan edukasi mengenai literasi keuangan dan nilai-nilai ekonomi syariah agar Generasi Z mampu mengelola keuangan dan menerapkan perilaku konsumsi yang lebih bertanggung jawab.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan cakupan wilayah dan jumlah informan yang lebih luas atau menggunakan pendekatan penelitian yang berbeda agar diperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai *frugal living* pada Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an, Al-Karim

- Abdullah, A F, Abd Wahab, and Rahmawati Rahmawati. "Prinsip-Prinsip Ekonomi Syari'ah." *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)* 4, no. 1 (2023).
- Afrilia. "Generasi Z Kota Parepare." Kota Parepare, n.d.
- Ahmad Kamal. "Pegawai Badan Pusat Statistika Kota Parepare." Kota Parepare, n.d.
- Ananda, Iva Ashari, Abdul Wahab, and Evin Juliasti. "Konsep Konsumsi Dalam Ekonomi Islam." *Sebi: Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. 1 (2025).
- Andi Bahri, S. "Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Dalam Hunafa: Jurnal Studia Islamika* 11 (2014).
- Annisa, Risky. *Revitalisasi Pasar Tradisional Pekalongan Dan Dampaknya Pada Pendapatan Para Pedagang*, 2022. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/5485/1/skripsiriskyannisa> - 1502040263 - ESy.pdf.
- Arifin, Moh Samsul, Besse Faradiba, Vivid Violin, Heny Herawati, and Muhammad Asir. "Experiential Marketing Analysis on Customer Satisfaction." *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)* 5, no. 2 (2025).
- Arodhiskara, Yadi, and Zulkarnain. "Analisis Efektifitas Dan Efisiensi Retribusi Pedagang Kaki Lima Di Kota Parepare." *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo* 3, no. 2 (2017).
- Ashari, Muhammad. "Generasi Z Kota Parepare." Kota Parepare, n.d.
- Aslindah, Andi, and Nur Indahsari. "Menanamkan Perilaku Hidup Hemat Pada Anak Sejak Dini." *Communio: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2022): 29–33.
- Asriyana, Asriyana, Nasrullah Bin Sapa, Abdi Widjaja, and Daryanti Daryanti. "Gaya Hidup Frugal Living Dalam Penggunaan Kartu Kredit Menurut Pandangan Islam." *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 3 (2023).
- Azwar, Saifuddin. "Metode Penelitian, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012." *Reliabilitas Dan Validitas Edisi 4* (2014).
- Badan Pusat Statistik Kota Parepare. "Kota Parepare Dalam Angka 2026" 24 (2026).
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan. "Statistik Kesejahteraan Rakyat Provinsi Sulawesi Selatan," 119. Sulawesi Selatan, 2025.
- Bantani, Karya Syekh Nawawi Al. "*Frugal Living* Dalam Tafsir Marah Labid," n.d.
- Bungin, Burhan, and L J A Moleong. "Jenis Dan Pendekatan Penelitian." *Proses Kerja Kbl Dalam Menjalankan Program Corporate Social Responsibility Di PT. Pelindo 1* (2007).

- Djam'an Satori, M A, and Aan Komariah. "Metodologi Penelitian Kualitatif," 2009.
- Erwin, Erwin, et al. *Ekonomi Manajerial: Teori, Konsep, Strategi & Aplikasi Komprehensif Ekonomi Manajerial*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Faradiba, Besse, Amar Muhammad Yunus, and Indrianty Sudirman. "Digital Capability and Distribution Readiness: Why Some E-Commerce MSMEs Excel While Others Fall Behind." *Journal of Distribution Science* 23, no. 11 (2025).
- Fitri. "Generasi Z Kota Parepare." Kota Parepare, n.d.
- Gumilang, Panji, and M Rudi Irwansyah. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 16, no. 3 (2024).
- Hamdi, Baitul. "Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)." *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 23, no. 1 (2022).
- Hariani, Aprilia. "Frugal Living Gaya Hidup Yang Cocok Untuk Anak Muda." Dalam <https://www.pajak.com> Diakses Pada Pukul, 2021.
- "Hasil Wawancara," n.d.
- Hayati, Ratih Sari. "Relevansi *Frugal Living* Dalam Mencegah Perilaku Isrāf Dan Syuḥḥ Perspektif Tafsir Tahlili Kemenag." *Mashahif: Journal of Qur'an and Hadits Studies* 4, no. 1 (2024).
- Hidayah, Nurul, and Arsy Prodyantastari. "Fenomena *Frugal Living* Di Kalangan Mahasiswa Perantau: Antara Kebutuhan Dan Pilihan." *Journal Of Psychology* 1, no. 3 (2025).
- Ibrahim, Azharsyah. "Pengantar Ekonomi Islam," 2021.
- IDN Research Institute. "Indonesia Gen Z Report 2024: Understanding and Uncovering the Behavior, Challenges, and Opportunities," 2024.
- Ilyas, Rahmat. "Etika Konsumsi Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* 1, no. 1 (2016).
- Indri, Afni. "Generasi Z Kota Parepare." Kota Parepare, n.d.
- Lastovicka, John L, Lance A Bettencourt, Renee Shaw Hughner, and Ronald J Kuntze. "Lifestyle of the Tight and Frugal: Theory and Measurement." *Journal of Consumer Research* 26, no. 1 (1999).
- Latif, Ayi Abdul, Kartika Dwifa Siregar, M Rafeli Iskandar, Ririn Nur Widyastuti, and Mia Lasmi Wardiyah. "Efek Interaksi Sosial Digital Terhadap Impulsivitas Belanja Online Pada Generasi Z." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 3, no. 6 (2025).
- Lestari, Devi, Rosman Ilato, Radia Hafid, Melizubaida Mahmud, and Nurul Maulida Alwi. "Pengaruh Kecakapan Hidup (*Life Skill*) Dan Gaya Hidup (*Life Style*) Terhadap Pola Hidup Konsumtif Mahasiswa." *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis* 16, no. 1 (2023).
- Lexy, J Moleong. "Metode Penelitian Kualitatif." *Bandung: Rosda Karya*, 2002,.
- Ma'rifatul Husna, Tsania, Umi Hani'ah, Eliya Tri Pantrista, and Amalia Nuril

- Hidayati. "PT. Media Akademik Publisher Perilaku Generasi Z Dalam Berbelanja Melalui *E-Commerce* Berdasarkan Prinsip Ekonomi Islam." *Jma* 3, no. 6 (2025).
- Maisyarah, Anisa, and Nurwahidin Nurwahidin. "Pandangan Islam Tentang Gaya Hidup *Frugal Living* (Analisis Terhadap Ayat Dan Hadits)." *Tadarus Tarbawy : Jurnal Kajian Islam Dan Pendidikan* 4, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.31000/jkip.v4i2>.
- Mandey, Silvya L. "Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal* 6, no. 1 (2009).
- Marhumi. "The Influence of E-Commerce on Impulsive Buying Behavior in Generation Z in Purwakarta City." *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 7, No. 6, 2024.
- Mutmainah, Siti, and Muhammad Ryan Romadhon. "Frugal Living Sebagai Solusi Dalam Mengatasi Pinjaman Online Akibat Gaya Hidup Konsumtif." *Ekonosfera: Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknik Global* 1, no. 3 (2025).
- Nadhifah, Siti Nurun, and Ahmad Syakur. "Etika Konsumsi Dan Tantangan Hedonisme Perspektif Al-Qur'an Dan Hadis." *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 8, no. 1 (2025).
- Narbuko, Cholid, and Abu Achmadi. "Metode Penelitian." *Penerbit Bumi Aksara, Jakarta* 174 (2005).
- Naufal, Muhammad Farhan Bagja, at all. "Analisis Maqashid Syariah Terhadap Perilaku Konsumsi Dari Pengguna Gaya Hidup *Frugal Living*." In *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 4:422–31, 2024.
- Negara, Andi Kusuma, Hendra Galuh Febrianto, and Amalia Indah Fitriana. "Mengelola Keuangan Dalam Pandangan Gen Z." *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 19, no. 2 (2022).
- Ni Wayan Sukmawati Puspitadewi, Fathin Fadhilah. "Pengaruh Media Sosial Terhadap *Impulsive Buying*." *Psikosains: Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Psikologi* 19, no. 2 (2024).
- Nugraha, Jefri Putri, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojiati, Gazi Saloom, Rene Johannes, Mail Hilian Batin, Widya Jati Lestari, Husnil Khatimah, and Maria Fatima B Beribe. *Teori Perilaku Konsumen*. Penerbit Nem, 2021.
- Nurul Latifah. "Generasi Z Kota Parepare." Kota Parepare, n.d.
- Perasanta, Sibuea. "*Frugal Living*, Gaya Hidup Yang Patut Ditiru Oleh ASN," 2022. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15091/Frugal-Living-Gaya-Hidup-yang-Patut-Ditiru-Oleh-ASN.html>.
- Philip, Kotler & Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke-12*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Praditha, Ellen, Karina Ismalia, and Vicky F Sanjaya. "Pengaruh Uang Saku Bulanan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kost (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kost Daerah Sukarama)." *Jurnal Ekonomi Regional Unimal* 5,

no. 3 (2022).

Pratyningsih, Irma. "Pembatasan Uang Jajan Sebagai Model Untuk Mengembangkan Karakter Hemat Dan Jujur Di MIM Kedungwuluh Lor." UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO, 2017.

Rahayu Ningsih, Ekawati. "Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran." Idea Press, 2021.

Rahkmadi. "Generasi Z Kota Parepare." Kota Parepare, n.d.

Rainer, Pierre. "Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z." 29 Agustus, 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>.

Ramadhani, Amalia. "Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Financial Behavior Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Generasi Z Di Desa Pananrang Kecamatan Mattiro Bulu Kabupaten Pinrang." IAIN Parepare, 2024.

Randy. "Generasi Z Kota Parepare." Kota Parepare, n.d.

Rozaini, Noni, and Siti Nurmala Harahap. "Pengaruh Mata Kuliah Ekonomi Syariah Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif." *Jurnal Niagawan* 8, no. 3 (2019): 223–33.

Saprida, M H I. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Prenada Media, 2021.

Sari, Febrilia Nona. "Gaya Hidup *Frugal Living* Masyarakat Desa Karang Tengah Kabupaten Bengkulu Utara Ditinjau Dari Etika Konsumsi Islam." UIN FATMAWATI SUKARNO BENGKULU, 2024.

Sari, Rosi Indah, Risa Yuzima, and Rena Ardini. "Komunikasi Digital Dan Perubahan Gaya Hidup Generasi Gen Z." *Sagita Academia Journal* 3, no. 4 (2025).

Seftiandri, Felda Nayla. "Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Pada 2024, Gen Z Mendominasi." 21 Oktober, 2025. <https://data.goodstats.id/statistic/pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-pada-2024-gen-z-mendominasi-6Mdc3>.

Siswanto, Victorianus Aries. *Strategis Dan Langkah-Langkah Penelitian*. Graha Ilmu, 2012.

Sitti Aisyah. "Generasi Z Kota Parepare." Kota Parepare, n.d.

Sosial, Lingkungan, Terhadap Perilaku, Siswa Upt, and S M A Negeri. "Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare," 2024.

Statistik, Badan Pusat, and Kota Parepare. "Kota Parepare Dalam Angka 2025." 28 Februari, 2025. <https://doi.org/1102001>.

Suci Ramadhani. "Generasi Z Kota Parepare." Kota Parepare, n.d.

Sugiyono, Dr. "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D," 2013.

Susanti, N, I Nurmasari, and D R Harjayanti. "Penerapan Konsep *Frugal Living* Pada Keuangan Dan Bisnis Keluarga." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*:

Kreasi Mahasiswa Manajemen 3, no. 4 (2023).

Sutopo, H B. “Penelitian Kualitatif: Dasar Teori Dan Terapannya Dalam Penelitian.” *Surakarta: Universitas Sebelas Maret*, 2006.

Tiara, Meili Neza. “Fenomena Gaya Hidup *Frugal Living* Pada Generasi Z.” Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2025.

Utama, Eka Agustha Prasetya, and Edi Komara. “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus Pada Gen Z Di Jabodetabek).” *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)* 7, no. 3 (2021).

Wahyu, A Rio Makkulau. “Pengantar Ekonomi Islam.” *Bandung: PT Refika Aditama*, 2020.

Wilska, Terhi-Anna, Matilda Holkkola, and Jesse Tuominen. “The Role of Social Media in the Creation of Young People’s Consumer Identities.” *Sage Open* 13, no. 2 (2023).



LAMPIRAN-LAMPIRAN





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-798/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2026
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

15 April 2026

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : ANDINI RAMADHANTI ANIS
Tempat/Tgl. Lahir : PAREPARE, 23 November 2003
NIM : 2220203860202064
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : JL. LAGALIGO, KELURAHAN LAPADDE, KECAMATAN UJUNG, KOTA PAREPARE.

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

ANALISIS FRUGAL LIVING TERHADAP GAYA HIDUP GEN Z DI KOTA PAREPARE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 20 April 2026 sampai dengan tanggal 20 Juni 2026.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

SRN IP0000301



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id

IZIN PENELITIAN
Nomor : 301/IP/DPM-PTSP/4/2026

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.
3. Peraturan Wali Kota Parepare Nomor 31 tahun 2025 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha dan Nonperizinan Daerah Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : **ANDINI RAMADHANTI ANIS**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**

ALAMAT : **JL. LAGALIGO KOTA PAREPARE**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **ANALISIS FRUGAL LIVING TERHADAP GAYA HIDUP GEN Z DI KOTA PAREPARE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

LOKASI PENELITIAN : **KECAMATAN SE KOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **20 April 2026 s.d 20 Juni 2026**

a. Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Izin ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **22 April 2026**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

• UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1

• Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah

• Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**

• Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTSP Kota Parepare (scan QRCode)



Kelas
Sertifikasi
Elektronik





KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307

VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

NAMA MAHASISWA : ANDINI RAMADHANTI ANIS
 NIM : 2220203860202064
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
 JUDUL : ANALISIS *FRUGAL LIVING* TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF GEN Z DI KOTA PAREPARE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

PEDOMAN WAWANCARA

A. Pertanyaan untuk Informan Generasi Z

1. Indikator Gaya Hidup

a. *Activies* (aktivitas)

- 1) Bisa diceritakan bagaimana aktivitas sehari-hari kamu?
- 2) Kegiatan apa saja yang biasanya kamu lakukan di waktu luang?
- 3) Apakah kamu sering melakukan aktivitas seperti belanja, nongkrong, atau mengikuti tren tertentu?

b. *Interest* (Minat)

- 1) Hal-hal apa yang paling menarik perhatian kamu saat ini, khususnya terkait gaya hidup atau tren?

- 2) Seberapa besar pengaruh media sosial dalam membentuk minat kamu terhadap suatu produk atau gaya hidup?

c. *Opinion* (Pendapat)

- 1) Menurut kamu, seperti apa gaya hidup yang ideal untuk Generasi Z saat ini?
- 2) Bagaimana pendapat kamu tentang tren gaya hidup yang sedang berkembang di lingkungan sekitar?

2. Indikator *Frugal Living*

- 1) Dalam keseharian, bagaimana biasanya kamu menggunakan uang yang kamu miliki?
- 2) Hal apa saja yang biasanya kamu dahulukan ketika memiliki pengeluaran?
- 3) Saat ingin membeli sesuatu, hal-hal apa saja yang biasanya kamu pertimbangkan terlebih dahulu?
- 4) Apakah kamu pernah berada di situasi harus memilih antara kebutuhan dan keinginan? Bisa diceritakan?
- 5) Ketika ada keinginan membeli sesuatu yang menarik, apa yang biasanya kamu lakukan?
- 6) Pernahkah kamu menunda atau membatalkan pembelian? Apa yang menjadi pertimbangannya?
- 7) Apakah ada cara tertentu yang kamu lakukan agar pengeluaran tetap terkontrol?
- 8) Bagaimana pendapat kamu tentang kebiasaan hidup sederhana atau tidak berlebihan dalam menggunakan uang?

- 9) Menurut kamu, apakah penting untuk mengatur pengeluaran sejak sekarang? Mengapa?
 - 10) Jika melihat kebiasaan kamu sendiri, bagaimana kamu menggambarkan cara kamu dalam mengelola keuangan sehari-hari?
 - 11) Apakah kamu tahu istilah *frugal living*?
3. Perspektif Ekonomi Syariah (Etika Konsumsi dalam Islam)
- 1) Dalam keseharian, hal apa saja yang biasanya kamu pertimbangkan saat memilih barang atau jasa?
 - 2) Menurut kamu, apa yang penting diperhatikan sebelum mengonsumsi sesuatu?
 - 3) Bagaimana kamu membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam kehidupan sehari-hari?
 - 4) Ketika memiliki keterbatasan uang, bagaimana kamu menentukan mana yang harus didahulukan?
 - 5) Seberapa penting menurut kamu memperhatikan kehalalan suatu produk sebelum dikonsumsi?
 - 6) Dalam praktiknya, apakah kamu biasanya memastikan kehalalan produk tersebut? Bisa diceritakan?
 - 7) Selain halal, apakah kamu juga mempertimbangkan kualitas atau manfaat dari barang yang dikonsumsi?
 - 8) Hal apa yang membuat kamu menilai suatu produk itu baik untuk dikonsumsi?
 - 9) Menurut kamu, apakah barang yang dikonsumsi sebaiknya memberikan manfaat jangka panjang? Mengapa?

- 10) Apakah kamu pernah mempertimbangkan dampak dari konsumsi yang kamu lakukan, baik untuk diri sendiri maupun orang lain?
- 11) Bagaimana pendapat kamu tentang hidup sederhana dalam penggunaan uang?
- 12) Menurut kamu, seperti apa batasan antara cukup dan berlebihan dalam konsumsi?

B. Informan Pendukung

(Pegawai Badan Pusat Statistik Kota Parepare)

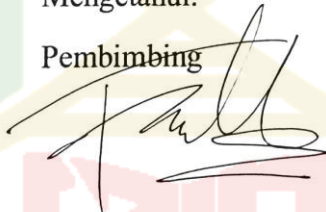
1. Bagaimana gambaran umum jumlah dan komposisi penduduk di Kota Parepare saat ini?
2. Apakah Generasi Z termasuk kelompok dengan jumlah yang cukup didominasi Kota Parepare?
3. Bagaimana kondisi sosial dan ekonomi masyarakat di Kota Parepare dalam beberapa tahun terakhir?
4. Apakah terdapat perubahan kondisi ekonomi yang cukup berpengaruh terhadap pola hidup masyarakat?
5. Berdasarkan data atau pengamatan yang ada, bagaimana kecenderungan gaya hidup masyarakat, khususnya Generasi Z?
6. Apakah terdapat perubahan pola konsumsi masyarakat, terutama di kalangan usia muda?
7. Apakah terdapat data atau indikasi terkait pola pengeluaran masyarakat, khususnya Generasi Z?
8. Menurut Bapak/Ibu, faktor apa saja yang paling memengaruhi pola konsumsi Generasi Z saat ini?

9. Bagaimana kondisi lingkungan sosial di Parepare dalam membentuk gaya hidup masyarakat?
10. Apakah terdapat kecenderungan masyarakat untuk hidup hemat atau justru lebih konsumtif?
11. Menurut Bapak/Ibu, seberapa penting pengelolaan keuangan bagi Generasi Z saat ini?
12. Apakah ada saran atau pandangan terkait pola konsumsi masyarakat yang lebih baik ke depan?

Parepare, 30 Januari 2026

Mengetahui:

Pembimbing



Besse Faradiba, M.M

NIP. 198910172019032004

PAREPARE



**BADAN PUSAT STATISTIK
KOTA PAREPARE**

Jl. Jenderal Sudirman Nomor 66, Parepare, 91122, Telepon 0421-22766,
Homepage: <https://pareparekota.bps.go.id>, E-mail: bps7372@bps.go.id



**SENSUS
EKONOMI
2026**

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN
NOMOR B-11/7372/HM.340/2026**

Yang bertanda tangan dibawah ini, Kepala Badan Pusat Statistik Kota Parepare,
menerangkan bahwa:

Nama : Andini Ramadhanti Anis
Alamat : Jl.Lagaligo Kota Parepare
Jurusan : Ekonomi Syariah
Universitas : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

telah melakukan penelitian/wawancara/mengambil data dalam rangka penyusunan
Skripsi dengan judul "**Analisis Frugal Living Terhadap Gaya Hidup Gen Z Di Kota
Parepare Dalam Perspektif Ekonomi Syariah**" pada satker BPS Kota Parepare.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 10 Juni 2026
Pejabat Pembuat Keterangan,



Sabriah, SE
NIP. 19740111 199401 2 001



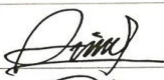
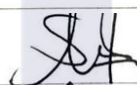
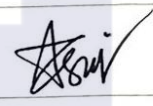
NO PUNGGLI, NO GRATIFIKASI, NO KORUPSI | LIHAT, LAWAN, DAN LAPORKAN

PERNYATAAN PERSETUJUAN INFORMAN

Judul Penelitian : Analisis *Frugal Living* terhadap Gaya Hidup Gen Z di Kota Parepare dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Peneliti : Andini Ramadhanti Anis

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian ini secara sukarela. Saya memahami bahwa identitas saya akan dijaga kerahasiaannya dan data yang saya berikan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis. Saya juga menyetujui pengambilan rekaman suara/catatan selama proses wawancara berlangsung.

No	Nama/Inisial	Umur	Kategori (Kuliah/Kerja/Nikah)	Tanda Tangan
1	Muh Azhari	28 th	Kerja - Menikah	
2	Nurul Latifah	28 th	IRT - Menikah	
3	Suci Ramadhani	26 th	Kerja (Nakes)	
4	Rakhamadi	22 th	Kerja Kuliah	
5	Randi	24 th	Kuliah Kerja	
6	Arjun Rahim	22 th	Kerja / Mekanik	
7	Siti Aisyah		Kuliah	
8	Indri Apni	21 th	Kerja	
9	Apriia Ardani	20 th	Kuliah	
10	Muh Syamjaya	28 th	Kerja / BUMN	
11	FI TRI BNU	26 th	menikah	
12	Ahmad Kamal	26 th	BPS PAREPARE	

DOKUMENTASI



Wawancara dengan informan Gen Z:
Muhammad Ashari



Wawancara dengan informan Gen Z:
Nurul Latifah



Wawancara dengan informan Gen Z:
Suci Ramadhani



Wawancara dengan informan Gen Z:
Randy



Wawancara dengan informan Gen Z:
Arjun Rahim



Wawancara dengan informan Gen Z:
Sitti Aisyah



Wawancara dengan informan Gen Z:
Indri Afni



Wawancara dengan informan Gen Z:
Afrilia



Wawancara dengan informan Gen Z:
Muh. Syamjaya



Wawancara dengan informan Gen Z:
Fitri



Wawancara dengan informan Gen Z:
Rahkmadi



Wawancara dengan infroman
pendukung: Ahmad Kamal
(Pagawai BPS)

BIODATA PENULIS



Andini Ramadhanti Anis, Lahir di Parepare pada tanggal 23 November 2003. Anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Nasruddin dan Ibu Ismayanti. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Riwayat pendidikan penulis memulai pendidikan di SD Negeri 48 Parepare pada tahun 2011-2016. Kemudian melanjutkan pendidikan tingkat Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 10 Parepare pada tahun 2016-2019. Selanjutnya di tingkat Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Parepare pada tahun 2019-2022. Pada tahun 2022, penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kota Parepare dengan mengambil Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis mengikuti program Kuliah Kerja Nyata (KKN) & Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Desa Kalosi Alau, Kecamatan Dua Pitue, Kabupaten Sidenreng Rappang, Provinsi Sulawesi Selatan. Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.), penulis menyelesaikan pendidikan sebagaimana mestinya dan mengajukan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul “Analisis *Frugal Living* Terhadap Gaya Hidup Gen Z di Kota Parepare dalam Perspektif Ekonomi Syariah” Tahun 2026.