

Makna Harta dalam Akuntansi Syariah Terhadap Budaya Konsumsi Simbolik Generasi Z Muslim Digital

Aulia Ratu Ayu Cahyani¹, Devina Samantha², Fitrah Riza Pertiwi³, Masyhuri⁴
Institut Agama Islam Negeri Bone^{1, 2, 3, 4}

*Email cahyaniauliaratu@gmail.com, devinasamantha4@gmail.com, fitrahrizapertiwi@gmail.com,
masyhuri.akuntansi@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 28-05-2026
Disetujui 03-06-2026
Diterbitkan 05-06-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the meaning of wealth from a sharia accounting perspective on the symbolic consumption culture of Generation Z Muslims in the digital era. The development of information technology and social media has encouraged the emergence of consumption patterns that are not only oriented towards fulfilling needs, but also as a means of building identity, gaining social recognition, and demonstrating status in the digital environment. This phenomenon makes wealth have a broader meaning than its economic function. The study used a descriptive qualitative method with a literature study approach through the review of various scientific sources, sharia accounting concepts, and social phenomena developing in digital media. The results show that the symbolic consumption culture of Generation Z Muslims is influenced by social media exposure, lifestyle trends, and the need for self-existence. From a sharia accounting perspective, wealth is seen as a trust from Allah SWT that must be managed responsibly, balanced, and in accordance with the principles of maqashid sharia. Therefore, a proper understanding of the value and function of wealth in Islam can be a foundation for Generation Z Muslims to form wiser, more proportional consumption behavior, and avoid excessive and consumptive attitudes in the digital era.

Keywords: *The meaning of wealth in Islamic accounting, Symbolic consumption culture, Generasi Z digital Muslims.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna harta dalam perspektif akuntansi syariah terhadap budaya konsumsi simbolik pada Generasi Z Muslim di era digital. Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah mendorong munculnya pola konsumsi yang tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan, tetapi juga sebagai sarana membangun identitas, memperoleh pengakuan sosial, dan menunjukkan status di lingkungan digital. Fenomena ini menjadikan harta memiliki makna yang lebih luas dibandingkan fungsi ekonominya. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur melalui kajian berbagai sumber ilmiah, konsep akuntansi syariah, serta fenomena sosial yang berkembang di media digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya konsumsi simbolik pada Generasi Z Muslim dipengaruhi oleh eksposur media sosial, tren gaya hidup, serta kebutuhan akan eksistensi diri. Dalam perspektif akuntansi syariah, harta dipandang sebagai amanah dari Allah SWT yang harus dikelola secara bertanggung jawab, seimbang, dan sesuai dengan prinsip maqashid syariah. Oleh karena itu, pemahaman yang tepat mengenai nilai dan fungsi harta dalam Islam dapat menjadi landasan bagi Generasi Z Muslim untuk membentuk perilaku konsumsi yang lebih bijak, proporsional, serta terhindar dari sikap berlebihan dan konsumtif di era digital.

Kata kunci: Makna harta dalam akuntansi syariah, Budaya konsumsi simbolik, Generasi z muslim digital.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Cahyani, A. R. A., Samantha, D. ., Pertiwi, F. R. ., & Masyhuri, M. (2006). Makna Harta dalam Akuntansi Syariah Terhadap Budaya Konsumsi Simbolik Generasi Z Muslim Digital. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(4), 5112-5117. <https://doi.org/10.63822/6y4ve397>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan besar terhadap pola kehidupan Generasi Z Muslim. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga membentuk gaya hidup, pola konsumsi, dan identitas sosial generasi muda. Dalam kondisi tersebut, konsumsi tidak lagi dipahami sekadar sebagai pemenuhan kebutuhan, melainkan berkembang menjadi simbol status sosial, eksistensi diri, dan pencitraan di ruang digital.

Fenomena tersebut melahirkan budaya konsumsi simbolik, yaitu perilaku konsumsi yang lebih menekankan nilai simbol dan pengakuan sosial dibandingkan nilai guna barang itu sendiri. Kepemilikan barang bermerek, gaya hidup estetik, hingga aktivitas healing sering dijadikan sarana untuk memperoleh validasi sosial di media sosial. Akibatnya, harta dimaknai tidak hanya sebagai alat ekonomi, tetapi juga sebagai simbol prestise dan identitas sosial.

Di sisi lain, dalam perspektif akuntansi syariah, harta dipandang sebagai amanah dari Allah SWT yang harus dikelola secara adil, jujur, dan bertanggung jawab. Harta tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai spiritual, moral, dan sosial. Oleh karena itu, penggunaan harta harus terhindar dari perilaku berlebihan (*israf*) dan diarahkan untuk menciptakan kemaslahatan bagi masyarakat

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna harta dalam perspektif akuntansi syariah terhadap budaya konsumsi simbolik pada Generasi Z Muslim digital. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana Generasi Z Muslim memaknai harta di era digital serta bagaimana nilai-nilai akuntansi syariah dapat menjadi landasan dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih bijak dan sesuai dengan prinsip Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini digunakan untuk memahami makna harta dalam perspektif akuntansi syariah terhadap budaya konsumsi simbolik pada Generasi Z Muslim digital. Penelitian kualitatif deskriptif dipilih karena mampu menggambarkan fenomena sosial secara mendalam sesuai dengan kondisi yang terjadi di masyarakat.

Data penelitian diperoleh melalui studi literatur berupa buku, artikel jurnal, dan sumber ilmiah lain yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan kajian pustaka. Selanjutnya, data dianalisis secara deskriptif dengan menelaah, memahami, dan menghubungkan teori-teori mengenai akuntansi syariah, budaya konsumsi simbolik, serta perilaku Generasi Z Muslim digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Makna Harta Dalam Budaya Konsumsi Simbolik Generasi Z Muslim

Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna harta dalam perspektif akuntansi syariah memiliki perbedaan yang cukup signifikan dengan pemaknaan harta dalam budaya konsumsi simbolik pada Generasi Z Muslim digital. Dalam akuntansi syariah, harta dipandang sebagai amanah dari Allah SWT yang harus dikelola secara bertanggung jawab, adil, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Harta tidak hanya dipahami sebagai aset ekonomi atau alat pemenuhan kebutuhan material, tetapi juga memiliki dimensi spiritual, sosial, dan moral. Oleh karena itu, pengelolaan harta dalam Islam harus terhindar dari unsur riba, gharar, maysir, serta perilaku berlebihan (*israf*). Konsep ini menunjukkan bahwa nilai suatu

harta tidak hanya diukur dari jumlah kekayaan atau keuntungan finansial, tetapi juga dari sumber perolehannya, cara pengelolaannya, dan manfaat sosial yang diberikan kepada masyarakat.

Selain itu, akuntansi syariah menekankan pentingnya konsep *accountability* atau pertanggungjawaban dalam penggunaan harta. Harta yang dimiliki seseorang bukan sepenuhnya hak pribadi, melainkan terdapat tanggung jawab sosial di dalamnya. Dalam konteks ini, penggunaan harta seharusnya diarahkan untuk menciptakan kemaslahatan, membantu sesama, serta menjaga keseimbangan sosial. Akuntansi syariah juga menempatkan nilai kejujuran, transparansi, dan keadilan sebagai dasar dalam pengelolaan kekayaan. Dengan demikian, konsep harta dalam akuntansi syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada keberkahan dan kesejahteraan sosial.

Namun, perkembangan teknologi digital dan media sosial telah menyebabkan terjadinya perubahan pola konsumsi pada Generasi Z Muslim digital. Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh di era internet dan media sosial sehingga sangat dekat dengan budaya digital. Kehadiran platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya menjadi media komunikasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas sosial dan gaya hidup. Dalam kondisi tersebut, konsumsi tidak lagi dilakukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga sebagai sarana menunjukkan eksistensi diri dan memperoleh pengakuan sosial.

Fenomena tersebut melahirkan budaya konsumsi simbolik, yaitu perilaku konsumsi yang lebih menekankan nilai simbol, citra, dan status sosial dibandingkan nilai guna barang itu sendiri. Dalam perspektif budaya konsumsi simbolik, harta tidak lagi dimaknai semata-mata sebagai alat pemenuhan kebutuhan hidup, melainkan sebagai simbol yang mengandung makna sosial dan kultural. Menurut Jean Baudrillard, suatu barang yang telah menjadi komoditas tidak hanya memiliki nilai guna (*use value*) dan nilai tukar (*exchange value*), tetapi juga memiliki nilai-tanda (*sign value*) yang menjadikannya sarana komunikasi sosial. Nilai-tanda muncul ketika seseorang mengonsumsi barang bukan karena fungsi utamanya, tetapi karena makna yang melekat pada barang tersebut.

Dalam masyarakat modern, kepemilikan harta sering digunakan untuk menunjukkan status sosial, prestise, gaya hidup, kesuksesan, dan identitas diri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z Muslim digital cenderung menjadikan harta sebagai simbol prestise dan identitas sosial. Kepemilikan barang bermerek, penggunaan produk premium, nongkrong di kafe estetik, aktivitas healing, hingga mengikuti tren digital menjadi bagian dari gaya hidup yang dipublikasikan melalui media sosial. Dalam kondisi ini, konsumsi sering kali dilakukan untuk membangun citra tertentu di hadapan masyarakat digital.

Media sosial memiliki pengaruh yang sangat besar dalam memperkuat budaya konsumsi simbolik tersebut. Generasi Z tidak hanya menggunakan media sosial sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga sebagai ruang pencitraan diri. Aktivitas konsumsi yang dipublikasikan melalui foto, video, maupun konten digital menjadi cara untuk memperoleh validasi sosial berupa likes, komentar, dan pengakuan dari orang lain. Akibatnya, nilai suatu harta sering kali diukur berdasarkan kemampuan seseorang mengikuti tren, gaya hidup, dan simbol-simbol sosial tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa harta dalam era digital telah mengalami pergeseran makna dari alat pemenuhan kebutuhan menjadi alat pembentukan identitas sosial.

Budaya konsumsi simbolik menjadikan harta sebagai sarana pembentukan citra diri. Seseorang dapat membeli produk bermerek, kendaraan mewah, atau barang eksklusif bukan semata karena manfaat fungsionalnya, tetapi karena nilai simbolik yang terkandung di dalamnya. Konsumsi kemudian menjadi proses penciptaan makna dan komunikasi sosial yang memungkinkan individu memperoleh pengakuan

dari kelompok masyarakat tertentu. Dalam konteks ini, harta juga berfungsi sebagai alat diferensiasi sosial. Melalui kepemilikan barang tertentu, individu dapat membedakan dirinya dari kelompok lain sekaligus membangun identitas sosial yang diinginkan. Konsumsi menjadi sarana untuk menunjukkan kelas sosial, selera, gaya hidup, dan posisi seseorang dalam struktur masyarakat.

Selain itu, budaya konsumsi simbolik juga menciptakan hierarki sosial berdasarkan gaya hidup dan selera konsumsi. Generasi Z cenderung menilai seseorang berdasarkan barang yang dimiliki, tempat yang dikunjungi, maupun gaya hidup yang ditampilkan di media sosial. Dalam perspektif Pierre Bourdieu, kondisi tersebut dapat dipahami sebagai bentuk modal simbolik, yaitu kekuatan sosial yang muncul melalui kepemilikan simbol-simbol tertentu seperti merek, gaya hidup, dan status ekonomi. Dengan demikian, konsumsi tidak hanya memiliki fungsi ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai alat pembeda sosial di tengah masyarakat digital.

Baudrillard menjelaskan bahwa masyarakat konsumen cenderung lebih mengejar makna simbolik daripada manfaat nyata suatu barang. Akibatnya, nilai harta tidak lagi ditentukan oleh kegunaan barang tersebut, tetapi oleh simbol dan citra yang melekat padanya. Harta menjadi media untuk memperoleh penghargaan sosial, prestise, dan legitimasi status di tengah masyarakat. Dengan demikian, dalam budaya konsumsi simbolik, makna harta mengalami pergeseran dari fungsi ekonomi menuju fungsi simbolik. Harta dipandang sebagai instrumen untuk membangun identitas, menunjukkan status sosial, memperoleh pengakuan, serta menciptakan citra diri yang diinginkan dalam kehidupan sosial.

Dalam perspektif akuntansi syariah, fenomena budaya konsumsi simbolik pada Generasi Z Muslim digital menunjukkan adanya pergeseran nilai harta dari konsep amanah menuju orientasi simbolik dan konsumtif. Islam tidak melarang kepemilikan harta maupun penggunaan teknologi digital, tetapi penggunaan harta harus tetap berada dalam prinsip kesederhanaan, keseimbangan, dan tanggung jawab sosial. Perilaku konsumsi yang berlebihan dan berorientasi pada pencitraan sosial dapat menimbulkan sifat hedonisme, pemborosan, dan hilangnya nilai kebermanfaatan dalam penggunaan harta.

Oleh karena itu, nilai-nilai Islam seperti qana'ah, kontrol diri, kesederhanaan, dan tanggung jawab sosial menjadi penting untuk diterapkan dalam kehidupan Generasi Z Muslim digital. Pendidikan Islam dan literasi keuangan syariah memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran generasi muda agar mampu menggunakan harta secara bijak, produktif, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Selain itu, pemahaman mengenai makna harta dalam akuntansi syariah juga dapat menjadi landasan moral bagi Generasi Z Muslim untuk menghadapi budaya konsumsi simbolik di era digital.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa makna harta dalam akuntansi syariah memiliki relevansi yang penting dalam menghadapi budaya konsumsi simbolik pada Generasi Z Muslim digital. Akuntansi syariah tidak hanya berfungsi sebagai sistem pencatatan keuangan, tetapi juga sebagai pedoman etika dan moral dalam pengelolaan harta. Melalui penerapan nilai-nilai syariah, penggunaan harta diharapkan tidak hanya berorientasi pada simbol status sosial dan pencitraan digital, tetapi juga pada kebermanfaatan, keseimbangan, dan kesejahteraan sosial masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa makna harta dalam perspektif akuntansi syariah tidak hanya dipahami sebagai aset atau kekayaan yang bernilai ekonomi, tetapi juga sebagai amanah dari Allah SWT yang harus dikelola secara adil, jujur, dan bertanggung jawab. Akuntansi syariah

menempatkan harta sebagai sarana untuk menciptakan kemaslahatan sosial, bukan semata-mata untuk memperoleh keuntungan material atau kepentingan pribadi.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital dan media sosial telah memengaruhi cara Generasi Z Muslim memaknai harta. Harta dalam budaya konsumsi simbolik cenderung dipandang sebagai simbol status sosial, identitas diri, dan sarana memperoleh pengakuan sosial di ruang digital. Fenomena tersebut terlihat melalui perilaku konsumtif, gaya hidup estetik, serta kecenderungan mengikuti tren yang dipengaruhi media sosial.

Dalam perspektif akuntansi syariah, budaya konsumsi simbolik perlu diseimbangkan dengan nilai-nilai Islam seperti qana'ah, kesederhanaan, kontrol diri, dan tanggung jawab sosial agar penggunaan harta tidak bersifat berlebihan (israf). Oleh karena itu, pemahaman mengenai makna harta dalam akuntansi syariah menjadi penting bagi Generasi Z Muslim digital sebagai landasan moral dalam mengelola harta secara bijak, produktif, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nur Isra' & Ushwa Dwi Masrurah Arifin Bando. 2026. "*Fenomena Hedonisme Generasi Z dan Implikasinya terhadap Pendidikan Islam.*" AnNahdlah: Jurnal Pendidikan Islam.
- Assa, Tenri, dan Rachel Rara' Ravajirre. 2026. "*Budaya Healing sebagai Praktik Konsumsi Simbolik pada Generasi Z di Kalangan Mahasiswa.*" *TEBAR SCIENCE – Jurnal Kajian Sosial dan Budaya.*
- Atiqahwati, Arih Inas. 2025. "*Komodifikasi Simbol Agama dalam Masyarakat Muslim Urban.*" *Jazirah: Jurnal Peradaban dan Kebudayaan.*
- Diawati, Syafrina. 2025. "*Potensi Wakaf Digital di Kalangan Generasi Z Muslim.*" DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15714834>.
- Jamaluddin. 2025. "*Makna Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Akuntansi.*" *Jurnal Economina.*
- Kurniati, Pratiwi. 2023. *Teori Akuntansi Syariah.* Pontianak: IAIN Pontianak.
- Sari, Ulfa., Rohana., Nur Hikmah., & Masyhuri. 2025. "*Makna Harta Sebagai Nilai Ekonomi dan Amanah: Analisis Konseptual dalam Akuntai Syariah.*" *Ascendia: Journal of Economic and Business Advancement.*
- Soedjatmiko, Haryanto. 2008. *Saya Berbelanja Maka Saya Ada: Ketika Konsumsi dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris.* Yogyakarta: Jalasutra.
- Sudarsono, H. 2004. *Konsep ekonomi Islam dan implikasinya terhadap pengelolaan harta.* UII Press.
- Wijaya, Bambang Sukma, Faruk, dan Hermin Indah Wahyuni. 2019. "*Nilai-Tanda sebagai Jantung Makna Relasi Konsumen dan Merek.*" *Jurnal Ilmu Komunikasi.*