

ANALISIS LOUD BUDGETING UNTUK MELAWAN GAYA HIDUP KONSUMTIF: PERSPEKTIF PERILAKU KEUANGAN GENERASI Z

¹Muhammad Bilal Abdurrahman, ²Shaema Abadiyah Ramadhani

^{1,2}UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: 1mbilalabdurrahman@gmail.com, 2shaemaabadiyah@gmail.com

Abstract

Currently, the research focuses on loud budgeting occurring among Generation Z, as many from this generation find loud budgeting relevant. Loud budgeting involves the courage to refuse unnecessary expenses, and this is something that Generation Z needs to learn more about, as a significant number of them feel overwhelmed in managing their finances. The purpose of this research is to help people, especially Generation Z, in managing their finances by applying loud budgeting in their lives, so that life becomes easier to navigate without having to maintain a facade. This research uses a qualitative-descriptive method with a literature study approach that focuses on analyzing literature relevant to the researched topic. In this study, the authors collected and reviewed various bibliographic sources including books, journal articles, research reports, content, and public responses on social media. From the research conducted, it was found that many from Generation Z feel exhausted living their lives because they have to deal with social status, where they must live according to trends, even though some may not be able to do so and then force themselves. Therefore, we as the authors want to provide advice and what should be done in facing this consumerist life with loud budgeting, which dares to say no to unnecessary expenses, ensuring financial security and a peaceful life.

Keywords: Loud Budgeting, Generation Z, Finance, Consumer Lifestyle.

Abstrak

Saat ini penelitian berfokus pada loud budgeting yang terjadi di kalangan generasi Z, karena banyaknya dari kalangan generasi Z yang merasa relevan dengan loud budgeting itu sendiri, dimana loud budgeting adalah berani menolak untuk pengeluaran yang tidak dibutuhkan, dan hal itu adalah yang harus banyak dipelajari oleh para generasi Z, karena ada sedikit banyaknya dari mereka yang merasa pusing dalam mengatur keuangan. Tujuan dari penelitian ini adalah membantu orang-orang khususnya generasi Z dalam mengatur keuangan, dengan menerapkan loud budgeting dalam kehidupan mereka, agar kehidupan menjadi lebih mudah dijalani tanpa harus mempertahankan gengsi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif-deskriptif dengan pendekatan Studi Literatur yang berfokus pada analisis literatur yang relevan dengan topik yang diteliti. dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan dan mengkaji berbagai sumber pustaka yang meliputi buku, artikel jurnal, laporan penelitian, konten dan respon masyarakat di media sosial. Dari penelitian yang dilakukan, maka didapatkan hasil bahwa banyak dari generasi Z yang merasa lelah menjalani kehidupan karena harus menghadapi gengsi, yang mana mereka harus menjalani kehidupan mengikuti trend, walaupun mungkin ada beberapa yang tidak mampu melakukan hal tersebut kemudian memaksakannya. Maka dari itu kami sebagai penulis ingin memberikan saran dan hal apa yang harus dilakukan dalam menghadapi kehidupan yang konsumtif ini dengan loud budgeting, yang berani mengatakan tidak untuk pengeluaran yang tidak penting, keuangan aman dan hidup menjadi tenang.

Kata Kunci: Loud Budgeting, Generasi Z, Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif.

PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah perilaku konsumen, terutama Generasi Z yang tumbuh besar dengan teknologi dan media sosial. Generasi ini menghadapi tantangan dalam mengelola keuangannya karena banyaknya konten-konten kemewahan dari para influencer yang dibagikan di berbagai platform seperti Instagram, You Tube, dan yang sedang menguasai trend yaitu TikTok. Di tengah keadaan ekonomi yang sedang menurun ini, mereka mendapatkan tekanan gengsi untuk mengikuti kehidupan para influencer yang mewah dan sedang trending yang mengakibatkan terciptanya kesenjangan antara kemampuan finansial dengan keinginan berbelanja.

Dalam konteks ini, fenomena "Loud Budgeting" muncul sebagai strategi perlawanan yang berkaitan dengan perilaku konsumen. Loud budgeting adalah praktik di mana orang-orang secara jujur membahas situasi keuangan mereka, menghilangkan pengeluaran yang tidak sesuai dengan anggaran mereka, dan secara jelas menyatakan prioritas keuangan mereka secara umum. Studi ini menyoroti sikap Generasi Z, yang memandang transparansi keuangan sebagai semacam perbaikan diri daripada kebutuhan. Penting untuk menganalisis fenomena ini guna memahami bagaimana generasi mampu menyesuaikan strategi keuangan mereka dengan keadaan saat ini untuk mempertahankan gaya hidup yang ramah konsumen.

Loud budgeting bukan sekadar tren hanya viral sesaat di media sosial, melainkan perubahan pemikiran generasi Z dalam ilmu keuangan dan tentang menghindari kehidupan konsumtif juga keberlanjutan ekonomi personal. Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih lanjut karena menunjukkan bagaimana generasi muda saat ini khususnya generasi Z dalam merespon tekanan ekonomi dengan cara yang berbeda dari generasi sebelumnya. Dibandingkan dengan menyembunyikan keterbatasan finansial atau memaksakan untuk tampil trendi, mereka akan memilih untuk menyuarakan pilihan keuangan yang bertanggung jawab.

Artikel ini menjadi relevan mengingat kondisi ekonomi global yang tidak menentu, terlebih ekonomi Indonesia yang sedang menurun, inflasi yang terus meningkat, juga jarangnyanya terdapat lowongan kerja bagi generasi muda yang belum mempunyai pengalaman kerja, dan tantangan keuangan yang dihadapi generasi muda dalam mempersiapkan masa depan. Gaya hidup konsumtif yang berlebihan tidak hanya berdampak pada stabilitas keuangan individu, tetapi juga berkontribusi pada masalah sosial yang lebih luas seperti kesenjangan ekonomi dan konsumerisme yang tidak berkelanjutan.

Penelitian dalam artikel ini bertujuan untuk menganalisis perilaku loud budgeting sebagai mekanisme perlawanan terhadap gaya hidup konsumtif di kalangan Generasi Z. Analisis akan difokuskan pada apa saja yang harus dilakukan oleh generasi muda terkhusus generasi Z dalam mengelola keuangan dan menyikapi keadaan sekarang yang serba trensi, mahal, dan lain

sebagainya. aspek perilaku keuangan yang mendasari keputusan konsumen muda, dampak sosial-psikologis dari praktik loud budgeting, serta potensinya sebagai solusi jangka panjang untuk menciptakan kebiasaan keuangan yang lebih sehat dan berkelanjutan bagi generasi era digital ini.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif-deskriptif dengan pendekatan Studi Literatur yang berfokus pada analisis literatur yang relevan dengan topik yang diteliti. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan dan mengkaji berbagai sumber pustaka yang meliputi buku, artikel jurnal, laporan penelitian, konten dan respon masyarakat di media sosial. untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai konsep, teori, dan temuan-temuan penelitian sebelumnya. Proses ini tidak melibatkan pengumpulan data lapangan secara langsung, melainkan mengandalkan sumber informasi yang sudah ada untuk mengidentifikasi tren, kesenjangan, serta perkembangan terbaru dalam topik yang dibahas. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menyajikan sintesis teori dan temuan yang ada, serta memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih luas mengenai permasalahan yang diangkat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori Loud Budgeting

Sesuai dengan namanya loud budgeting berasal dari dua kata yaitu "Loud" dan "Budgeting". Loud sendiri berasal dari bahasa inggris yang berarti lantang, keras, bising, dan ramai. sedangkan budgeting diartikan sebagai suatu proses penyusunan rencana keuangan untuk periode tertentu yang digunakan sebagai panduan, alat koordinasi, dan alat pengendalian operasional (Garrison, Noreen & Brewer ,2018). Secara istilah, loud budgeting adalah sebuah pendekatan pengelolaan keuangan yang mengedepankan keterbukaan dan keberanian dalam menolak pengeluaran tidak penting, terutama dengan cara menyuarakannya secara publik, sebagai strategi melawan tekanan sosial.

Loud budgeting menjadi ramai dibicarakan khususnya dikalangan generasi z karena relevan. Banyak generasi z yang lelah dengan tekanan sosial yang cenderung memamerkan kemewahan (flexing) di media sosialnya. Bagi generasi z loud budgeting dapat menjadi senjata untuk melawan tekanan sosial tersebut. selain itu, proses penyampaian loud budgeting banyak dikemas dengan kalimat-kalimat sederhana cenderung praktis untuk dipraktikkan tanpa menggunakan teori-teori kompleks sehingga mudah dipahami oleh generasi z.

Loud Budgeting memiliki tiga poin penting yaitu; terbuka tentang kondisi keuangan tidak malu mengatakan "tidak bisa" saat diajak nongkrong atau beli barang mahal, Prioritas keuangan

jelas seperti, lebih memilih menabung atau bayar utang daripada ikut tren belanja, dan anti prestise yaitu bangga hidup sesuai budget, bahkan jika terlihat "hemat" di mata orang lain.

Berdasarkan pemaparan di atas, loud budgeting bukan merupakan sebuah konsep baku melainkan sebuah gerakan sosial yang muncul sebagai respon atas permasalahan sosial-ekonomi. Namun jika dianalisis secara mendalam, gerakan sosial loud budgeting sebenarnya banyak mengadopsi berbagai konsep keuangan diantaranya;

1. *Zero Based Budgeting*

Zero Based Budgeting merupakan metode rencana anggaran dimana setiap pos pengeluaran dimulai dari nol. dalam proses penentuannya pengeluaran dianalisis berdasarkan kebutuhan dan prioritas yang ingin dicapai (Hasibuan & Samsudin, 2025). Dalam zero based budgeting seluruh pengeluaran harus dipertanggungjawabkan dan ditransparansikan secara detail dan tidak otomatis berlanjut dari periode sebelumnya. Loud budgeting mengadopsi konsep zero based budgeting yaitu menolak pengeluaran yang tidak prioritas. Selain itu, ZBB mengharuskan Anda mencatat semua pemasukan dan pengeluaran, seperti filosofi "berterus terang" soal uang ala Loud budgeting.

2. *Pay Yourself First*

Konsep ini merujuk pada prinsip menabung terlebih dahulu sebelum membelanjakan sisa uang. Artinya, saat menerima pemasukan, seseorang disarankan untuk menyisihkan sebagian dana untuk ditabung atau diinvestasikan terlebih dahulu sebagai langkah awal dalam pengelolaan keuangan. Loud budgeting mendorong orang yang memiliki tujuan finansial untuk berani bilang "Aku tidak bisa jalan-jalan karena sedang fokus nabung". Pay yourself first adalah aturan praktis, sementara loud budgeting lebih tentang komunikasi keuangan.

3. *Perilaku Keuangan (Behavioral Finance)*

Behavioral Finance merupakan ilmu keuangan yang mempelajari bagaimana psikologi dan tingkah laku manusia dapat mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan mereka. Ia menyoroti fakta bahawa manusia tidak selalu berfikir secara rasional seperti yang diasumsikan dalam teori kewangan klasik, melainkan dipengaruhi oleh emosi dan bias kognitif yang dapat menyebabkan keputusan keuangan yang tidak optimal. Loud Budgeting bentuk pengaplikasian sederhana dari konsep ini yaitu memisahkan uang untuk tujuan spesifik (*mental accounting*) dan menolak pengeluaran karena gengsi untuk memprioritas tujuan finansialnya.

Dengan demikian, loud budgeting bukan merupakan konsep baku melainkan gerakan sosial-ekonomi yang relevan dikalangan generasi z dan banyak mengadopsi beberapa konsep keuangan yang sudah terbukti secara ilmiah. hal ini dapat menjadi upaya untuk meningkatkan literasi keuang dikalangan generasi z.

Loud Budgeting untuk Melawan Gaya Hidup Konsumtif

Gaya hidup konsumtif mengacu pada pola hidup dengan perilaku konsumtif yang tinggi dimana individu banyak melakukan kegiatan belanja yang bersifat impulsif, tanpa rencana, dan cenderung mengutamakan keinginan dan kepuasan pribadi yang sifatnya sesaat tanpa mempertimbangkan konsekuensi keuangan jangka panjang. salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif dikalangan generasi z adalah media sosial dan influencer yang mendorong generasi z untuk mengikuti tren sebagai upaya untuk meningkatkan status sosialnya mereka (Taqwa, 2022). hal ini menciptakan kondisi dimana media sosial menjadi tempat mempublikasikan kemewahan seseorang dan secara tidak langsung mendorong orang lain untuk mengikuti gaya hidupnya.

Bagi seseorang yang memiliki kemampuan literasi keuangan mungkin tidak akan terpengaruh oleh seperti itu tetapi banyak dikalangan generasi z yang kurang memahami literasi keuangan. dari sinilah loud budgeting dapat menjadi “senjata” untuk melawan fenomena gaya hidup konsumtif karena proses penyampaian loud budgeting banyak dikemas dengan kalimat-kalimat sederhana cenderung praktis untuk dipraktikkan tanpa menggunakan teori-teori keuangan yang kompleks sehingga mudah dipahami oleh generasi z.

Seperti namanya loud budgeting mengajak generasi z untuk menghilangkan gengsinya dan berani menyuarakan penolakan atas pengeluaran yang tidak sesuai dengan kapasitas dan tujuan finansialnya. Eksposur dari konten loud budgeting dapat membuat generasi z yang kurang memahami keuangan dapat secara tidak langsung mempraktekan konsep-konsep keuangan yang sederhana. Dengan kemudahan dalam mempraktekan loud budgeting maka akan banyak generasi z yang mempraktekannya. Hal ini akan memberikan dampak positif jangka pendek yaitu mengurangi tren pamer kemewahan (flexing) di media sosial menjadi tidak relevan dan dampak jangka panjang yaitu hilangnya gaya hidup konsumtif dikalangan generasi z.

KESIMPULAN

Loud budgeting merupakan gerakan sosial-ekonomi yang muncul sebagai respon atas permasalahan tren memamerkan kemewahan (flexing) di media sosial yang banyak mendorong generasi z berperilaku konsumtif untuk meningkatkan status sosialnya terutama di media sosial. loud budgeting merupakan teori yang sangat berlawanan dengan gaya hidup konsumtif. loud budgeting menjadi ramai di kalangan generasi z karena merupakan teori keuangan yang mudah dipahami dan dipraktikkan yang banyak mengadopsi teori-teori keuangan yang sederhana. Generasi z tidak perlu menempuh pendidikan formal di bidang keuangan untuk mengelola keuangan pribadinya dengan baik Dengan adanya tren loud budgeting di media sosial akan membuat generasi z untuk lebih peduli terhadap keuangannya dan secara perlahan akan menghilangkan perilaku konsumtif di kalangan generasi z.

REFERENSI

1. Akmal, H., & Saputra, Y. E. (2016). Analisis tingkat literasi keuangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2), 235-244.
2. Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2018). *Managerial Accounting* (16th ed.). McGraw-Hill Education.
3. Hasibuan, S. A., & Samsudin, S. (2025). Penerapan E-Budgeting Menggunakan Metode Zero Based Di Mts Uswatun Hasanah Kampung Dalam Berbasis Web. *TEKNIKA*, 19(2), 453-465.
4. Putri, G. T. M., & Santoso, B. (2024). Sistem Investasi di Indonesia. *TOMAN: Jurnal Topik Manajemen*, 1(2), 303-316.
5. Syafitri, T. M. (2018). Behavioral Finance: Konsep tentang "Mental Accounting.". *Jurnal Universitas Bengkulu*, April, 1-6.
6. Taqwa, Y. S. S., & Mukhlis, I. (2022). Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi z. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(07), 831.