



FRUGAL LIVING: EKSPLORASI KONSUMERISME PADA GENERASI Z SEBAGAI UPAYA MEREVITALISASI BUDAYA MENABUNG

Arifa Nur Azizah

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, Indonesia
arifaazizah17@gmail.com

Abstract: *If the lifestyle of consumerism is high, then generation Z experiences waste and is far from a frugal living style. The purpose of this research is to find out the pattern of consumerism in generation Z and contribute research results in the form of theory to revitalize the culture of saving. This research uses qualitative methods with data collection techniques through unstructured interviews. The research sampling technique used random sampling, namely the research subjects consisted of 10 students of UIN Malang Management Study Program. The results of this study reveal that 5 out of 8 people apply a consumerist style, so they do not apply frugal living and do not have savings. While 3 students apply the frugal living style and have savings. The way to apply the frugal living style is through being wise in making purchases, being economical in spending money, getting used to sharing with others, and wisely utilizing the objects owned. This method has proven effective as an effort to revitalize the culture of saving.*

Keywords: *Frugal Living, Consumerism, Generation Z*

Abstrak: Jika gaya hidup konsumerisme tinggi, maka generasi Z mengalami pemberoran dan jauh dari gaya *frugal living*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pola konsumerisme pada generasi Z dan memberikan sumbangan hasil penelitian berupa teori untuk merevitalisasi budaya menabung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara tidak struktur. Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan *random sampling*, yaitu subjek penelitian terdiri dari 10 mahasiswa Program Studi Manajemen UIN Malang. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa 5 dari 8 orang menerapkan gaya konsumerisme, sehingga tidak menerapkan *frugal living* dan tidak memiliki tabungan. Sedangkan 3 mahasiswa menerapkan gaya *frugal living* dan memiliki tabungan. Adapun cara untuk menerapkan gaya *frugal living* melalui bijak dalam melakukan pembelian, hemat dalam membelanjakan uang, membiasakan diri berbagi dengan sesama, dan bijak memanfaatkan benda yang dimiliki. Cara tersebut terbukti efektif sebagai upaya merevitalisasi budaya menabung.

Kata Kunci: *Frugal Living, Konsumerisme, Generasi Z*

PENDAHULUAN

Saat ini gaya hidup konsumerisme dalam masyarakat mengalami peningkatan yang sangat drastis. Berdasarkan data BPS pada tahun 2021 tingkat konsumsi rumah tangga sebesar Rp. 4.810.954,97 sedangkan pada tahun 2022 mencapai Rp. 5.219.491,90 (Badan Pusat Statistik). Tingkat konsumsi yang berlebihan ini disebut konsumerisme. Menurut Sembiring dalam (Fitriyani et al., 2013), perilaku konsumtif merupakan kegiatan konsumsi yang dilakukan secara berlebihan dan berkelanjutan tanpa memperhatikan fungsi barang. Barang yang dikonsumsi tidak mempunyai nilai kebermanfaatannya. Tambunan dalam (Fitriyani et

al., 2013) juga menyatakan, bahwa barang yang dibeli dengan perilaku konsumtif merupakan barang yang kurang bermanfaat dan hanya berorientasi pada kepuasannya saja

Fenomena konsumerisme ini telah merambah pada generasi Z. Strauss dan Howe dalam (Hale, 2023) mengemukakan bahwa generasi Z merupakan seseorang yang terlahir antara tahun 1995-201. Menurut (Marpaung & Fadhila Rahma, 2023) mengatakan, bahwa generasi Z memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi daripada generasi sebelumnya. Pada tahun 2020 konsumsi generasi Z sebesar 40 persen dari total konsumsi masyarakat Indonesia (Nidhomatum Mukhlisotur Rohmah, 2020). Peningkatan tersebut diduga

terjadi karena adanya perkembangan digitalisasi. Perkembangan digitalisasi memberikan kemudahan pada setiap individu untuk bertransaksi secara *online* (M. Azizah & Aswad, 2022).

Generasi ini telah fasih dengan teknologi, sehingga sebagian besar aktivitasnya dilakukan secara digital. Hadirnya teknologi berdampak pada transaksi yang dilakukan secara online. Tidak hanya itu, penggunaan media sosial pada generasi Z menyebabkan generasi ini sangat mudah untuk mengikuti trend yang ada, seperti makanan, minuman, fesyen, dan teknologi. Beberapa faktor tersebut mendorong generasi Z untuk berperilaku konsumtif. Terkadang mereka membeli barang bukan sesuai kebutuhan, melainkan karena faktor keinginan (Jean Baudrillard, 1998) dalam (Marpaung & Fadhila Rahma, 2023).

Perilaku konsumerisme generasi Z tersebut sejalan dengan pernyataan Raymond J. De Souza dalam buku yang berjudul *Bebas Dari Konsumerisme* mengatakan seseorang yang berperilaku konsumtif dapat diidentifikasi oleh dua hal, yaitu ketika kebahagian seseorang sudah dipengaruhi oleh barang-barang yang dimilikinya dan ketika seseorang menjadikan orang lain sebagai acuan dalam mengonsumsi barang. Orang yang konsumtif biasanya mudah terpengaruh oleh trend dan kelompok referensi. Jika gaya hidup konsumerisme tinggi, maka masyarakat mengalami pemborosan dan jauh dari gaya *frugal living*.

Di tengah gempuran konsumerisme pada generasi Z saat ini, mulai tersiar gaya *frugal living* untuk mengelola keuangan. Lastovicka dalam (Zakiyah, 2023) mengemukakan bahwa *frugal living* adalah gaya hidup hemat yang mencerminkan sifat kedisiplinan dan kecerdasan dalam pembelian barang. *Frugal living* secara bahasa merujuk pada gaya hidup hemat atau lebih cerdas dalam mengelola keuangan, serta kemampuan untuk membuat keputusan yang bijak dalam membelanjakan uang (Nur et al., 2024). *Frugal living* sering diartikan sebagai hidup hemat dan irit, bahkan banyak orang yang menganggapnya sebagai sikap pelit. Namun, jika ditelusuri lebih dalam, *frugal living* tidaklah sama dengan pelit. Pelit merupakan sikap enggan

berbagi terhadap orang lain. Sedangkan hemat dalam konteks *frugal living* merupakan preferensi kebutuhan dengan harapan terciptanya pengelolaan keuangan yang lebih baik dan teratur.

Faktanya terdapat generasi Z yang mampu hidup sederhana dengan menerapkan konsep *frugal living*. Konsep ini terbukti dengan adanya beberapa mahasiswa yang mampu hidup sederhana dengan menerapkan konsep *frugal living*. *Frugal living* terbukti berdampak pada besaran tabungannya. Dana tabungan dapat dimanfaatkan sebagai cadangan dana darurat, sehingga dalam keadaan mendesak dana tersebut dapat digunakan (Putri, 2018). Untuk keberhasilan *frugal living* tersebut diperlukan kemampuan kontrol diri yang baik. Kontrol diri tersebut dapat berfungsi untuk mengelola pembelian supaya sesuai dengan kebutuhan daripada keinginannya. Jika pengeluaran dapat ditekan maka akan berdampak pada meningkatnya jumlah tabungan.

Berbagai penelitian terdahulu terkait konsep konsumerisme telah dilakukan. *Pertama*, penelitian dilakukan oleh Alfath Febian Adinata dan Wahyu Eko Pujianto (2023) Penelitian ini hanya berfokus pada perilaku konsumtif generasi Z pada Bulan Ramadhan. *Kedua*, penelitian dilakukan oleh Ratna Fitri Astuti dan Vitria Putri Rahayu (2020). Penelitian ini membahas mengenai pengaruh pola konsumsi terhadap minat investasi. *Ketiga*, penelitian dilakukan oleh Oktaviani (2017) yang. Penelitian ini berfokus pada perbandingan konsumerisme dan hedonisme.

Selain itu, berbagai penelitian terdahulu mengenai *frugal living* sebenarnya telah dilakukan. Penelitian oleh Zakiyah (2023) menjelaskan tentang konsep *frugal living* dalam perspektif Islam. Kedua, dilakukan oleh Inayati et al., yang membahas tentang strategi perencanaan keuangan dalam *konsep frugal living*. *Ketiga*, penelitian dilakukan oleh Anisa Maisyarah dan Nurwahidin (2022) berfokus pada gaya hidup *frugal living* ditinjau dari perspektif Al-Qur'an dan Hadits. *Keempat*, penelitian oleh John White (2021) penelitian ini membahas mengenai edukasi mengenai *frugal living*.

Dari penelitian di atas belum ada penelitian tentang pola konsumerisme pada mahasiswa

Program Studi Manajemen UIN Malang. Salah satu solusi dalam mengatasi pola konsumerisme pada generasi Z melalui gaya *frugal living*. Selain itu, gaya *frugal living* juga dapat dijadikan upaya untuk merevitalisasi budaya menabung pada generasi Z. Oleh karena itu, peneliti membahas hal tersebut mengenai gaya *frugal living* sebagai upaya mengatasi pola konsumerisme, sekaligus sebagai upaya merevitalisasi budaya menabung pada generasi Z.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, berupa kata-kata tertulis atau lisan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Adapun data primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara langsung kepada subjek penelitian mengenai konsumerisme. Sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal, penelitian terdahulu, dan *e-book* mengenai konsumerisme dan *frugal living*.

Teknik perolehan data dilakukan dengan wawancara. Jenis wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara tidak struktur, dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang terstruktur dan sistematis dalam pengumpulan datanya, melainkan hanya menggunakan garis-garis besar permasalahan yang ingin diajukan kepada responden. Wawancara tidak struktur bertujuan untuk menggali informasi secara mendalam kepada narasumber. Wawancara dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu menyusun pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber secara garis besar, mewawancara narasumber, dan mendokumentasikan proses wawancara dalam bentuk rekaman dan foto.

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan secara acak pada mahasiswa Program Studi Manajemen UIN Malang. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 8 orang. Dari 8 narasumber, 5 mahasiswa terindikasi berperilaku konsumtif, sedangkan 3 yang lain menerapkan gaya *frugal living*.

Sementara itu, teknik analisis data dilakukan menggunakan Model Miles dan Huberman. Model tersebut memiliki beberapa

langkah dalam teknik analisisnya, diantaranya pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Teknik analisis efektif dilakukan dalam penelitian kualitatif dengan dasar wawancara. Peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban narasumber yang telah diwawancarai (Sugiyono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Konsumerisme pada Generasi Z

Berdasarkan hasil wawancara pada delapan narasumber, lima diantaranya menerapkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif mereka terletak pada pembelian skincare, makanan, pakaian dan pembelian aksesoris. Inarothul Huda menyatakan dirinya menyiapkan hampir setengah dari uang sakunya untuk memenuhi kebutuhan skincare-nya. Dari pernyataan narasumber tersebut terbukti bahwa generasi Z telah memprioritaskan kebutuhan *skincare* dari kebutuhannya yang lain. Bahkan Inarothul Huda rela menekan kebutuhan makannya hanya untuk *skincare* (Inarothul Huda, 28 Mei 2024). Pernyataan tersebut dikuatkan dengan Abhinaiya Maheswari juga memprioritaskan pengelolaan keuangan mereka pada kebutuhan *skincare* dan *treatment* (Abhinaiya Maheswari, 28 Mei 2024).

Pola konsumtif generasi Z selain pada skincare juga pada pembelian aksesoris. Aksesoris memang menarik. Hal tersebut mendorong generasi Z untuk melakukan pembelian yang berlebih. Store penjualan barang-barang lucu banyak tersebar, terutama di perkotaan seperti *Nice so*, *Miniso*, *DIY (Do It Yourself)* sehingga memudahkan konsumen untuk mendapatkannya. Abhinaiyya Maheswari menyatakan dirinya mudah tertarik pada barang-barang lucu dan timbul rasa keharusan membeli sehingga membuatnya melakukan pembelian yang berlebih (Abhinaiya Maheswari, komunikasi pribadi, 28 Mei 2024). Pernyataan Abhinaiya juga diperkuat oleh Zumrotul Khoiroh bahwa jika melihat barang-barang lucu membuatnya memiliki keinginan yang tinggi untuk membelinya (Zumrotul Khoiroh, komunikasi pribadi, 28 Mei 2024). Mereka tidak memiliki batasan dalam dirinya untuk menghentikan pembelian, sehingga mendorong mereka untuk berperilaku konsumtif pada barang

yang sebenarnya tidak penting untuk dipenuhi. pernyataan narasumber tersebut sesuai dengan pernyataan Richard John Neuhaus bahwa salah satu indikator perilaku konsumtif adalah membelanjakan uang hanya berdasarkan keinginan (Santoso, 2006),

Selain itu pola konsumerisme terlihat pada pembelian makanan yang berlebih. Jika pewawancara menanyakan terkait faktor konsumerisme pada makanan, responden menyatakan *food vlogger* dapat mempengaruhi pembelian. Ditambah penyampaian *food vlogger* yang asik akan mempengaruhi pembeliannya terhadap makanan. Selain itu, menjamurnya makanan di sepanjang jalan membuat perilaku konsumtif generasi Z semakin (Khoir; Abhinaiya; Nabillah, 2024). Pernyataan narasumber tersebut sesuai dengan teori Raymond J De Soujza yang mengatakan bahwa pola konsumerisme seseorang disebabkan oleh *trend* dan kelompok referensi.

Bentuk lain pola konsumerisme pada generasi Z terlihat pada pakaian, sepatu, dan tas. Responden dikategorikan konsumtif karena mereka memiliki koleksi baju, celana, sepatu, dan tas yang beraneka ragam. Hampir semua jenis warna, generasi Z memiliki. Jika ditinjau mengenai kebutuhan, bahwa satu sampai dua sepatu saja sebenarnya sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan. Berdasarkan hasil wawancara pada narasumber yang terindikasi konsumtif, sebagian besar perilaku konsumtif yang dilakukan oleh generasi Z dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti Faktor tersebut dapat menjadikan *cash out flow* generasi Z lebih besar dari pada *cash in flow* mereka jika keinginan mereka tidak diimbangi dengan skala prioritas kebutuhan yang tepat.

Cash in flow yang diperoleh oleh generasi Z mayoritas berasal dari orang tua. Besarnya uang saku setiap mahasiswa tentunya berbeda-beda, kisarannya sejumlah Rp. 700.000-Rp. 1.500.000. Keynes menyatakan bahwa pendapatan dalam konteks ini *cash in flow* akan berbanding lurus dengan tingkat konsumsi. Semakin besar *cash in flow* seseorang, maka konsumsinya juga akan semakin tinggi. Fakta di lapangan *cash in flow* yang mereka peroleh tidak seimbang dengan

keinginannya. Keinginan yang tinggi jika tidak diimbangi dengan pemikiran yang rasional dalam melakukan pembelian mendorong seseorang berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif umumnya terjadi jika didukung oleh besaran finansial yang memadai. Oleh karena itu, *Cash in flow* yang diterima oleh generasi Z sebaiknya dikelola dengan tepat.

Selain itu, didikan orang tua yang memanjakan anaknya juga menjadi faktor pendukung perilaku konsumtif. Dikuatkan oleh penuturan Zumrotul Khoiroh dan Abhinaiya Maheswari bahwa jika jatah *cash in flow* yang semestinya habis, maka orang tua akan bersedia menambahinya. Pemberian *cash in flow* yang berlebihan pada anak membuat seorang anak tidak selektif dalam melakukan pembelian. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Yetty Febryana Dewi dalam (Isyani & Hasmarini, 2005) pada penelitiannya bahwa setiap pendapatan yang meningkat sebesar Rp. 1.000 akan meningkatkan konsumsi sebesar Rp. 286.

Diperkuat dengan pernyataan Abhinaiya Maheswari bahwa orang tua yang membiasakan penggunaan barang *branded* sejak kecil juga menjadi faktor pendukung perilaku konsumtif (Abhinaiya Maheswari, komunikasi pribadi, 28 Mei 2024). Berdasarkan penelitian terdahulu, kualitas produk dalam konteks ini barang *branded* ini akan menyebabkan pembelanjaan selanjutnya di kemudian hari (Kusumawati, 2020). Kebiasaan ini dapat melekat pada anak hingga dewasa. Oleh karena itu, orang tua memiliki peran yang sangat vital pada edukasi keuangan anak. Edukasi tersebut dapat dilakukan dengan pemberian contoh nyata mengenai konsumsi yang benar, pemanfaatan uang yang tepat, membiasakan menabung pada anak, dan membiasakan untuk memprioritaskan kebutuhan daripada keinginan. Pembiasaan tersebut diharapkan dapat menjadi tindakan preventif untuk mencegah perilaku konsumtif pada anak (Khairinal et al., 2022).

Selain faktor *cash in flow* faktor lain yang menyebabkan konsumerisme adalah perkembangan dunia digital yang semakin pesat. Faktor tersebut mendorong pemasaran juga dilakukan secara digital. Saat ini, media sosial

tidak hanya sebagai alat komunikasi saja tetapi juga berfungsi sebagai media pemasaran. Media sosial tentunya dapat menjadi peluang bagi seorang produsen untuk memasarkan barangnya. Namun, jika tidak diimbangi dengan pengelolaan keinginan yang tepat, media sosial juga dapat menjadi tantangan bagi generasi Z dalam melakukan pembelian. Khairinal (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa media sosial mempengaruhi perilaku konsumerisme. Pernyataan Khairinal (2022) juga diperkuat oleh (M. Azizah & Aswad, 2022) yang menyatakan bahwa media Instagram dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa secara positif dan signifikan. Hal tersebut juga dibuktikan dengan hasil wawancara kepada generasi Z bahwa mereka mengakui dengan adanya media sosial, pembelian mereka meningkat.

Selain media sosial, *e-commerce* juga merupakan faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah pembelian konsumen. *E-commerce* merupakan sebuah platform yang berfungsi untuk melakukan aktivitas jual beli secara *online*. Platform ini memberikan banyak manfaat bagi konsumen karena dengan layanannya yang mudah menyebabkan proses transaksi jual beli menjadi lebih praktis dan efisien (M. Azizah & Aswad, 2022). Konsumen dapat melakukan pembelian dimanapun dan kapanpun. Artinya, dalam membeli barang konsumen tidak perlu datang langsung ke toko dan juga tidak terhalang oleh jam operasional toko. Tidak hanya itu, *e-commerce* juga memberikan diskon, *flash sale* dan gratis ongkir yang menyebabkan harga produk di *e-commerce* menjadi lebih terjangkau (Marpaung & Fadhila Rahma, 2023). Dengan adanya kemudahan tersebut menyebabkan peningkatan pembelian pada generasi Z.

Selain *e-commerce* faktor lain yang menyebabkan peningkatan pembelian pada generasi Z adalah adalah *e-money*. *E-money* merupakan suatu alat pembayaran yang kerap digunakan ketika melakukan pembelian secara *online*. Ramadhan dalam (Dewi et al., 2021) mengemukakan bahwa *e-money* memberikan kemudahan bagi para penggunanya, diantaranya penjual tidak perlu menyiapkan uang kembalian untuk para pembeli, pembeli tidak perlu membawa

uang cash dalam jumlah banyak, serta pembayaran dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Dibalik kemudahan *e-money*, alat ini juga memberikan dampak negatif pada penggunanya yaitu pemborosan. Pemborosan dapat terjadi jika pengguna tidak memiliki kontrol diri yang baik (Dewi et al., 2021).

Berdasarkan pola konsumerisme yang telah diuraikan, terdapat dampak negatif dari hal tersebut. Pertama, seseorang menjadi kecanduan terhadap suatu produk, sehingga ketergantungan tersebut sulit untuk dihilangkan (Davidson & Novitasari, 2022). Kedua, jika seseorang tidak dapat memenuhi keinginan mereka dengan cara yang positif, maka seringkali mereka beralih pada cara-cara yang negatif, seperti mencuri, merampok, dan tindak kejahatan lain (Suciptaningsih, 2018). Ketiga, konsumerisme menyebabkan tidak adanya dana darurat jika sewaktu-waktu dibutuhkan (N. N. Azizah, komunikasi pribadi, 28 Mei 2024). Kelima, kurangnya kedisiplinan pada diri dalam mengelola keuangan.

Dampak Gaya Hidup *Frugal Living* dalam Mengatasi Pola Konsumerisme Pada Generasi Z

Dari dampak-dampak yang telah disebutkan di atas, gaya hidup *frugal living* dapat menjadi salah satu solusi pada generasi Z dalam mengatasi konsumerisme. Mengingat tujuan dari gaya hidup *frugal living* adalah mengelola keuangan dengan tepat berdasarkan kebutuhan dan mengesampingkan keinginan.

Wijaya Pratyningsih dalam (Inayati et al., 2024) menjelaskan sejumlah cara untuk menerapkan gaya hidup *frugal living* sebagai berikut. Pertama, bijak dalam melakukan pembelian. Seseorang harus bijak dalam melakukan pembelian. Bijak dalam artian membelanjakan uang sesuai dengan skala prioritas kebutuhannya. Jika seseorang bijak dalam mengalokasikan dananya, maka berapapun pendapatan seseorang tidak akan menjadi masalah. Kedua, hemat dalam membelanjakan uang. Orang yang hemat akan mempunyai batasan tertentu dalam dirinya. Mereka akan membeli barang sesuai kebutuhan. Hal tersebut membuat mereka terbebas

dari pembelian barang-barang yang kurang bermanfaat.

Ketiga, membiasakan diri untuk berbagi terhadap sesama. Menerapkan gaya hidup *frugal living* tidak berarti pelit terhadap sesama. Jika kita sudah mengelola konsumsi dengan baik, maka besar kemungkinan kita untuk berbagi terhadap sesama. Keempat, bijak memanfaatkan benda yang kita miliki. Dalam memanfaatkan barang hendaklah bijak dalam menggunakannya. Bijak di sini dalam artian hati-hati. Hal tersebut supaya barang yang kita miliki tidak cepat rusak, sehingga akan menghemat uang yang kita miliki. Kelima, mengutamakan kebutuhan daripada keinginan. Keinginan merupakan hal yang tidak terbatas. Tidak semua yang kita inginkan harus terealisasikan, karena keuangan yang dimiliki seseorang sangatlah terbatas. Oleh karena itu, seseorang harus pandai mengelola keinginannya

Keenam, berpenampilan sederhana. Hendaknya setiap orang mengelola keuangan dengan baik. Berpakaian sederhana dan secukupnya merupakan salah satu cara untuk mengendalikan pengeluaran. Pakaian merupakan kebutuhan primer seseorang. Namun, jika sudah berorientasi pada merek maka pakaian tersebut menjadi kebutuhan tersier seseorang. Ketujuh, menyesuaikan kebutuhan makanan dan minuman. Makanan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia yang wajib dipenuhi. Makanan yang kita konsumsi tidak harus mahal. Melainkan tetap memprioritaskan gizi. Untuk menghemat pengeluaran seseorang dapat mengkonsumsi makanan dan minuman sesuai porsi. Tidak hanya itu. Kebiasaan memasak juga dapat menekan pengeluaran yang seharusnya, dibandingkan ketika kita membeli makanan di warung.

Kedelapan, tidak mengikuti trend. Jika memilih gaya hidup *frugal living* hendaknya seseorang menghindari sebuah trend. Trend berlangsung dalam waktu yang relatif singkat. Trend akan terus berganti sesuai waktunya. Oleh karena itu, jika kita terus menerus menerus mengikuti trend yang ada, dapat menyebabkan pengeluaran yang berlebih. Kesembilan, mencari alternatif barang yang dikonsumsi. Seseorang perlu berpikir kreatif. Misalnya, jika harga bahan

makanan naik, kita bisa mencari alternatif dengan nilai gizi yang sama. Dengan berpikir kreatif, seseorang dapat mengalokasikan uang atau kekayaan sesuai kebutuhan tanpa melebihi kemampuannya.

Sementara itu, Otoritas Jasa Keuangan (2019) juga menjelaskan mengenai langkah-langkah dalam membuat perencanaan keuangan pribadi sebagai berikut. Pertama, menetapkan tujuan keuangan dengan menentukan apa yang ingin dicapai. Kedua, memahami kondisi keuangan saat ini sebagai upaya menetapkan perencanaan. Ketiga, Menyusun rencana keuangan dengan membuat target pengeluaran supaya tujuan tercapai. Keempat, melaksanakan rencana keuangan yang telah disusun sebelumnya. Kelima, melakukan evaluasi keuangan secara berkala. Evaluasi ini berdasarkan pada target dan jangka waktu yang telah ditetapkan.

Berdasarkan hasil wawancara, minoritas responden mengatakan tetap hidup hemat meskipun mempunyai dana berlebih. Pernyataan tersebut bertolak belakang dengan pendapat Keynes bahwa pendapatan dalam konteks ini uang saku akan berbanding lurus dengan tingkat konsumsi. Semakin besar uang saku seseorang, maka konsumsinya juga akan semakin tinggi (Silvia & Susanti, 2018). Pernyataan narasumber tersebut dapat dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut. Pertama, melakukan pencatatan dengan teliti pada setiap pemasukan dan pengeluaran. Narasumber dalam wawancara mengakui dirinya merasa penting untuk mencatat setiap *cash in flow* dan *cash out flow*. Pencatatan tersebut dilakukan dengan aplikasi pengelolaan keuangan yang ada pada *gadget* mereka, sehingga pengelolaan keuangan mereka menjadi teratur.

Kedua, memprioritaskan kebutuhan daripada keinginan. Dian Sri Darmawanti menyatakan bahwa setiap timbul keinginan membeli pakaian, selalu teringat jika pakaian yang dimilikinya masih banyak (Dian Sri Darmawanti, komunikasi pribadi, 28 Mei 2024). Pernyataan Dian tersebut selaras dengan Wijaya Pratyningsih dalam (Inayati et al., 2024) yang mengatakan bahwa hidup *frugal living* dapat dilakukan dengan berpenampilan sederhana. Ketiga, menetapkan

target pengeluaran pada setiap harinya. Ardelia Salsabila Intana mengatakan jika dirinya berhasil membuat target Rp. 16.000 per hari dalam membelanjakan uang (Ardelia Salsabila Intana, komunikasi pribadi, 31 Mei 2024). Pernyataan Ardelia sama halnya dengan langkah-langkah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam membuat perencanaan keuangan pribadi salah satunya yaitu menyusun rencana keuangan. Keempat, menyadari bahwa uang saku yang diperolehnya berasal dari orang tua. Kesadaran ini menimbulkan rasa amanah pada dirinya pada pengelolaan keuangannya.

Adapun manfaat yang dirasakan generasi Z terkait gaya *frugal living* yang diterapkan sebagai berikut. Pertama, mempunyai tabungan. Tabungan diperoleh dari sisa uang saku yang telah mereka gunakan (Silvia & Susanti, 2018). Ahmad Mu'zi bahwa gaya *frugal living* membuatnya memiliki investasi dan tabungan (Ahmad Mu'zi Masyfa Audzillah, komunikasi pribadi, 28 Mei 2024). Selaras dengan Mu'zi, Ardelia Salsabila Intana juga menyatakan dengan gaya *frugal living* dirinya mampu menabung secara konsisten setiap bulannya. Pernyataan narasumber tersebut sejalan dengan (Susanti & Firdiyansyah, 2020) yang menyatakan bahwa semakin rendah konsumsi maka akan semakin tinggi tabungan seseorang.

Kedua, mempunyai dana darurat untuk masa akan datang. Dana darurat sangat penting jika sewaktu-waktu diperlukan. Gaya *frugal living* yang diterapkan Ardelia dan Mu'zi terbukti mampu dalam mengalokasikan dana darurat, sehingga dana tersebut dapat digunakan dalam keadaan mendesak. Pernyataan narasumber tersebut sesuai dengan (Silvia & Susanti, 2018) yang menyatakan bahwa dengan menekan biaya konsumsi dapat meningkatkan jumlah tabungan yang dapat dimanfaatkan untuk masa yang akan datang. Ketiga, mempunyai usaha. Sisa dana yang tidak digunakan dalam konsumsi, dapat dijadikan sebagai modal usaha. Dian Sri Darmawanti menyatakan bahwa dengan menerapkan gaya

frugal living dirinya mempunyai dana untuk berjualan dalam skala kecil di pondoknya. Pernyataan Dian tersebut sejalan dengan pernyataan Tendelilin dalam (Isyani & Hasmarini, 2005) bahwa investasi adalah sejumlah dana yang dikelola saat ini diharapkan akan memberikan keuntungan di masa akan datang.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa manajemen UIN Malang menerapkan perilaku konsumtif. Dari 8 mahasiswa terdapat 5 mahasiswa yang menerapkan pola perilaku konsumtif, sedangkan 3 yang lain menerapkan gaya *frugal living*. Pola konsumerisme mahasiswa terlihat pada penggunaan skincare, makanan, pakaian, dan aksesoris. Adapun faktor-faktor yang melatarbelakanginya adalah keinginan pembelian yang tinggi, besaran perolehan uang saku, gaya hidup, pertemanan, keluarga, *e-commerce*, dan *e-money*. Dampak dari pola konsumerisme generasi Z seseorang menjadi kecanduan terhadap suatu produk, tidak mempunyai dana tabungan, tidak mempunyai dana darurat, tidak ada kemandirian dalam mengelola keuangan karena bergantung pada orang tua, dan tidak mempunyai kedisiplinan dalam mengelola keuangan.

Pola konsumerisme generasi Z dapat diatasi dengan menerapkan gaya *frugal living*. Cara-cara yang dapat dilakukan sesuai gaya *frugal living* sebagai diantaranya, bijak dalam melakukan pembelian, hemat dalam membelanjakan uang, membiasakan diri untuk berbagi, bijak dalam memanfaatkan benda yang dimiliki, berpenampilan sederhana, tidak mengikuti trend, dan mencari substitusi barang.

Saran untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini untuk mencakup subjek yang lebih luas maupun menggunakan teori lain yang dapat menjadi solusi atas permasalahan konsumerisme.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhinaiya Maheswari. (2024, Mei 28). *Wawancara sama Naiya* [Komunikasi pribadi].
- Ahmad Mu'zi Masyfa Audzillah. (2024, Mei 28). *Wawancara sama muis* [Komunikasi pribadi].
- Ardelia Salsabila Intana. (2024, Mei 31). *Wwancara sama bela* [Komunikasi pribadi].
- Azizah, M., & Aswad, M. (2022). Pengaruh belanja online pada e-commerce shopee terhadap perilaku konsumtif generasi millennial di Blitar. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(4), 429–438.
- Azizah, N. N. (2024, Mei 28). *Wawancara sama Nabila* [Komunikasi pribadi].
- Badan Pusat Statistik. (20 September 2023). *Rata-Rata Konsumsi Rumah Tangga yang Memiliki Pengeluaran Telekomunikasi Menurut Provinsi (Rupiah) 2020-2022*. Diakses pada 31 Mei 2024. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTg1NiMy/rata-rata-konsumsi-rumah-tangga-yang-memiliki-pengeluaran-telekomunikasi-menurut-provinsi.html>
- Davidson, H., & Novitasari, D. (2022). *BUDAYA KONSUMERISME DALAM IKLAN SHOPEE VERSI CETAR MEMBAHANA*. Vol 16 No 1(14).
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). *PENGGUNAAN E-MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA YANG DIMEDIASI KONTROL DIRI*. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Dian Sri Darmawanti. (2024, Mei 28). *Wawancara sama dian* [Komunikasi pribadi].
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12, (1), 55–68. <https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Hale, M. (2023). Memahami Karakteristik Generasi untuk Pengembangan Pelayanan Berbasis Generasi di Gereja Masehi Injili di Timor. *Indonesian Journal of Theology*, 11(1), 55–87. <https://doi.org/10.46567/ijt.v11i1.296>
- Inarothul Huda. (2024, Mei 28). *Wawancara sama ina* [Komunikasi pribadi].
- Inayati, D. N. I., Jamilah, I., & Sujianto, A. E. (2024). *Penerapan Konsep Frugal living dalam Perencanaan Keuangan Pribadi*. Volume 4 Nomor 1.
- Isyani, & Hasmarini, M. I. (2005). *Analisis Konsumsi di Indonesia Tahun 1989-2002 (Tinjauan Terhadap Hipotesis Keynes dan Post Keynes)*. Volume 6, Nomor 2, 143–162.
- Khairinal, K., Syuhada, S., & Sitinjak, R. S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Konformitas, dan Pendidikan Ekonomi Keluarga, Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa XI SMK 1 Kota Jambi Tahun Pelajaran 2021/2022. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Kusumawati, D. (2020). *PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI SECARA ONLINE SAAT PANDEMI COVID-19 PADA MASYARAKAT MILLENIUM DI JAWA TENGAH*. Volume 6 Nomor 1.
- Marpaung, K., & Fadhila Rahma, T. I. (2023). Pengaruh Gengsi, Diskon, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumisme Generasi Z di Kalangan Mahasiswa Manajemen. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(1), 8–23. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.182>
- Nidlomatum Mukhlisotur Rohmah. (2020). *Al-Qur'an Hadis Mi Kelas V*.
- Nur, D., 1, I. I., Jamilah, I., Sujianto, A. E., Sayyid, U., & Tulungagung, A. R. (2024). Penerapan Konsep Frugal living dalam Perencanaan Keuangan Pribadi.

INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research, 4, 2264–2278.

Putri, T. P. (2018). Pengaruh Kontrol Diri, Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 6(3), 323–330.

Santoso, B. (2006). *Bebas Dari Konsumerisme*. Penerbit Buku dan Majalah Rohani.

Silvia, E. D., & Susanti, R. (2018). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharmo Andalas*.

Suciptaningsih, O. A. (2018). HEDONISME DAN KONSUMERISME DALAM PERSPEKTIF DRAMATURGI ERVING GOFFMAN. *EQUILIBRIA PENDIDIKAN: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 25. <https://doi.org/10.26877/ep.v2i1.2191>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Susanthi, P. R., & Firdiyansyah, I. (2020). *ANALISIS PENGARUH PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMSI DAN TABUNGAN MAHASISWA STIE GALILEO DI KOTA*. 4.

Zakiyah, K. (2023). *Frugal living* , Strategi Mengelola Aset Ataukah Life style. *Al-Ujrah : Jurnal Ekonomi Islam*, 2(02), 105–120.

Zumrotul Khoiroh. (2024, Mei 28). *Wawancara sama khoir* [Komunikasi pribadi].