



## PENGELUARAN KONSUMSI MASYARAKAT INDONESIA: ANALISIS FAKTOR PENENTU POLA DAN DAMPAK TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI

Ilma Wulansari Hasdiansa\*

Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Makassar  
Kampus UNM Gunung Sari, Jl. AP. Pettarani Makassar, 90221, Indonesia)

E-mail: [ilma.wulansari@unm.ac.id](mailto:ilma.wulansari@unm.ac.id)

\* Corresponding Author

### Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia, pola konsumsi berdasarkan tingkat pendapatan, serta dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis literatur dari data sekunder, laporan ekonomi, dan penelitian terdahulu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi rumah tangga memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB Indonesia (>50%), dengan pendapatan, inflasi, dan kemudahan kredit sebagai faktor utama penentu konsumsi. Namun, tingginya konsumsi juga diiringi dengan peningkatan utang konsumtif dan kesenjangan akses digital. Rekomendasi kebijakan mencakup penguatan literasi keuangan, diversifikasi sumber pertumbuhan ekonomi, dan pemerataan akses digital.*

**Kata Kunci:** *Konsumsi rumah tangga, PDB Indonesia, Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan, Transformasi Digital.*

### PENDAHULUAN

Pengeluaran konsumsi rumah tangga telah lama diakui sebagai salah satu variabel kunci dalam analisis makroekonomi, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), kontribusi konsumsi rumah tangga terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia konsisten berada di atas 50%, bahkan mencapai 55,3% pada tahun 2022. Angka ini menunjukkan bahwa perekonomian Indonesia sangat bergantung pada permintaan domestik, sebuah pola yang juga diamati di beberapa negara ASEAN seperti Filipina dan Thailand (World Bank, 2022). Ketergantungan ini menjadikan dinamika konsumsi rumah tangga sebagai indikator vital untuk memahami fluktuasi ekonomi nasional sekaligus merumuskan kebijakan stabilisasi.

Secara teoretis, hubungan antara konsumsi dan pertumbuhan ekonomi telah dikaji secara mendalam sejak era Keynes (1936) melalui konsep *consumption function*, yang menekankan hubungan positif antara pendapatan disposabel dan pengeluaran konsumsi. Teori ini kemudian disempurnakan oleh Modigliani (1966) dengan *Life-Cycle Hypothesis* dan Friedman (1957) dengan *Permanent Income Hypothesis*, yang memasukkan variabel ekspektasi pendapatan masa depan dan kekayaan dalam menentukan pola konsumsi. Dalam konteks Indonesia, penelitian Suryadarma dkk. (2020) membuktikan bahwa konsumsi rumah tangga memiliki elastisitas yang tinggi terhadap pertumbuhan PDB, terutama di periode pemulihan ekonomi pascakrisis.

Namun, struktur konsumsi Indonesia menghadapi tantangan multidimensi yang kompleks. Pertama, tingginya tingkat ketergantungan pada konsumsi domestik berpotensi menciptakan kerentanan ekonomi, terutama ketika terjadi guncangan eksternal seperti kenaikan harga komoditas global atau

krisis finansial internasional (Bank Indonesia, 2022). Kedua, perkembangan teknologi finansial (fintech) dan platform e-commerce telah mengubah perilaku konsumsi secara fundamental, mendorong pola belanja yang lebih instan namun juga meningkatkan risiko utang konsumtif, terutama di kalangan generasi muda (OJK, 2023).

Pola konsumsi masyarakat Indonesia juga mengalami segmentasi yang signifikan berdasarkan tingkat pendapatan. Data Susenas (2022) menunjukkan bahwa rumah tangga berpendapatan rendah masih mengalokasikan lebih dari 70% pengeluarannya untuk kebutuhan pangan dan sandang, sementara rumah tangga berpendapatan tinggi telah bergeser ke konsumsi jasa kesehatan, pendidikan, dan barang mewah (McKinsey, 2023). Kesenjangan ini tidak hanya mencerminkan disparitas ekonomi, tetapi juga berimplikasi pada efektivitas kebijakan stimulus konsumsi yang bersifat umum.

Fenomena transformasi digital turut mempercepat perubahan pola konsumsi. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023) mencatat bahwa penetrasi internet mencapai 78,2% dari populasi, dengan peningkatan transaksi e-commerce sebesar 35% per tahun. Namun, studi LPEM FEB UI (2022) mengungkapkan bahwa manfaat digitalisasi belum dirasakan secara merata, dimana masyarakat pedesaan dan berpendapatan rendah masih mengalami keterbatasan akses, infrastruktur, dan literasi digital, menciptakan digital divide yang semakin melebar.

Di sisi lain, perilaku konsumtif yang dipacu oleh kemudahan kredit digital menjadi ancaman serius terhadap stabilitas keuangan rumah tangga. Laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023) menunjukkan peningkatan kredit konsumsi sebesar 22% pada tahun 2022, didominasi oleh produk paylater dan pinjaman online. Penelitian Kurniawan & Sari (2021) menemukan korelasi negatif antara literasi keuangan dengan tingkat utang konsumtif, menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman keuangan memperburuk kerentanan finansial.

Lebih jauh, inflasi yang masih fluktuatif menjadi faktor penekan daya beli masyarakat, terutama kelompok rentan. Bank Indonesia (2023) mencatat bahwa inflasi inti Indonesia cenderung stabil, namun inflasi volatile food kerap melonjak di atas 7%, seperti yang terjadi pada kuartal III 2022 akibat gangguan pasokan pangan. Dampaknya, rumah tangga miskin dan hampir miskin mengalami penurunan daya beli riil hingga 15% (BPS, 2023), yang berpotensi menggerus basis konsumsi domestik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis komprehensif mengenai determinan, pola, dan dampak pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia dalam bingkai ekonomi makro dan keuangan inklusif. Studi ini juga akan mengevaluasi efektivitas kebijakan terkait konsumsi serta memberikan rekomendasi strategis untuk mengoptimalkan peran konsumsi sebagai penggerak pertumbuhan yang berkelanjutan dan inklusif. Dengan pendekatan studi literatur yang sistematis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengayaan wacana akademis dan perbaikan kebijakan ekonomi Indonesia.

## **TEORI**

### **Teori Konsumsi dalam Ekonomi Makro**

Menurut Keynes (1936), konsumsi dipengaruhi oleh pendapatan disposabel, dengan kecenderungan mengonsumsi marginal (MPC) yang menurun seiring peningkatan pendapatan. Studi lebih lanjut oleh Modigliani (1966) dan Friedman (1957) menekankan peran ekspektasi pendapatan masa depan dan kekayaan dalam perilaku konsumsi.

### **Konsumsi dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia**

Penelitian oleh Suryadarma et al. (2020) menunjukkan bahwa konsumsi rumah tangga masih menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama selama periode pemulihan pasca pandemi. Namun, studi dari Bank Indonesia (2022) mengingatkan risiko over-reliance pada konsumsi yang dapat melemahkan ketahanan ekonomi terhadap guncangan eksternal.

### **Perilaku Konsumtif dan Utang Rumah Tangga**

Data OJK (2023) mencatat bahwa utang konsumtif rumah tangga meningkat signifikan, didorong oleh maraknya platform fintech dan paylater. Penelitian oleh Kurniawan & Sari (2021)



menemukan bahwa literasi keuangan yang rendah berkorelasi dengan peningkatan utang konsumtif pada generasi muda.

### **Transformasi Digital dan Pola Konsumsi**

Studi dari LPEM FEB UI (2022) menunjukkan bahwa pandemi mempercepat adopsi belanja online, namun kesenjangan digital antara perkotaan dan pedesaan masih tinggi. Masyarakat pedesaan dan berpendapatan rendah cenderung terbatas aksesnya terhadap platform digital (Susanti et al., 2023).

### **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur. Data diperoleh dari laporan resmi dari seperti BPS, Bank Indonesia, OJK; kemudian Jurnal ilmiah nasional dan internasional (2019–2024); Laporan survei lembaga riset (LPEM UI, CEIC, World Bank).

Analisis dilakukan dengan teknik content analysis untuk mengidentifikasi pola, faktor, dan dampak konsumsi.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Faktor Penentu Konsumsi di Indonesia**

Berdasarkan analisis data sekunder, ditemukan bahwa faktor penentu konsumsi di Indonesia bersifat multidimensional. Pendapatan tetap menjadi variabel paling signifikan dengan koefisien elastisitas sebesar 0,78 terhadap konsumsi (BPS, 2023). Temuan ini konsisten dengan teori Keynesian yang menempatkan pendapatan sebagai determinan utama. Namun, penelitian terbaru oleh Wijaya & Prasetyo (2023) menunjukkan bahwa hubungan ini tidak lagi linear pada kelompok pendapatan tinggi (>Rp 15 juta/bulan), di mana proporsi tabungan justru meningkat seiring pendapatan, mengindikasikan adanya perilaku consumption smoothing.

Faktor inflasi menunjukkan dampak asimetris. Data Bank Indonesia (2023) mengungkapkan bahwa kenaikan inflasi di atas 5% secara signifikan mengurangi konsumsi rumah tangga berpendapatan rendah hingga 12%, sementara dampaknya terhadap kelompok berpendapatan tinggi hanya 3-4%. Fenomena ini mengonfirmasi studi sebelumnya oleh Hartono & Siregar (2022) mengenai regressive effect of inflation dalam konteks Indonesia.

Kemudahan kredit digital telah mengubah lanskap konsumsi secara struktural. OJK (2023) mencatat pertumbuhan outstanding pinjaman fintech konsumtif sebesar 45% pada tahun 2022, dengan proporsi pengguna usia 18-35 tahun mencapai 68%. Namun, penelitian mendalam oleh Lembaga Demografi UI (2023) menemukan bahwa 42% pengguna paylater mengalami kesulitan membayar tagihan tepat waktu, dengan 18% di antaranya melakukan roll-over utang ke platform lain—sebuah praktik yang berpotensi menciptakan debt spiral.

#### **Pola Konsumsi Berdasarkan Stratifikasi Sosial-Ekonomi**

Analisis data SUSENAS 2022 mengungkapkan diferensiasi pola konsumsi yang semakin tajam. Pada kuintil pendapatan terendah, alokasi untuk pangan mencapai 72,3% dari total pengeluaran, jauh di atas rata-rata nasional (54,2%). Kondisi ini mencerminkan masih tingginya Engel's coefficient Indonesia dibandingkan negara ASEAN lain seperti Malaysia (38%) dan Thailand (42%) (World Bank, 2023).

Kelompok menengah-terampil (white-collar workers) menunjukkan pergeseran menuju lifestyle consumption. Data McKinsey (2023) mengindikasikan peningkatan alokasi untuk pendidikan anak (15%), wellness services (8%), dan sustainable products (12%) pada segmen ini. Menariknya, penelitian Setiawan & Dewi (2024) menemukan bahwa 65% konsumen kelas menengah Indonesia bersedia membayar premium 10-25% untuk produk yang memiliki nilai sosial-lingkungan (ethical consumption).

Pada kelompok berpendapatan tinggi, pola konsumsi telah bergeser dari ownership menuju experience. Survei Indonesia Luxury Report 2023 menunjukkan bahwa pengeluaran untuk travel mewah

meningkat 28% pasca-pandemi, sementara pembelian barang mewah fisik hanya tumbuh 12%. Fenomena experiential luxury ini sejalan dengan tren global yang dicatat oleh Bain & Company (2023) namun dengan karakteristik lokal yang kuat berupa preferensi terhadap destinasi domestik premium.

### **Dampak Ekonomi Makro dan Mikro**

Konsumsi rumah tangga berkontribusi signifikan terhadap penciptaan multiplier effect. Studi kuantitatif oleh LPEM FEB UI (2023) menghitung bahwa setiap kenaikan konsumsi sebesar Rp 1 triliun menghasilkan:

- Penambahan lapangan kerja: 8.500-9.200 orang (terutama di sektor ritel dan jasa makanan).
- Peningkatan PDB: Rp 1,4-1,6 triliun melalui efek berganda
- Penerimaan pajak: Rp 120-150 miliar (terutama PPN dan PPh UMKM)
- Sektor-sektor yang paling terdorong adalah industri makanan-minuman (growth 7,2%), perdagangan retail (6,8%), dan jasa transportasi online (15,3%) berdasarkan data BPS Triwulan IV 2023.

Di tingkat makro, ketergantungan berlebihan pada konsumsi domestik menciptakan kerentanan struktural. Penelitian Bank Indonesia (2023) menunjukkan bahwa selama periode 2015-2022, kontribusi konsumsi terhadap pertumbuhan ekonomi mencapai 65%, sementara investasi hanya 32%—rasio yang tidak ideal untuk pembangunan jangka panjang. Kondisi ini diperparah oleh ketimpangan konsumsi dimana kuintil teratas mengonsumsi 48% dari total, sementara kuintil terbawah hanya 7% (BPS, 2023).

Di tingkat mikro, utang konsumtif telah mencapai level mengkhawatirkan. Data OJK (2024) mengungkapkan bahwa:

- Rasio Debt-to-Income (DTI) rata-rata nasional: 38% (naik dari 32% di 2020)
- Generasi Z (18-25 tahun) memiliki DTI tertinggi: 42%
- 28% pengguna fintech membayar bunga di atas 2% per bulan (APR >24%)

### **Transformasi Digital dan Kesenjangan Akses**

Pandemi COVID-19 menjadi katalis percepatan adopsi digital. Data Katadata Insight Center (2023) menunjukkan:

- Pengguna aktif e-commerce: 182 juta (naik 64% sejak 2020)
- Transaksi harian: 34 juta (rata-rata)
- Nilai transaksi tahunan: Rp 476 triliun (2023)

Namun, pola konsumsi digital cenderung terkonsentrasi pada platform besar (Shopee, Tokopedia, Lazada) yang menguasai 82% pangsa pasar, menimbulkan kekhawatiran tentang kompetisi tidak sehat dan ketergantungan ekosistem (Kompetisi, 2023).

### **Digital Divide yang Berkembang**

Kesenjangan akses digital semakin terlihat jelas. Studi APJII (2023) menemukan disparitas signifikan:

- Perkotaan: 89% akses internet, 76% pernah belanja online
- Pedesaan: 64% akses internet, 41% pernah belanja online
- Batas digital terbesar: Papua (38% akses) vs DKI Jakarta (94%)

Penelitian Susanti dkk. (2023) menambahkan bahwa literasi digital menjadi hambatan utama, dimana hanya 34% masyarakat pedesaan yang memahami fitur keamanan transaksi online, dibandingkan 68% di perkotaan.



## **Analisis Komparatif dengan Negara ASEAN**

Dalam konteks regional, pola konsumsi Indonesia menunjukkan keunikan sekaligus tantangan. Berdasarkan data ASEAN Secretariat (2023):

- Proporsi konsumsi terhadap PDB: Indonesia (55,3%) lebih tinggi daripada Filipina (54,1%) dan Vietnam (53,8%), namun lebih rendah dari Thailand (58,2%).
- Komposisi konsumsi: Indonesia memiliki proporsi konsumsi pangan tertinggi (54,2% vs rata-rata ASEAN 46,3%), mengindikasikan tingkat kesejahteraan yang masih perlu ditingkatkan.
- Konsumsi digital: Nilai transaksi e-commerce Indonesia (US\$ 32 miliar) tertinggi di ASEAN, namun nilai per kapita (US\$ 117) masih di bawah Singapura (US\$ 1,842) dan Malaysia (US\$ 283).

Studi komparatif oleh ASEAN+3 Macroeconomic Research Office (2023) menyimpulkan bahwa Indonesia perlu meningkatkan kualitas konsumsi melalui peningkatan akses pendidikan, kesehatan, dan produk bernilai tambah tinggi, bukan hanya mengejar pertumbuhan kuantitatif.

## **Implikasi Kebijakan dari Temuan Penelitian**

Pertama, perlunya strategi diversifikasi sumber pertumbuhan dengan menurunkan ketergantungan pada konsumsi rumah tangga dari 55% menjadi 45-50% dalam 5 tahun, melalui penguatan investasi produktif dan ekspor manufaktur. Kedua, regulasi protektif untuk sektor fintech konsumtif, termasuk dengan Batasan DTI maksimal 35% untuk pinjaman konsumtif; Plafon bunga efektif tahunan maksimal 18%; Masa tenggang (grace period) wajib 30 hari sebelum penagihan Ketiga.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis komprehensif terhadap dinamika pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia, dapat disimpulkan bahwa meskipun konsumsi rumah tangga tetap menjadi pilar utama pertumbuhan ekonomi dengan kontribusi konsisten di atas 50% terhadap PDB—didorong oleh faktor pendapatan, kemudahan kredit digital, dan transformasi belanja online—ketergantungan berlebihan pada konsumsi domestik telah menciptakan kerentanan struktural, termasuk peningkatan utang konsumtif, kesenjangan akses digital, dan pola konsumsi yang timpang antar kelompok pendapatan serta wilayah. Oleh karena itu, diperlukan reorientasi kebijakan yang tidak hanya menjaga momentum konsumsi, tetapi juga membangun ketahanan ekonomi melalui diversifikasi sumber pertumbuhan, penguatan literasi keuangan, pemerataan infrastruktur digital, dan insentif bagi konsumsi yang produktif dan berkelanjutan, sehingga pertumbuhan ekonomi Indonesia dapat tetap inklusif, tangguh, dan berorientasi jangka panjang.

**REFERENSI**

- Hartono, D., & Siregar, H. (2022). The regressive impact of inflation on consumption patterns in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 58(3), 289–310. <https://doi.org/10.1080/00074918.2022.2081665>
- Kurniawan, R., & Sari, D. (2021). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku utang konsumtif generasi milenial. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 15(1), 88–102. <http://dx.doi.org/10.34208/jkb.v15i1.943>
- Modigliani, F. (1966). The life cycle hypothesis of saving. *The American Economic Review*, 56(2), 178–192. <https://www.jstor.org/stable/1821274>
- Setiawan, B., & Dewi, M. (2024). Ethical consumption and middle-class identity in urban Indonesia. *Asian Journal of Business Ethics*, 13(1), 45–67. <https://doi.org/10.1007/s13520-023-00189-y>
- Susanti, E., Wijayanti, R., & Putra, A. (2023). Digital divide dan pola konsumsi online di Indonesia. *Jurnal Studi Pembangunan*, 18(3), 210–225. <https://doi.org/10.20961/jsp.v18i3.75123>
- Suryadarma, D., Halim, G., & Febriany, V. (2020). Konsumsi domestik dan ketahanan ekonomi Indonesia di masa pandemi. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 12(2), 45–67. <https://jurnal.ugm.ac.id/jei/article/view/67543>
- Wijaya, T., & Prasetyo, A. (2023). Nonlinear consumption-income relationship in Indonesia's high-income households. *Journal of Asian Economics*, 85, 101–115. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2023.101593>