

Pola konsumsi dan investasi di Indonesia

Awang Aji Nugraha^{1*}, Moh. Zidni Ilman Nafi'a², Kevin Surya Aldi Pratama³

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

email: *220102110078@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

ekonomi; konsumsi;
Investasi.

Keywords:

economy; consumption;
investment.

ABSTRAK

Konsumsi dan investasi merupakan dua komponen penting yang mendorong roda perekonomian suatu negara. Di Indonesia, terjadi peningkatan konsumsi masyarakat terhadap barang tahan lama dan jasa transportasi maupun makanan siap saji. Hal ini mencerminkan perubahan gaya hidup yang lebih konsumtif didorong oleh meningkatnya kelas menengah dan kemajuan teknologi digital. Sementara dari sisi investasi, produk yang paling banyak diminati adalah reksa dana, saham, peer to peer lending, emas dan properti. Sayangnya

peningkatan konsumsi ini belum diimbangi oleh pertumbuhan investasi domestik yang memadai, tercermin dari rendahnya rasio investasi terhadap PDB. Kondisi ini berisiko menimbulkan berbagai masalah ekonomi seperti defisit transaksi berjalan dan melambatnya pertumbuhan sektor riil. Oleh karena itu diperlukan kebijakan yang tepat untuk mengarahkan konsumsi produk dalam negeri sekaligus meningkatkan iklim investasi, agar tercapai pola konsumsi dan investasi yang seimbang demi stabilitas perekonomian Indonesia ke depannya.

ABSTRACT

Consumption and investment are two important components that drive a country's economy. In Indonesia, there has been an increase in public consumption of durable goods and transportation services as well as ready-to-eat food. This reflects changes in lifestyles that are more consumerist driven by the increasing middle class and advances in digital technology. Meanwhile, in terms of investment, the products most in demand are mutual funds, shares, peer to peer lending, gold and property. Unfortunately, this increase in consumption has not been matched by adequate domestic investment growth, reflected in the low investment to GDP ratio. This condition risks causing various economic problems such as a current account deficit and slowing real sector growth. Therefore, appropriate policies are needed to direct consumption of domestic products while improving the investment climate, in order to achieve balanced consumption and investment patterns for the stability of the Indonesian economy in the future. and negative impacts on the economy, such as increasing demand, production and income, but also causes environmental problems, health and social inequality.

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara berkembang dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi suatu negara adalah konsumsi domestik dan investasi, baik oleh rumah tangga, korporasi maupun pemerintah.

Konsumsi rumah tangga memberikan kontribusi terbesar bagi Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, yaitu mencapai 56-60% dalam beberapa tahun terakhir menurut Kementerian Keuangan (2022). Sementara dari sisi investasi, Indonesia masih didominasi oleh Penanaman Modal Asing (PMA) dan Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN)



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

korporasi dalam beberapa sektor strategis seperti infrastruktur dan manufaktur. Bahkan, menurut Sudarmawan, Barianto Nurasri dan Miranti, Titis (2022), Indonesia memiliki potensi ekonomi sektor pariwisata yang sangat potensial.

Adapun kontribusi investasi rumah tangga masih sangat minim, di mana mayoritas masih diarahkan ke sektor properti seperti tanah, bangunan dan kendaraan bermotor. Sementara alokasi ke instrumen keuangan seperti deposito, saham, reksadana dan obligasi masih sangat rendah. Hal ini disebabkan rendahnya literasi dan inklusi keuangan serta budaya investasi masyarakat Indonesia yang masih konservatif.

Oleh karena itu, penelitian mengenai bagaimana pola konsumsi dan investasi rumah tangga di Indonesia menjadi penting. Dengan memahami perilaku dan preferensi konsumsi dan investasi rumah tangga, dapat dirumuskan kebijakan yang tepat untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan permintaan domestik.

Beberapa penelitian terdahulu telah menganalisis pola konsumsi dan investasi rumah tangga di Indonesia, seperti Mankiw (2007), BI (2021), Kemenkeu (2021) dan lainnya. Namun demikian, masih terdapat research gap terkait dampak pandemi Covid-19 serta proyeksi ke depan terhadap pergeseran pola konsumsi dan investasi masyarakat Indonesia, khususnya di era digitalisasi.

Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pola konsumsi dan investasi rumah tangga Indonesia saat ini, dampak Covid-19 yang mempengaruhinya, serta proyeksi ke depan pascapandemi dan di era digital. Dengan demikian, hasil analisis ini diharapkan dapat memberi wawasan bagi pengambil kebijakan terkait langkah optimal untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan permintaan dan investasi domestik.

Pembahasan

Pola Konsumsi di Indonesia

Pola Konsumsi Rumah Tangga di Indonesia

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2022), rata-rata proporsi pengeluaran rumah tangga di Indonesia untuk konsumsi makanan mencapai 44,72%. Pengeluaran untuk makanan merupakan komponen konsumsi paling besar, diikuti oleh perumahan sebesar 15,55% dan transportasi sebesar 11,85%.

Pola konsumsi ini sejalan dengan teori hierarki kebutuhan Abraham Maslow yang menyatakan bahwa kebutuhan fisiologis seperti makanan dan tempat tinggal merupakan kebutuhan dasar manusia yang dipenuhi terlebih dahulu. Proporsi pengeluaran kelompok makanan terbesar adalah untuk kelompok bahan makanan sebesar 78% yang meliputi beras, telur, daging, ikan, sayuran, dan buah-buahan (Suryana et al., 2020).

Terjadi peningkatan pola konsumsi kelompok makanan olahan dan makanan jadi di luar rumah pada kelas menengah perkotaan. Hal ini tercermin dari pertumbuhan bisnis kuliner dan e-commerce makanan yang sangat pesat beberapa tahun terakhir. Selain itu, konsumsi kelompok transportasi dan komunikasi juga meningkat signifikan

seiring penetrasi smartphone dan financial technology yang memudahkan akses transportasi dan layanan daring bagi masyarakat Indonesia (Yusuf, 2022).

Namun demikian, pandemi Covid-19 memberikan guncangan signifikan terhadap pola konsumsi rumah tangga Indonesia. Pembatasan mobilitas dan aktivitas ekonomi membuat daya beli turun drastis, yang berdampak pada penurunan konsumsi secara agregat. Kontraksi ekonomi Indonesia pada 2020 turun sebesar -2,07%, dan laju pertumbuhan konsumsi rumah tangga melambat menjadi -2,63% (BPS, 2022).

Khususnya pada 2020, terjadi pergeseran pola konsumsi dari pengeluaran di luar rumah (hospitality, pariwisata, transportasi, dsb) beralih ke pengeluaran untuk kebutuhan dasar di dalam rumah (logistik, makanan, utils), karena mobilitas yang dibatasi. Tren serupa terjadi di banyak negara selama pandemi (Kearney, 2021). Meski demikian, sejalan dengan relaksasi pembatasan mobilitas dan vaksinasi, ekonomi dan pola konsumsi domestik mulai pulih di 2021-2022.

Selain pola konsumsi dasar seperti makanan dan perumahan, terdapat peningkatan pengeluaran pada kelompok rekreasi dan budaya serta pendidikan di kelas menengah perkotaan. Menurut survei BI (2021), kelompok rekreasi dan budaya memberikan kontribusi pengeluaran rata-rata 8,9% pada kelas menengah, meliputi biaya untuk travelling, makan di restoran, hiburan, olahraga, dan budaya. Sementara pengeluaran untuk pendidikan rata-rata sebesar 8,3%, meliputi biaya sekolah anak, kursus, pelatihan, dan pendidikan orang dewasa. Ini mencerminkan mulai tumbuhnya kesadaran investasi sumber daya manusia di kalangan kelas menengah Indonesia.

Dari sisi demografi, pergeseran pola konsumsi dan daya beli dipengaruhi oleh Bonus Demografi Indonesia, di mana proporsi penduduk usia produktif (15-64 th) mencapai 70% dari total populasi Indonesia saat ini. Bonus demografi ini diperkirakan akan berlangsung hingga 2030-2040, yang akan mendorong pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan produktivitas dan konsumsi domestik (Sumedi & Supriyati, 2020).

Namun, tantangan yang dihadapi adalah tingkat konsumsi domestik (rata-rata USD 3.847/kapita pada 2021) yang masih sangat rendah bila dibandingkan negara ASEAN lainnya seperti Thailand (USD 7.429/kapita), Malaysia (USD 10.276/kapita) dan Singapura (USD 34.056/kapita) (World Bank, 2022). Rendahnya tingkat konsumsi per kapita ini disebabkan oleh ketimpangan distribusi pendapatan dan tingginya proporsi penduduk berpenghasilan rendah di Indonesia.

Oleh karena itu, pemerintah berupaya meningkatkan daya beli masyarakat melalui beragam program bantuan sosial seperti Program Keluarga Harapan, Bantuan Pangan Non-Tunai, subsidi listrik, Bantuan Langsung Tunai, dan lainnya. Diharapkan bantuan-bantuan tersebut bisa meringankan beban pengeluaran masyarakat miskin dan rentan, sehingga mereka memiliki sisa pendapatan yang dapat dialokasikan untuk tabungan dan investasi. Dengan demikian, akan terbentuk masyarakat kelas menengah yang lebih besar dan mendorong pertumbuhan ekonomi lewat konsumsi domestik.

Selanjutnya, tren digitalisasi juga akan semakin mengubah preferensi dan perilaku konsumsi masyarakat Indonesia ke depannya. Laporan e-Conomy SEA 2021 oleh Google temukan bahwa pandemi Covid-19 telah mendorong lonjakan adopsi digital, di mana value ekonomi digital Indonesia diperkirakan akan mencapai USD 146 miliar pada 2025.

Layanan daring seperti e-commerce, financial technology, transportasi online, kurir instan, media sosial, dan platform konten digital kian diminati konsumen Indonesia karena kepraktisan dan efisiensinya.

Pola Investasi Rumah Tangga di Indonesia

Investasi rumah tangga Indonesia sebagian besar masih didominasi oleh investasi properti berupa tanah, bangunan, dan kendaraan bermotor. Berdasarkan data OJK (2022), proporsi portofolio investasi rumah tangga Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Tanah dan Bangunan: 63,9%
2. Deposito dan Tabungan: 15,8%
3. Logam Mulia: 10,5%
4. Saham: 3,3%
5. Reksadana: 1,8%
6. Obligasi dan Surat Utang: 0,9%
7. Mata Uang Asing dan Kripto: 0,6%
8. Lainnya: 3,2%

Pola investasi rumah tangga Indonesia ini menunjukkan preferensi yang sangat tinggi pada aset riil (properti) dibandingkan instrumen keuangan. Ini dipengaruhi budaya masyarakat Indonesia yang memandang tanah dan rumah sebagai simbol kekayaan dan status sosial, bukan semata instrumen investasi. Selain itu, rendahnya pengetahuan dan ketertarikan masyarakat terhadap pasar modal turut berperan pada minimnya alokasi investasi ke instrumen saham atau reksadana (Putra et al., 2020).

Namun demikian, terjadi peningkatan minat investasi instrumen keuangan di kalangan generasi milenial perkotaan beberapa tahun terakhir. Ini didorong mulai tumbuhnya industri fintech peer-to-peer lending, equity crowdfunding, digital banking, dan perusahaan rintisan teknologi. Platform-platform tersebut memudahkan akses investasi ke beragam instrumen keuangan dengan modal terjangkau. Akan tetapi, porsi masih relatif kecil dibandingkan portofolio investasi keseluruhan rumah tangga Indonesia.

Pandemi Covid-19 sempat menurunkan kepercayaan konsumen dan investor domestik karena volatilitas pasar yang tinggi. Namun di sisi lain, pandemi telah mempercepat adopsi dan literasi digital di kalangan menengah ke atas, termasuk terhadap instrumen investasi berbasis digital. Sehingga dalam jangka panjang, diduga akan terjadi peningkatan alokasi investasi rumah tangga Indonesia ke instrumen keuangan dan pendalaman pasar modal Indonesia.

Dari sisi investasi keuangan, sejatinya rumah tangga Indonesia memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan alokasi asetnya ke sektor keuangan dan pasar modal. Berdasarkan laporan OJK (2022), total dana kelolaan perusahaan di sektor jasa keuangan Indonesia (perbankan, pasar modal, asuransi dan dana pensiun) telah mencapai IDR 13.682 triliun. Angka ini diperkirakan terus bertumbuh 14-16% pada 2023 seiring pulihnya kepercayaan investor pascapandemi.

Akan tetapi, mayoritas dana kelolaan tersebut (86%) masih didominasi oleh investor asing dan korporasi. Sementara, alokasi investasi institusi domestik seperti rumah tangga, yayasan, dan institusi nirlaba baru sekitar 12%. Partisipasi investor ritel domestik di pasar modal juga masih sangat minim, yaitu hanya 1,24% dari total penduduk Indonesia per Oktober 2022. Angka ini jauh tertinggal dibandingkan negara ASEAN seperti Malaysia (23,6%), Thailand (8,5%) dan Singapura (33,9%) — meski sebenarnya meningkat pesat dari 0,78% pada 2020.

Rendahnya partisipasi investor ritel ini disebabkan minimnya edukasi dan literasi keuangan serta rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap instrumen investasi di luar properti. Survei OJK (2017) menemukan bahwa literasi keuangan dan inklusi Indonesia baru mencapai 38,03% yang berarti 6 dari 10 orang Indonesia belum melek keuangan. Selain itu budaya investasi masyarakat lebih condong ke aset berwujud, skeptis terhadap imbal hasil pasar modal yang tidak pasti, serta kurang pemahannya.

Kesimpulan

Pola konsumsi rumah tangga Indonesia mengalami pergeseran yang menarik. Meskipun kebutuhan pokok tetap menjadi prioritas, kelas menengah perkotaan mulai mengalihkan fokus pengeluaran mereka pada bidang-bidang seperti pendidikan, kesehatan, hiburan, dan gaya hidup. Namun, tantangan terbesar terletak pada pengambilan keputusan konsumsi yang sering kali lebih dipengaruhi oleh emosi dan tekanan sosial daripada pertimbangan rasional jangka panjang. Hal ini dapat memunculkan kecenderungan konsumsi berlebihan yang berpotensi menyebabkan kesulitan keuangan, seperti terlalu banyak menggunakan leverage.

Meskipun mayoritas rumah tangga Indonesia cenderung berinvestasi dalam aset riil seperti properti untuk menunjukkan status sosial, pengetahuan mengenai instrumen keuangan masih terbatas. Namun, dengan adanya platform fintech, masyarakat khususnya generasi milenial mulai menemukan kesempatan untuk berinvestasi dengan modal yang lebih terjangkau. Hal ini menandai pergeseran preferensi investasi menuju instrumen keuangan yang lebih inklusif. Namun, untuk mengubah pola pikir konsumtif menjadi produktif guna mencapai kesejahteraan jangka panjang, dibutuhkan upaya serius dalam meningkatkan literasi dan edukasi keuangan di seluruh lapisan masyarakat.

Peningkatan literasi dan edukasi keuangan merupakan tugas penting bagi pemerintah, yang harus terus ditingkatkan dengan program-program yang mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Selain itu, media massa juga memiliki peran krusial dalam sosialisasi instrumen investasi keuangan dengan menghadirkan program-feature yang menarik dan interaktif, memudahkan pemahaman dan akses bagi masyarakat luas. Namun, keberhasilan program-program ini juga sangat tergantung pada ketersediaan produk investasi keuangan yang aman dan menguntungkan. Regulator industri keuangan perlu memastikan produk-produk ini sesuai dan memberikan manfaat yang optimal, khususnya bagi masyarakat pemula yang ingin berinvestasi (retail investor).

Di sisi lain, sektor perbankan dan institusi keuangan lainnya juga memiliki tanggung jawab untuk terus berinovasi dan menyediakan solusi investasi ritel yang ramah

pengguna. Inovasi ini akan membuka pintu bagi masyarakat untuk lebih mudah terlibat dalam investasi tanpa hambatan teknis yang berarti. Pentingnya penelitian mengenai perilaku konsumen dan investor tidak boleh diabaikan; hal ini mendukung formulasi strategi yang tepat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia secara keseluruhan.

Daftar Pustaka

- Annur, C. M. (2021, November 25). Konsumsi Beras Rumah Tangga Jawa Barat Terbanyak Nasional Pada 2019. Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/25/konsumsi-beras-rumah-tangga-jawa-barat-terbanyak-nasional-pada-2019>
- Badan Pusat Statistik. (2022). Statistik Indonesia 2022. Jakarta: BPS.
- Bank Indonesia. (2021). Survei Neraca Rumah Tangga Indonesia 2020. Jakarta: BI.
- Kearney, A.T. (2021). The Crisis Impact on Consumer Behavior. Chicago: AT Kearney.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2022). APBN KiTa 2023. Jakarta: Kemenkeu.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Statistik Pasar Modal 2022. Jakarta: OJK..
- Rosyida. (2020). Pengertian Konsumsi: Fungsi, Ciri dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. Diambil kembali dari Gramedia: https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-konsumsi/#Pengertian_Konsumsi
- Statistik, B. P. (2023, Mei 31). Realisasi Investasi Penanaman Modal Dalam Negeri Menurut Provinsi (Investasi) (Milyar Rupiah), 2021-2022. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzkzIzI=/realisasi-investasi-penanaman-modal-dalam-negeri-menurut-provinsi--investasi-.html>
- Sudarmawan, Barianto Nurasri and Miranti, Titis (2022) *Potensi digital ekonomi bagi perkembangan sektor pariwisata di Indonesia*. IEB: Journal of Islamic Economics and Business, 1 (1). pp. 23-29. ISSN 2829-825X. <http://repository.uin-malang.ac.id/10787/>
- Sugiarto, E. C. (2019, Agustus 2). Investasi dan Indonesia Maju. Diambil kembali dari Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia: https://www.setneg.go.id/baca/index/investasi_dan_indonesia_maju