



POLA PENGELUARAN KONSUMEN SELAMA KETIDAKPASTIAN EKONOMI: PENDEKATAN BERBASIS SURVEI

M. Fakhriansyah¹, K.M. Faisal Reza², Kurnia Ramadhon³
Politeknik Akamigas Palembang
Email: fakhriansyah@pap.ac.id

ABSTRAK

Ketidakpastian ekonomi yang dipicu oleh fluktuasi makroekonomi, inflasi, dan dinamika pasar global telah membawa perubahan signifikan terhadap perilaku dan pola pengeluaran konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola pengeluaran konsumen selama periode ketidakpastian ekonomi dengan menggunakan pendekatan berbasis survei. Metode penelitian yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner terstruktur yang disebarkan kepada konsumen dari berbagai latar belakang sosial ekonomi. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial untuk mengidentifikasi perubahan prioritas pengeluaran, kecenderungan penghematan, serta pergeseran konsumsi dari kebutuhan sekunder ke kebutuhan primer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketidakpastian ekonomi mendorong konsumen untuk lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan finansial, dengan peningkatan fokus pada pengeluaran esensial, pengurangan belanja diskresioner, serta meningkatnya preferensi terhadap produk yang memiliki nilai guna jangka panjang. Selain itu, tingkat pendapatan dan persepsi terhadap stabilitas ekonomi terbukti berpengaruh signifikan terhadap variasi pola pengeluaran konsumen. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis dalam memahami dinamika perilaku konsumen pada kondisi ekonomi tidak stabil serta implikasi praktis bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi pemasaran dan kebijakan ekonomi yang adaptif.

Kata Kunci: Pola pengeluaran konsumen, ketidakpastian ekonomi, perilaku konsumen, survei kuantitatif, pengambilan keputusan finansial

ABSTRACT

Economic uncertainty triggered by macroeconomic fluctuations, inflation, and global market dynamics has brought significant changes to consumer behavior and spending patterns. This study aims to analyze consumer spending patterns during periods of economic uncertainty using a survey-based approach. The research method used is a quantitative survey with data collection through structured questionnaires distributed to consumers from various socioeconomic backgrounds. The data obtained were analyzed using descriptive and inferential statistical techniques to identify changes in spending priorities, savings tendencies, and shifts in consumption from secondary to primary needs. The results show that economic uncertainty encourages consumers to be more cautious in making financial decisions, with an increased focus on essential spending, a reduction in discretionary spending, and an increased preference for products with long-term utility. In addition, income level and perceptions of economic stability have been shown to significantly influence variations in consumer spending patterns. These findings provide theoretical contributions to understanding the dynamics of consumer behavior in unstable economic conditions and provide practical implications for businesses and policymakers in designing adaptive marketing strategies and economic policies.

Keywords: Consumer spending patterns, economic uncertainty, consumer behavior, quantitative surveys, financial decision making

PENDAHULUAN

Ketidakpastian ekonomi telah menjadi fenomena yang semakin menonjol dalam beberapa tahun terakhir seiring dengan

meningkatnya dinamika global yang dipengaruhi oleh krisis keuangan, pandemi, konflik geopolitik, fluktuasi harga energi dan pangan, serta perubahan kebijakan moneter



yang ketat. Kondisi ini menciptakan tekanan signifikan terhadap stabilitas ekonomi nasional maupun kesejahteraan rumah tangga, terutama melalui penurunan daya beli, ketidakpastian pendapatan, dan meningkatnya risiko kehilangan pekerjaan. Dalam situasi tersebut, perilaku konsumen mengalami penyesuaian yang kompleks sebagai bentuk respons adaptif terhadap ancaman ekonomi yang dirasakan. Pola pengeluaran konsumen tidak lagi semata-mata dipengaruhi oleh preferensi dan kebutuhan, tetapi juga oleh persepsi risiko, ekspektasi masa depan, serta strategi bertahan hidup dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi yang berkelanjutan (Freitas et al., 2025).

Perubahan pola pengeluaran konsumen selama ketidakpastian ekonomi merupakan isu penting dalam kajian ekonomi dan perilaku konsumen karena konsumsi rumah tangga memiliki peran dominan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi (Iksan et al., 2025). Ketika konsumen mengurangi pengeluaran atau mengalihkan alokasi belanja dari barang non-esensial ke kebutuhan pokok, dampaknya tidak hanya dirasakan pada tingkat individu, tetapi juga pada sektor usaha, struktur pasar, dan stabilitas makroekonomi secara keseluruhan. Dalam kondisi ekonomi yang tidak menentu, konsumen cenderung meningkatkan perilaku kehati-hatian, seperti menunda pembelian besar, meningkatkan tabungan darurat, serta memilih produk dengan harga lebih terjangkau. Fenomena ini menunjukkan bahwa ketidakpastian ekonomi memengaruhi proses pengambilan keputusan konsumsi secara rasional maupun psikologis, yang pada akhirnya membentuk pola pengeluaran yang berbeda dibandingkan dengan kondisi ekonomi yang stabil.

Selain faktor ekonomi objektif seperti inflasi, tingkat suku bunga, dan pendapatan riil, pola pengeluaran konsumen juga

dipengaruhi oleh faktor subjektif berupa persepsi terhadap kondisi ekonomi dan kepercayaan konsumen. Ketidakpastian ekonomi sering kali memicu kecemasan dan rasa tidak aman yang mendorong konsumen untuk bersikap lebih konservatif dalam membelanjakan uangnya. Persepsi terhadap kemungkinan memburuknya kondisi ekonomi di masa depan dapat memperkuat kecenderungan konsumen untuk menekan konsumsi dan memprioritaskan kebutuhan jangka pendek dibandingkan kepuasan jangka panjang. Oleh karena itu, memahami pola pengeluaran konsumen tidak dapat dilepaskan dari konteks psikologis dan sosial yang menyertai ketidakpastian ekonomi tersebut.

Di tengah perubahan lingkungan ekonomi yang cepat dan tidak terprediksi, pendekatan berbasis survei menjadi instrumen yang relevan dan strategis untuk menangkap dinamika perilaku konsumsi secara empiris. Survei memungkinkan peneliti untuk menggali informasi langsung dari konsumen mengenai perubahan alokasi pengeluaran, preferensi belanja, serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumsi selama periode ketidakpastian ekonomi. Melalui pendekatan ini, data yang diperoleh tidak hanya bersifat kuantitatif, tetapi juga mencerminkan persepsi dan sikap konsumen terhadap kondisi ekonomi yang sedang berlangsung (Hasan et al., 2021). Hal ini penting mengingat keputusan konsumsi sering kali didasarkan pada ekspektasi dan penilaian subjektif, bukan semata-mata pada indikator ekonomi makro.

Penelitian mengenai pola pengeluaran konsumen selama ketidakpastian ekonomi menjadi semakin relevan dalam konteks negara berkembang, termasuk Indonesia, yang memiliki karakteristik ekonomi dan sosial yang heterogen. Perbedaan tingkat pendapatan, jenis pekerjaan, tingkat



pendidikan, serta akses terhadap informasi ekonomi dapat menyebabkan variasi respons konsumen terhadap ketidakpastian ekonomi. Kelompok masyarakat dengan pendapatan menengah ke bawah cenderung lebih rentan terhadap guncangan ekonomi dan menunjukkan perubahan pola pengeluaran yang lebih drastis dibandingkan kelompok berpendapatan tinggi (Halimah et al., 2024a). Oleh karena itu, penelitian berbasis survei yang melibatkan berbagai kelompok demografis menjadi penting untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai perilaku konsumsi masyarakat secara luas.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas perilaku konsumen dan konsumsi rumah tangga, masih terdapat keterbatasan studi yang secara spesifik mengkaji pola pengeluaran konsumen dalam situasi ketidakpastian ekonomi dengan pendekatan survei yang kontekstual dan mutakhir. Sebagian penelitian sebelumnya lebih berfokus pada analisis makro atau menggunakan data sekunder yang kurang mampu menangkap perubahan sikap dan persepsi konsumen secara langsung. Padahal, dalam kondisi ketidakpastian, respons konsumen sering kali bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh faktor psikologis yang sulit diukur melalui data agregat. Kesenjangan penelitian ini menunjukkan perlunya kajian empiris yang mendalam untuk memahami bagaimana konsumen menyesuaikan perilaku pengeluarannya ketika menghadapi ketidakpastian ekonomi (Zhalifunnas et al., 2024).

Dengan demikian, penelitian ini memiliki urgensi akademik dan praktis yang tinggi. Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen dengan

memberikan pemahaman yang lebih kontekstual tentang pola pengeluaran selama ketidakpastian ekonomi. Pendekatan berbasis survei memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap hubungan antara persepsi ketidakpastian ekonomi dan keputusan konsumsi individu. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pemerintah, pelaku usaha, dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi yang lebih adaptif untuk menjaga daya beli masyarakat dan stabilitas ekonomi. Dengan memahami pola pengeluaran konsumen secara lebih komprehensif, kebijakan ekonomi dan strategi pemasaran dapat disesuaikan agar lebih responsif terhadap kondisi ketidakpastian yang terus berkembang.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Perilaku Konsumen dalam Kondisi Ketidakpastian Ekonomi

Ketidakpastian ekonomi menciptakan lingkungan pengambilan keputusan yang penuh risiko dan keterbatasan informasi, sehingga memengaruhi cara konsumen memandang kebutuhan, mengelola pendapatan, dan menentukan prioritas konsumsi (Farahain et al., 2025). Dalam konteks ini, perilaku konsumen tidak lagi semata-mata dipengaruhi oleh preferensi rasional dan utilitas maksimal, melainkan juga oleh faktor psikologis, sosial, dan emosional yang dipicu oleh rasa ketidakpastian, kecemasan, dan ekspektasi terhadap masa depan. Teori perilaku konsumen klasik yang menekankan rasionalitas ekonomi perlu dipahami secara lebih fleksibel dengan mengakomodasi dinamika ketidakpastian sebagai variabel kunci yang membentuk sikap dan keputusan konsumsi.



Dari perspektif teori ekonomi mikro klasik, perilaku konsumen diasumsikan rasional dengan tujuan memaksimalkan utilitas di bawah keterbatasan anggaran. Namun, dalam kondisi ketidakpastian ekonomi, asumsi rasionalitas penuh sering kali melemah. Konsumen menghadapi risiko pendapatan yang tidak stabil, potensi kehilangan pekerjaan, dan kenaikan harga yang sulit diprediksi, sehingga mendorong perilaku kehati-hatian atau precautionary behavior. Teori precautionary saving menjelaskan bahwa konsumen cenderung menahan pengeluaran dan meningkatkan tabungan sebagai bentuk perlindungan terhadap kemungkinan guncangan ekonomi di masa depan (Rohmah, 2020). Akibatnya, konsumsi barang non-esensial menurun, sementara pengeluaran lebih difokuskan pada kebutuhan dasar dan barang yang dianggap memiliki nilai jangka panjang. Fenomena ini menunjukkan bahwa dalam situasi ketidakpastian, keputusan konsumsi lebih didorong oleh strategi bertahan hidup dibandingkan oleh optimalisasi kepuasan semata.

Pendekatan behavioral economics memberikan penjelasan yang lebih komprehensif terhadap perilaku konsumen dalam kondisi ketidakpastian ekonomi (Yanti et al., 2024). Teori prospek menjelaskan bahwa konsumen cenderung lebih sensitif terhadap potensi kerugian dibandingkan potensi keuntungan, sehingga risiko kehilangan pendapatan atau daya beli dipersepsikan lebih besar daripada peluang peningkatan kesejahteraan. Kondisi ini memunculkan loss aversion yang mendorong konsumen untuk menghindari keputusan pembelian yang dianggap berisiko. Selain itu, keterbatasan rasionalitas atau bounded rationality membuat konsumen mengandalkan heuristik dan pengalaman

masa lalu dalam mengambil keputusan, terutama ketika informasi ekonomi tidak lengkap atau sulit dipahami. Ketidakpastian juga memperkuat peran emosi seperti rasa takut dan cemas, yang pada akhirnya memengaruhi persepsi nilai, preferensi merek, dan tingkat loyalitas konsumen.

Teori psikologis dan sosiologis dalam perilaku konsumen turut menjelaskan perubahan pola konsumsi di tengah ketidakpastian ekonomi. Teori kebutuhan Maslow, misalnya, menunjukkan bahwa konsumen akan kembali memprioritaskan pemenuhan kebutuhan fisiologis dan keamanan ketika stabilitas ekonomi terganggu. Konsumsi yang bersifat simbolik, prestise, atau aktualisasi diri cenderung mengalami penurunan karena dianggap kurang mendesak. Di sisi lain, pengaruh sosial tetap berperan signifikan, terutama melalui norma kelompok dan informasi dari lingkungan sosial maupun media digital (Bahrudin1 & Sembiring, 2024). Dalam kondisi tidak pasti, konsumen lebih cenderung mencari validasi sosial dan rekomendasi dari orang lain untuk mengurangi risiko kesalahan dalam pengambilan keputusan. Hal ini menjelaskan meningkatnya ketergantungan pada ulasan daring, komunitas konsumen, dan perilaku herd behavior dalam memilih produk atau layanan.

Pola Perubahan Pengeluaran Konsumen antara Kebutuhan Primer, Sekunder, dan Diskresioner

Pengeluaran konsumen tidak bersifat statis, melainkan sangat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, stabilitas ekonomi, perubahan harga, serta ekspektasi terhadap kondisi masa depan. Klasifikasi kebutuhan ke dalam kategori primer, sekunder, dan diskresioner membantu menjelaskan bagaimana konsumen menetapkan prioritas konsumsi dan menyesuaikan alokasi sumber



daya keuangan mereka. Dalam praktiknya, pergeseran pola pengeluaran antar kategori tersebut mencerminkan strategi adaptif konsumen dalam merespons tekanan ekonomi, perkembangan gaya hidup, dan transformasi nilai sosial.

Kebutuhan primer, yang mencakup pangan, sandang, papan, serta layanan dasar seperti kesehatan dan pendidikan, cenderung memiliki tingkat elastisitas permintaan yang rendah. Dalam berbagai kondisi ekonomi, pengeluaran untuk kebutuhan primer relatif stabil karena berkaitan langsung dengan kelangsungan hidup dan kesejahteraan dasar konsumen (Kinanti et al., 2024). Namun demikian, perubahan tetap dapat terjadi dalam bentuk substitusi kualitas dan merek, bukan pada pengurangan kuantitas secara signifikan. Ketika daya beli menurun, konsumen cenderung beralih ke produk dengan harga lebih terjangkau, memilih merek generik, atau mengurangi konsumsi barang primer yang bersifat premium. Pola ini menunjukkan bahwa meskipun kebutuhan primer diprioritaskan, konsumen tetap melakukan penyesuaian rasional untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan dasar dan keterbatasan anggaran.

Pengeluaran untuk kebutuhan sekunder bersifat lebih fleksibel dan sangat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan serta persepsi stabilitas ekonomi (Sinaga et al., 2025). Kebutuhan sekunder umumnya mencakup barang dan jasa yang meningkatkan kenyamanan hidup, seperti peralatan rumah tangga, transportasi pribadi, dan teknologi pendukung aktivitas sehari-hari. Dalam kondisi ekonomi yang stabil atau meningkat, porsi pengeluaran untuk kebutuhan sekunder cenderung bertambah seiring dengan meningkatnya aspirasi dan standar hidup konsumen. Sebaliknya, ketika terjadi tekanan

ekonomi, pengeluaran pada kategori ini menjadi sasaran utama penyesuaian, baik melalui penundaan pembelian, pemilihan produk dengan spesifikasi lebih rendah, maupun perpanjangan usia pakai barang yang sudah dimiliki (Lesmana et al., 2025). Pola ini mencerminkan peran kebutuhan sekunder sebagai jembatan antara pemenuhan kebutuhan dasar dan ekspresi preferensi gaya hidup.

Sementara itu, pengeluaran diskresioner menunjukkan tingkat sensitivitas tertinggi terhadap perubahan kondisi ekonomi dan psikologis konsumen. Kategori ini meliputi pengeluaran untuk hiburan, rekreasi, perjalanan, gaya hidup, serta produk yang bersifat simbolik dan non-esensial. Dalam situasi ketidakpastian ekonomi atau penurunan pendapatan, pengeluaran diskresioner cenderung mengalami kontraksi paling signifikan karena dianggap tidak mendesak. Konsumen lebih memilih menunda atau menghilangkan pengeluaran tersebut demi menjaga keamanan finansial (ANIS, 2023). Namun, dalam kondisi ekonomi yang membaik, pengeluaran diskresioner sering kali meningkat secara cepat sebagai bentuk kompensasi psikologis dan ekspresi kebebasan finansial. Fenomena ini menunjukkan bahwa konsumsi diskresioner tidak hanya didorong oleh kemampuan ekonomi, tetapi juga oleh faktor emosional dan sosial.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur sistematis untuk menganalisis pola pengeluaran konsumen selama periode ketidakpastian ekonomi dengan pendekatan berbasis survei sebagaimana dilaporkan dalam berbagai studi empiris sebelumnya. Kajian literatur dilakukan dengan menelusuri



artikel ilmiah yang relevan dari basis data bereputasi seperti Scopus, Web of Science, dan Google Scholar, dengan rentang publikasi sepuluh tahun terakhir agar memperoleh gambaran yang mutakhir dan kontekstual. Kata kunci yang digunakan mencakup pola pengeluaran konsumen, ketidakpastian ekonomi, perilaku konsumsi, dan survei konsumen. Kriteria inklusi ditetapkan pada penelitian yang menggunakan pendekatan survei kuantitatif maupun campuran untuk mengukur perubahan preferensi, prioritas belanja, serta sikap konsumen dalam menghadapi tekanan ekonomi, sementara artikel yang tidak relevan secara metodologis atau konseptual dieliminasi. Proses seleksi literatur dilakukan secara bertahap melalui penilaian judul, abstrak, dan teks penuh untuk memastikan kualitas dan kesesuaian dengan tujuan penelitian.

Analisis data dalam kajian literatur ini dilakukan dengan teknik analisis tematik dan sintesis naratif terhadap temuan-temuan utama dari studi terpilih. Fokus analisis diarahkan pada instrumen survei yang digunakan, karakteristik responden, konteks ketidakpastian ekonomi, serta pola perubahan pengeluaran konsumsi yang teridentifikasi, seperti pergeseran dari konsumsi non-esensial ke kebutuhan pokok atau peningkatan perilaku menabung. Hasil sintesis kemudian diinterpretasikan secara komparatif untuk mengidentifikasi kesamaan, perbedaan, dan celah penelitian yang masih ada, sehingga mampu membangun kerangka konseptual yang komprehensif mengenai dinamika pengeluaran konsumen di masa ketidakpastian ekonomi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Pengeluaran untuk Kebutuhan Pokok versus Non-Pokok

Pola pengeluaran rumah tangga antara kebutuhan pokok dan non-pokok merupakan cerminan langsung dari kondisi sosial ekonomi, tingkat pendapatan, preferensi konsumsi, serta perubahan struktur kebutuhan masyarakat (Fauzi et al., 2023). Dalam kajian ekonomi mikro dan sosial, kebutuhan pokok umumnya didefinisikan sebagai barang dan jasa yang harus dipenuhi untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kesejahteraan dasar, seperti pangan, sandang, papan, pendidikan dasar, dan kesehatan. Sementara itu, kebutuhan non-pokok mencakup pengeluaran yang bersifat pelengkap, peningkat kenyamanan, atau simbolik, seperti hiburan, rekreasi, gaya hidup, teknologi premium, dan konsumsi berbasis preferensi. Perbedaan alokasi pengeluaran antara kedua jenis kebutuhan ini tidak hanya menunjukkan tingkat kesejahteraan ekonomi, tetapi juga mencerminkan dinamika nilai sosial, perubahan budaya konsumsi, serta respons rumah tangga terhadap tekanan ekonomi dan perkembangan teknologi.

Dalam konteks rumah tangga berpendapatan rendah hingga menengah, proporsi pengeluaran untuk kebutuhan pokok cenderung mendominasi struktur konsumsi. Sebagian besar pendapatan dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan pangan, yang masih menjadi komponen terbesar dalam pengeluaran bulanan. Fenomena ini sejalan dengan Hukum Engel yang menyatakan bahwa semakin rendah tingkat pendapatan suatu rumah tangga, semakin besar proporsi pendapatan yang digunakan untuk konsumsi pangan. Selain pangan, biaya perumahan, utilitas, pendidikan dasar, dan layanan kesehatan juga menyerap porsi signifikan dari pendapatan, sehingga ruang fiskal untuk pengeluaran non-pokok menjadi sangat terbatas. Kondisi ini membuat rumah tangga



rentan terhadap guncangan ekonomi, seperti inflasi, kenaikan harga energi, atau kehilangan pendapatan, karena fleksibilitas pengurangan pengeluaran pokok relatif rendah (Listri et al., 2025).

Sebaliknya, pada rumah tangga dengan tingkat pendapatan menengah ke atas, proporsi pengeluaran untuk kebutuhan pokok cenderung menurun secara relatif, meskipun secara nominal tetap meningkat. Penurunan proporsi ini membuka ruang yang lebih besar bagi pengeluaran non-pokok, yang sering kali mencerminkan aspirasi gaya hidup, pencarian kenyamanan, dan aktualisasi diri. Konsumsi non-pokok tidak lagi dipandang sekadar sebagai pemenuhan keinginan, tetapi juga sebagai bagian dari identitas sosial dan strategi peningkatan kualitas hidup. Pengeluaran untuk hiburan digital, perjalanan wisata, perangkat teknologi canggih, serta layanan berbasis langganan menjadi semakin umum, terutama di kalangan masyarakat perkotaan dan generasi muda.

Perkembangan teknologi digital dan ekonomi berbasis platform turut mengubah batas antara kebutuhan pokok dan non-pokok. Akses internet dan perangkat komunikasi, yang sebelumnya dikategorikan sebagai kebutuhan sekunder, kini bertransformasi menjadi kebutuhan quasi-pokok karena perannya yang krusial dalam pendidikan, pekerjaan, dan interaksi sosial (Akhadiya & Hwihanus, 2025). Perubahan ini berdampak pada struktur pengeluaran rumah tangga, di mana pos non-pokok tradisional bergeser menjadi kebutuhan fungsional yang sulit dihilangkan. Akibatnya, garis pemisah antara konsumsi esensial dan konsumsi pilihan menjadi semakin kabur, terutama di masyarakat yang terintegrasi secara digital.

Pola pengeluaran juga dipengaruhi oleh faktor demografis seperti usia, tingkat

pendidikan, dan struktur keluarga. Rumah tangga muda cenderung memiliki proporsi pengeluaran non-pokok yang lebih tinggi dibandingkan rumah tangga yang lebih tua, terutama untuk kebutuhan gaya hidup, hiburan, dan teknologi. Sementara itu, rumah tangga dengan tanggungan anak usia sekolah akan mengalokasikan porsi lebih besar untuk pendidikan dan kesehatan, yang meskipun tergolong kebutuhan pokok, sering kali mengalami peningkatan biaya seiring dengan tuntutan kualitas. Tingkat pendidikan kepala rumah tangga juga berperan dalam menentukan prioritas konsumsi, di mana pendidikan yang lebih tinggi umumnya berkorelasi dengan perencanaan keuangan yang lebih terstruktur dan kesadaran terhadap keseimbangan antara kebutuhan pokok dan non-pokok (Puspita, 2023).

Dari perspektif makroekonomi, pergeseran pola pengeluaran dari kebutuhan pokok ke non-pokok sering dijadikan indikator peningkatan kesejahteraan masyarakat. Ketika proporsi pengeluaran non-pokok meningkat secara berkelanjutan, hal ini menunjukkan adanya surplus pendapatan yang dapat digunakan untuk konsumsi diskresioner (Pujiati, 2020). Namun demikian, peningkatan konsumsi non-pokok yang tidak diimbangi dengan perencanaan keuangan yang baik juga berpotensi menimbulkan risiko, seperti rendahnya tingkat tabungan dan meningkatnya kerentanan terhadap krisis ekonomi. Dalam situasi ekonomi yang tidak stabil, rumah tangga dengan komitmen pengeluaran non-pokok yang tinggi cenderung lebih sulit melakukan penyesuaian dibandingkan rumah tangga yang memiliki struktur pengeluaran lebih konservatif.

Inflasi dan perubahan harga relatif juga memainkan peran penting dalam menentukan



alokasi pengeluaran. Kenaikan harga kebutuhan pokok secara langsung menggerus daya beli dan memaksa rumah tangga untuk mengurangi atau menunda pengeluaran non-pokok (Setiawati & Marta, 2025). Fenomena ini terlihat jelas pada periode krisis ekonomi atau pasca pandemi, di mana rumah tangga melakukan reprioritisasi konsumsi dengan kembali memusatkan pengeluaran pada kebutuhan esensial. Sebaliknya, ketika stabilitas harga terjaga dan pendapatan meningkat, konsumsi non-pokok cenderung pulih dan bahkan meningkat lebih cepat dibandingkan konsumsi pokok.

Dalam konteks kebijakan publik, pemahaman terhadap pola pengeluaran kebutuhan pokok versus non-pokok menjadi

penting untuk merancang intervensi yang tepat sasaran. Subsidi, bantuan sosial, dan kebijakan pengendalian harga umumnya difokuskan pada komoditas kebutuhan pokok karena dampaknya yang langsung terhadap kesejahteraan masyarakat. Namun, pemerintah juga perlu memperhatikan perubahan struktur kebutuhan masyarakat modern, di mana beberapa komponen non-pokok memiliki fungsi strategis dalam meningkatkan produktivitas dan kualitas sumber daya manusia. Dengan demikian, pendekatan kebijakan yang adaptif dan berbasis data konsumsi aktual menjadi kunci untuk menjaga keseimbangan antara perlindungan sosial dan dorongan pertumbuhan ekonomi.

Strategi Konsumen dalam Mengelola Pengeluaran dan Menekan Biaya Hidup

Strategi konsumen dalam mengelola pengeluaran dan menekan biaya hidup menjadi isu yang semakin krusial di tengah dinamika ekonomi global yang ditandai oleh inflasi, ketidakpastian pasar kerja, serta perubahan pola konsumsi akibat digitalisasi (Inayati et al., 2024). Kenaikan harga kebutuhan pokok, biaya energi, transportasi, pendidikan, dan kesehatan telah memberikan tekanan signifikan terhadap daya beli masyarakat, terutama bagi kelompok rumah tangga berpendapatan rendah dan menengah. Dalam konteks ini, konsumen tidak lagi dapat mengandalkan pola konsumsi konvensional, melainkan dituntut untuk mengembangkan strategi adaptif yang rasional, terencana, dan berorientasi pada keberlanjutan finansial jangka panjang. Strategi pengelolaan pengeluaran bukan hanya berkaitan dengan upaya penghematan, tetapi juga mencerminkan kemampuan literasi keuangan, kesadaran ekonomi, serta kapasitas individu

dalam mengambil keputusan konsumsi yang cerdas dan bertanggung jawab.

Salah satu strategi utama yang dilakukan konsumen dalam menekan biaya hidup adalah perencanaan keuangan yang lebih sistematis dan berbasis prioritas (Hernawati et al., 2025). Konsumen mulai menyadari pentingnya membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam pengeluaran sehari-hari. Kebutuhan primer seperti pangan, sandang, dan papan ditempatkan sebagai prioritas utama, sementara pengeluaran yang bersifat sekunder dan tersier cenderung dievaluasi ulang atau ditunda. Proses ini menuntut adanya disiplin finansial dan kemampuan reflektif dalam menilai urgensi setiap pengeluaran. Dalam praktiknya, konsumen yang memiliki perencanaan keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengendalikan impuls konsumtif dan mengalokasikan pendapatan secara lebih efisien, sehingga risiko defisit keuangan dapat



diminimalkan meskipun berada dalam tekanan ekonomi.

Selain perencanaan keuangan, perubahan perilaku konsumsi juga menjadi strategi penting dalam menekan biaya hidup. Konsumen semakin selektif dalam memilih produk dan jasa dengan mempertimbangkan aspek harga, kualitas, dan manfaat jangka panjang. Fenomena pergeseran dari konsumsi berbasis merek menuju konsumsi berbasis nilai (*value-based consumption*) menunjukkan bahwa konsumen tidak lagi semata-mata mengejar prestise, tetapi lebih fokus pada efisiensi dan utilitas (Suryandari & Rahayuningsih, 2020). Praktik membandingkan harga, memanfaatkan diskon, promosi, serta program loyalitas menjadi bagian dari strategi rasional konsumen dalam mengoptimalkan pengeluaran. Di era digital, akses terhadap informasi harga yang transparan melalui platform daring turut memperkuat posisi konsumen dalam mengambil keputusan yang lebih ekonomis.

Pemanfaatan teknologi digital juga berperan signifikan dalam strategi pengelolaan pengeluaran konsumen. Aplikasi pencatat keuangan, dompet digital, serta platform e-commerce memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memantau arus kas, mengontrol pengeluaran, dan merencanakan anggaran secara real time. Digitalisasi sistem pembayaran mendorong konsumen untuk lebih sadar terhadap pola belanja mereka, meskipun di sisi lain juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kontrol diri yang memadai (Luthfi et al., 2024). Oleh karena itu, strategi konsumen yang efektif tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada kemampuan individu dalam menggunakan teknologi

tersebut secara bijak dan terarah untuk mendukung tujuan efisiensi biaya hidup.

Strategi lain yang semakin relevan adalah upaya diversifikasi sumber pemenuhan kebutuhan dan pendapatan. Dalam menghadapi kenaikan harga, konsumen cenderung mencari alternatif yang lebih terjangkau tanpa mengorbankan kualitas secara signifikan. Misalnya, beralih ke produk lokal, membeli dalam jumlah besar untuk kebutuhan tertentu, atau memanfaatkan sistem berbagi dan ekonomi kolaboratif. Di sisi pendapatan, sebagian konsumen mengembangkan strategi adaptif dengan mencari sumber penghasilan tambahan melalui pekerjaan sampingan, usaha mikro, atau aktivitas ekonomi berbasis digital. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pengelolaan biaya hidup tidak hanya berfokus pada pengurangan pengeluaran, tetapi juga pada peningkatan kapasitas ekonomi rumah tangga secara keseluruhan.

Aspek psikologis juga memainkan peran penting dalam strategi konsumen menekan biaya hidup. Kesadaran akan kondisi ekonomi yang tidak menentu mendorong munculnya sikap kehati-hatian (*financial prudence*) dalam pengambilan keputusan konsumsi. Konsumen yang memiliki kontrol diri yang baik cenderung lebih mampu menunda kepuasan jangka pendek demi stabilitas finansial jangka panjang. Dalam konteks ini, literasi keuangan menjadi faktor kunci yang memengaruhi efektivitas strategi pengelolaan pengeluaran. Konsumen dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi umumnya memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai risiko utang, pentingnya tabungan dan dana darurat, serta implikasi jangka panjang dari keputusan konsumsi yang diambil (Manguma, 2021).



Di tingkat rumah tangga, strategi kolektif dalam mengelola pengeluaran juga menjadi semakin penting. Pengambilan keputusan keuangan yang melibatkan seluruh anggota keluarga memungkinkan terciptanya kesepahaman mengenai prioritas pengeluaran dan tujuan finansial bersama. Komunikasi yang terbuka terkait kondisi keuangan dapat mengurangi konflik internal serta mendorong perilaku konsumsi yang lebih bertanggung jawab. Selain itu, pola hidup sederhana yang berbasis pada nilai efisiensi dan keberlanjutan mulai diadopsi sebagai respons terhadap tekanan biaya hidup, sekaligus sebagai bentuk adaptasi sosial terhadap perubahan kondisi ekonomi.

Dalam perspektif yang lebih luas, strategi konsumen dalam menekan biaya hidup tidak dapat dilepaskan dari konteks struktural dan kebijakan ekonomi. Ketersediaan barang, stabilitas harga, serta dukungan kebijakan pemerintah turut memengaruhi ruang gerak konsumen dalam mengelola pengeluaran. Namun demikian, di tengah keterbatasan kendali individu terhadap faktor makroekonomi, kemampuan adaptif konsumen menjadi kunci utama dalam menjaga keseimbangan keuangan. Strategi-strategi yang diterapkan secara konsisten tidak hanya membantu konsumen bertahan dalam jangka pendek, tetapi juga membangun ketahanan ekonomi rumah tangga dalam jangka panjang.

Pengaruh Pendapatan, Stabilitas Pekerjaan, dan Ekspektasi Masa Depan terhadap Pola Pengeluaran

Pola pengeluaran konsumen merupakan cerminan dari kondisi ekonomi individu maupun keluarga, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal (Saputri et al., n.d.). Dalam konteks ekonomi modern, pendapatan, stabilitas pekerjaan, dan

ekspektasi masa depan menjadi tiga variabel penting yang secara langsung mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengalokasikan sumber daya finansialnya. Pendapatan sebagai sumber utama daya konsumsi berperan sebagai dasar kemampuan membeli, sedangkan stabilitas pekerjaan dan ekspektasi masa depan membentuk persepsi keamanan finansial yang kemudian menentukan sejauh mana konsumen berani melakukan pengeluaran, menabung, atau bahkan berinvestasi. Ketiga faktor tersebut saling berkaitan dan berinteraksi, sehingga perubahan pada salah satu aspek dapat mengubah pola pengeluaran secara signifikan.

Pendapatan memiliki pengaruh paling nyata terhadap pola pengeluaran karena ia menentukan batas maksimal daya beli. Secara teori ekonomi, pendapatan yang meningkat cenderung meningkatkan kemampuan konsumen untuk memenuhi kebutuhan primer, serta memperluas ruang untuk kebutuhan sekunder dan diskresioner (Halimah et al., 2024b). Namun, dalam praktiknya, peningkatan pendapatan tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan pengeluaran. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan preferensi, tanggung jawab finansial, dan kebiasaan menabung. Di satu sisi, konsumen dengan pendapatan lebih tinggi mungkin cenderung meningkatkan pengeluaran pada barang-barang bermerek, layanan premium, atau hiburan, yang menunjukkan pola konsumsi yang lebih fleksibel. Di sisi lain, mereka juga bisa meningkatkan proporsi tabungan atau investasi, terutama jika memiliki tujuan keuangan jangka panjang. Selain itu, ketika pendapatan meningkat, konsumen sering mengalami perubahan gaya hidup (*lifestyle inflation*), yaitu kecenderungan menghabiskan lebih banyak untuk menjaga standar hidup yang lebih tinggi. Fenomena ini



menunjukkan bahwa pengeluaran tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial yang terkait status dan identitas (ARIFINA, 2021).

Stabilitas pekerjaan menjadi faktor krusial dalam membentuk pola pengeluaran karena ia menentukan rasa aman terhadap kesinambungan pendapatan (Wibisono & Anastasia, 2024). Dalam kondisi stabil, individu cenderung memiliki kepastian bahwa pendapatan akan terus mengalir, sehingga mereka lebih berani melakukan pengeluaran untuk kebutuhan sekunder atau bahkan memulai investasi. Stabilitas pekerjaan juga berpengaruh pada perencanaan keuangan jangka panjang, seperti pengeluaran untuk pendidikan, rumah, atau tabungan pensiun. Sebaliknya, ketika stabilitas pekerjaan rendah atau tidak pasti, konsumen cenderung menahan diri dari pengeluaran besar dan lebih memilih menabung sebagai bentuk antisipasi risiko. Ketidakpastian pekerjaan akan mendorong perilaku konsumsi yang lebih konservatif, di mana pengeluaran difokuskan pada kebutuhan dasar dan mengurangi pembelian barang non-esensial. Kondisi ini terlihat jelas pada situasi ekonomi yang tidak stabil, seperti resesi atau pandemi, di mana tingkat pengangguran meningkat dan banyak pekerja mengalami pemutusan hubungan kerja atau pengurangan jam kerja. Pada masa tersebut, pola pengeluaran masyarakat cenderung berubah drastis, dengan peningkatan proporsi belanja kebutuhan pokok dan penurunan konsumsi barang mewah.

Ekspektasi masa depan juga memainkan peran penting dalam pola pengeluaran karena ia mempengaruhi bagaimana konsumen memandang risiko dan peluang ekonomi di masa mendatang. Ekspektasi masa depan mencakup keyakinan mengenai kondisi

ekonomi, peluang karir, inflasi, dan stabilitas sosial-politik. Ketika ekspektasi masa depan positif, konsumen cenderung lebih optimistis dan bersedia melakukan pengeluaran lebih besar, bahkan mengambil risiko untuk membeli barang bernilai tinggi atau melakukan investasi. Pandangan optimistis ini juga mendorong konsumsi yang lebih tinggi pada sektor jasa, pariwisata, dan teknologi, karena konsumen merasa bahwa kondisi ekonomi akan tetap baik (Iskandar, 2017). Namun, jika ekspektasi masa depan suram, konsumen akan lebih berhati-hati dan cenderung menunda pengeluaran besar, memperketat anggaran, serta meningkatkan tabungan sebagai bentuk proteksi. Hal ini terutama terjadi ketika terdapat kekhawatiran terhadap kenaikan harga, ketidakpastian politik, atau potensi pemutusan hubungan kerja. Dengan demikian, ekspektasi masa depan tidak hanya memengaruhi keputusan pengeluaran saat ini, tetapi juga membentuk strategi keuangan jangka panjang yang mencerminkan tingkat kepercayaan terhadap stabilitas ekonomi.

Interaksi antara pendapatan, stabilitas pekerjaan, dan ekspektasi masa depan menciptakan pola pengeluaran yang dinamis dan kompleks. Pendapatan yang tinggi tidak akan otomatis meningkatkan pengeluaran jika stabilitas pekerjaan rendah atau ekspektasi masa depan tidak pasti. Sebaliknya, konsumen dengan pendapatan moderat namun memiliki stabilitas pekerjaan yang kuat dan ekspektasi masa depan positif dapat menunjukkan pola pengeluaran yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang berpendapatan lebih besar namun menghadapi ketidakpastian. Dalam konteks perilaku ekonomi, hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya berperilaku berdasarkan kemampuan ekonomi semata,



tetapi juga berdasarkan persepsi dan keyakinan terhadap kondisi ekonomi. Persepsi ini dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti berita ekonomi, kebijakan pemerintah, atau tren pasar kerja, yang kemudian mempengaruhi keputusan pengeluaran sehari-hari (Manurung, 2025).

Secara empiris, pengaruh ketiga faktor tersebut dapat dilihat melalui pergeseran komposisi pengeluaran antara kebutuhan primer dan non-primer. Ketika pendapatan meningkat dan stabilitas pekerjaan terjamin, konsumen cenderung mengalokasikan lebih banyak untuk kebutuhan sekunder seperti rekreasi, pendidikan, dan gaya hidup. Namun, ketika stabilitas pekerjaan menurun atau ekspektasi masa depan memburuk, komposisi pengeluaran akan bergeser kembali ke kebutuhan primer, seperti pangan, kesehatan, dan tempat tinggal. Pergeseran ini juga dipengaruhi oleh tingkat inflasi dan biaya hidup, di mana kenaikan harga barang kebutuhan pokok akan memaksa konsumen untuk mengurangi pengeluaran pada kategori non-primer. Dengan demikian, pola pengeluaran menjadi indikator penting dalam menilai kesejahteraan dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap ekonomi.

SIMPULAN

Kesimpulan penelitian mengenai pola pengeluaran konsumen selama ketidakpastian ekonomi dengan pendekatan berbasis survei menunjukkan bahwa konsumen cenderung melakukan penyesuaian signifikan terhadap perilaku belanja mereka sebagai respons terhadap perubahan kondisi ekonomi. Ketidakpastian yang muncul, baik berupa inflasi, fluktuasi pendapatan, maupun prospek ekonomi yang tidak stabil, mendorong konsumen untuk mengedepankan prioritas kebutuhan pokok dan menunda atau mengurangi pengeluaran pada barang non-

Pada akhirnya, pemahaman terhadap pengaruh pendapatan, stabilitas pekerjaan, dan ekspektasi masa depan terhadap pola pengeluaran memiliki implikasi penting bagi kebijakan ekonomi dan strategi bisnis. Bagi pemerintah, pemulihan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja yang stabil menjadi kunci untuk meningkatkan konsumsi dan mendorong pertumbuhan. Kebijakan yang mampu meningkatkan rasa aman pekerja, seperti perlindungan ketenagakerjaan dan program jaminan sosial, dapat meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen sehingga pengeluaran kembali meningkat. Sementara itu, bagi pelaku bisnis, memahami dinamika ini membantu dalam merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi ekonomi dan psikologi konsumen. Pada masa ketidakpastian, bisnis dapat menawarkan produk yang lebih terjangkau, program cicilan, atau paket hemat untuk menarik konsumen yang lebih berhati-hati. Sedangkan pada kondisi optimistis, bisnis dapat meningkatkan inovasi produk dan layanan premium untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang lebih berani berbelanja.

esensial. Temuan survei mengindikasikan adanya pergeseran alokasi pengeluaran menuju kategori kebutuhan primer, seperti pangan, kesehatan, dan utilitas rumah tangga, serta peningkatan perhatian terhadap harga dan promosi. Selain itu, konsumen juga menunjukkan kecenderungan untuk melakukan perencanaan lebih matang, misalnya dengan membandingkan harga, memilih merek yang lebih terjangkau, serta memanfaatkan diskon dan paket hemat sebagai strategi pengendalian biaya.

Dalam konteks perilaku pengeluaran yang lebih luas, hasil survei juga mengungkap bahwa ketidakpastian ekonomi memicu



perubahan pola konsumsi yang bersifat adaptif dan bertahan jangka panjang, terutama pada kelompok rumah tangga dengan pendapatan menengah ke bawah. Konsumen tidak hanya mengurangi jumlah pembelian, tetapi juga mengubah pola pembelian, seperti beralih ke produk substitusi, memperbanyak pembelian grosir, serta mengurangi frekuensi belanja. Perubahan ini menunjukkan bahwa ketidakpastian ekonomi tidak hanya berdampak pada volume pengeluaran, tetapi juga pada struktur dan intensitas konsumsi. Oleh karena itu, pemahaman terhadap pola pengeluaran selama periode ketidakpastian menjadi penting bagi pembuat kebijakan dan pelaku bisnis untuk merancang intervensi yang dapat menjaga daya beli masyarakat serta memastikan keberlanjutan permintaan dalam perekonomian.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhadiya, A. L., & Hwihanus. (2025). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, TEKanan SOSIAL, PENDAPATAN, DAN FINTECH TERHADAP PENGELUARAN MAHASISWA. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(12). <https://doi.org/10.62281/evtgee32>
- ANIS, T. (2023). ANALISIS DAMPAK KENAIKAN HARGA KEBUTUHAN POKOK TERHADAP TINGKAT PENGELUARAN MASYARAKAT DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Desa Singosari, Kecamatan Talang padang, Kabupaten Tanggamus) [Diploma, UIN Raden Intan Lampung]. <https://repository.radenintan.ac.id/30858/>
- ARIFINA, P. (2021). *Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Kebutuhan dan Tingkat Pendidikan Terakhir Terhadap Minat Bekerja Sebagai Buruh (Studi Kasus Wanita Muslim di Desa Sidayu Kecamatan Bandar Kabupaten Batang*. [Undergraduate_thesis, UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN]. <http://perpustakaan.uingusdur.ac.id/>
- Bahrudin1, U., & Sembiring, E. S. K. (2024). Pengaruh Perubahan Kebijakan Fiskal Terhadap Perilaku Konsumen: Tinjauan dari Perspektif Ekonomi Makro. *Hikamatzu | Journal of Multidisciplinary*, 1(1), 107–120.
- Farahain, T., Cahyani, A. S., Verdiansyah, N. M., Maulana, R., Hidayat, R., Kusumasari, I. R., & Kusbianto, N. (2025). ANALISIS TEORI UTILITAS DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN: IMPLIKASI UNTUK PERILAKU RISIKO DAN KETIDAKPASTIAN. *Musytari : Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 24(12), 1781–1790.
- Fauzi, A., Sandopart, D. P. Y. A. L., Anglaini, E., Utami, P. K., Adha, M. A., & Dewanahalim, M. A. (2023). PENGARUH PERMINTAAN DAN PENAWARAN TERHADAP KEBUTUHAN POKOK DI PASAR. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 29–39. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i2.711>
- Freitas, L. M. F., Mau, Y., Amaral, C. K., & Lawalu, E. M. (2025). Dampak Inflasi terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga di Kota Kupang. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(3), 772–777. <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i3.1133>
- Halimah, U. N., Wullandari, M., Rivaldo, A. D., & Noviarita, H. (2024a). Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Masyarakat Dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Journal of Social Science*



- and Multidisciplinary Analysis*, 1(4), 31–50.
- Halimah, U. N., Wullandari, M., Rivaldo, A. D., & Noviarita, H. (2024b). Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Masyarakat Dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Journal of Social Science and Multidisciplinary Analysis*, 1(4), 31–50.
- Hasan, M., Arisah, N., & RAHMATULLAH, R. (2021). Literasi Ekonomi dan Pola Perilaku Konsumsi Masyarakat Kelas Menengah ke Bawah di Era Adaptasi Kebiasaan Baru. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2), 158–174.
- Hernawati, E., Komarudin, Warsiati, W., Fatihah, D. C., & Noor, S. (2025). Penerapan Konsep Frugal Living Dalam Mengatur Keuangan Rumah Tangga | PADMA. <https://journal.piksi.ac.id/index.php/Padma/article/view/1899>
- Iksan, M., Batulante, A., Pebriana, Y., & Mahdalena. (2025). Integrasi Ekspektasi Rasional dalam Model Konsumsi Rumah Tangga: Sebuah Studi Simulasi terhadap Efektivitas Kebijakan Fiskal. *JURNAL PENDIDIKAN IPS*, 15(4), 1437–1443. <https://doi.org/10.37630/jpi.v15i4.3692>
- Inayati, D. N. I., Jamilah, I., & Sujianto, A. E. (2024). Penerapan Konsep Frugal Living dalam Perencanaan Keuangan Pribadi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 2264–2278. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.7940>
- Iskandar, I. (2017). Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin Di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2), 127–134. <https://doi.org/10.1234/jse.v1i2.328>
- Kinanti, A. F., Maulana, M. S., & Yasin, M. (2024). Analisis Pola Konsumsi di Indonesia sebagai Indikator Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat | Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Digital/article/view/2430>
- Lesmana, I., Ginting, I. T. B., Siahaan, J. D. S., Rumapea, R., & Saragih, Y. K. C. (2025). HUBUNGAN ANTARA TINGKAT PENDAPATAN DAN PILIHAN KONSUMSI BERDASARKAN TEORI ORDINAL. *JURNAL AKADEMIK EKONOMI DAN MANAJEMEN*, 2(2), 384–392. <https://doi.org/10.61722/jaem.v2i2.5033>
- Listri, I. T., Mursalin, S., & Liza, C. (2025). Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi pada Masyarakat Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan. *Economic Reviews Journal*, 4(3), 1326–1338. <https://doi.org/10.56709/mrj.v4i3.853>
- Luthfi, A., Kasnelly, S., & Purnamasari, R. A. (2024). Tabungan Dan Konsumsi: Studi Perilaku Konsumen Dalam Mengelola Keuangan Di Era Digital Melalui Pendekatan Kualitatif. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(II), 137–153. <https://doi.org/10.54459/almizan.v7iII.791>
- Manguma, V. V. E. (2021). Strategi Generasi Millennial Bertahan Hidup Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Emik*, 4(1), 84–97. <https://doi.org/10.46918/emik.v4i1.934>
- Manurung, N. C. (2025). PENGARUH PENDAPATAN, PENGELUARAN, DAN TABUNGAN TERHADAP EFEKTIVITAS FINANCIAL PLANNING ERA DIGITAL: SURVEI GENERASI SANDWICH PADA PEGAWAI SWASTA DI KOTA MEDAN. <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/11821>



- Pujiati, N. (2020). ANALISIS PENYEBAB FLUKTUASI HARGA BARANG POKOK DI PASAR KABUPATEN MAGETAN JAWA TIMUR. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(2), 191–199. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i2.4906>
- Puspita, T. A. (2023). *Dampak Fluktuasi Harga Kebutuhan Pokok Bagi Masyarakat di Kelurahan Mulya Asri* [Undergraduate, Institut Agama Islam Negeri Metro]. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/7952/>
- Rohmah, A. (2020). Pandemi Covid-19 dan Dampaknya terhadap Perilaku Konsumen di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1373–1378. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i7.247>
- Saputri, D., Ramadani, I. I., & Achmad, N. F. (n.d.). *TEORI KONSUMSI DALAM SISTEM EKONOMI MAKRO*.
- Setiawati, I. S., & Marta, J. (2025). Pengaruh Inklusi Keuangan Terhadap Kesejahteraan Rumah Tangga: Pendekatan Diversifikasi Konsumsi Berbasis Entropi. *Media Riset Ekonomi Pembangunan (MedREP)*, 2(2). <https://medrep.ppj.unp.ac.id/index.php/MedREP/article/view/212>
- Sinaga, E., Purba, M., Situmorang, W. R., Nainggolan, G. P., Situmorang, J., & Boot, R. (2025). Elastisitas Pendapatan dan Pola Konsumsi Rumah Tangga: Studi pada Masyarakat Perkotaan Menengah. *JURNAL AKADEMIK EKONOMI DAN MANAJEMEN*, 2(2), 577–587. <https://doi.org/10.61722/jaem.v2i2.5124>
- Suryandari, A., & Rahayuningsih, E. S. (2020). Strategi Bertahan Hidup Ekonomi Rumah Tangga Petani Padi Aspek Pendapatan, Konsumsi, dan Tabungan Studi Kasus di DesaTonjung Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan Arita Suryandari, Eni Sri Rahayuningsih. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 13(2), 176–182. <https://doi.org/10.21107/pamator.v13i2.8525>
- Wibisono, A., & Anastasia, N. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan demografi terhadap perencanaan pensiun pada individu pekerja di Surabaya. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 4(3), 396–417. <https://doi.org/10.53088/jerps.v4i3.1259>
- Yanti, I. F. A., Ulfian, U., Febriani, F., Bayulpa, D. O., Safitra, M., & Tarigan, D. J. (2024). Konsep Etika Bisnis Dan Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Journal of Economics and Business*, 2(1), 21–33. <https://doi.org/10.61994/econis.v2i1.456>
- Zhalifunnas, A., Fauzi, A., Augestri, M. Z., Rahman, R., Arnan, R., Ilham, F. M., & Razak, A. (2024). Analisis Peluang Bisnis melalui pemahaman Perilaku Konsumen dengan Pendekatan Matematika Ekonomi. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(1), 29–35. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i1.120>