

## Dampak Keuangan Digital Terhadap Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga di Indonesia: Analisis Data Mikro

Rizal Widiyanto<sup>1</sup>, Joan Marta<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang, Indonesia

\*Korespondensi: [Rizal191200@gmail.com](mailto:Rizal191200@gmail.com), [joan@fe.unp.ac.id](mailto:joan@fe.unp.ac.id)

### Info Artikel

#### Diterima:

30 Mei 2024

#### Disetujui:

22 Juni 2024

#### Terbit daring:

28 Juni 2024

#### DOI: -

### Sitasi:

Widiyanto, R. & Marta, J. (2024). Dampak Keuangan Digital Terhadap Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga di Indonesia: Analisis Data Mikro.

### Abstract:

*This research aims to determine the impact of digital finance on household consumption expenditure in Indonesia in various expenditure groups from a micro perspective. This research is quantitative research using secondary data from the 2020 BPS National Socio-Economic Survey. The analysis used is descriptive analysis and inductive analysis. In inductive analysis, this research uses the quantile regression method which will group expenditure into 5 quantiles, namely 0.10, 0.25, 0.50, 0.75, and 0.90. The results of this research show that (1) The variable purchasing goods/services online has a positive and significant impact on household consumption expenditure in Indonesia at all quantiles. However, there is variation in the coefficients across quantiles, the impact tends to be greater at lower levels of expenditure. (2) Digital finance through its use in online sales of goods/services and also e-banking financial facilities has a positive and significant effect on household consumption expenditure in Indonesia. The higher the quantile level, the greater the impact on household consumption expenditure. (3) Digital finance has a big impact on household consumption expenditure, especially in households with female heads of families, high school education or above, working in the formal sector, and also households outside Java and living in urban areas.*

**Keyword:** Digital Finance 1; Household Consumption Expenditure 2; Quantile Regression 3

### Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari keuangan digital terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga di Indonesia pada berbagai kelompok pengeluaran dalam perspektif mikro. Adapun penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder dari Survei Sosial Ekonomi Nasional BPS tahun 2020. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis induktif. Pada analisis induktif, penelitian ini menggunakan metode regresi kuantil yang akan mengelompokkan pengeluaran pada 5 kuantil yaitu 0.10, 0.25, 0.50, 0.75, dan 0.90. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Variabel pembelian barang/jasa secara online memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga di Indonesia pada semua kuantil. Namun terdapat variasi koefisien pada berbagai kuantil, dampaknya cenderung lebih besar pada tingkat pengeluaran yang lebih rendah. (2) Keuangan digital melalui penggunaannya dalam penjualan barang/jasa secara online dan juga fasilitas finansial e-banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga di Indonesia. Semakin tinggi tingkat kuantil maka dampaknya semakin besar terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga. (3) Keuangan digital sangat berdampak pada pengeluaran konsumsi rumah tangga, terutama pada rumah tangga dengan kepala keluarga berjenis kelamin perempuan, berpendidikan SMA ke atas, bekerja di sektor formal, dan juga rumah tangga yang berada di luar Jawa, dan tinggal di perkotaan.

**Kata kunci:** Keuangan Digital 1; Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga 2; Regresi Kuantil 3

**Kode Klasifikasi JEL:** D16, F65

## PENDAHULUAN

Sudah dipahami bahwa pembangunan sektor keuangan penting untuk pertumbuhan ekonomi (Al Fathan & Arundina, 2019), menurunkan ketimpangan distribusi pendapatan (Demir, Pesqué-Cela, Altunbas. Murinde, 2022), dan pengentasan kemiskinan (De Haan & Sturm,

2017). Sebagian besar literatur yang membahas dampak pembangunan sektor keuangan berfokus pada kedalaman keuangan, dengan menggunakan perspektif makro. Namun juga terdapat peneliti yang menganalisis jangkauan layanan jasa keuangan formal pada level rumah tangga (Karlan & Zinman, 2010; Ruiz, 2013; Bruhn & Love, 2014). Mengingat kendala keuangan merupakan faktor penting dalam konsumsi rumah tangga, jangkauan terhadap akses keuangan juga dapat mempengaruhi keputusan konsumsi rumah tangga.

Perkembangan keuangan digital saat ini mengalami kemajuan yang pesat. Hasil survei Susenas 2022 menunjukkan lebih dari 66% penduduk Indonesia telah mengakses internet, meningkat dari tahun sebelumnya yang berada pada angka 62%. Tingginya penggunaan internet tersebut mencerminkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi dan informasi (BPS, 2022). Pada tahun 2022 tercatat 67,88 persen penduduk di Indonesia telah memiliki telepon Seluler. Angka ini meningkat jika dibandingkan dengan kondisi tahun 2021 yang mencapai 65,87 persen. (BPS, 2022). Sejalan dengan tingginya jumlah pengguna internet dan telepon seluler maka produk keuangan berbasis digital menjadi penting dan banyak digunakan oleh masyarakat.

Menurut data Bank Indonesia (BI), nilai transaksi digital banking di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dalam lima tahun terakhir. Pada tahun 2018 rata-rata nilai transaksi digital banking tercatat sebesar Rp. 2.087 Triliun. Kemudian rata-rata nilai transaksi tersebut meningkat menjadi Rp. 2.426 Triliun pada tahun 2020. Pada tahun 2023 rata-rata nilai transaksi digital banking telah mencapai Rp. 4.717 Triliun. Bahkan pada tahun 2020 nilai transaksi digital banking Indonesia merupakan yang tertinggi di ASEAN menurut studi dari Google, Temasec, dan Bain & Company. Peningkatan nilai transaksi digital banking di Indonesia tersebut diduga dapat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang telah memudahkan masyarakat untuk mengakses layanan keuangan secara digital, pandemi COVID-19 yang membuat masyarakat semakin mengandalkan layanan keuangan digital untuk memenuhi kebutuhan karena harus mengurangi aktivitas di luar rumah.

Salah satu kemudahan yang dapat dinikmati pada layanan keuangan digital adalah belanja online. Seiring dengan itu berdasarkan data dari survei Kredivo dan Katadata Insight Center (KIC) penggunaan pembayaran digital semakin meningkat dan penggunaan pembayaran tunai/COD menurun dalam setahun terakhir. Metode pembayaran PayLater semakin diminati konsumen untuk berbelanja online. Metode pembayaran digital ini meningkat paling pesat diantara metode pembayaran lainnya dalam setahun terakhir sebesar 45,9% dari sebelumnya 28,2% pada tahun 2022. Sementara itu, penggunaan metode pembayaran digital kartu kredit hanya tumbuh menjadi 6,6% pada tahun 2023 dari sebelumnya sebesar 4,3%. Kepopuleran PayLater dibandingkan metode pembayaran digital lainnya karena pengajuan yang lebih mudah sehingga konsumen lebih mudah menjangkaunya. Paylater ini menggunakan konsumen membeli barang terlebih dahulu, baru kemudian membayarnya secara berkala dengan bunga yang terjangkau (Buy Now Pay Later). Metode ini memungkinkan konsumen dapat membeli barang kebutuhan yang bersifat mendesak dengan mudah.

Layanan keuangan digital telah memperluas saluran untuk memperoleh dana, mengubah mode tradisional layanan kredit, dan meningkatkan kemudahan meminjam, sehingga meringankan rumah tangga dari kendala likuiditas yang akan mendorong konsumsi rumah tangga. Kedua, pasar pembiayaan Internet yang berkembang pesat telah memperluas saluran bagi masyarakat untuk mendorong pertumbuhan pendapatan rumah tangga sehingga meningkatkan konsumsi rumah tangga. Sementara itu, platform pembayaran digital yang berkembang pesat telah sangat mengurangi biaya transaksi dan waktu jasa keuangan, meningkatkan efisiensi pembayaran sehingga konsumsi semakin meningkat. Bagaimana penggunaan teknologi finansial ini memengaruhi pola pengeluaran, kecenderungan belanja, dan kebijakan pengeluaran rumah tangga. Apakah adopsi teknologi ini mendorong efisiensi

pengeluaran atau justru menyebabkan risiko baru, seperti utang konsumen yang meningkat atau kerentanannya terhadap perubahan pasar.

Pemahaman mendalam tentang bagaimana keuangan digital mempengaruhi konsumsi memiliki dampak langsung pada kebijakan pemerintah, strategi bisnis, dan keuangan rumah tangga dalam perekonomian Indonesia yang terus berkembang. Kebijakan fiskal dan moneter, serta strategi bisnis perusahaan, harus siap untuk mengantisipasi pergeseran perilaku konsumen yang mungkin disebabkan oleh adopsi teknologi finansial. Sebaliknya, rumah tangga di Indonesia harus menyadari dampak penggunaan keuangan digital terhadap kestabilan keuangan mereka. Apakah keuangan digital membantu menurunkan risiko atau justru meningkatkannya. Mengontrol pengeluaran menjadi lebih mudah dengan layanan keuangan digital, atau malah sebaliknya.

Selanjutnya, dampak layanan keuangan digital tersebut tentunya memiliki dampak yang berbeda terhadap konsumsi rumah tangga berdasarkan kelompok pengeluaran. Kelompok pengeluaran rendah memperoleh kemudahan untuk meminjam sehingga akan mendorong konsumsi. Sebaliknya kelompok rumah tangga dengan pengeluaran tinggi akan memiliki kemudahan untuk melakukan transaksi belanja barang dan jasa. Metode regresi kuantil digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel dependen dan variabel independen, pada berbagai tingkat distribusi variabel dependen. Metode ini berbeda dengan metode regresi linier, yang hanya menganalisis hubungan antara variabel dependen dan variabel independen pada rata-rata distribusi variabel dependen. Penggunaan metode regresi kuantil ini akan memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang hubungan antara variabel dependen dan variabel independen, pada berbagai tingkat distribusi variabel dependen. Berdasarkan uraian tersebut, penting untuk mempelajari lebih lanjut tentang bagaimana keuangan digital mempengaruhi keuangan rumah tangga.

## TINJAUAN LITERATUR

Konsumsi adalah suatu kegiatan yang menghabiskan atau mengurangi sebuah nilai guna barang atau jasa. Pengeluaran masyarakat untuk pangan, sandang dan kebutuhan lainnya tergolong kepada konsumsi. Barang yang diproduksi untuk digunakan agar memenuhi kebutuhan masyarakat disebut barang konsumsi. (Dumairy, 1996). Konsumsi penduduk dapat dijadikan cerminan bagi suatu negara untuk menggambarkan kondisi sosial di negara tersebut. Tingkat konsumsi dapat dijadikan arah untuk memprediksi tingkat kesejahteraan penduduk seperti persentase rata-rata pengeluaran per kapita untuk konsumsi.

Pengeluaran konsumsi rumah tangga diartikan sebagai pengeluaran atas barang dan jasa oleh rumah tangga dengan tujuan konsumsi akhir. Konsumsi akhir yang dimaksud yaitu konsumsi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Konsumsi akhir rumah tangga mencakup nilai barang dan jasa yang dibeli; nilai barang dan jasa yang diperkirakan dari transaksi barter; nilai barang dan jasa yang diperkirakan dari pemberi kerja sebagai kompensasi tenaga kerja; dan nilai barang dan jasa yang diperkirakan dari produk yang dibuat untuk dikonsumsi sendiri. (BPS)

Menurut BPS, rumah tangga tidak hanya konsumen atau pemakai barang dan jasa tetapi juga pemilik faktor produksi seperti tenaga kerja, lahan, modal, dan kewirausahaan. Rumah tangga menjual atau mengelola faktor-faktor produksi tersebut untuk memperoleh imbalan. Imbalan tersebut berupa upah, sewa, bunga dividen dan laba yang merupakan bagian dari pendapatan rumah tangga. Pendapatan lain yang dapat diperoleh rumah tangga adalah pemberian cuma-cuma. Pemberian cuma-cuma yang didapat berasal dari pemerintah, lembaga nirlaba, badan usaha, rumah tangga lain, maupun dari luar negeri.

Penggunaan pendapatan ada dua cara, pertama dengan membelanjakannya untuk barang-barang konsumsi. Kedua dengan tidak membelanjakannya atau ditabung. Mempertahankan

taraf hidup adalah tujuan dari pengeluaran konsumsi. Pengeluaran konsumsi umumnya dibelanjakan untuk kebutuhan-kebutuhan pokok agar kebutuhan jasmani terpenuhi pada tingkat pendapatan yang rendah. Faktor utama untuk mempertahankan kelangsungan hidup adalah konsumsi makanan. Namun, terdapat berbagai macam barang konsumsi (seperti sandang, papan, bahan bakar dan sebagainya) yang dapat dianggap sebagai kebutuhan untuk rumah tangga. Keanekaragamannya tergantung pada pendapatan rumah tangga, inilah yang menyebabkan perbedaan taraf konsumsi.

Model hipotesis pendapatan permanen paling mungkin mengasumsikan bahwa rumah tangga dapat menggunakan simpanan dan pinjaman untuk memenuhi konsumsi mereka selama setiap periode siklus hidup. Namun, beberapa rumah tangga mungkin menghadapi kondisi yang tidak menguntungkan dalam mengakses pinjaman karena penjatahan kredit oleh lembaga keuangan atau rendahnya penggunaan layanan keuangan oleh rumah tangga. Oleh karena itu, akses terhadap layanan keuangan sangat berdampak dalam konsumsi rumah tangga.

Masyarakat yang tinggal di daerah dengan akses yang lebih baik terhadap layanan keuangan akan lebih mampu memenuhi permintaan kredit mereka. Hasilnya, masyarakat yang tinggal di wilayah yang memiliki akses terhadap layanan keuangan yang lebih baik kemungkinan besar akan mengonsumsi lebih banyak dan kecil kemungkinannya akan mengalami kendala keuangan. Akses terhadap layanan keuangan juga memfasilitasi jual beli barang/jasa dengan mobilitas tabungan dan menyediakan layanan pembayaran.

Keuangan digital didefinisikan sebagai fasilitas keuangan yang menggabungkan antara teknologi digital dengan layanan keuangan yang berfungsi untuk mengelola transaksi keuangan dan memberikan berbagai layanan keuangan dengan menggunakan perangkat elektronik dan jaringan internet. (Batri, 2023)

Banyak peneliti telah mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi. Dalam hal perkembangan keuangan, menurut analisis teoritis diyakini adanya perluasan layanan kredit diyakini dapat meringankan masyarakat dari kendala likuiditas, sehingga memudahkan konsumsi (Cochrane, 1991) dan perkembangan pasar keuangan dapat mendorong konsumsi (Bayoumi, 1993; Levchenko, 2005). Penelitian empiris menemukan bahwa penduduk yang tinggal di sebuah daerah yang pasar keuangannya kurang berkembang akan menghadapi kendala likuiditas, sedangkan penduduk yang tinggal di daerah di mana pasar keuangan berkembang dengan baik mampu meringankan kendala likuiditas dan melancarkan konsumsi melalui jasa pinjaman keuangan (Jappelli dan Pagano, 1989). Dan penelitian yang dilakukan oleh Karlan dan Zinman (2010), serta Dupas dan Robinson (2013) menunjukkan bahwa pendapatan dan konsumsi seseorang yang berpenghasilan rendah akan meningkat jika ia membuat rekening di lembaga keuangan dan sering menggunakannya. Penelitian yang dilakukan oleh Xie Jiazhi dan Wu Jingru (2020) menunjukkan bahwa kemudahan akses keuangan digital, biaya transaksi yang rendah, dan ketersediaan yang menyeluruh, meringankan kendala kredit rumah tangga, dapat merangsang konsumsi rumah tangga, dan efeknya lebih nyata bagi rumah tangga berpendapatan rendah dan rumah tangga pedesaan.

Penelitian yang dilakukan oleh banyak pakar menunjukkan bahwa keuangan digital dapat meningkatkan konsumsi dan mendorong peningkatan konsumsi (Lu Caimei dan Wang Haiyan, 2021). Keuangan digital juga dapat mendorong konsumsi rumah tangga penduduk perkotaan dengan meningkatkan pendapatan penduduk. dan mengurangi risiko ketidakpastian rumah tangga, dan meningkatkan konsumsi rumah tangga penduduk pedesaan dengan memfasilitasi pembayaran dan meningkatkan mobilitas (Huang dan Hao, 2021). Belanja online, pembayaran digital, perolehan kredit online, pembelian produk pengelolaan kekayaan internet dan asuransi komersial merupakan variabel perantara utama keuangan digital yang mempengaruhi konsumsi masyarakat (Li dkk 2020)

Dapat dilihat dari ulasan di atas bahwa, sebagai komponen penting dari pasar keuangan,

keuangan digital telah merambah seluruh aspek kehidupan sehari-hari. Perkembangan inovatifnya dalam kredit online, pembiayaan online, pembayaran seluler, dan penyelidikan kredit dapat membantu meningkatkan penetrasi jasa keuangan, meningkatkan ketersediaan jasa keuangan kepada masyarakat, meringankan rumah tangga dari kendala likuiditas, mendorong pertumbuhan pendapatan, memfasilitasi kebutuhan konsumsi rumah tangga, sehingga kemungkinan besar akan meningkatkan konsumsi rumah tangga.

Di Indonesia hanya sedikit penelitian yang dilakukan telah meneliti dampak keuangan digital terhadap konsumsi. Penelitian Futri (2021) yang berjudul "Pengaruh Keuangan Digital Terhadap Konsumsi Rumah Tangga Selama Krisis Covid-19 di Pulau Jawa" menunjukkan bahwa keuangan digital berpengaruh positif terhadap konsumsi rumah tangga selama krisis COVID-19. Penelitian ini menggunakan data survei terhadap 452 rumah tangga di Pulau Jawa. Anik dan I Gede (2020) menggunakan data survei terhadap 100 rumah tangga di Kota Yogyakarta juga menemukan bahwa keuangan digital berpengaruh positif terhadap konsumsi rumah tangga di Kota Yogyakarta. Dari kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa keuangan digital berpengaruh positif terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga.

Namun, sebagian besar penelitian tentang dampak keuangan digital terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga di Indonesia menggunakan sampel penelitian yang terbatas dan hanya berfokus di Pulau Jawa, terutama di kota-kota besar. Penelitian yang dilakukan di luar Pulau Jawa masih sangat jarang. Padahal, konsumsi rumah tangga di daerah lain juga memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, penulis ingin meneliti lebih lanjut menggunakan 334.229 sampel rumah tangga yang bersumber dari data SUSENAS Tahun 2020 yang tersebar di 34 provinsi di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang dampak keuangan digital terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga di Indonesia.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) Tahun 2020. Unit analisis yang digunakan adalah rumah tangga yang tersebar pada 34 Provinsi di Indonesia dengan jumlah sampel sebanyak 334.229 rumah tangga. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi kuantil. Regresi kuantil yang diperkenalkan oleh Koenker dan Basset, digunakan sebagai alternatif dari regresi kuadrat terkecil biasa (OLS). Meskipun OLS meminimalkan jumlah kesalahan kuadrat, regresi kuantil meminimalkan jumlah nilai absolut kesalahan. Ini memberikan informasi lengkap tentang pengaruh kovariat pada seluruh distribusi variabel dependen (John dan Nduka, 2009). Ini memiliki beberapa keunggulan dibandingkan OLS. Misalnya, berkaitan dengan heteroskedastisitas; tidak kehilangan informasi mengenai ekor pendistribusiannya; dan tidak sensitif terhadap outlier ekstrim seperti OLS. Singkatnya, regresi kuantil dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang hubungan antar variabel.

Untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi rumah tangga, nilai setiap kuantil ke  $\theta$  dapat dituliskan sebagai fungsi kuantil linier bersyarat berikut:

$$Quant_{\theta}(Y_i|X_i) = X_i\beta(\theta) + \varepsilon_{\theta i} \quad (1)$$

Dimana  $Y$  adalah logaritma pengeluaran konsumsi,  $X$  adalah vektor variabel independen.  $\theta$  adalah kuantil yang akan dianalisis. Kami menganalisis pengeluaran konsumsi bersyarat pada 5 kuantil yang mewakili: 0.10, 0.25, 0.50, 0.75, 0.90 yang akan kita nyatakan dengan  $Q_{0.10}$ ,  $Q_{0.25}$ ,  $Q_{0.50}$ ,  $Q_{0.75}$ , dan  $Q_{0.90}$ .

Selain hubungan antara keuangan digital dan pengeluaran konsumsi rumah tangga, faktor-faktor lain yang berpotensi mempengaruhi pengeluaran konsumsi juga dimasukkan dalam analisis ini. Karakteristik rumah tangga dan karakteristik kepala rumah tangga digunakan sebagai variabel kontrol dummy dalam penelitian ini. Berdasarkan literatur empiris, maka

hubungan fungsional antara pengeluaran konsumsi dengan keuangan digital dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\ln\text{Cons} = f(\text{DF}, \text{karakteristik\_KRT}, \text{karakteristik\_RT}) \quad (2)$$

Dimana, Cons merupakan total konsumsi rumah tangga, DF adalah vektor variabel dari keuangan digital, karakteristik\_KRT adalah vektor variabel dari karakteristik kepala rumah tangga dan karakteristik\_RT adalah vektor variabel dari karakteristik rumah tangga.

Dalam bentuk Analisis Regresi Kuantil, hubungan antar variabel pada persamaan (2) dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\ln\text{Cons}_{i(\theta)} = \beta_{0(\theta)} + \beta_{1(\theta)}\text{Purchase}_i + \beta_{2(\theta)}\text{Sell}_i + \beta_{3(\theta)}\text{E\_banking}_i + \beta_{4(\theta)}\text{Age}_i + \beta_{5(\theta)}\text{Age2}_i + \beta_{6(\theta)}\text{Female}_i + \beta_{7(\theta)}\text{Edu}_i + \beta_{8(\theta)}\text{Work}_i + \beta_{9(\theta)}\text{Region}_i + \beta_{10(\theta)}\text{Rural}_i + \varepsilon_i \quad (3)$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari olahan data, menggunakan Stata-14, maka pada bagian ini akan dilakukan pembahasan dari hasil penelitian. Pembahasan ini akan dijabarkan berdasarkan variabel-variabel yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi rumah tangga di Indonesia.

Hasil estimasi regresi kuantil dan OLS sebagai pembanding. Dengan memasukkan beberapa variabel kontrol dari karakteristik rumah tangga dan karakteristik kepala rumah tangga. Hasil estimasi regresi kuantil menunjukkan estimasi yang konsisten dengan ringkasan statistik dan karakteristik rumah tangga.

Dalam model pengeluaran konsumsi rumah tangga per kapita sebagai variabel dependen keuangan digital berdampak positif terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga. Ketiga variabel keuangan digital, yaitu: pembelian barang/jasa secara online, penjualan barang/jasa secara online, dan penggunaan ebanking berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga. Variabel pembelian barang/jasa secara online secara konsisten menunjukkan nilai positif pada setiap kuantil (Q0.10, Q0.25, Q0.50, Q0.75, dan Q0.90). Nilai koefisien pada masing-masing kuantil yaitu (0.278, 0.287, 0.274, 0.238 dan 0.212).

Hal ini sesuai dengan perkembangan tren konsumen yang semakin mengadopsi belanja online sebagai salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan mereka. Variasi koefisien pada berbagai kuantil yang menunjukkan bahwa dampak pembelian barang/jasa secara online tidak seragam di seluruh distribusi pengeluaran konsumsi rumah tangga. Dampaknya cenderung lebih besar pada tingkat pengeluaran yang lebih rendah, yang mungkin menunjukkan bahwa pembelian online lebih sering digunakan sebagai alternatif belanja bagi rumah tangga dengan keterbatasan keuangan. Hal ini juga mengindikasikan bahwa adanya penggunaan layanan keuangan digital Buy Now Pay Later pada rumah tangga dengan pengeluaran yang lebih rendah. Hal ini sejalan dengan penelitian (Song Q, 2020) dimana pada berbagai kelompok pendapatan, peningkatan pengaruh keuangan digital terhadap konsumsi rumah tangga jauh lebih besar di kalangan rumah tangga miskin, sehingga mendukung dugaan bahwa keuangan digital lebih menguntungkan rumah tangga dengan pengeluaran yang lebih rendah.

Selanjutnya pada variabel penjualan barang/jasa secara online, secara konsisten juga menunjukkan nilai positif pada setiap kuantil. Nilai koefisien regresi menunjukkan tidak adanya perbedaan pada setiap kuantil (0.0342, 0.0459, 0.0512, 0.0519, 0.0660) dan masih dalam pola acak di sekitar nilai mean (nilai koefisien regresi OLS: 0.0483) dan rentang standar deviasi. Hal ini menunjukkan bahwa rumah tangga yang melakukan penjualan barang/jasa secara online berdampak pada pengeluarannya dibandingkan rumah tangga yang tidak melakukan penjualan barang/jasa secara online. Angka koefisien yang meningkat seiring dengan kenaikan kuantil menunjukkan bahwa dampaknya lebih besar pada

rumah tangga dengan pengeluaran lebih tinggi.

Dampak yang sama juga ditunjukkan oleh variabel penggunaan fasilitas ebanking terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga. Secara keseluruhan nilai koefisien yang positif pada semua kuantil (0.416, 0.424, 0.408, 0.409 dan 0.453) menunjukkan bahwa penggunaan fasilitas e-banking memiliki dampak positif terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga pada berbagai tingkat distribusi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Tantrinesia, M dkk, 2023) yang menunjukkan bahwa *M-banking* memiliki dampak signifikan terhadap perubahan pola belanja masyarakat di Surabaya. Terdapat peningkatan nilai koefisien pada kuartil tertinggi (0.90), menunjukkan bahwa dampak penggunaan e-banking cenderung lebih tinggi pada rumah tangga dengan pengeluaran konsumsi tertinggi. Hal ini mungkin disebabkan oleh fakta bahwa rumah tangga dengan pengeluaran yang lebih tinggi cenderung untuk menggunakan berbagai fasilitas keuangan digital untuk mengelola keuangan mereka.

Pada vektor variabel karakteristik rumah tangga, wilayah tempat tinggal rumah tangga (region) mempunyai koefisien negatif dan signifikan pada semua kuantil, hal ini menunjukkan bahwa rumah tangga di luar Jawa memiliki pengeluaran konsumsi yang lebih tinggi dibandingkan dengan rumah tangga di pulau Jawa. Daerah tempat tinggal rumah tangga (rural) juga mempunyai koefisien negatif dan signifikan pada semua kuantil menunjukkan bahwa rumah tangga di daerah pedesaan memiliki pengeluaran konsumsi yang lebih rendah dibandingkan dengan rumah tangga di daerah perkotaan.

Pada vektor variabel karakteristik kepala rumah tangga terdiri dari beberapa variabel yakni : variabel umur (age), variabel umur kuadrat (age2), variabel jenis kelamin (female), variabel pendidikan (edu), dan variabel status pekerjaan (work). Pada variabel umur kepala rumah tangga (age) dan variabel umur kepala rumah tangga dikuadratkan (age2), mempunyai hubungan kuadrat. Hal ini menunjukkan adanya efek kurva-U terbalik, di mana pengeluaran konsumsi rumah tangga meningkat pada usia muda, mencapai puncak pada usia tertentu, dan kemudian menurun pada usia tua.

Pada variabel jenis kelamin kepala rumah tangga (female) mempunyai koefisien positif dan signifikan pada semua kuantil menunjukkan bahwa rumah tangga dengan kepala rumah tangga perempuan memiliki pengeluaran konsumsi yang lebih tinggi dibandingkan dengan rumah tangga dengan kepala rumah tangga laki-laki. Pendidikan kepala rumah tangga (edu) mempunyai koefisien positif dan signifikan pada semua kuantil menunjukkan bahwa rumah tangga dengan pendidikan kepala rumah tangga SMA ke atas, semakin tinggi pengeluaran konsumsinya. Pada variabel pekerjaan kepala rumah tangga (work) mempunyai koefisien positif dan signifikan pada semua kuantil menunjukkan bahwa rumah tangga dengan kepala rumah tangga yang bekerja pada sektor formal memiliki pengeluaran konsumsi yang lebih tinggi dibandingkan dengan rumah tangga dengan kepala rumah tangga yang berkerja pada sektor non formal.

Gambar 3 menunjukkan interval kepercayaan OLS dan regresi kuantil. Garis horizontal di tengah grafik menggambarkan interval kepercayaan estimasi OLS, sementara garis lainnya menunjukkan interval kepercayaan regresi kuantil. Interval kepercayaan semua variabel berdasarkan regresi kuantil tidak sesuai dengan OLS. Temuan ini sekali lagi mendukung pentingnya regresi kuantil.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi kuantil dan pembahasan hasil penelitian mengenai dampak keuangan digital terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga di Indonesia, maka dapat diambil kesimpulan, variabel pembelian barang/jasa secara online memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga di Indonesia pada semua kuantil. Namun terdapat variasi koefisien pada berbagai kuantil, dampaknya cenderung lebih besar pada tingkat pengeluaran yang lebih rendah, yang menunjukkan bahwa pembelian online lebih sering digunakan sebagai alternatif belanja bagi rumah tangga dengan

keterbatasan keuangan.

Keuangan digital melalui penggunaannya dalam penjualan barang/jasa secara online dan juga fasilitas finansial e-banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga di Indonesia. Semakin tinggi tingkat kuantil maka dampaknya semakin besar terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga.

Keuangan digital sangat berdampak pada pengeluaran konsumsi rumah tangga, terutama pada rumah tangga dengan kepala keluarga berjenis kelamin perempuan, berpendidikan SMA ke atas, bekerja di sektor formal, dan juga rumah tangga yang berada di luar Jawa, dan tinggal di perkotaan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Al Fathan, R., & Arundina, T. (2019). Finance-growth nexus: Islamic finance development in Indonesia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 12(5), 698-711.
- Bank Indonesia (2023). Diakses pada 30 Desember 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/26/transaksi-digital-banking-capai-rp51-kuadriliun-pada-agustus-2023>
- Batri. (2023). Biro Administrasi Tata Laksana Rumah Tangga dan Informasi. Universitas Medan Area. Diambil dari <https://batri.uma.ac.id/sistem-keuangan-digital/>
- Bayoumi, T. (1993). Financial deregulation and consumption in the UK. *Review of Economics and Statistics*, 75, 1121-1130.
- BPS. (2022). Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Bruhn, Miriam, & Love, Inessa (2014). The real impact of improved access to finance: Evidence from Mexico. *Journal of Finance*, 69(3), 1347-1376
- Cochrane, J.H. (1991). A simple test of consumption insurance. *Journal of Political Economy*, 99(5), 957-976.
- Dupas, P., and Robinson, J. (2013). Why don't the poor save more? evidence from health savings experiments. *American Economic Review*, 103(4), 1138-1171.
- De Haan, J., & Sturm, J. E. (2017). Finance and income inequality: A review and new evidence. *European Journal of Political Economy*, 50, 171-195.
- Demir, A., Pesqué-Cela, V., Altunbas, Y., & Murinde, V. (2022). Fintech, financial inclusion and income inequality: a quantile regression approach. *The European Journal of Finance*, 28(1), 86-107.
- Futri, I. N. (2021). Pengaruh Keuangan Digital pada Konsumsi Rumah Tangga Selama Krisis Covid-19 di Pulau Jawa.
- Huang, K.N.; Hao, X.R. (2021) Analysis of the influence of digital finance development on household consumption of urban and rural residents in China-micro evidence from Chinese families. *Journal of Social Sciences*, 04, 110-121+215.
- Jappelli, T., and Pagano, M. (1989). Consumption and capital market imperfections: an international comparison. *American Economic Review*, 79(5), 1088-1105.
- John, O. O., Nduka E. C. (2009). Quantile Regression Analysis as A Robust Alternative to Ordinary Least Squares, *Scientia Africana*, 8(2) 61-65.
- Karlan, D. S., and Zinman, J. (2010). Expanding credit access: using randomized supply decisions to estimate the impacts. *Review of Financial Studies*, 23(1), 433-464.



- Li, J.; Wu, Y.; Xiao, J. The impact of digital finance on household consumption : evidence from China. *Economic Modelling* 2020, 86, 317~326. doi:<https://doi.org/10.1016/j.econmod.2019.09.027>.
- Lu, C.M.; Wang, H.Y. (2021) Digital finance, income gap and household consumption-an empirical study based on 280 prefecture-level cities in China. *Finance and Economy*, 07, 22-30.
- Levchenko, A. A. (2005). Financial liberalization and consumption volatility in developing countries. *IMF Economic Review*, 52(2), 237-259.
- Ruiz, Claudia. (2013). From Pawn shops to Banks: The impact of formal credit on informal households. World Bank Policy Research Working Paper 6634.
- Song, Q., Li, J., Wu, Y., & Yin, Z. (2020). Accessibility of financial services and household consumption in China: Evidence from micro data. *The North American Journal of Economics and Finance*, 53, 101213.
- Tantrinesia, M., Amelia, L. F., & Sidarwaya, H. A. (2023, November). Pengaruh M-banking Terhadap Pola Belanja Masyarakat di Surabaya. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 24-38)..