



Peran Ekonomi Makro dalam Perkembangan Ekonomi Digital dan Dampaknya terhadap Konsumsi Masyarakat

The Role of Macroeconomics in the Development of the Digital Economy and Its Impact on Household Consumption.

**Nur Syafira¹, Erwin Buulolo², Susi Silalahi³, Akmal Huda Nasution⁴,
Chairunnisa Zakina Adibra⁵**

S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

Email: nrsyafira1207@gmail.com

Article Info

Article history:

Received : 13-03-2026

Revised : 15-03-2026

Accepted : 17-03-2026

Published : 19-03-2026

Abstract

This study examines the role of macroeconomics in shaping consumer perspectives and responses in the digital era. The rapid development of the digital economy not only creates new opportunities for economic growth but also brings challenges and changes in consumer behavior that influence macroeconomic policies. This study employs a qualitative approach using a literature study method by reviewing various written sources such as journals, articles, and previous scholarly works. The results show that macroeconomic factors play a role in influencing Consumer behavior, people tend to in the digital era through variables such as inflation and interest rates. When these variables increase, people tend to reduce their consumption activities, which in turn affects overall economic consumers tend to reduce consumption. On the other hand, the development of the digital economy has changed consumer behavior. As a result, consumers tend to become more consumptive; however, the digital economy also has a positive impact on economic growth, such as increasing productivity, creating job opportunities, enhancing competitiveness, and improving economic equality.

Keywords : Macroeconomics, Digital Economy, Consumer Behavior

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi makro terhadap perspektif dan respon konsumen di era digital. Perkembangan dunia ekonomi digital yang pesat tidak hanya menciptakan kesempatan baru bagi pertumbuhan ekonomi, namun juga memunculkan tantangan serta perubahan perilaku konsumen yang memengaruhi perumusan kebijakan ekonomi makro. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif berbasis studi literatur, dengan menelaah berbagai sumber tertulis seperti jurnal, artikel, karya ilmiah orang terdahulu yang berkaitan dengan ekonomi makro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi makro berperan terhadap perspektif dan respon konsumen di era digital melalui variabel inflasi dan suku bunga. Jika kedua variabel ini meningkat maka masyarakat akan menurunkan kegiatan konsumsinya sehingga berdampak dalam kegiatan ekonomi secara keseluruhan. Di sisi lain, perkembangan ekonomi digital membawa perubahan terhadap pola perilaku konsumen. Akibatnya konsumen cenderung berperilaku konsumtif, namun juga memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi misalnya meningkatkan produktivitas, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan daya saing dan meningkatkan pemerataan ekonomi.

Kata Kunci : Ekonomi Makro, Ekonomi Digital, Perilaku Konsumen



PENDAHULUAN

Keadaan ekonomi makro sebagai elemen luar juga berpengaruh terhadap kinerja serta nilai suatu perusahaan. Perubahan pada aspek ekonomi makro dapat dimanfaatkan untuk memperhitungkan pergerakan harga saham, tetapi setiap orang yang melakukan penelitian memilih faktor ekonomi makro yang tidak sama karena hingga saat ini tidak ada kesepakatan mengenai faktor ekonomi makro apa saja yang memiliki pengaruh terhadap nilai saham. Banyak peneliti berpendapat bahwa sejumlah faktor ekonomi makro, seperti tingkat suku bunga yang tinggi, tingkat inflasi yang tinggi (Harahap dkk., 2024). Hal ini sesuai dengan penelitian Ronaldo, (2019) bahwa pertumbuhan ekonomi di suatu negara dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal, terutama dalam kegiatan perekonomian global. Secara internal, terdapat tiga komponen utama yang menentukan pertumbuhan ekonomi suatu negara yaitu pemerintah, sektor bisnis, dan masyarakat.

Dari perspektif ekonomi makro, digitalisasi berdampak pada struktur industri serta perekonomian secara keseluruhan. Ekosistem ekonomi digital yang tumbuh dengan pesat menawarkan sebuah kesempatan baru untuk transformasi ekonomi, terutama pada peningkatan efektivitas, penurunan biaya dalam bertransaksi, serta adanya inovasi dalam produk dan layanan. Akan tetapi, transformasi ekonomi ini juga membawa tantangan baru, seperti ketidaksetaraan digital yang dirasakan oleh beberapa bagian kecil masyarakat yang jauh dari daerah perkotaan karena mereka tidak memiliki akses yang cukup dalam beradaptasi dengan teknologi baru. Perubahan perilaku konsumen memberikan dampak pada kebijakan ekonomi makro. Pemerintah serta lembaga ekonomi perlu melakukan adaptasi dalam kebijakan terkait uang dan keuangan untuk membantu pertumbuhan ekonomi digital serta dapat meminimalisir potensi kerugian yang mungkin akan muncul. Sebagai contoh, aturan tentang perlindungan data dan urusan pribadi konsumen menjadi hal yang sangat diperhatikan di tengah era digital (Fitria, 2024).

Menurut Wardana, (2024) Faktor-faktor sosial dan budaya juga memengaruhi cara masyarakat memahami dan bereaksi terhadap pesan iklan yang terpadu. Nilai, norma, dan preferensi budaya memengaruhi cara seseorang memahami pesan iklan. Pelanggan modern menginginkan penjual menyikapi mereka secara manusiawi dan memperhatikan kebutuhan mereka yang lebih luas. Konsep "Marketing" menekankan pentingnya nilai-nilai dan memandang pemasaran sebagai kerja sama dengan konsumen dalam lingkungan globalisasi dan masyarakat kreatif. Hal ini sesuai dengan penelitian Mulyono dkk., (2025) bahwa Di era digital, konsumen tidak lagi hanya menerima informasi secara pasif; mereka aktif mencari, membandingkan, dan memverifikasi klaim produk berdasarkan jejak digital yang ditinggalkan oleh pembeli sebelumnya.

Era digital adalah masa di mana setiap bagian dalam kehidupan, tergolong kedalam proses pembelajaran terjadi lebih banyak memanfaatkan media digital. Karena pembelajaran digital memerlukan kesiapan pembelajar dan pengajar untuk berkomunikasi secara interaktif dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, seperti computer/laptop dengan internet, smartphone dengan aplikasinya dan lainnya. Kemudian pemasaran suatu barang atau jasa bisa lebih simple dilakukan karena dalam pemesanan bisa di daerah pulau yang berbeda, barang yang di pasarkan sudah memiliki kriteria dan karakteristik barangnya baik ukuran, bahan yang di gunakan dan tampilan dari barang tersebut sudah terlihat. Menurut Fitria, (2024). Pola bisnis yang diadopsi oleh perusahaan-perusahaan seperti Shopee dan Gojek, memungkinkan pelanggan untuk menikmati dan memanfaatkan aset secara kolektif, sehingga mampu mengubah cara konsumsi dan produksi.



Berdasarkan perspektif dunia ekonomi makro, peristiwa ini memengaruhi arus modal dan mampu menciptakan inovasi baru bagi kemajuan ekonomi yang berkesinambungan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan dampak positif dalam melihat peluang maupun tantangan yang akan dihadapi oleh konsumen dalam memanfaatkan zaman digital yang akan terus berkembang maju.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui jurnal, artikel, karya ilmiah orang terdahulu dan pengumpulan data melalui berbagai sumber, termasuk jurnal ilmiah, laporan riset pasar, dan publikasi dari organisasi publik dan komersial terkait, diperiksa untuk mengumpulkan data. Metode kualitatif digunakan untuk memahami perubahan perilaku konsumen. Untuk menyelidiki lebih jauh peneliti juga akan melihat tanggapan dari konsumen terkait kepuasan menggunakan aplikasi layanan, jasa dan produk produk berbentuk barang sandang dan pangan.

Penelitian ini mengkaji bagaimana era digital ini dapat mempengaruhi suatu pasar, produktivitas dan lajunya pertumbuhan ekonomi. Untuk mengetahui era digital menyebabkan peningkatan atau penurunan dapat dilihat dari aktivitas, inflasi, laju pertumbuhan, minat konsumen dan lapangan konsumen. Disamping itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengamati pendekatan ekonomi di berbagai wilayah Indonesia terkait perspektif dan respon konsumen di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Faktor Ekonomi Makro terhadap Perilaku Konsumen di Era Digital

Kondisi ekonomi makro memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. Variabel ekonomi makro secara keseluruhan berpengaruh terhadap daya beli dan Keputusan konsumsi Masyarakat. Misalnya Inflasi, berdasarkan penelitian Darul dkk., (2022) hubungan antara inflasi dan kemampuan masyarakat untuk membeli suatu barang maupun jasa merupakan sebuah proses yang rumit dan berdampak besar terhadap keadaan ekonomi sebuah negara. Inflasi merupakan suatu kondisi dimana terjadi peningkatan harga barang atau jasa secara luas yang berlangsung tanpa henti, sehingga secara langsung dapat mempengaruhi kemampuan masyarakat untuk membeli barang dan jasa, karena berhubungan dengan jumlah uang yang mereka miliki. Inflasi memiliki pengaruh langsung terhadap kemampuan membeli masyarakat karena menyebabkan peningkatan harga barang ataupun jasa. Ketika inflasi berada pada tingkat yang tinggi menyebabkan penurunan daya beli kalangan konsumen karena uang yang dimiliki tidak mampu membeli sebanyak sebelumnya. Maka dari itu, tingkat inflasi yang tinggi cenderung merugikan daya beli masyarakat terutama dalam konteks ekonomi digital. Ketika inflasi meningkat, masyarakat cenderung lebih selektif dalam melakukan pembelian serta memprioritaskan kebutuhan utama dibandingkan kebutuhan sekunder. Inflasi yang meningkat akan membuat masyarakat menyesuaikan gaya hidup mereka dengan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dasar, misalnya dengan beralih ke merek lain yang lebih ekonomis karena adanya kekhawatiran kondisi keuangan yang membuat mereka lebih cermat dalam mengelola pengeluaran.

Variabel ekonomi makro lain yang memengaruhi perilaku konsumsi suatu masyarakat adalah suku bunga. Menurut Silvia dan Susanti, (2019) perubahan besarnya bunga memiliki dua dampak, yaitu dampak substitusi dan dampak pendapatan. Efek substitusi saat tingkat bunga naik



membuat keluarga cenderung menimalisir biaya belanja rumah tangga dan meningkatkan simpanan. Sementara itu, efek pendapatan saat tingkat bunga naik menyebabkan pengeluaran konsumsi meningkat dan tabungan berkurang, namun efek ini lebih besar dan lebih kuat. Bagi kelompok kaya yang memiliki APC lebih rendah dibandingkan dengan kelompok miskin, peningkatan bunga memberikan efek substitusi yang dominan jika dibandingkan dengan efek pendapatan, Akibatnya keluarga akan cenderung untuk menabung lebih banyak dari pada biasanya. Ini berarti masyarakat akan mengurangi belanja mereka, yang pada akhirnya akan mengurangi pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Perkembangan Ekonomi Digital dan Perubahan Pola Konsumsi

Perkembangan teknologi secara pesat membawa pengaruh terhadap kegiatan ekonomi, pola konsumsi masyarakat berubah dari berbasis tradisional kini berbasis digitalisasi. Dengan adanya digitalisasi masyarakat mampu mengakses informasi suatu produk secara mudah melalui internet, seperti media sosial, atau e-commerce. Melalui kemudahan akses ini, masyarakat akan memiliki berbagai faktor yang dipertimbangan dalam membuat keputusan pembelian.

Menurut penelitian Amory dan Mudo, (2025) perubahan ekonomi berbasis digital yang terjadi di Indonesia memengaruhi cara masyarakat dalam berbelanja dan membentuk sistem perdagangan yang lebih aktif, berkat semakin meluasnya akses internet dan perkembangan terus-menerus teknologi. E-commerce merupakan faktor penting dalam perubahan ini, di mana e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada dapat memberikan kemudahan dalam mengakses produk dan kegiatan transaksi menjadi lebih praktis, serta mampu membangun jaringan pembayaran berbasis digital yang makin melebar dan mencakup lebih banyak orang via dompet digital seperti GoPay, OVO, maupun Dana. Transaksi e-commerce mengalami peningkatan signifikan dalam kurun waktu lima tahun terakhir, khususnya setelah pandemi COVID-19, yang mendorong pergeseran pola belanja masyarakat dari metode tradisional ke platform digital, baik untuk barang fisik maupun layanan langganan seperti streaming dan kursus online.

Kemunculan e-commerce membawa pengaruh positif terhadap pola perilaku konsumen karena memberikan kemudahan kepada konsumen dalam mengakses informasi produk, dapat membandingkan harga dan konsumen dapat melakukan transaksi secara cepat dan praktis dimanapun tanpa terhalang waktu dan tempat. Hal ini sejalan dengan penelitian Saswiana, (2020) yang menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen dalam berbelanja online dan mampu mempengaruhi keputusan pembelian produk melalui platform digital.

Pengaruh Teknologi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat

Teknologi digital berperan penting dalam membentuk perilaku ekonomi masyarakat pada era sekarang ini. Era digital membuat masyarakat dapat dengan mudah melakukan transaksi, misalnya melalui e-commerce yang didukung dengan teknologi pembayaran digital seperti e-wallet. Kemudahan dalam melakukan transaksi akan menimbulkan perilaku konsumtif pada masyarakat karena berdampak kepada pembelian secara impulsif.

Dengan adanya kemunculan e-commerce dan pembayaran digital menimbulkan sebuah gaya hidup baru, yaitu e-lifestyle yang merupakan pola hidup modern dimana seluruh aktivitas dilakukan secara online melalui gadget dan internet. E-lifestyle memiliki pengaruh signifikan pada



perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan penelitian Puspita dkk., (2024) e-lifestyle merupakan sebuah hasil dari perkembangan teknologi digital yang terus berkembang setiap tahunnya. Aktivitas e-lifestyle ini mampu mendorong konsumen untuk berperilaku konsumtif. Kemajuan teknologi informasi menawarkan kenyamanan yang membuat hidup masyarakat menjadi lebih mudah untuk mendapatkan informasi serta akses ke berbagai hal, seperti kemudahan dalam berkomunikasi hingga berbelanja. Kemunculan iklan atau tawaran menarik lainnya di dunia maya membuat orang-orang merasa sulit untuk tidak terpengaruh. Kebutuhan yang pada awalnya hanya sebuah kebutuhan sekunder atau bisa disebut kebutuhan pendukung kini menjadi sebuah kebutuhan primer yang harus dipenuhi setiap bulan walaupun terkadang hal tersebut tidak dibutuhkan. Membeli sesuatu hanya karena terdorong oleh iklan atau keinginan sesaat memang sulit untuk dielakkan dan dapat menyebabkan perilaku berbelanja yang berlebihan. Karena itu, kemajuan digital harus dihadapi dengan kebijaksanaan agar tidak menimbulkan penyesalan di kemudian hari. Meningkatnya perilaku konsumtif di era digital tidak hanya disebabkan oleh kemudahan teknologi yang tersedia, tetapi juga oleh perubahan pola masyarakat dalam mengambil keputusan pembelian. Berbagai fitur yang ditawarkan oleh platform digital seperti diskon, cashback, maupun program flash sale sering kali menarik perhatian konsumen sehingga mendorong terjadinya pembelian secara spontan. Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi tidak selalu didasarkan pada kebutuhan yang rasional, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor psikologis serta pengaruh lingkungan digital yang semakin kuat. Oleh karena itu, masyarakat perlu memiliki kesadaran dalam mengelola keuangan serta memanfaatkan teknologi digital secara lebih bijak agar perilaku konsumsi tetap dapat dikendalikan dan tidak menimbulkan dampak negatif di kemudian hari.

Dampak Sistem Ekonomi Digital terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Perkembangan teknologi berbasis digital dalam konteks ekonomi tidak hanya berdampak pada perilaku konsumen saja namun juga berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi. Digitalisasi membangun efisiensi dalam proses produksi, distribusi, dan transaksi ekonomi yang mampu meningkatkan produktivitas dan memperluas jangkauan pasar karena kegiatan ekonomi dapat dilakukan secara cepat dan ringkas melalui teknologi digital.

Menurut Abdillah, (2024) pengaruh ekonomi digital terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia dapat diamati dari berbagai sudut pandang, yaitu:

1. Peningkatan produktivitas

Ekonomi digital dapat meningkatkan produktivitas perekonomian melalui berbagai cara, antara lain: Teknologi digital dapat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensi dalam menjalankan usahanya, seperti melalui otomatisasi proses produksi, distribusi, dan pemasaran. Teknologi digital dapat mendorong inovasi dalam berbagai bidang, seperti produk, layanan, dan cara menjalankan bisnis. Inovasi ini mampu meningkatkan efisiensi ekonomi dengan menghasilkan produk dan layanan baru yang lebih baik dan lebih tepat guna.

2. Menciptakan lapangan kerja

Transformasi ekonomi bisa membuka peluang pekerjaan di berbagai bidang seperti teknologi informasi, bisnis online, transportasi via internet ataupun pengiriman barang.



3. Meningkatkan daya saing

Perkembangan teknologi digital mampu mendorong suatu bisnis meningkatkan kemampuan bersaingnya di pasar dunia. Karena perkembangan ini dapat membantu wirausahawan untuk mengakses pasar global secara lebih mudah dan terjangkau.

4. Meningkatkan pemerataan ekonomi

Digitalisasi merupakan sebuah faktor yang mendorong pemerataan ekonomi di berbagai wilayah yang ada di Indonesia. Karena digitalisasi bisa diakses oleh siapapun tanpa memperhatikan tempat tinggal atau latar belakang seseorang.

Ekonomi digital juga memberikan dampak positif terhadap perilaku pengguna media sosial, seperti yang disebutkan oleh Abdillah, (2024):

1. Perkembangan ekonomi akan terus meningkat sejalan dengan tumbuhnya kawasan industri di suatu daerah, yang memfasilitasi pengembangan media informasi dan komunikasi dengan lebih cepat, sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi negara tersebut.
2. Produktivitas ekonomi sebuah negara semakin tinggi karena meningkatnya permintaan pasar, serta kecepatan dalam pengelolaan produksi untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Produksi ini dikendalikan oleh media telekomunikasi, dan dengan berkembangnya teknologi serta adanya media sosial, pengaruhnya bisa membuka peluang usaha baru serta lapangan pekerjaan.
3. Memudahkan pekerja tetap terus terlibat dalam pengembangan keterampilan, meningkatkan pemahaman tentang pengetahuan komunikasi, sehingga memperkuat perekonomian

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa kondisi ekonomi makro dan perkembangan teknologi digital memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi masyarakat di era digital. Variabel seperti inflasi dan suku bunga memengaruhi daya beli serta kecenderungan masyarakat dalam melakukan konsumsi. Di sisi lain, perkembangan ekonomi digital melalui e-commerce dan sistem pembayaran digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat menjadi lebih praktis dan berbasis online, namun juga berpotensi mendorong munculnya perilaku konsumtif. Meskipun demikian, ekonomi digital tetap memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian melalui peningkatan produktivitas, penciptaan lapangan kerja, serta perluasan akses pasar bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. (2024). Dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 2(1), 27-35.
- Amory, J. D. S., & Mudo, M. (2025). Transformasi ekonomi digital dan evolusi pola konsumsi: Tinjauan literatur tentang perubahan perilaku belanja di era internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28-37.
- Darul A'mal Lampung, I. A. I., Rialita, A. J., & Syahputra, A. (2022). Analisis Pengaruh Inflasi terhadap Keterbelanjaan Masyarakat dari Perspektif Ekonomi Makro. *JSHI: Jurnal Syariah Hukum Islam*, 1(2), 28-52.
- Fitria, N. (2024). Perilaku Konsumen di Era Digital: Perspektif Ekonomi Makro dan Mikro. *Jurnal Dinamika Sosial dan Sains*, 1(1), 29-34.



- Harahap, A. P., Rifawarman, A., Putri, Z., Putri, B. H., & Hardana, A. (2024). Pengaruh Ekonomi Makro Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 539-550.
- Mulyono, H., Hartanti, R., & Rolando, B. (2025). Suara konsumen di era digital: Bagaimana review online membentuk perilaku konsumen digital. *JUMDER: Jurnal Bisnis Digital Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 1-20.
- Puspita, W. R., Muchsin, S., & Sunariyanto. (2024). Pengaruh e-lifestyle dan budaya digital terhadap perilaku konsumtif pemuda di Kota Malang. *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual*, 9(1), 51–58.
- Ronaldo, R. (2019). Pengaruh inflasi dan tingkat pengangguran terhadap pertumbuhan ekonomi makro di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 21(2), 137-153.
- Saswiana, S. (2020). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ONLINE SHOP (STUDI KASUS MAHASISWA STIEM BONGAYA MAKASSAR). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 60-69.
- Silvia, E. D., & Susanti, R. (2019). Analisis Konsumsi dan Tabungan Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 21(2), 154-164.
- Wardana, A. K., Handayani, D. S., Kaunang, R. R., & Parani, R. (2024). Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Era Digital: Peran Teknologi dan Respons Masyarakat. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 14(12).