

DAMPAK KENAIKAN HARGA BBM 2005 PADA POLA KONSUMSI MASYARAKAT DI WILAYAH PURWOKERTO

Oleh:

Dian Purnomo Jati¹⁾ dan Rahmat Priyono²⁾

¹⁾ Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman

²⁾ Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRACT

Gasoline consumption has been daily needs especially in city area. Price fluctuation on this commodity will impact gradually to good and service market equilibrium. The shock will so impact to consumption ability on their transaction, which it means downward consumers buying potency.

Government policy that increased price gasoline, October 1, 2005, it was almost 100%, had significant effect to consumption optimism decreasing in Purwokerto area. They tended to delay and might reschedule their needs. Also, gasoline price increase has impacted to create pessimistic behavior on people expectation. They had opinion that six months letter, on the future, they probably will not make persistence consumption like they did before. The decreasing of consumer's optimism was gathered by pessimistic response on current economics conditions. Therefore, positive stimulation to create back consumers buying potency should be government agenda to normalize economics condition.

Keywords: *price gasoline, consumers buying potency, expectation.*

PENDAHULUAN

Semester II tahun 2005 diwarnai dengan kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM), rupiah yang bergejolak dan kenaikan suku bunga perbankan yang tinggi. Fenomena tersebut berdampak pada kenaikan inflasi yang tinggi menjelang akhir tahun 2005 lalu. Memburuknya kondisi makro ekonomi di tanah air memicu turunnya daya beli masyarakat. Sehingga kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan sekundernya terganggu efek domino dari kenaikan BBM dan membuat masyarakat terpaksa harus menata ulang pemenuhan kebutuhan primernya.

Menurut skenario Bank Indonesia (BI: 2006), kenaikan harga BBM pada sektor publik mencapai 105% dan menyumbang inflasi sampai 2,09%. Tabel 5.1. memperlihatkan dampak kenaikan harga BBM terhadap inflasi versi Bank Indonesia.

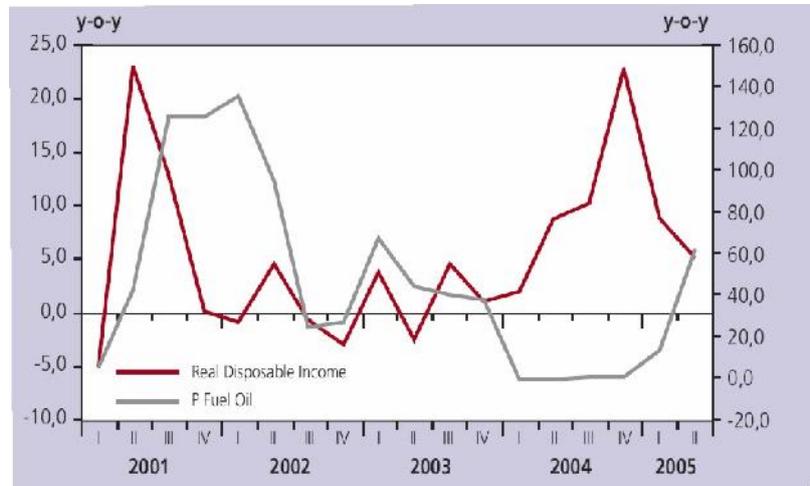
Tingginya tekanan inflasi yang terjadi karena kenaikan harga BBM yang dilakukan oleh Pemerintah, membawa dampak lanjutan pada peningkatan harga *administered* lainnya, seperti kenaikan biaya transportasi dan Tarif Dasar Listrik (TDL). Kondisi ini pada akhirnya menurunkan daya beli masyarakat, karena pendapatan yang diperoleh akan menurun akibat faktor inflasi dan dampak lanjutannya adalah menurunkan kegiatan konsumsi. Penurunan daya beli masyarakat tersebut biasanya juga diikuti oleh menurunnya ekspektasi penghasilan konsumen dan indeks riil penjualan eceran, serta pertumbuhan uang kartal riil dan M1 riil. Berdasarkan pengamatan empiris terlihat bahwa pada umumnya kenaikan harga BBM secara signifikan juga diikuti oleh penurunan pertumbuhan pendapatan siap pakai riil. Gambar 5.1. memperlihatkan hal ini.

Tabel 5.1.
Sumbangan Inflasi BBM 2005

Jenis	Kenaikan (%)	Sumbangan Inflasi (%)
Minyak tanah	67	0,83
Solar	105	0,11
Premium	88	2,09
Tarif Angkutan	18	0,17
Total		3,74

Sumber: Bank Indonesia; 2005

Gambar 5.1.
Pendapatan Siap Dibelanjakan



Sumber: Bank Indonesia, Laporan Perekonomian Indonesia 2005, 2006

Melihat pengalaman empiris tersebut serta ditambah dengan kondisi perekonomian yang melambat, kenaikan harga BBM yang ditetapkan pemerintah pada 1 Oktober 2005 telah secara signifikan menurunkan daya beli masyarakat. Apabila penurunan daya beli ini tidak disertai kebijakan untuk meningkatkan pendapatan (*income policy*) maka akan berpotensi memperlambat pertumbuhan ekonomi 2006.

Latuhihin (2006) mencatat bahwa meskipun pada bulan Desember terjadi deflasi, secara keseluruhan laju inflasi pada tahun 2005 mencapai 17,1 persen. Pelonjakan angka inflasi ini lebih banyak disebabkan oleh kebijakan kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) yang terjadi dua kali selama tahun 2005, yang memicu kenaikan harga berbagai barang dan jasa sampai berulang-ulang kali. Angka inflasi 17,1 persen yang di luar perkiraan banyak kalangan ini jauh di atas angka inflasi yang ditetapkan dalam APBN Perubahan (APBN-P) 2005, yaitu sebesar 8% - 9%

Ditinjau dari lingkup yang lebih mikro, penelitian ini akan melihat pengaruh dari kenaikan harga BBM Oktober 2005 terhadap perilaku konsumsi masyarakat di wilayah Perkotaan Purwokerto. Tujuan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana dampak kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) pada Oktober terhadap kemampuan Konsumsi Masyarakat Perkotaan Purwokerto.
2. bagaimana dampak kenaikan BBM pada perekonomian menurut perspektif Masyarakat Perkotaan Purwokerto

HASIL ANALISIS

1. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi atau keseluruhan obyek yang akan diteliti dalam survei konsumen ini merupakan rumah tangga golongan ekonomi kelas menengah ke atas di Purwokerto. Populasi ini dipilih karena dianggap mempunyai kelebihan pendapatan untuk ditabung setelah kebutuhan pokoknya terpenuhi. Untuk mempermudah pelaksanaan survei, digunakan beberapa indikator dalam menetapkan responden yang termasuk ke dalam populasi rumah tangga golongan ekonomi kelas menengah ke atas. Beberapa indikator yang digunakan antara lain melalui pendekatan pengeluaran per bulan yang mencapai nilai 1 juta ke atas, besarnya tagihan telepon, besarnya kapasitas listrik terpasang, lokasi tempat tinggal dan aset yang dimiliki misalnya rumah, tanah, mobil dan aset lainnya.

Sampel diambil dengan menggunakan metode stratified random sample, yaitu sampel diambil secara acak dari suatu kelas yang relevan. Jumlah sampel ditentukan secara kuota sebanyak 100 orang responden setiap bulan. Langkah-langkah yang diambil dalam melakukan stratified random sample antara lain sebagai berikut:

- a. Dilakukan pengelompokan populasi berdasarkan empat Kecamatan yang meliputi Kecamatan Purwokerto Utara, Purwokerto Selatan, Purwokerto Barat, dan Purwokerto Timur dengan distribusi merata untuk masing-masing kecamatan sebanyak 25 responden untuk setiap bulan penelitian..

- b. Untuk keseragaman, kriteria kelas menengah ke atas dibagi dalam tiga kelompok responden, masing-masing dengan tingkat pengeluaran per bulan sebesar Rp1 juta – Rp3 juta, Rp3 juta – 5 juta dan di atas Rp5 juta. Ditetapkan untuk masing-masing kecamatan memperoleh jumlah minimal untuk tiap kelasnya sebanyak 6 responden.
- c. Responden yang dapat ditetapkan harus mempunyai kriteria sebagai berikut:
 - 1) Termasuk dalam golongan ekonomi kelas menengah ke atas (ditetapkan dengan menggunakan bantuan indikator yang disepakati)
 - 2) Memiliki tingkat pendidikan minimum lulusan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas.
 - 3) Merupakan penentu keputusan di rumah tangga.
 - 4) Berumur 20 tahun ke atas.

2. Metode Pengumpulan Data

Data diperoleh dari hasil wawancara secara langsung (*face to face*) dengan responden yang telah ditetapkan, sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Pengumpulan sampel dilakukan secara bertahap sejak September 2005 sampai Maret 2006. Jumlah sampel per bulan adalah 100 responden. Dengan demikian total responden yang diwawancarai sebanyak 700 orang.

3. Metode Pengolahan Data untuk Memperoleh Nilai Indeks Konsumsi

- a. Data hasil survei yang sudah diperoleh kemudian ditabulasi sesuai dengan kriteria responden dan jawaban responden
- b. Penghitungan indeks mengambil langkah-langkah sesuai dengan metode Balance Score (BS) yang diterapkan dalam pengolahan data hasil survei. Perumusan Balance Score tersebut adalah sebagai berikut:

$$\text{Balance Score} = (\% \text{ Jawaban Meningkat} - \% \text{ Jawaban Menurun}) + 100$$

Hasil perhitungan *Balance Score* tersebut akan dipergunakan untuk menghitung Indeks Keyakinan Konsumen (IKK). Angka Indeks di atas 100 memperlihatkan respons optimis yang lebih tinggi dibandingkan dengan respons pesimis, dan sebaliknya indeks di bawah 100 berarti respons pesimis lebih tinggi daripada respons optimis. IKK dibagi menjadi 2 komponen; Indeks Kondisi Ekonomi saat ini (IKE) dan Indeks Ekspektasi Konsumen (IEK) IKK diukur dengan parameter (1) penghasilan saat ini dibandingkan 6 bulan yang lalu, (2) ekspektasi penghasilan 6 bulan yang akan datang, (3) ketepatan waktu saat ini untuk melakukan pembelian barang tahan lama, (4) Ekspektasi kondisi ekonomi Indonesia 6 bulan yang akan datang (5) ketersediaan lapangan kerja saat ini dibandingkan 6 bulan lalu, dan (6)

ekspektasi ketersediaan lapangan kerja 6 bulan yang akan datang dibandingkan saat ini IKE diukur dengan parameter (1), (3) dan (5) sebagaimana pada parameter IKK. IEK diukur dengan parameter (2), (4) dan (6) sebagaimana pada parameter IKK.

4. Metode *General Linier Model* (GLM)

Salah satu perbedaan utama antara *General Linier Model* (GLM) dengan Model Regresi Berganda adalah jumlah variabel tergantung yang dianalisis. Pada GLM jumlah variabel tergantung tidak harus satu variabel. Suatu vektor Y dari n observasi dari variabel tunggal dapat dijelaskan dengan membuat matrik Y untuk n observasi dari m variabel yang berbeda. Demikian pula, untuk b vektor koefisien regresi untuk variabel Y dapat digantikan dengan b matrik dari koefisien-koefisien regresi, dengan satu vektor koefisien b untuk setiap variabel tak tergantung m . Substitusi dengan cara ini dapat pula disebut sebagai model regresi multivariat, tetapi caranya diperluas dengan formulasi matrik dari model regresi berganda dan multivariat yang identik, kecuali untuk kolom matrik Y dan b . Metode pemecahan untuk mendapatkan koefisien b identik pula, yaitu, koefisien-koefisien regresi m yang berbeda *dipisahkan untuk untuk variabel tergantung yang berbeda dalam model regresi multivariat*.

GLM sebagaimana halnya model regresi multivariate, langkah awalnya adalah dengan melakukan transformasi linier atau kombinasi linier dari variabel-variabel tak tergantung. Metode perluasan ini memberikan kelebihan dari model GLM dibanding model regresi ganda. Kelebihan pertama adalah tes signifikansi multivariat yang dapat dihasilkan dari respon pada korelasi variabel-variabel tak tergantung berganda. Tes signifikansi univariat yang terpisah untuk variabel-variabel tak tergantung sifatnya tidak saling tergantung. Tes signifikansi multivariat kombinasi linier tak tergantung dari variabel-variabel tergantung dapat pula memberikan penjelasan pada dimensi mana variabel-variabel respon berkaitan atau tidak berkaitan dengan variabel prediktor. Keuntungan yang lain adalah kemampuan untuk menganalisis efek dari faktor-faktor pengukur yang berulang. Teknik pengukuran berulang pada model regresi biasa umumnya menggunakan teknik NOVA. Kombinasi linier dari setiap respon variabel merefleksikan efek pengukuran berulang dapat dilakukan dan diuji dengan metode signifikansi menggunakan pendekatan univariat ataupun multivariat untuk menganalisis pengukuran berulang padan model GLM.

Hal kedua yang menunjukkan perbedaan antara model GLM dengan model regresi berganda adalah kemampuannya untuk menyediakan solusi persamaan normal ketika variabel X tidak secara linier tak tergantung dan invers dari $X'X$ tidak

dapat dimunculkan. Kekurangan ketersediaan pada komponen variabel X dapat terjadi karena faktor *incidental* (misal, dua variabel prediktor berkorelasi sempurna), *accidental* (misal, dua variabel yang sama mungkin tak sengaja digunakan dalam analisis) atau faktor *designed* (misal, variabel prediktor dalam analisis memiliki nilai yang bersifat terbalik, seperti antara nilai laki-laki dan perempuan dalam variabel Gender). Menemukan inversi dengan kondisi data saling terbalik atau bersifat *reciprocal* tidak dapat dilakukan dalam matrik karena pembagian dengan nilai 0 tidak diperbolehkan. Permasalahan ini dapat dipecahkan dengan menggunakan *generalized inverse* dari matrik $X'X$ pada persamaan normal. Matrik ini akan berbentuk;

$$AA^{-1}A = A \text{ untuk matrix } A.$$

Metode *Generalized inverse* untuk *non-full-rank* matrik dapat dihitung secara sederhana dengan meng-*no*-kan untuk setiap baris dan kolom matrik yang berlebih (*redundant*). Misal, matrik $X'X$ dengan r kolom yang tidak berlebih adalah;

$$X'X = \begin{bmatrix} A_{11} & A_{12} \\ A_{21} & A_{22} \end{bmatrix}$$

Dimana A_{11} adalah r dari matrik r dengan rank r . Inver dari A_{11} dapat dihasilkan *generalized inverse* dari $X'X$ adalah

$$(X'X)^{-1} = \begin{bmatrix} A_{11}^{-1} & 0_{12} \\ 0_{21} & 0_{22} \end{bmatrix}$$

Dimana, setiap 0 matrik adalah matriks 0 dan memiliki dimensi yang sama dengan matrik A .

HASIL ANALISIS

1. Dampak Kenaikan harga BBM pada Kemampuan Konsumsi Masyarakat

Kebijakan pemerintah dengan menaikkan harga BBM sejak Oktober 2005 membawa dampak signifikan pada kemampuan konsumsi saat ini. Penelitian ini dimulai sejak adanya isu kenaikan harga BBM pada Bulan September 2005. Isu kenaikan harga BBM memberikan dampak negatif pada kemampuan konsumsi masyarakat. Sekitar 70% responden menyatakan konsumsinya menurun akibat isu kenaikan ini. Mereka cenderung untuk menunggu kepastian kenaikan harga BBM dan menunda konsumsi pada bulan berlangsung (Gambar 5.2)

Dengan diumumkannya kenaikan harga BBM sejak 1 Oktober 2005 oleh pemerintah, kemampuan konsumsi masyarakat menjadi menurun. Hal ini terlihat banyaknya responden

yang menyatakan penurunan konsumsinya. Pada Oktober 2005 jumlah responden yang menyampaikan hal ini mencapai 62% dan pada Februari 2006 meningkat menjadi 72%. Pada Maret 2006, jumlah responden yang menurunkan konsumsinya mengalami penurunan menjadi sekitar 49%. Kondisi ini mencerminkan bahwa efek inflasi akibat kenaikan harga BBM yang berdampak pada penurunan dan penundaan konsumsi telah mulai direspons secara rasional. Masyarakat semakin mampu untuk menyesuaikan diri dengan perubahan harga-harga yang telah terjadi.

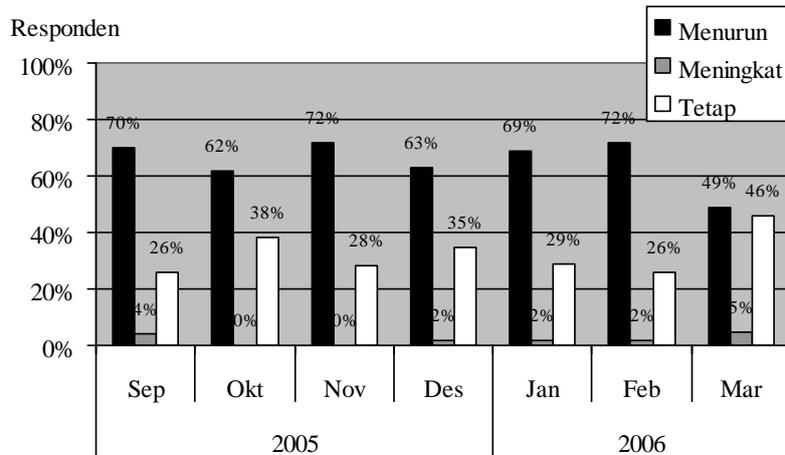
Bukti dari dampak kenaikan harga BBM berefek negatif pada konsumsi masyarakat tercermin pula dari pergerakan Indeks Keyakinan Konsumen (IKK). IKK menunjukkan sikap responden survei pada berbagai hal yang terkait dengan kondisi ekonomi secara keseluruhan yang mampu mempengaruhi rasa optimis konsumsinya. Dengan mematok sikap optimis konsumsi pada angka 100, kenaikan harga BBM berakibat masyarakat Purwokerto tidak lagi optimis pada kemampuan pendapatannya untuk melakukan konsumsi secara normal (Gambar 5.3).

Pada periode awal, isu kenaikan harga BBM pada Februari 2005 cenderung dianggap hal yang wajar sebagai penyesuaian harga BBM. Karena itu, dengan keluarnya penetapan harga baru untuk BBM pada Maret 2005, optimisme kemampuan konsumsi masyarakat hanya turun sedikit. Nilai IKK ini turun 4,16 poin dari level 98,83 pada IKK Purwokerto Februari 2005 menjadi 94,67 pada Maret 2005.

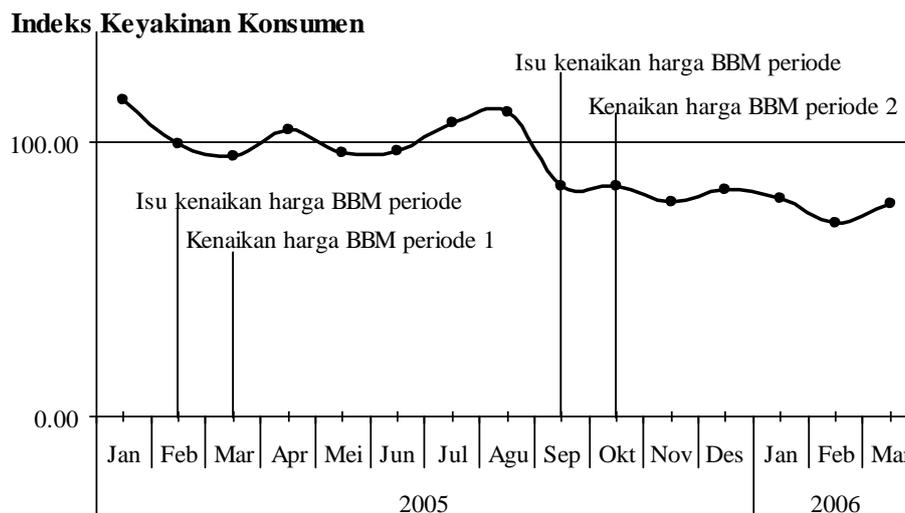
Berbeda dengan kenaikan harga BBM periode 2. pada September 2005, isu kenaikan harga BBM langsung direspons negatif dan menurunkan minat konsumsi secara tajam. IKK pada Agustus yang semula pada posisi optimis 100,33 langsung turun 26,5 poin menjadi 83,33 pada September 2005. Efek negatif penurunan konsumsi akibat pengumuman resmi kenaikan harga BBM berlanjut sampai akhir periode penelitian bulan Maret 2006. Bulan Oktober posisi IKK pada level 77,17.

Dengan metode *General Linier Model* (GLM) penelitian ini juga memperoleh hasil bahwa kenaikan harga BBM 2005 telah menurunkan keyakinan masyarakat dalam konsumsi. Dalam ukuran persepsi masyarakat secara keseluruhan (IKK), konsumen menilai kenaikan BBM telah menurunkan minat untuk melakukan konsumsi. Hal ini terlihat dari parameter BBM sebesar -23,70, yang berarti pada rentang waktu Januari 2005 sampai maret 2006, kenaikan BBM telah menurunkan level IKK sebesar 23,70 poin.

Gambar 5.2.
Dampak Kenaikan Harga BBM pada Kemampuan Konsumsi Masyarakat



Grafik 5.3
Pergerakan Indeks Keyakinan Konsumen sebelum dan sesudah Kenaikan harga BBM



Konsumen menilai pula bahwa kenaikan harga BBM memberi respon pesimis terhadap pandangan masyarakat mengenai kondisi ekonomi yang sedang berlangsung. Hal ini terbukti dari parameter BBM sebesar -24,91. Selain itu, konsumen juga meragukan kemampuan konsumsinya pada 6 bulan yang akan datang. Kenaikan harga BBM telah mendorong perubahan perilaku ekspektasi konsumen dalam memandang kebutuhannya berupa koreksi terhadap pemenuhan konsumsi barang-barang primer dan penundaan konsumsi pada produk-produk sekunder.

2. Dampak Kenaikan harga BBM pada Perekonomian Menurut Perspektif Masyarakat

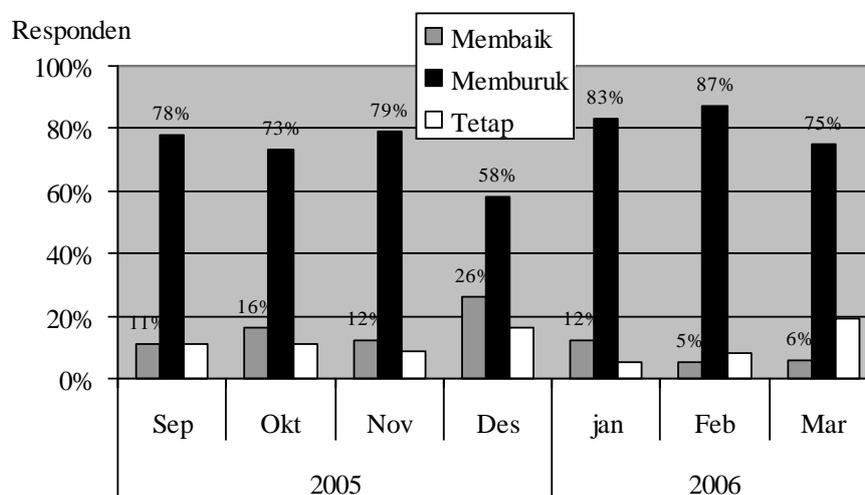
Pengamatan konsumen pada perkembangan ekonomi sebagai dampak dari kenaikan harga BBM tidak terlalu berbeda sepanjang rentang waktu September 2005 sampai Maret 2006. Meskipun masih pada taraf isu, kenaikan harga BBM direspons skeptis oleh konsumen pada September 2005. Sebanyak 78% responden menilai kenaikan harga BBM akan berdampak pada kegiatan perekonomian secara keseluruhan. Respons ini tetap berlanjut setelah diumumkannya kenaikan harga BBM secara resmi pada 1 Oktober 2005. Tanggapan skeptis ini berlanjut dari bulan November 2005 sampai Maret 2006 (Gambar 5.4)

Tabel 5.2.
Hasil Estimasi dampak kenaikan harga BBM terhadap Konsumsi Masyarakat Purwokerto

	Param.	Std.Err	t	p	-95.00% Cnf.Lmt	95.00% Cnf.Lmt	Beta (β)	St.Err.β	-95.00% Cnf.Lmt	95.00% Cnf.Lmt
Indeks Keyakinan Konsumen (IKK)										
Intercept	102,90	2,27	45,36	0,00	97,99	107,80				
BBM	-23,70	3,32	-7,14	0,00	-30,88	-16,53	-0,89	0,13	-1,16	-0,62
Indeks Kondisi Ekonomi Saat Ini (IKE)										
Intercept	90,54	2,21	40,94	0,00	85,76	95,32				
BBM	-24,91	3,24	-7,69	0,00	-31,90	-17,91	-0,91	0,12	-1,16	-0,65
Indeks Ekspektasi Konsumen (IEK)										
Intercept	115,25	3,10	37,15	0,00	108,55	121,95				
BBM	-22,50	4,54	-4,96	0,00	-32,31	-12,69	-0,81	0,16	-1,16	-0,46

	Multiple R	Multiple R ²	Adjusted R ²	SS Model	df Model	MS Model	SS Residual	df Residual	MS Residual	F	p
IKK	0,89259	0,79673	0,78109	2097,691	1	2097,691	535,178	13	41,1675	50,9550	0,00000
IKE	0,90550	0,81993	0,80608	2316,048	1	2316,048	508,628	13	39,1252	59,1957	0,00000
IEK	0,80859	0,65381	0,62718	1890,354	1	1890,354	1000,898	13	76,9921	24,5525	0,00026

Gambar 5.4.
Dampak Kenaikan Harga BBM pada Perekonomian Menurut Perspektif Masyarakat



KESIMPULAN

Kenaikan harga BBM yang ditetapkan 1 Oktober 2005 telah membawa dampak signifikan pada kemampuan konsumsi masyarakat Purwokerto. Bukti dari dampak kenaikan harga BBM berefek negatif pada konsumsi masyarakat terlihat jelas dari pergerakan Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) masyarakat Purwokerto sejak September 2005 sampai Maret 2006. Masyarakat Purwokerto memandang pesimis pada kemampuan konsumsinya pada periode itu. Demikian pula pada

ekspektasi konsumsi 6 bulan ke depan serta pandangan mengenai kondisi ekonomi yang sedang berlangsung. Korelasi negatif antara kemampuan konsumsi dengan kenaikan harga BBM memperjelas efek domino akibat kenaikan harga BBM pada menurunnya daya beli masyarakat.

Panjangnya rentang waktu penilaian responden pada kondisi ekonomi akibat kenaikan BBM, sejak September 2005 sampai Maret 2006, menunjukkan bahwa ekspektasi masyarakat pada kondisi perekonomian yang lebih baik belum terjadi. Kondisi ini mencerminkan masyarakat

kesulitan dalam menata ulang tingkat konsumsinya dengan kondisi sebelum kenaikan harga BBM. Efek negatif konsumsi ini baru akan berhenti jika telah terdapat stimulan positif dari ekonomi makro yang mampu mengembalikan tingkat kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2001. Manual Statistica Release 6. Statsoft Inc. USA
- _____. 2005. Laporan Perekonomian Bank Indonesia. Bank Indonesia. Jakarta
- _____. 2005. Survei Konsumen di Purwokerto Periode September, Oktober, November, Desember 2005. Bank Indonesia Purwokerto
- _____. 2006. Survei Konsumen di Purwokerto Periode Januari, Februari, Maret 2006. Bank Indonesia Purwokerto
- Ferry Latuhihin: Chief Economist BII.
<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0603/28/ekonomi/2543436.htm>

