

## “ UNTUNG, ORANG INDONESIA KONSUMTIF ”

Ekonom pasti banyak yang sebel dengan judul tulisan di atas. Sebabnya jelas. Selama ini ada persepsi bersama bahwa rumah tangga Indonesia sudah terlalu konsumtif. Coba kita lihat struktur PDB kita. Data Biro Pusat Statistik menunjukkan bahwa 70.67 % dari PDB Indonesia tahun 2002 merupakan kontribusi *Consumer Expenditure* atau *Household Expenditure* atau *Consumer Spending* atau biasa juga disebut *Consumption*. Dan kondisi kontribusi seperti ini – setidaknya kata ekonom yang sebel dengan tingkat *Consumption* yang tinggi- tentu 'tidak menguntungkan'. Banyak yang 'sirik' mengatakan bahwa kalau tingkat *Consumption* tinggi, maka yang diuntungkan hanya perusahaan yang berhasil merayu konsumen agar konsumtif. Benarkah demikian?

### ANALISA KONSUMSI MASYARAKAT INDONESIA

Berdasar data BPS, Produk Domestik Bruto Indonesia atas dasar harga berlaku pada tahun 2002 sebesar Rp 1.610 triliun atau Rp 426,7 triliun



atas dasar harga konstan 1993. Dengan demikian perekonomian Indonesia tahun 2002 meningkat sebesar 3,66 persen dibandingkan tahun 2001

Dilihat dari persentase pertumbuhannya, *consumption* menjadi juara kedua dengan pertumbuhan 4,72 persen sementara juara pertama direbut Belanja Pemerintah yang tumbuh dengan 12,79 persen, dan jauh meninggalkan Net Ekspor-Impor atau pembentukan modal tetap bruto yang pertumbuhannya negatif.

Hanya saja kalau dilihat dari nilai Rupiah atas dasar harga konstan 1993, pertumbuhan *consumption* pada tahun 2002 sebesar Rp 13,6 triliun masih jauh lebih besar dari pertumbuhan Belanja Pemerintah yang 'cuma' naik Rp 4 triliun. Artinya *consumption* masih berperan sangat dominan bagi Ekonomi Indonesia. Tabel berikut bisa memberi penjelasan lebih gamblang.

Karenanya tidaklah mengherankan bila kontribusi *consumption* yang sedemikian tinggi sering menuai kritik banyak pihak di dalam maupun luar negeri termasuk dari berbagai lembaga

### PDB Menurut Penggunaan atas Dasar Harga Konstan 1993 (Triliun Rupiah)

Jenis Penggunaan	2001	2002	Pertumbuhan (%)
Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga	288,5	302,1	4,72
Pengeluaran Konsumsi Pemerintah	31,4	35,4	12,79
Pembentukan Modal Tetap Bruto	96,2	96,1	-0,19
Perubahan Stok	-15,9	-25,8	-
Ekspor Barang dan Jasa	118,4	116,9	-1,24
Dikurangi Impor Barang dan Jasa	106,9	98,0	-8,33
Produk Domestik Bruto	411,7	426,7	3,66

\* Managing Partner Arrbey (Indonesia) dan  
President of Indonesia Marketing Association - Jakarta Chapter

ADA BEBERAPA ASPEK YANG MEMBUAT KITA BISA **MENGELUS DADA BERSYUKUR - DARIPADA CUMA MENGELUS DADA 'NELONGSO'**- ANTARA LAIN:

(1) **INI** PERTANDA BAHWA INDONESIA **MEMPUNYAI BANYAK** MARKETER HANDAL YANG SUDAH **TERBUKTI SANGGUP MENGGERAKAN** ATAU MERAYU KONSUMENNYA UNTUK BELANJA LEBIH **BANYAK**, LEBIH **SERING** DAN BAHKAN DENGAN HARGA YANG LEBIH MAHAL. PARA MARKETER HANDAL **INI** AKAN **MENJADI MODAL PENTING KETIKA** KITA MASUK SECARA **SERIOUS** DI PASAR **BEBAS** AFTA.

(2) **TINGKAT CONSUMPTION** YANG TINGGI AKAN **MEMBERI ALIRAN 'DARAH SEGAR' LIKUIDITAS BAGI** PERUSAHAAN PEMASAR, YANG PADA **GILIRANNYA** AKAN BERPERAN MENGGERAKAN PEREKONOMIAN **NASIONAL MELALUI** PENAMBAHAN **INCOME** MASYARAKAT, **PENERIMAAN PAJAK MAUPUN POTENSI INVESTASI. DI TENGAH SITUASI POLITIK KEAMANAN YANG TIDAK MENENTU, CONSUMPTION RATE YANG TINGGI BISA DIKATAKAN MENJADI FAKTOR PALING DOMINAN AGAR PERUSAHAAN MASIH MAU MELAKUKAN DAN MENINGKATKAN AKTIVITAS USAHA.**

(3) **TINGKAT CONSUMPTION** YANG TINGGI AKAN MENGGERAKAN RODA PEREKONOMIAN **SAMPAI KE LEVEL YANG SANGAT MENDASAR DAN MENYENTUH MASYARAKAT LUAS, APALAGI KALAU KONSUMSI DILAKUKAN UNTUK KEBUTUHAN POKOK.**

keuangan internasional. Masyarakat yang terlalu konsumtif akan memberi dampak pada rendahnya tingkat *Saving*. Padahal *Saving* merupakan faktor penting bagi tingkat Investasi. Bila tidak tersedia dana investasi cukup akibat masyarakat menghabiskan pendapatannya untuk *consumption*, maka dunia usaha akan kesulitan dana untuk membeli mesin pengganti mesin yang sudah aus ataupun menambah kapasitas produksi. Sehingga pertumbuhan yang masih berlangsung hanya mengandalkan sisa kapasitas terpasang dan bisa terjadi stagnasi ketika semua kapasitas terpasang sudah termanfaatkan. Dengan asumsi seperti ini, boleh juga kita 'menyalahkan' *consumption* sebagai 'biang keladi' penurunan laju investasi di dalam negeri.

*Consumption* berlebihan memang punya dampak pada ketersediaan dana untuk investasi di jangka panjang. Sebaliknya juga kalau masyarakat diminta terus 'mengencangkan ikat pinggang sampai perutnya kesakitan' tentu juga bukan langkah bijaksana. Bisa dibayangkan apa yang akan terjadi bila tingkat konsumsi juga ketika ikut-ikutan turun secara sistematis sementara komponen GDP lainnya juga sedang melemah. Memang ada *golden-rule level of capital* yang merupakan titik ideal tingkat pemupukan kapital yang terkait dengan *saving rate* dan mengoptimalkan *consumption*.

Ternyata teriakan *consumption alert* tidak hanya ditujukan pada Indonesia. Amerika Serikat juga mengalami kondisi serupa. Selama 40 tahun terakhir ini *real consumer spending* Amerika Serikat tumbuh 3.6 persen. Dan karena pertumbuhan *consumption* lebih tinggi dari pertumbuhan GDP, akibatnya terjadi peningkatan kontribusi *consumption* terhadap GDP dari 62 persen di tahun 1959 menjadi 65 persen di tahun 2000. Mengomentari perkembangan ekonomi Amerika Serikat beberapa

---

waktu terakhir ini, *Federal Reserve Chairman* Alan Greenspan mengatakan bahwa *consumption* telah menjadi "*major factor*" dalam membantu perekonomian Amerika ketika Inventasi menghadapi "*very difficult problems*."

Penggunaan GDP untuk *consumption* akan mempengaruhi kemampuan masyarakat untuk menabung. Setiap tambahan Rupiah untuk *consumption* juga berarti berkurangnya potensi *saving*. Dan karena *saving* digunakan untuk membiayai Investasi, maka setiap tambahan *consumption* juga berarti berkurangnya dana yang bisa digunakan untuk Investasi. Karenanya meskipun *consumption* akan memberi dampak langsung yang cespleng untuk *Economic Growth* di *short run*, tetapi tidak demikian halnya di *long run*. Tidak heran bila ekonom seringkali mengecam *economic growth* yang digerakkan oleh *Consumption*.

### LEBIH BAIK DISYUKURI SAJA

Lalu bagaimana sebaiknya kita bersikap menghadapi kenyataan kontribusi *consumption* yang sudah sedemikian tinggi? Teruskah kita cuma menyalahkan masyarakat yang konsumtif? Teruskah kita menghimbau 'pengetatan ikat pinggang'?

Menurut saya, akan lebih baik kita mensyukuri tingginya kontribusi *consumption* pada GDP Indonesia. Ada beberapa aspek yang membuat kita bisa mengelus dada bersyukur - daripada Cuma mengelus dada 'nelongso' - antara lain:

(1) Ini pertanda bahwa Indonesia mempunyai banyak marketer handal yang sudah terbukti sanggup menggerakkan atau merayu konsumennya untuk belanja lebih banyak, lebih sering dan bahkan dengan harga yang lebih mahal. Para marketer handal ini akan menjadi modal penting ketika kita masuk secara serius di pasar

bebas AFTA.

(2) Tingkat *consumption* yang tinggi akan memberi aliran 'darah segar' likuiditas bagi perusahaan pemasar, yang pada gilirannya akan berperan menggerakkan perekonomian nasional melalui penambahan *income* masyarakat, penerimaan pajak maupun potensi investasi. Di tengah situasi politik keamanan yang tidak menentu, *consumption rate* yang tinggi bisa dikatakan menjadi faktor paling dominan agar perusahaan masih mau melakukan dan meningkatkan aktivitas usaha.

(3) Tingkat *consumption* yang tinggi akan menggerakkan roda perekonomian sampai ke level yang sangat mendasar dan menyentuh masyarakat luas, apalagi kalau konsumsi dilakukan untuk kebutuhan pokok.

Karenanya daripada terus mengkritik tingkat *consumption* yang memang sudah tinggi, rasanya akan lebih baik apabila kita berupaya agar kontributor lain pada perekonomian nasional yaitu *Investment*, *Government Spending* dan *Net Export* bisa berperanan lebih besar. Dan *consumption* bisa dimanfaatkan sebagai kuda penghela untuk menggerakkan komponen ekonomi lainnya. Sebaliknya kalau konsumen sudah mulai 'mogok' belanja seperti sudah mulai dirasakan oleh banyak perusahaan di kuartal pertama tahun 2003, maka keseluruhan perekonomian nasional juga ikut terkena dampaknya.

Jadi kita nikmati saja kenyataan bahwa *consumption rate* Indonesia memang tinggi. Tidak ada yang perlu disesali. Kita ambil hikmahnya. Mari kita tetap konsumtif karena pada dasarnya kita memang senang berbelanja. Kita syukuri kerja keras marketer yang sudah berhasil membuat kita makin konsumtif, karena dengan demikian kita sudah berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional.