

## **DETERMINAN INDEKS KEYAKINAN KONSUMEN TERHADAP KONDISI PEREKONOMIAN DI INDONESIA**

Hasnidar Yuslin  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN BONE  
Email: [hasnidaryuslin@gmail.com](mailto:hasnidaryuslin@gmail.com)

### **Abstract**

*The condition of the prospects for the national economy is very influential for economic actors, both from producers, consumers, and investors. Early information regarding the prospects for the national economy is needed in all sectors, including government, small businesses, large-scale businesses, and even the wider community. This study analyzes Consumer Confidence Index to predict the economic prospects in Indonesia before and during the COVID-19 pandemic in the 2019-2021 period. The method used is descriptive statistical analysis. The results of this research analysis show that in 2019 before the Covid-19 outbreak, consumer perceptions were maintained in the zone of optimism regarding the condition of the economic prospects in Indonesia, then during the 2020 pandemic in the second quarter, the pessimistic zone with the lowest index number compared to the other quarters, but consumer perceptions began to improve in the fourth quarter of 2020 until the fourth quarter of 2021. Optimistic consumer perceptions of 2021 in the second quarter and the next six months are in line with the government's optimistic attitude towards economic recovery and a reversal of direction towards positive.*

*Keywords: consumer confidence indeks; indonesian economy*

### **Abstrak**

Kondisi prospek perekonomian nasional sangatlah berpengaruh untuk pelaku ekonomi, baik dari produsen, konsumen maupun investor. Informasi dini mengenai kondisi prospek perekonomian nasional sangat dibutuhkan disemua sektor, baik pemerintahan, usaha kecil, usaha berskala besar bahkan sampai pada masyarakat luas. Penelitian ini menganalisis Indeks Keyakinan Konsumen untuk memprediksi prospek perekonomian di Indonesia sebelum dan saat pandemic Covid-19 pada rentang waktu tahun 2019-2021. Metode yang digunakan ialah analisa statistik deskriptif yang kemudian pengujian dengan software eviews 10. Hasil analisa penelitian ini menunjukkan bahwa pada tahun 2019 sebelum adanya Covid-19 persepsi konsumen terjaga pada zona optimisme terhadap kondisi prospek perekonomian di Indonesia, kemudian pada saat pandemi tahun 2020 pada triwulan kedua menunjukkan zona pesimisme dengan angka indeks terendah dibandingkan dengan triwulan yang lainnya, akan tetapi persepsi konsumen mulai membaik pada triwulan keempat tahun 2020 sampai pada tahun 2021 triwulan keempat. Persepsi konsumen yang optimisme tahun 2021 pada triwulan kedua dan enam bulan mendatang sejalan sikap pemerintah yang optimisme akan pemulihan perekonomian dan pembalikan arah menuju positif.

*Kata kunci: indeks keyakinan konsumen; perekonomian indonesia*

## **PENDAHULUAN**

Informasi kondisi kinerja perekonomian nasional saat ini maupun yang akan datang tentunya sangat penting untuk semua sektor kehidupan, seperti pemerintahan, usaha kecil hingga usaha berskala besar bahkan sampai pada masyarakat luas. Kondisi tersebut mendorong para pelaku ekonomi dan pemangku kepentingan untuk mempersiapkan perubahan strategi. Perubahan ini tidak terlepas dari perhitungan para pelaku usaha dalam melakukan produksi, konsumsi hingga investasi (Soegiri, 2009).

Informasi kondisi makro ekonomi Indonesia sangat penting terutama bagi investor, baik dalam Penanaman Modal dalam Negeri (PDAM) maupun Penanaman Modal Asing (PMA) yang akan menanamkan modalnya di Indonesia (Diarga, 2020). *Early Information* (informasi dini) tentang kondisi perekonomian sangat dibutuhkan dengan tujuan untuk membantu pihak-pihak dalam mengambil langkah untuk mengantisipasi perubahan kondisi yang dapat meminimalisir kerugian. Informasi dini diharapkan mampu meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan, baik dalam kebijakan publik, investor maupun trader (BPS, 2016). Sinergitas antara pelaku ekonomi dan pemerintah diharapkan mampu menciptakan kondisi perekonomian yang lebih baik.

Bank Indonesia memperkenalkan indikator dalam menilai kinerja perekonomian dalam jangka pendek yakni Indeks Keyakinan Konsumen. Indeks ini bertujuan untuk mengetahui keyakinan konsumen terhadap kondisi perekonomian suatu negara. Fluktuasi dari Indeks Keyakinan Konsumen disebabkan oleh dua indeks pembentuknya yaitu Indeks Ekonomi saat ini dan Indeks Ekspektasi Konsumen (BI, 2021). Kedua indeks ini menunjukkan arah perekonomian per bulan atau per triwulan berjalan serta prediksi triwulan mendatang yang mampu menjelaskan kondisi konsumen dari segi optimisme maupun pesimisme terhadap kondisi perekonomian (BPS, 2020). Perubahan dari indeks tersebut tentu berkaitan dengan konsumsi riil masyarakat, pendapatan yang diperoleh sektor rumah tangga, tingkat suku bunga yang berlaku serta kekayaan yang dimiliki. Ketika keyakinan konsumen semakin optimisme maka kondisi perekonomian semakin membaik.

Pada awal bulan April tahun 2020 merebaknya kasus Covid-19 di Indonesia menjadi fenomena baru bagi konsumen maupun pemerintah. Perubahan kondisi ini menekan posisi

pasar dan memaksa pemerintah untuk mengambil kebijakan untuk membatasi aktivitas masyarakat pada ruang-ruang publik. Kebijakan itu secara langsung dan tidak langsung berdampak pada penurunan tingkat konsumsi rumah tangga (Fakhrunnas, 2020). Covid-19 ini mengakibatkan laju pertumbuhan ekonomi nasional tahun 2020 mengalami pertumbuhan negative. Seluruh sektor usaha ditutup untuk mencegah penyebaran virus SARS-Cov-2, bahkan disisi permintaan konsumen terhadap barang jadi serta pengeluaran konsumsi juga menunjukkan penurunan (Purwanto, 2020).

Perubahan kondisi tersebut mengakibatkan pola konsumsi masyarakat berubah akibat dari anjuran pemerintah untuk tidak keluar rumah yang tentunya kebijakan tersebut berdampak pada perjalanan wisata yang ditiadakan, padahal pergerakan kinerja perekonomian hampir 60 persen disumbangkan oleh konsumsi wisata masyarakat (Fahrika & Roy, 2020).

Penelitian ini akan melakukan pengujian Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) terhadap kondisi perekonomian di Indonesia sebelum (2019) dan saat (2020-2021) masa pandemi Covid-19.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Indeks Keyakinan Kosumen**

Indeks keyakinan konsumen (IKK) merupakan rata-rata sederhana dari indeks ekonomi saat ini dan indeks ekspektasi konsumen yang mencerminkan keyakinan konsumen Indonesia mengenai kondisi ekonomi di Indonesia. Indeks ekonomi saat ini mencakup keyakinan konsumen mengenai penghasilan saat ini, ketepatan waktu untuk melakukan pembelian barang tahan lama dan ketersediaan lapangan kerja dengan membandingkan antara kondisi saat ini dan enam bulan yang lalu. Sedangkan indeks ekspektasi konsumen mencakup keyakinan konsumen mengenai ekspektasi konsumen terhadap kondisi perekonomian enam bulan yang akan datang dibanding saat ini, meliputi ekspektasi penghasilan, kondisi (dunia usaha) ekonomi Indonesia secara umum dan ketersediaan lapangan kerja (BI, 2021).

Menurut *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), Indeks Keyakinan Konsumen memberikan indikasi perkembangan konsumsi dan tabungan

rumah tangga di masa mendatang, berdasarkan jawaban mengenai situasi keuangan yang mereka harapkan, sentimen mereka tentang situasi ekonomi secara umum, pengangguran dan kemampuan menabung. Jika nilai indeks tersebut di atas 100 berarti terdapat peningkatan kepercayaan konsumen terhadap situasi ekonomi masa depan, sebagai akibatnya mereka cenderung tidak menabung, dan lebih cenderung membelanjakan.

### **Perekonomian Indonesia**

Indonesia tergolong dalam salah satu Negara dengan perekonomian yang berkembang di dunia terbesar se-Asia urutan ketiga setelah China dan India. Ekonomi Indonesia sebagai pondasi kekuatan ekonomi terbesar urutan ke-16 dunia. Kebangkitan ekonomi Indonesia didukung melalui kegiatan industry dan perdagangan berbasis ekspor dalam menggerakkan ekonomi Indonesia (Dumairy, 1996).

Kondisi tersebut dapat dilihat dari fluktuasi pertumbuhan ekonomi suatu negara. pertumbuhan ekonomi merupakan kenaikan atas berbagai output produksi di suatu negara. indikator untuk mengukur kinerja perekonomian suatu negara dapat digunakan Produksi Domestik Bruto (PDB) sebagai penentu keberhasilan pemerintah dalam menggerakkan perekonomian negara. Pertumbuhan ekonomi memiliki definisi yang sama dengan kemajuan ekonomi, perkembangan ekonomi, serta kesejahteraan ekonomi yang dapat diartikan pada peningkatan per kapita dalam jangka panjang (Boediono, 1982), hal tersebut mengindikasikan bahwa pertumbuhan ekonomi bersifat dinamis yang dapat dilihat dari perkembangan dan perubahan suatu perekonomian dari waktu ke waktu.

Pertumbuhan ekonomi mengarah pada suatu konsep pengukuran tunggal (*univariate*), seperti unit pendapatan dan produksi. Ukuran pertumbuhan ekonomi dapat dilakukan secara kuantitatif pada nilai numerik yang pasti, oleh karena itu pertumbuhan ekonomi merupakan konsep empiris kuantitatif dan bisa diuji secara empirik (Taryono, 2012). Pertumbuhan ekonomi dijadikan sebagai landasan untuk menjelaskan perubahan output jangka panjang dari faktor-faktor yang mempengaruhinya serta interaksi antar faktor-faktor yang mengakibatkan terjadinya perubahan dalam perekonomian

(Boediono, 1982). Kenaikan output perkapita rill mengindikasikan perbaikan kesejahteraan ekonomi dalam masyarakat (Arsyad, 1999).

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

Jenis penelitian ini ialah penelitian pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yang diakses dari Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) dan Bank Indonesia (BI) yang berupa hasil publikasi survei konsumen dan kinerja perekonomian di Indonesia pada tahun 2019-2021. Data diambil kurun waktu 3 tahun terakhir yang bersifat triwulan dengan tujuan untuk melihat informasi dini sebelum dan saat pandemi Covid-19 di Indonesia. Kemudian peneliti menggunakan analisa statistik deskriptif dan regresi linier sederhana dalam pengolahan data (Nazir, 2015). Analisa statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data yang telah tersaji sehingga lebih mudah untuk dipahami (Sugiyono, 2017). Kemudian dilakukan persamaan regresi linier sederhana guna untuk melihat tingkat signifikansi dan arah pengaruh indeks keyakinan konsumen terhadap kondisi perekonomian di Indonesia yang diuji dengan menggunakan *software views* 10.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini untuk menguji pengaruh dari Indeks Keyakinan Konsumen pada kondisi perekonomian di Indonesia sebelum dan saat pandemi Covid-19 dengan mengambil data pada 2019-2021. Dari hasil survei kosumen Bank Indonesia yang terdapat dua indeks pembentuk dari Indeks Keyakinan Konsumen yaitu Indeks Kondisi Ekonomi saat ini dan Indeks Ekspektasi Konsumen.

**Tabel 1**  
**Indeks Keyakinan Kosumen, Indeks Ekonomi saat ini dan Indeks Ekspektasi**  
**Konsumen Tahun 2019-2021**

Tahun	Bulan	IKK	IKE	IEK
		Nilai	Nilai	Nilai
2019	Januari	125.5	110.3	140.6
	Februari	125.1	109.4	140.9
	Maret	124.5	108.9	140.2
	April	128.1	111.4	144.8
	Mei	128.2	113.5	142.0
	Juni	126.4	114.7	138.1
	Juli	124.8	111.2	138.3
	Agustus	123.1	110.3	136.0
	September	121.8	107.5	136.2

	Oktober	118.4	104.8	132.0
	November	124.2	109.3	139.1
	Desember	126.4	113.1	139.6
<b>2020</b>	Januari	121.7	109.6	133.7
	Februari	117.7	105.5	129.8
	Maret	113.8	103.3	124.3
	April	84.8	62.8	106.8
	Mei	77.8	50.7	104.9
	Juni	83.8	45.8	121.8
	Juli	86.2	50.7	121.7
	Agustus	86.9	55.6	118.2
	September	83.4	54.1	112.6
	Oktober	79.0	51.5	106.6
	November	92.0	60.1	123.9
	Desember	96.5	68.6	124.3
<b>2021</b>	Januari	84.9	63.0	106.7
	Februari	85.8	65.1	106.5
	Maret	93.4	72.6	114.1
	April	101.5	80.3	122.6
	Mei	104.4	86.8	122.1
	Juni	107.4	90.3	124.4
	Juli	80.2	67.1	93.2
	Agustus	77.3	59.4	95.3
	September	95.5	72.7	118.2
	Oktober	113.4	91.8	134.9
	November	118.5	99.2	137.8
	Desember	118.3	99.9	136.8

Sumber: Survei Konsumen oleh Bank Indonesia, data diolah 2021

Berdasarkan tabel 1, pada tahun 2019 sebelum pandemi Covid-19 menunjukkan optimisme konsumen terjaga dengan nilai rata-rata angka indeks sebesar 124,7 yang berada diatas angka optimisme 100 poin. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat keyakinan konsumen terhadap kondisi perekonomian pada tahun 2019 berada pada zona optimisme. Hal tersebut tercermin dari angka IKK setiap bulan tahun 2019 terjaga berada diatas angka optimisme 100 poin. Optimisme ini juga ditopang oleh indeks pembentuknya yaitu indeks ekonomi saat ini (enam bulan sebelumnya) sebesar 110.36 dan indeks ekspektasi konsumen terhadap kondisi ekonomi mendatang (enam bulan yang mendatang) sebesar 138.9.

Pada bulan April tahun 2020 indeks keyakinan konsumen mengalami penurunan akibat dari penyebaran Covid-19 semakin meluas di Indonesia. Kondisi ini disebabkan oleh pemberlakuan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang berdampak pada perubahan pola konsumsi masyarakat. Intensi belanja masyarakat turun sehingga

berdampak pada korelasi *demand* yang juga menurun. Prioritas belanja masyarakat saat pandemi Covid-19 berubah sangat drastis. Konsumen lebih mementingkan kebutuhan pokoknya seperti membeli obat-obatan, listrik, vitamin serta paket data dikarenakan kondisi yang memaksakan kegiatan dilakukan secara online. Hal demikian yang menyebabkan pola konsumsi masyarakat membatasi pengeluarannya. Dampak Covid-19 masih massif dengan menurunnya nilai indeks keyakinan konsumen dari bulan april hingga Juni. Konsumen menjadi khawatir dengan kondisi perekonomian domestik saat ini, terlebih pada kelangkaan pekerjaan dan naiknya harga pangan serta pada saat yang sama pula kekhawatiran konsumen akan pemberhentian kerja akibat dari pemberlakuan kebijakan PSBB oleh pemerintah untuk mencegah penyebaran Covid-19.

Pada bulan Juli tahun 2020, indeks keyakinan konsumen mengalami peningkatan sebesar 86,2 yang meningkat dua poin dari bulan sebelumnya meskipun masih berada pada zona pesimisme. Kenaikan ini disebabkan oleh kondisi ekonomi saat ini yang mengalami peningkatan dari angka 45,8 menjadi 50,7 dan ekspektasi konsumen (enam bulan mendatang) relatif stabil. Kondisi tersebut terjadi karena adanya pelanggaran Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Indonesia.

Indeks keyakinan konsumen mengalami peningkatan yang tipis pada bulan agustus dibandingkan dengan bulan sebelumnya sebesar 86,9, begitupun dengan nilai indeks kondisi ekonomi saat ini sebesar 55,6 dari angka 50,7. Kemudian angka indeks ekspektasi konsumen mengalami penurunan yang disebabkan oleh kegiatan usaha dan ketersediaan lapangan pekerjaan tidak sekuat dengan bulan sebelumnya. Kondisi ini mengindikasikan bahwa konsumen masih pada zona pesimisme terhadap kondisi perekonomian di tengah pandemi Covid-19.

Indeks keyakinan konsumen kembali mengalami penurunan di bulan September dan Oktober, akan tetapi pada bulan ini sedang mengalami perbaikan keyakinan konsumen sehingga pada bulan November dan Desember mengalami peningkatan yang tercermin dari angka indeks keyakinan konsumen pada bulan November sebesar 92,0 dan pada bulan Desember sebesar 96,5. Hal tersebut mengindikasikan bahwa keyakinan konsumen terhadap kondisi prospek perekonomian menguat. Menguatnya keyakinan konsumen ini

didorong oleh naiknya nilai indeks ekonomi saat ini dan nilai indeks ekspektasi konsumen enam bulan mendatang.

Pada tahun 2021 pesimisme konsumen terhadap kondisi prospek ekonomi kembali terjadi pada bulan januari tahun 2021 dengan nilai sebesar 84,9, lebih rendah dari bulan sebelumnya. Hal demikian disebabkan oleh melemahnya nilai ekspektasi konsumen terhadap kondisi ekonomi enam bulan mendatang, begitu pula kondisi ekonomi saat ini ikut melemah dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Hal tersebut terjadi karena Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di beberapa wilayah yang berdampak pada penurunan aktivitas ekonomi serta terbatasnya pendapatan masyarakat. Meskipun nilai indeks melemah, tapi persepsi konsumen masih optimisme pada indeks ekspektasi kosumen terhadap kondisi ekonomi enam bulan mendatang yang tercermin dari angka indeks ekspektasi konsumen sebesar 106,7 berada di atas angka optimisme 100 poin. Konsumen beranggapan masih terjadi pembatasan kondisi prospek ekonomi mendatang seperti lapangan pekerjaan, kegiatan usaha dan penghasilan.

Pada bulan Februari hingga Maret, keyakinan konsumen terhadap kondisi prospek perekonomian mulai membaik. Hal tersebut dilihat pada tabel 1.1 yang menunjukkan angka indeks keyakinan konsumen pada bulan Februari mengalami peningkatan sebesar 85,8 hingga bulan Maret sebesar 93,4. Meskipun masih berada pada zona pesimisme, akan tetapi kondisi ekonomi saat ini terpantau membaik dari bulan sebelumnya. Hal demikian disebabkan oleh adanya program pemulihan ekonomi nasional pada masa pandemi melalui vaksinasi yang berjalan lancar sehingga berdampak pada penguatan konsumen terhadap kondisi ekonomi saat ini. Disisi indeks ekspektasi konsumen juga mengalami penguatan sehingga optimisme konsumen terhadap kondisi ekonomi enam bulan mendatang juga membaik dari bulan sebelumnya. Meskipun masih berada pada angka pesimisme, namun pemulihan ekonomi terpantau mulai membaik hingga memasuki bulan April hingga Juni.

Pada bulan juli hingga september mengalami penurunan dan berada di zona pesimisme akan tetapi pemulihan ekonomi masih terus dilakukan sehingga optimisme konsumen kembali mekuat di bulan oktober hingga desember. Hal demikian tercermin



dari Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) berada pada level optimis. Terjaganya optimisme konsumen ditopang persepsi konsumen terhadap kondisi ekonomi saat ini yang terindikasi meningkat, dan juga kondisi ekonomi mendatang terjaga pada level optimis.

**Tabel 2**  
**Hasil Statistik Deskriptif**

Variabel	Mean	Median	Max.	Min.	Std. Deviasi	Observasi
IKK	108.5820	113.7150	137.7300	82.13000	20.95515	10
IKE	86.69400	126.1500	141.6300	109.1000	12.26553	10
IEK	126.3910	95.96500	113.2000	53.10000	25.74279	10

*Sumber: hasil output views 10 data diolah, 2021*

Tabel 2 menunjukkan jumlah observasi pengamatan dalam penelitian ini sebanyak 10. Pada variabel IKK memiliki nilai minimum sebesar 82.13 dan nilai maximum sebesar 137.73, artinya konsumen berada zona pesimisme pada angka 82.13 dan zona optimisme pada angka 137.73 pada tahun 2019 hingga 2021 di triwulan IV. Nilai mean sebesar 108.582 pada standar deviasi 20.955, karena nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi yang berarti keyakinan konsumen membaik terhadap kondisi perekonomian di Indonesia pada tahun 2019 hingga 2021.

Selanjutnya pada Indeks Ekonomi saat ini dengan nilai minimum sebesar 109.1 dan nilai maximum sebesar 141.63 artinya kontribusi Indeks Ekonomi saat ini terhadap Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) berkisar antara 109.1 sampai 141.63 dengan nilai kontribusi rata-ratanya sebesar 86.694 pada tahun 2019 hingga 2021 di triwulan IV.

Selanjutnya pada Indeks Ekspektasi Konsumen dengan nilai minimum sebesar 53.1 dan nilai maximum sebesar 113.2 yang berarti kontribusi Indeks Ekspektasi Konsumen terhadap Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) berkisar antara 53.1 hingga 113.2 dengan nilai kontribusi rata-ratanya sebesar 126.391 pada tahun 2019 hingga 2021 di triwulan IV.

**Tabel 3**  
**Hasil Pengujian Regresi Linear Sederhana**

Variable	Coefficient	t-statistic	Probabilitas (sig)
PE	-13.01930	-2.697007	0.0224
IKK	0.142357	3.214536	0.0093
<i>Sum squared resid</i>	89.94741		
<i>Prob (F-statistic)</i>	0.009261		
<i>R-squared</i>	0.508195		

--	--	--	--

*Sumber : data diolah eviews 10, 2021*

Berdasarkan tabel 3 diperoleh persamaan regresi linear sederhana antara variabel Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) dengan Kondisi Perekonomian/Pertumbuhan Ekonomi (PE) yaitu  $Y = -13.01930 + 0.142357X$ .

Berdasarkan persamaan matematik tersebut dengan nilai koefisien sebesar 1301930 yang berarti nilai Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) sebesar nilai konstanta 142357. Tabel 1.2 juga menunjukkan bahwa Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) memiliki hubungan yang baik dan positif terhadap perekonomian di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai probabilitas 0.0093 yang berada di bawah nilai pada taraf alfa 5% (0.05) dan nilai koefisien regresi dari variabel Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) sebesar 0.142357 yang artinya setiap peningkatan Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) akan meningkatkan perekonomian di Indonesia sebesar 14 persen.

Jika dilihat dari  $R^2$  sebesar 0.508195 yang artinya pengaruh dari Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) terhadap kondisi perekonomian di Indonesia sebesar 51 persen dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Implikasi dari kenaikan Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) ialah ketika konsumen berada pada zona optimis, maka pertumbuhan konsumsi rumah tangga juga akan semakin kuat. Hal demikian memberikan kekuatan kuat bagi pertumbuhan ekonomi untuk mengalami peningkatan, mengingat motor penggerak pertumbuhan ekonomi domestik adalah konsumsi rumah tangga. Hal tersebut sejalan dengan teori Keynes yang menyatakan bahwa keputusan pengeluaran konsumsi pemerintah dan konsumsi rumah tangga sangat mempengaruhi perilaku ekonomi baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek konsumsi mempunyai peran dalam menentukan permintaan agregat, sedangkan dalam jangka panjang konsumsi mempunyai peranan yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi (Mankiw, 2007). Hal demikian sejalan dengan penelitian Rizky Intan Syafitri yang menyatakan bahwa Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) merupakan salah satu yang signifikan untuk mendeskripsikan kondisi keuangan masyarakat, pandangan masyarakat terhadap kondisi perekonomian secara keseluruhan, serta pandangan dalam berkonsumsi. Semakin konsumen optimis terhadap kondisi perekonomian, maka akan

semakin tinggi pula potensi dalam berkonsumsi yang tentu berdampak pada peningkatan pertumbuhan ekonomi (Syafitri, 2021).

Hasil temuan tersebut dipekuat oleh hasil temuan Nurul Amin yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan ekonomi dan konsumsi, hal ini mengindikasikan bahwa apabila pertumbuhan ekonomi mengalami peningkatan maka pendapatan juga akan mengalami peningkatan yang tentunya akan meningkatkan daya beli masyarakat atas barang dan jasa sehingga konsumsi rumah tangga juga akan ikut naik dengan begitu akan mempengaruhi perekonomian di Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa pertumbuhan ekonomi akan semakin meningkat dengan meningkatnya konsumsi (Amin, 2011). Hasil penelitian tersebut juga selaras dengan hasil studi kasus Polandia, Klopocka (2017) menemukan bahwa Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) memiliki kemampuan prediksi yang kuat terhadap perubahan tingkat tabungan maupun pinjaman yang tentu akan berdampak pada kondisi perekonomian di masa mendatang (Klopocka, 2017).

Implikasi dari penelitian ini untuk pihak pengambil kebijakan, otoritas yang terkait dan regulator untuk memperhatikan Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) agar dapat tercipta kondisi perekonomian yang baik guna untuk menunjang pembangunan ekonomi yang inklusif.

## **KESIMPULAN**

Dari hasil statistik deskriptif dan analisis yang telah dilakukan maka hal penting dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada tahun 2019 sebelum adanya pandemi Covid-19, kinerja perekonomian di Indonesia tumbuh positif di atas lima persen, hal tersebut dibuktikan dengan optimisme konsumen terhadap kondisi perekonomian tahun 2019 terjaga diatas angka optimisme 100 poin.
2. Pada tahun 2020 triwulan pertama kondisi perekonomian masih pada zona optimisme yang sejalan dengan persepsi konsumen masih berada pada zona optimisme, namun memasuki bulan April, semakin meluasnya kasus Covid-19 di Indonesia membuat persepsi konsumen berada pada zona pesimisme terhadap kondisi perekonomian. Kondisi ini tercermin dari angka indeks keyakinan konsumen

pada bulan April hingga bulan Desember berada dibawah angka optimism 100 sehingga prospek perekonomian Indonesia mengalami ketidakjelasan hingga akhir tahun 2020.

3. Pada tahun 2021 triwulan pertama kondisi perekonomian Indonesia masih menunjukkan zona pesimisme, akan tetapi pada triwulan kedua hingga triwulan keempat perekonomian Indonesia telah menguat pada zona optimisme, kondisi ini sejalan dengan optimisme konsumen terhadap kinerja ekonomi, dibuktikan pada angka indeks keyakinan konsumen yang berada diatas angka optimisme 100 poin serta konsumen semakin optimisme terhadap kondisi prospek perekonomian pada enam bulan mendatang.
4. Indeks Keyakinan Konsumen memiliki pengaruh yang baik dan positif terhadap perekonomian Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan temuan pada hasil persamaan regresi dengan nilai probabilitas IKK sebesar 0,0093 lebih kecil dari pada taraf alfa 5% (0,05) dan nilai koefisiennya sebesar 0.142357 yang berarti setiap perubahan nilai yang terjadi pada Indeks Keyakinan Konsumen, maka perekonomian di Indonesia juga akan mengalami perubahan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amin, N. (2011). Analisis Konsumsi dan Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Riau. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita.*, 3(1), 707–714. <http://www.ainfo.inia.uy/digital/bitstream/item/7130/1/LUZARDO-BUIATRIA-2017.pdf>
- Arsyad, L. (1999). *Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Daerah*. Jakarta: BPFE.
- Bank Indonesia. (2021). *Survei Konsumen*.
- Bank Indonesia (2021). Indeks Keyakinan Konsumen
- Boediono. (1982). *Pengantar Ilmu Ekonomi, No.2 Ekonomi Makro*. Yogyakarta: BPPE.
- BPS. (2016). *Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen*.
- BPS. (2020). *Indeks Tendensi Konsumen*.
- Diarga, A. G. (2020). Analisis Persepsi Bisnis Terhadap Persepsi Konsumen Melalui Indeks Tendensi Bisnis (ITB) dan Indeks Tendensi Konsumen (ITK) di Indonesia. *Cendekia Niaga*, 4(2), 70–84. <https://doi.org/10.52391/jcn.v4i2.508>
- Dumairy. (1996). *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Fahrika, A. I., & Roy, J. (2020). *Dampak pandemi covid 19 terhadap perkembangan makro ekonomi di indonesia dan respon kebijakan yang ditempuh The impact of the Covid 19 pandemic on macroeconomic developments in Indonesia and the policy response taken*.

- 16(2), 206–213.
- Fakhrunnas, F. (2020). *Investasi Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19, Bagaimana Pengaruhnya?* Fakultas Bisnis Dan Ekonomika UII. <https://faecob-uii-ac.id/blog/2020/08/-1/investasi-sebelum-dan-sesudah-pandemi-covid-19-bagaimana-pengaruhnya/>
- Klopocka, A. . (2017). Does Consumer Confidence Forecast Household Saving and Borrowing Behavior? Evidence for Poland. *Social Indicators Research*, 133, 639–717.
- Mankiw, G. (2007). *Makro Ekonomi* (6th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Nazir, M. (2015). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Purwanto, A. (2020). *Ekonomi Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19: Potret dan Strategi Pemulihan*. Kompas Pedia. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/ekonomi-indonesia-pada-masa-pandemi-covid-19-potret-dan-strategi-pemulihan-2020-2021>
- Soegiri, H. (2009). *Prospek Indeks Tendensi Bisnis Jawa Timur Tahun 2009*. 9(2), 66–79.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Syafitri, R. I. (2021). *Pengaruh Inflasi, Ekspor dan ZIs (Zakat, Infak dan Sedekah) terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia dengan Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) sebagai Variabel Intervening*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Taryono. (2012). Pengantar Teori Ekonomi Pembangunan. *Pustaka.Ut.*, 1.2-1.51. <http://repository.ut.ac.id/4234/1/MMPI5204-M1.pdf>