

Analisis tingkat konsumsi masyarakat terhadap kondisi ekonomi di kota Cirebon

Firman Hidayat¹ Ramlah Puji Astuti²

^{1,2}Universitas Swadaya Gunung Jati, Indonesia

¹Email: firmanhidayat489@gmail.com

²Email: ramlah_puji_astuti@yahoo.co.id

Abstrak

Keyakinan konsumen dapat tercermin dari tingkat konsumsi masyarakat di suatu daerah. Perkembangan keyakinan konsumen di Indonesia cenderung mengalami penurunan pada akhir-akhir ini dengan meroketnya harga barang-barang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keyakinan konsumen masyarakat di Kota Cirebon. Populasi yang digunakan pada penelitian ini golongan rumah tangga yang mempunyai penghasilan lebih dari Rp 1 Juta Rupiah dan mempunyai pengeluaran lebih dari Rp 1 Juta Rupiah. Teknik Penarikan Sampel yang diambil menggunakan *stratified random sampling* yang berasal dari 5 Kecamatan di Kota Cirebon. Sampel yang diambil berjumlah 100 responden setiap bulan. Teknik analisis yang digunakan berupa analisa deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Indeks Keyakinan Konsumen (IKK), Indeks Kondisi Ekonomi (IKE) dan Indeks Ekspektasi Kondisi Ekonomi (IEK) di Kota Cirebon mengalami kenaikan di Bulan Juli. Semakin tinggi nilai IKK suatu Kota, maka semakin kuat ekonomi suatu kota. Selanjutnya semakin tinggi nilai IKE suatu kota, maka inflasi di kota tersebut bisa dikendalikan dan kondisi ekonominya semakin membaik. Sementara itu, Semakin tinggi nilai IEK suatu kota, maka semakin kota tersebut perekonomiannya dipercaya oleh masyarakat dan investor banyak yang ingin menginvestasikan dananya di kota tersebut.

Kata Kunci: Ekspektasi; keyakinan konsumen; kota Cirebon

Analysis of the level of public consumption on economic conditions in the city of Cirebon

Abstract

Consumer confidence can be reflected in the level of consumption of people in the area. The development of consumer confidence in Indonesia has tended to decline lately with the increased prices of goods. This study aims to analyze consumer confidence in the Cirebon City. The population used in this study is the household group that has an income of more than IDR 1 million and has an expenditure of more than IDR 1 million. The sampling technique was taken using stratified random sampling from 5 districts in the city of Cirebon. Samples taken are 100 respondents every month. The analysis technique used is descriptive analysis. The results showed that the value of the Consumer Confidence Index (IKK), Economic Condition Index (IKE) and Expectation Economic Conditions Index (IEK) in Cirebon City experienced an increase in July. The higher the IKK value of a city, the stronger the city's economy. Furthermore, the higher the IKE value of a city, the inflation in that city can be controlled and the economic condition will improve. Meanwhile, the higher the IEK value of a city, the more the city's economy is trusted by the public and many investors want to invest their funds in the city.

Keywords: *Expectations; consumer confidence; Cirebon city*

PENDAHULUAN

Konsumsi merupakan salah satu faktor penentu pertumbuhan ekonomi Indonesia yang sekaligus juga indikator kesejahteraan penduduk Indonesia. Karena konsumsi rumah tangga memberikan pemasukan kepada pendapatan nasional. Di kebanyakan negara pengeluaran konsumsi sekitar 60-75 persen dari pendapatan nasional. Alasan yang kedua, konsumsi rumah tangga mempunyai dampak dalam menentukan fluktuasi kegiatan ekonomi dari satu waktu ke waktu lainnya. Sementara itu, dalam jangka panjang, pola konsumsi dan tabungan masyarakat sangat besar pengaruhnya terhadap pertumbuhan ekonomi (Sukirno, 2015).

Pola konsumsi rumah tangga merupakan salah satu indikator kesejahteraan rumah tangga. Selama ini berkembang pengertian bahwa besar kecilnya proporsi pengeluaran untuk konsumsi makanan terhadap seluruh pengeluaran rumah tangga dapat memberikan gambaran kesejahteraan rumah tangga tersebut. Rumah tangga dengan proporsi pengeluaran yang lebih besar untuk konsumsi makanan mengindikasikan rumah tangga yang berpenghasilan rendah. Makin tinggi tingkat penghasilan rumah tangga, makin kecil proporsi pengeluaran untuk makanan terhadap seluruh pengeluaran rumah tangga. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa rumah tangga akan semakin sejahtera bila persentase pengeluaran untuk makanan jauh lebih kecil dibandingkan persentase pengeluaran untuk non makanan. Rata-rata pengeluaran rumah tangga dapat digunakan untuk melihat pola konsumsi.

Pengeluaran konsumsi rumah tangga berpengaruh signifikan terhadap PDB (Tapsin & Hepsag, 2014). Pengeluaran konsumsi rumah tangga berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jambi (Sudirman & Alhudhori, 2018). Pengeluaran konsumsi rumah tangga mencakup semua pengeluaran untuk konsumsi barang dan jasa (Badan Pusat Statistik Nasional, 2009). Sementara itu, menurut (Dewi, Amar, & Sofyan, 2013) Konsumsi, Investasi dan pengeluaran pemerintah dan net ekspor secara bersama-sama berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Konsumsi rumah tangga dengan proporsi pengeluaran yang lebih besar untuk konsumsi makanan mengindikasikan rumah tangga yang berpenghasilan rendah. Makin tinggi tingkat penghasilan rumah tangga, makin kecil proporsi pengeluaran untuk makanan terhadap seluruh pengeluaran rumah tangga. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa rumah tangga/keluarga akan semakin sejahtera bila persentase pengeluaran untuk makanan jauh lebih kecil dibandingkan persentase pengeluaran untuk non makanan.

Tingkat keyakinan konsumen pada dasarnya merupakan bentuk dukungan konsumen terhadap upaya yang dilakukan untuk mendapatkan segala sesuatu yang diinginkan, melalui keyakinan seorang konsumen akan memberikan dukungan terkait dengan keputusan pembelian yang akan ditetapkan. Analisis terhadap keyakinan konsumen akan memberikan suatu gambaran mengenai segala bentuk aktivitas atau kegiatan yang dilakukan sehingga konsumen benar-benar menyakini bahwa keputusan yang ditetapkan merupakan yang terbaik. Berbagai upaya Pemerintah untuk memberikan keyakinan kepada konsumen tersebut terkait secara langsung dengan upaya untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Keyakinan konsumen dapat tercermin dari tingkat konsumsi masyarakat di suatu daerah. Perkembangan keyakinan konsumen di Indonesia cenderung mengalami penurunan pada akhir-akhir ini dengan meroketnya harga barang-barang.

METODE

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan karakteristik dari variabel-variabel penelitian (sekar, 2007). Penelitian ini dapat menjelaskan karakteristik pengeluaran konsumen di Kota Cirebon.

(sekar, 2007) menjelaskan, bahwa pernyataan atau konsep yang bersifat abstrak harus dikurangi dengan cara menguraikannya kedalam bentuk perilaku-perilaku atau karakteristik yang dapat diamati.

Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala sikap Likert diberi skor dengan cara: (a) sangat tinggi/selalu/sangat positif akan diberi skor 5; (b) tinggi/sering/positif, akan diberi skor

4; (c) sedang/kadang-kadang/netral, diberi skor 3; (d) rendah/hampir tidak pernah/negatif, akan diberi skor 2, dan (5) sangat rendah/tidak pernah/sangat negatif, diberi skor 1.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh rumah tangga di Kota Cirebon yang mempunyai pengeluaran minimal Rp 1 Juta per bulan. Data populasi ini bersumber dari BPS Kota Cirebon. Sedangkan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 rumah tangga yang berasal dari 5 Kecamatan di Kota Cirebon.

Dalam penelitian lapangan (field study) pengumpulan data akan dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan seperangkat pertanyaan tertulis yang diformulasikan terlebih dahulu untuk merekam jawaban responden (sekaran, 2007). Kuesioner akan dibagikan kepada seluruh responden dengan menggunakan jasa kurir (surveyor).

Metode penarikan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah stratified random sampling. Hal ini dikarenakan responden yang diambil dikategorikan ke dalam beberapa kategori pengeluaran per bulannya.

Pengolahan data penelitian ini menggunakan Balance Score (Indeks Saldo Bersih), Simple Average (rata-rata sederhana), dan pooling.

Perhitungan Balance Score yaitu saldo bersih + 100. Saldo bersih adalah selisih antara persentase jumlah responden yang memberikan jawaban meningkat dengan persentase jumlah responden yang memberikan jawaban menurun.

Balance Score = (% responden yang menjawab meningkat - % responden yang menjawab menurun)

Angka indeks di atas 100 menunjukkan respon optimis lebih banyak dibandingkan respon pesimis. Sebaliknya, angka di bawah 100 menunjukkan respon pesimis lebih banyak dibandingkan respon optimis.

Berikut adalah rumus perhitungan dengan *pooling*:

$$\% \text{Jawaban A} = \frac{\sum \text{responden yang menjawab A}}{\text{Total Responden yang menjawab pertanyaan}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang di survey pada penelitian ini berasal dari 5 Kecamatan di Kota Cirebon yaitu Harjamukti, Kesambi, Kejaksan, Pekalipan dan Lemah Wungkuk. Masing-masing kecamatan diambil sampel 20 responden setiap bulannya. Dengan demikian sampel yang diambil sebanyak 100 responden setiap bulannya. Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan mulai dari bulan Mei-Juli 2019, sehingga jumlah sampel nya berjumlah 300 responden. Hal ini dikarenakan pada 3 bulan tersebut adanya Bulan Suci Ramadhan dan hari raya Idul Fitri, sehingga peneliti ingin melihat sejauh mana kondisi ekonomi masyarakat di Kota Cirebon pada bulan tersebut. Responden yang disurvei pada penelitian ini setiap bulannya berbeda orang. Hal ini dikarenakan agar informasi yang diperoleh menjadi lebih informatif.

Tabel 1. Profil responden berdasarkan jenis kelamin

No	Bulan	Jenis kelamin	
		Laki-laki	Perempuan
1	Mei 2019	48	52
2	Juni 2019	48	52
3	Juli 2019	50	50

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa responden yang diambil untuk setiap bulannya berbeda dari jenis kelamin. Pada bulan Mei dan Juni, jumlah responden untuk perempuan lebih banyak dibanding dengan laki-laki yaitu sebesar 52%. Sementara itu, jumlah responden di bulan Juli seimbang yaitu 50% untuk laki-laki dan perempuan.

Tabel 2. Profil responden berdasarkan jenis pengeluaran per bulan

No	Bulan	Pengeluaran per bulan			
		Rp 1-2 Juta	Rp2.1-3 Juta	Rp 3.1-4 Juta	> Rp 4 Juta
1	Mei 2019	42	35	13	10
2	Juni 2019	35	44	16	5
3	Juli 2019	52	25	19	4

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa responden yang diambil untuk setiap bulannya berbeda dari jumlah pengeluaran per bulannya. Pada bulan Mei, jumlah responden yang mempunyai pengeluaran per bulan berkisar antara Rp 1-2 Juta sebesar 42%, disusul dengan Rp 2.1-3 Juta sebesar 35%, Rp 3.1-4 juta sebesar 13% dan pengeluaran per bulannya yang lebih Rp 4 juta sebesar 10%. Sementara itu, di bulan Juni, jumlah responden yang mempunyai pengeluaran per bulan berkisar antara Rp 2.1-3 Juta sebesar 44%, disusul dengan Rp 1-2 Juta sebesar 35%, Rp 3.1-4 juta sebesar 16% dan pengeluaran per bulannya yang lebih Rp 4 juta sebesar 5%.

Selanjutnya, di bulan Juli, jumlah responden yang mempunyai pengeluaran per bulan berkisar antara Rp 1-2 Juta sebesar 52%, disusul dengan Rp 2.1-3 Juta sebesar 25%, Rp 3.1-4 juta sebesar 19% dan pengeluaran per bulannya yang lebih Rp 4 juta sebesar 4%.

Tabel 3. Profil responden berdasarkan usia

No	Bulan	Usia			
		20-30 Tahun	31-40 Tahun	41-50 Tahun	> 50 Tahun
1	Mei 2019	16	24	28	32
2	Juni 2019	15	26	26	33
3	Juli 2019	18	11	32	39

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa responden yang diambil untuk setiap bulannya berbeda dari segi usianya. Pada bulan Mei, jumlah responden yang mempunyai usia berkisar lebih dari 50 tahun sebesar 32%, disusul dengan kisaran usia 41-50 tahun sebesar 28%, kisaran usia 31-40 tahun sebesar 24% dan kisaran usia 20-30 tahun sebesar 16%. Sementara itu, di bulan Juni, jumlah responden yang mempunyai usia berkisar lebih dari 50 tahun sebesar 33%, disusul dengan kisaran usia 41-50 tahun sebesar 26%, kisaran usia 31-40 tahun sebesar 26% dan kisaran usia 20-30 tahun sebesar 15%.

Selanjutnya, di bulan Juli jumlah responden yang mempunyai usia berkisar lebih dari 50 tahun sebesar 39%, disusul dengan kisaran usia 41-50 tahun sebesar 32%, kisaran usia 20-30 tahun sebesar 18% dan kisaran usia 31-40 tahun sebesar 11%.

Tabel 4. Profil responden berdasarkan pendidikan terakhir

No	Bulan	Pendidikan Terakhir			
		SLTA	Diploma	S1	Magister (S2)/Doktor (S3)
1	Mei 2019	71	11	16	2
2	Juni 2019	72	12	15	1
3	Juli 2019	80	8	12	0

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa responden yang diambil untuk setiap bulannya berbeda dari pendidikan terakhir. Pada bulan Mei, jumlah responden yang mempunyai pendidikan terakhir/tamatan SLTA sebesar 71%, disusul dengan tamatan Sarjana sebesar 16%, tamatan Diploma sebesar 11% dan Tamatan S2/S3 sebesar 2%. Sementara itu, di bulan Juni, jumlah responden yang mempunyai pendidikan terakhir/tamatan SLTA sebesar 72%, disusul dengan tamatan Sarjana sebesar 15%, tamatan Diploma sebesar 12% dan Tamatan S2/S3 sebesar 1%..

Selanjutnya, di bulan Juli, jumlah responden yang mempunyai pendidikan terakhir/tamatan SLTA sebesar 80%, disusul dengan tamatan Sarjana sebesar 12%, tamatan Diploma sebesar 8% dan Tamatan S2/S3 sebesar 0%.

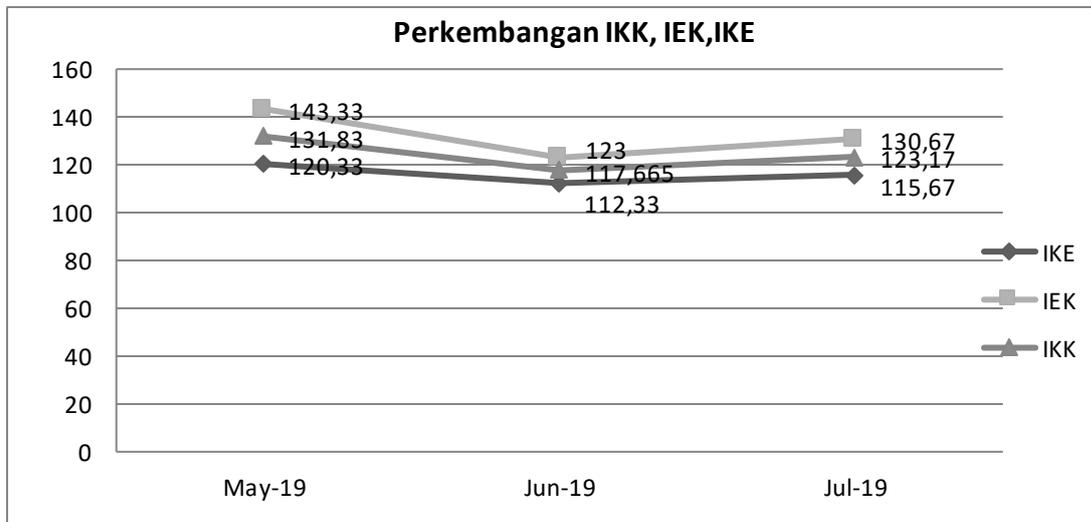
Analisis indeks keyakinan konsumen (ikk), indeks ekspektasi kondisi ekonomi (iek), indeks kondisi ekonomi (ike)

Komponen pembentuk IKE yaitu Indeks penghasilan saat ini dibandingkan 6 bulan sebelumnya, Indeks ketersediaan lapangan kerja saat ini dibandingkan 6 bulan sebelumnya dan Indeks ketepatan waktu pembelian barang-barang tahan lama saat ini dibandingkan 6 bulan sebelumnya. Sementara itu, komponen pembentuk IEK yaitu Indeks ekspektasi penghasilan 6 bulan mendatang dibandingkan saat ini, Indeks ekspektasi ketersediaan lapangan kerja 6 bulan mendatang dibandingkan saat ini dan Indeks ekspektasi kegiatan usaha 6 bulan mendatang dibandingkan saat ini.

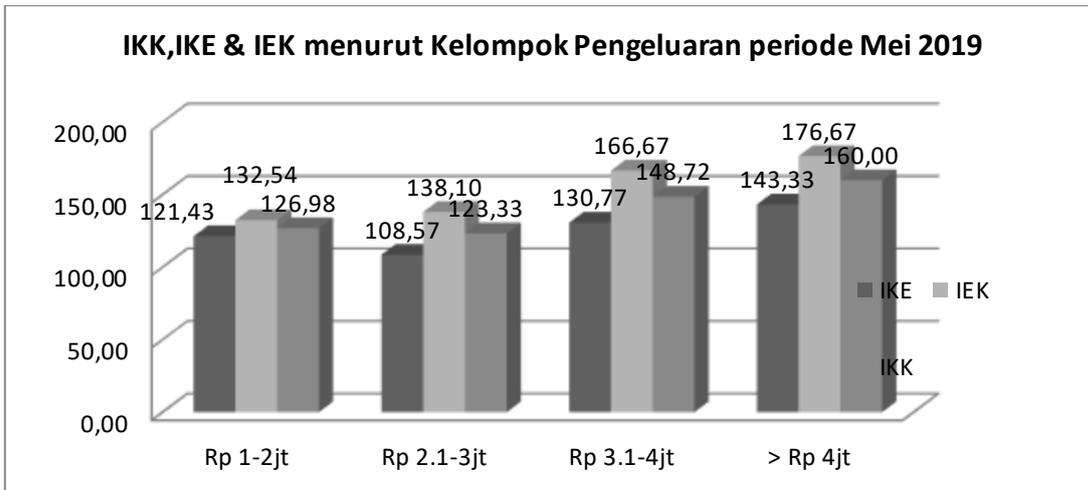
Selanjutnya untuk komponen pembentuk IKK merupakan rata-rata dari komponen IKE dan IEK. Semakin tinggi nilai IKK pada suatu periode tertentu, berarti keyakinan masyarakat untuk pada kondisi ekonomi dan ekpektasi kondisi ekonomi semakin tinggi.

Pada Gambar 1 terlihat bahwa di bulan Juni 2019 terjadi penurunan tajam untuk IKK, IEK dan IKE. Hal ini dikarenakan pada bulan Juni 2019 terdapat Hari raya Idul Fitri yang biasanya masyarakat mengeluhkan terhadap kenaikan barang-barang kebutuhan pokok dan inflasi yang cenderung tinggi pada bulan tersebut. Nilai IKK sebesar 117.665 pada bulan Juni mengalami penurunan sebesar 14.165 poin dibandingkan dengan periode Mei 2019. Nilai IKK yang mengalami penurunan turut disumbang oleh nilai IKE dan IEK yang mengalami penurunan tajam pula. Penurunan yang sangat tajam terjadi pada nilai IEK sebesar 20.33 poin, sedangkan untuk nilai IKE mengalami penurunan sebesar 8 poin.

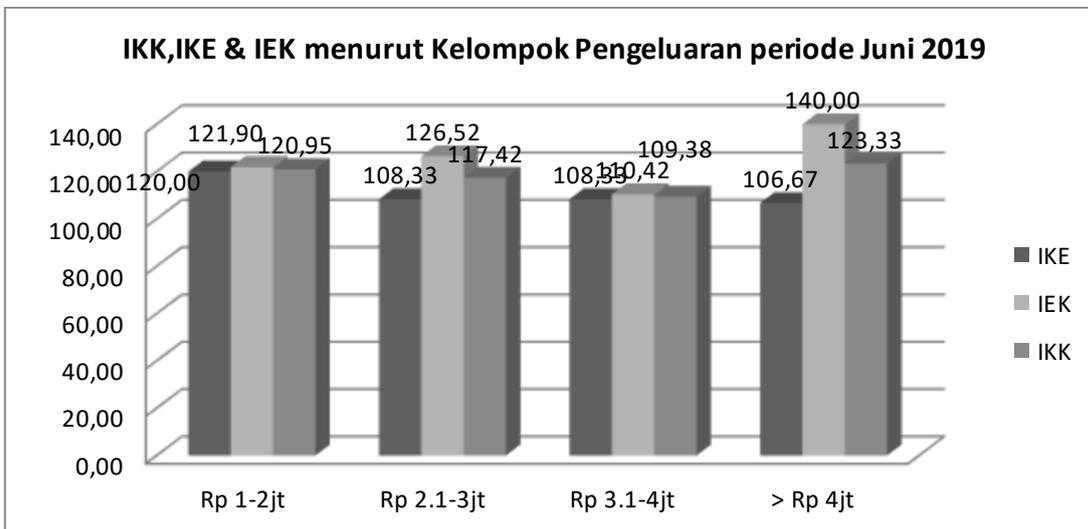
Sementara itu, pada Bulan Juli 2019, nilai IKK,IEK dan IKE terlihat mulai mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan setelah 2-3 minggu setelah Hari Raya, harga-harga kebutuhan pokok dari masyarakat cenderung mengalami penurunan dan kembali normal. Pada bulan Juli 2019, nilai IKK mengalami peningkatan sebesar 5.505 poin, sedangkan nilai IKE dan IEK mengalami kenaikan sebesar 3.34 poin dan 7.67 poin.



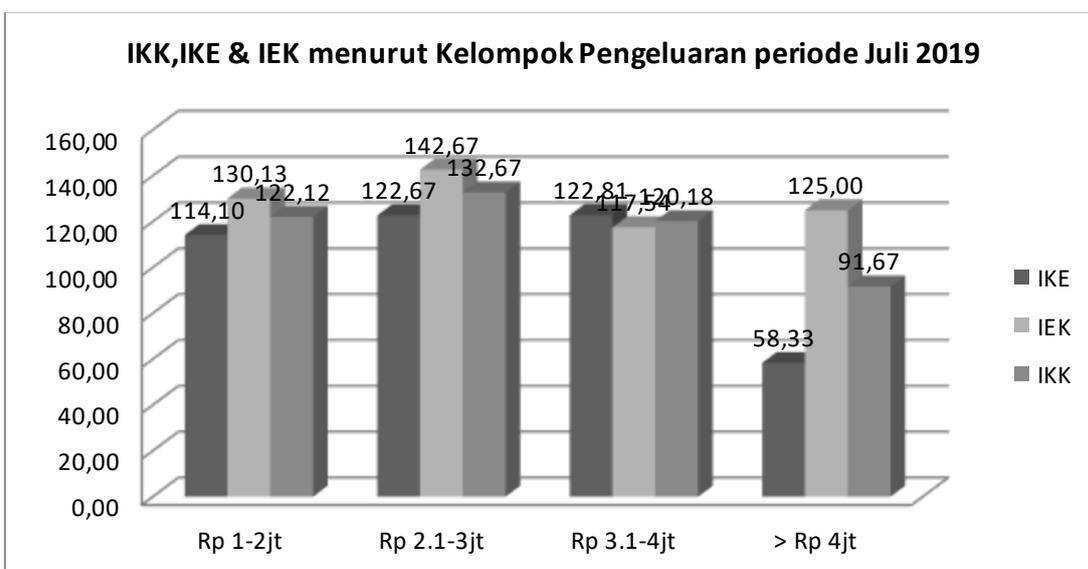
Gambar 1. Perkembangan IKK, IEK dan IKE



Gambar 2. IKK,IKE & IEK menurut kelompok pengeluaran periode Mei 2019



Gambar 3. IKK,IKE & IEK menurut kelompok pengeluaran periode Juni 2019

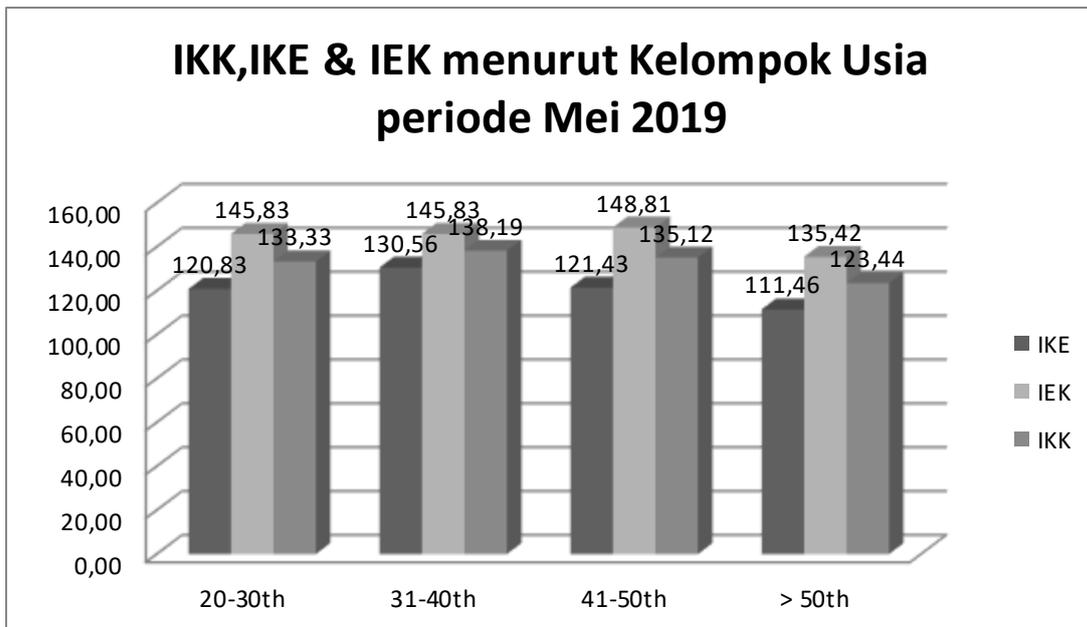


Gambar 4. IKK,IKE & IEK menurut kelompok pengeluaran periode Juli 2019

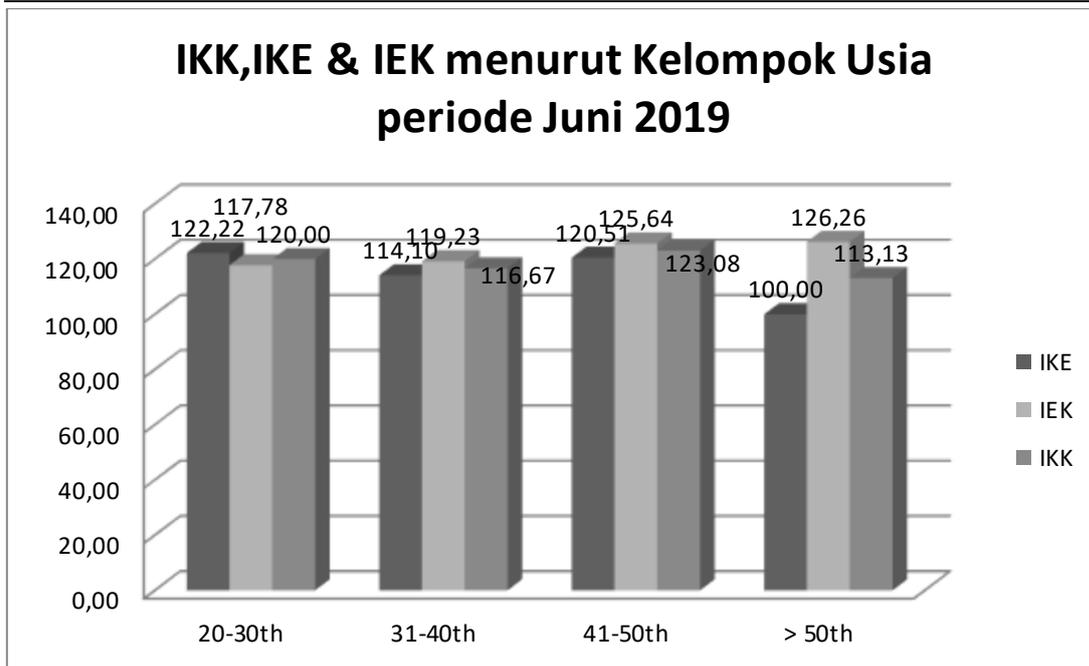
Pada Gambar 2 menunjukkan bahwa nilai IKE, IEK dan IKK tertinggi di bulan Mei berada di responden yang pengeluaran per bulan berkisar lebih dari Rp 4.000.000,-. Sementara itu, nilai IEK dan IKK terendah berada di responden yang pengeluaran per bulannya antara Rp 2.100.000,- s/d Rp 3.000.000,- sedangkan untuk nilai IKE terendah ada pada responden yang pengeluaran per bulannya antara Rp 1.000.000,- s/d Rp 2.000.000.

Pada Gambar 3 menunjukkan bahwa nilai IEK dan IKK tertinggi di bulan Juni berada di responden yang pengeluaran per bulan berkisar lebih dari Rp 4.000.000,- sedangkan nilai IKE tertinggi ada di kisaran pengeluaran antara Rp1.000.000 - Rp2.000.000,-. Sementara itu, nilai IEK dan IKK terendah berada di responden yang pengeluaran per bulan Juni antara Rp 3.100.000,- s/d Rp 4.000.000,- sedangkan untuk nilai IKE terendah ada pada responden yang pengeluaran per bulannya Lebih dari Rp 4.000.000.

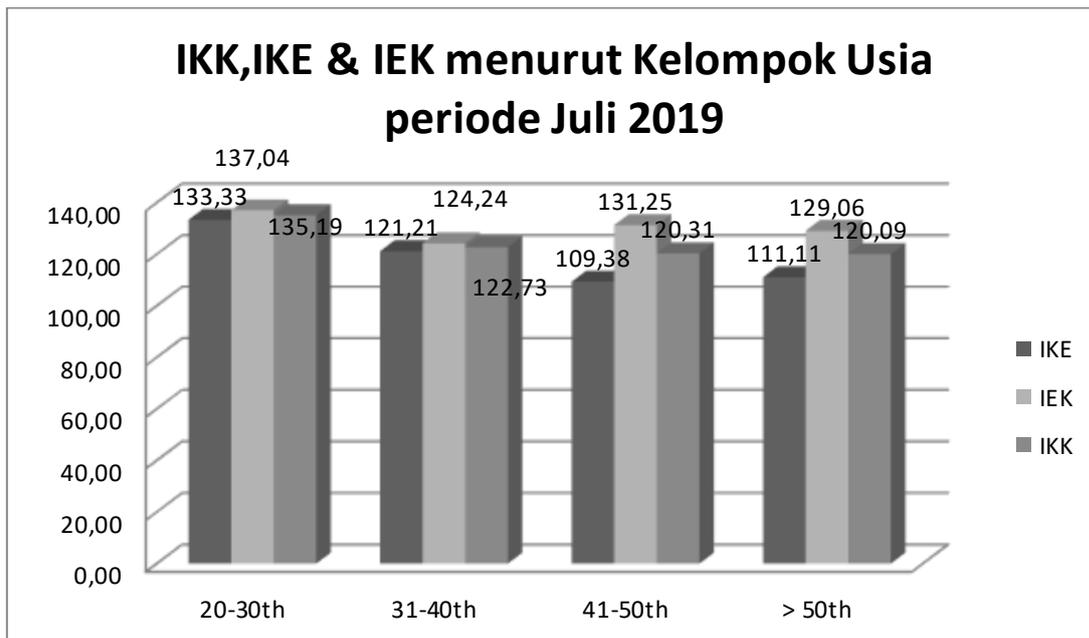
Pada Gambar 4 menunjukkan bahwa nilai IEK dan IKK tertinggi di bulan Juli berada di responden yang pengeluaran per bulan berkisar antara Rp 2.100.000,- s/d Rp 4.000.000,- sedangkan nilai IKE tertinggi ada di kisaran pengeluaran berkisar antara Rp3.100.000,- s/d Rp4.000.000,-. Sementara itu, nilai IKE dan IKK terendah berada di responden yang pengeluaran per bulan Juli berkisar lebih dari Rp 4.000.000,- sedangkan untuk nilai IEK terendah ada pada responden yang pengeluaran per bulannya berkisar antara Rp3.100.000,- s/d Rp4.000.000,-



Gambar 5. IKK, IKE & IEK menurut usia periode Mei 2019



Gambar 6. IKK, IKE & IEK menurut Usia periode Juni 2019)



Gambar 7. IKK, IKE & IEK menurut Usia periode Juli 2019

Pada Gambar 5 menunjukkan bahwa nilai IKE dan IKK tertinggi di bulan Mei berada di responden yang usianya berkisar 31 s/d 40 tahun, sedangkan untuk nilai IEK tertinggi di bulan Mei berada di responden yang usianya berkisar 41 s/d 50 tahun. Sementara itu, nilai IEK, IKE dan IKK terendah di bulan April berada di responden yang usianya berkisar lebih dari 50 tahun.

Pada Gambar 6 menunjukkan bahwa nilai IKE tertinggi berada pada usia 20-30 Tahun, nilai IEK tertinggi ada di usia lebih dari 50 tahun sedangkan IKK tertinggi di bulan Juni berada di responden yang usianya berkisar 41 s/d 50 tahun. Sementara itu, nilai IKE dan IKK terendah di bulan April berada di responden yang usianya berkisar lebih dari 50 tahun, sedangkan untuk nilai IEK terendah ada di usia lebih dari 50 tahun

Pada Gambar 7 menunjukkan bahwa nilai IKE, IEK dan IKK tertinggi berada pada usia 20-30 Tahun. Sementara itu, nilai IKE terendah di bulan Juli berada di responden yang usianya berkisar 41-50 tahun, sedangkan untuk nilai IEK terendah ada di usia 31-40 tahun. Selanjutnya untuk nilai IKK terendah di bulan Juli berada di responden yang usianya berkisar lebih dari 50 tahun.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan diantaranya adalah: Sebaran Pengeluaran Konsumsi Masyarakat di Kota Cirebon bervariasi. Sebagian besar responden yang disurvei selama 3 bulan di Kota Cirebon, diperoleh 43% responden mempunyai pengeluaran per bulannya sebesar Rp 1-2 Juta, 34.67% mempunyai pengeluaran sebesar Rp 2.1-3 Juta Rupiah, 16% mempunyai pengeluaran sebesar Rp 3.1-4 Juta Rupiah. 6.3% mempunyai pengeluaran lebih dari Rp 4 Juta Rupiah. Indeks Keyakinan Konsumen Kota Cirebon pada bulan Mei sebesar 131.83, bulan Juni 117.665, dan bulan Juli 123.17. Semakin tinggi nilai IKK suatu Kota, maka semakin kuat ekonomi suatu kota. Hal ini dikarenakan masyarakat sudah semakin yakin dengan kondisi ekonomi Kota tersebut. Indeks Kondisi Ekonomi Kota Cirebon pada bulan Mei sebesar 120.33, bulan Juni 112.33, dan bulan Juli 115.67. Semakin tinggi nilai IKE suatu kota, maka inflasi di kota tersebut bisa dikendalikan dan kondisi ekonominya semakin membaik. Indeks Ekspektasi Kondisi Ekonomi di Kota Cirebon pada bulan Mei sebesar 143.33, bulan Juni 123, dan bulan Juli 130.67. Semakin tinggi nilai IEK suatu kota, maka semakin kota tersebut perekonomiannya dipercaya oleh masyarakat dan investor banyak yang ingin menginvestasikan dananya di kota tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Nasional. (2009). *Statistik Indonesia*. Jakarta: Direktorat Diseminasi Statistik.
- Dewi, E., Amar, S., & Sofyan, E. (2013). Jurnal Kajian Ekonomi, Januari 2013, Vol. I, No. 02 ANALISIS PERTUMBUHAN EKONOMI, INVESTASI, DAN KONSUMSI DI INDONESIA Oleh : Dewi Ernita *, Syamsul Amar **, Efrizal Syofyan ***. *Jurnal Kajian Ekonomi*, 1(02), 176–193.
- sekaran, uma. (2007). *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudirman, S., & Alhudhori, M. (2018). Pengaruh Konsumsi Rumah Tangga, Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Jambi. *EKONOMIS : Journal of Economics and Business*, 2(1), 81. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v2i1.33>
- Sukirno, S. (2015). *Makro Ekonomi Modern: Perkembangan Pemikiran dari Klasik Hingga Keynesian Baru*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Tapsin, G., & Hepsag, A. (2014). an Analysis of Household Consumption Expenditures in Ea -18. *European Scientific Journal*, 10(16), 1–12.