

Efek Veblen (Conspicuous Consumption) Pada Perilaku Konsumsi di Indonesia = Veblen Effect (Conspicuous Consumption) in Consumption Behavior in Indonesia

Myrza Rahmanita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20480734&lokasi=lokal>

Abstrak

Perilaku konsumsi *conspicuous* banyak ditemui di negara-negara maju maupun berkembang. Di satu sisi, konsumsi *conspicuous* memberikan kontribusi positif seperti pertumbuhan dan percepatan perekonomian; namun di sisi lain dapat membawa dampak negatif seperti jebakan kemiskinan, kesenjangan, pengangguran dan kriminalitas. Di negara dunia ketiga termasuk Indonesia, konsumsi *conspicuous* dilakukan bahkan sebelum rumah tangga memiliki kemampuan memenuhi kebutuhan pangan, sandang dan papan mereka. Rumah tangga yang melakukan konsumsi *conspicuous* cenderung lebih mengutamakan pengeluarannya untuk barang-barang yang mudah terlihat publik dan mengurangi pengeluaran lain seperti pendidikan dan kesehatan, sehingga berpeluang kehilangan kesempatan untuk mengejar level pendapatan yang lebih tinggi. Selain itu rumah tangga mungkin mengurangi atau meniadakan tabungan yang sesungguhnya dibutuhkan untuk merealisasikan investasi di masa depan. Dampak negatif konsumsi *conspicuous* terutama semakin buruk ketika terjadi di kelas pendapatan bawah, hal mana membuat penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan. Kebaruan studi konsumsi *conspicuous* ini karena merupakan penelitian empiris yang dilakukan menggunakan data sekunder. Penelitian terdahulu tentang topik ini kerap bersifat teoritis. Jikapun ada studi empiris, umumnya menggunakan data primer berupa survei atau wawancara semi terstruktur. Kebaruan lainnya adalah mensyaratkan adanya kondisi kedua, yaitu nilai elastisitas pendapatan positif; setelah kondisi pertama terpenuhi yaitu nilai elastisitas harga positif. Kondisi elastisitas pendapatan positif dipersyaratkan guna memilah antara barang dengan efek Veblen (disebut juga sebagai barang Veblen atau barang untuk konsumsi *conspicuous* atau barang *conspicuous*) dengan barang Giffen yang sama-sama memenuhi persyaratan kondisi pertama namun elastisitas pendapatan negatif. Lebih lanjut, dengan adanya syarat elastisitas pendapatan positif tersebut, dapat ditentukan barang *conspicuous* tersebut terkategori sebagai barang *necessities* ataukah mewah (*luxury*). Penelitian konsumsi *conspicuous* ini dilakukan dengan mencermati keberadaan efek Veblen pada konsumsi di Indonesia dengan menerapkan model empiris menggunakan *price dependent utility function* Fechner Thurstone dengan kendala anggaran. Penelitian ini menggunakan data sekunder Survei Sosial Ekonomi Nasional periode 2008, 2009 dan 2010 (Susenas Panel) pada level yang lebih mikro yaitu rumah tangga, membedakannya berdasar kelas pendapatan (*income class*), pengeluaran konsumsi, menggunakan variabel kontrol, dan penerapan kepada delapan kelompok barang, dengan harga masing-masing kelompok barang diproksi menggunakan indeks harga konsumen (IHK). Uji empiris dilakukan menggunakan metoda estimasi *panel seemingly unrelated regression* (SUR Panel) untuk mengolah data panel yang merupakan kombinasi data *cross section* dan *time series* (rumah tangga dengan pengeluaran konsumsi serta harga sepanjang periode 2008, 2009 dan 2010). Penelitian ini bertujuan menguji keberadaan efek Veblen dalam perilaku konsumsi di Indonesia;

mengeksplorasi kelompok-kelompok barang yang memiliki efek Veblen; serta mengidentifikasi perbedaan kelompok-kelompok barang yang memiliki efek Veblen antar kelas pendapatan. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pemahaman masyarakat serta para pengambil kebijakan terkait konsumsi *conspicuous* di Indonesia.

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan adanya konsumsi *conspicuous* di Indonesia, terlihat dari ditemuinya efek Veblen di seluruh kelas pendapatan rumah tangga. Kelompok barang *conspicuous* dapat berbeda antar kelas pendapatan dimana kelompok barang sandang dan barang pribadi ditemui di setiap kelas pendapatan. Barang dengan efek Veblen di Indonesia umumnya berupa barang *necessities* kecuali kelompok barang bahan makanan di kelas pendapatan atas, serta kelompok barang transpor, komunikasi, jasa keuangan di kelas pendapatan bawah; keduanya merupakan barang mewah.

.....Conspicuous consumption is commonly found in both developed and developing countries. On the one hand, conspicuous consumption contributes positively to the growth and acceleration of the economy; but on the other hand it can bring negative impacts like poverty traps, inequalities, unemployment and crime. In third world countries including Indonesia, conspicuous consumption is conducted even before households have the ability to fulfil their food, clothing and housing needs. Households involved in conspicuous consumption tend to spend more on visible items and reduce other expenses such as education and health, thus losing the opportunity to acquire higher income. Moreover, households may reduce or eliminate savings which actually required to apprehend future investments. The negative impact of conspicuous consumption is especially worse when it occurs in lower income classes, which makes this research crucial to be conducted.

The novelty of this study is its empirical type and the enactment of secondary data. Previous research on this topic is often theoretical. Even if there are empirical studies, they are using primary data like interview or semi-structured survey. Another novelty is the prerequisite of second condition, namely the positive value of income elasticity; after the first condition of positive price elasticity is met. This second condition is required to distinguish goods with positive Veblen effects (also referred as Veblen goods, or goods for conspicuous, or conspicuous consumption) with Giffen goods that characterized with negative income elasticity. Furthermore, by the condition of positive income elasticity, conspicuous goods can be categorized as of necessities or luxury goods.

This study aims to examine the existence of Veblen effects in consumption behavior in Indonesia; exploring groups of goods that have Veblen effects; and identifying different groups of goods with Veblen effects among income classes. This research is expected to broaden the insight and understanding of people and policy makers related to conspicuous consumption in Indonesia.

This research is done by observing the existence of Veblen effect on consumption in Indonesia by applying empirical model using Fechner Thurstone price dependent utility function with budget constraint. This study uses secondary data of the National Socioeconomic Survey of 2008, 2009 and 2010 (Susenas Panel) at the micro (households) level, characterised by income classes, consumption expenditures, control variables, eight groups of bundle goods, at the price proxied with the consumer price index (CPI). The empirical assessment was conducted using panel seemingly unrelated regression (SUR Panel) estimation method to process panel data which is a combination of cross section and time series data (households with consumption expenditures and prices during the period of 2008, 2009 and 2010).

This study concluded about the existence of conspicuous consumption in Indonesia, that Veblen effects are

found in all income classes. Conspicuous goods may differ between income classes nevertheless bundle goods of clothing and personal items are found in each income class. Goods with Veblen effects in Indonesia generally are necessities goods; except for foodstuffs in the upper income class; and transports, communications, financial services in the lower income class; both are luxury goods.