

## **Sentimen Pengguna dan Ekonomi**

**oleh Elayne Yee Siew Lin**

**Fello Penyelidik**

**Institut Penyelidikan Ekonomi Malaysia (MIER)<sup>1</sup>**

Sumbangan psikologi kepada ekonomigunaan amat penting, seperti di dalam kajian sikap dan jangkaan pengguna untuk digunakan dalam ramalan dan penggubalan dasar, contohnya kajian keyakinan pengguna. Sikap, jangkaan dan sentimen adalah istilah yang sering digunakan apabila merujuk kepada suasana psikologi pengguna. Semua ini adalah merupakan konsep yang berbeza. Sikap mencerminkan perasaan pengguna terhadap keadaan semasa, manakala jangkaan adalah sikap terhadap masa hadapan. Kedua-dua sikap dan jangkaan termasuk di dalam kategori yang lebih besar yang dipanggil "sentimen" atau "keyakinan" pengguna.

Ramai beranggapan bahawa hanya keupayaan untuk membeli, seperti yang diukur oleh pendapatan isi rumah, yang menentukan gelagat pembeli untuk membuat keputusan pembelian barangan dan perkhidmatan. Walau bagaimanapun, pada tahun 1970an, seorang ahli ekonomi bernama Katona menunjukkan bahawa kesediaan untuk membeli oleh para pembeli juga bergantung kepada keyakinan pengguna mengenai keadaan masa hadapan ekonomi umum dan ekonomi isi rumah. Selepas kerja-kerja perintis Katona ini, kajiselidik melalui tinjauan "sentimen" atau "keyakinan" pengguna kerap dilakukan di Amerika Syarikat dan negara-negara Kesatuan Eropah. Keputusan kajiselidik ini dibentangkan dalam bentuk "Indeks Sentimen Pengguna" (CSI) yang diterima secara meluas sebagai penunjuk utama tingkah laku pembelian masa hadapan, yang menjadi asas kepada kitaran perniagaan amnya. Di samping itu, jabatan-jabatan kerajaan juga sering merujuk kepada CSI dalam perancangan dasar ekonomi.

Di Malaysia, MIER telah menjalankan kajiselidik melalui tinjauan pengguna semenjak

---

<sup>1</sup> Pandangan yang dikemukakan adalah milik pengarang dan tidak semestinya mewakili pandangan MIER.

tahun 1988. Kaji selidik yang dipanggil kajian sentimen pengguna ini dijalankan secara suku tahunan terhadap satu sampel melebihi 1,200 isi rumah di Semenanjung Malaysia untuk mengukur arah aliran perbelanjaan dan sentimen pengguna.

Secara intuitif, keyakinan atau sentimen adalah faktor penyebab yang penting dalam mana-mana perbelanjaan seseorang pengguna. Sebagai contoh, jika pengguna beranggapan bahawa kemelesetan ekonomi akan berlaku dan mungkin menyebabkan mereka akan diberhentikan kerja, maka mereka tidak akan cenderung untuk membeli sebuah kereta baru. Keadaan sebaliknya berlaku untuk pengguna yang lebih optimistik tentang masa hadapan. Gelombang optimisme dan pesimisme ini memberi kesan kepada tingkahlaku pengguna terhadap pembolehubah kewangan seperti perubahan dalam pendapatan individu.

Jelasnya, sentimen pengguna merupakan penyumbang penting terhadap perubahan perbelanjaan pengguna dari masa ke semasa. Maklumat ini merupakan maklumat tambahan yang unik terhadap pembolehubah ekonomi yang lain, seperti pendapatan dan pekerjaan, untuk menjelaskan tingkahlaku perbelanjaan pengguna. Berdasarkan pengalaman MIER, indeks jangkaan dan sentimen adalah lebih berkait rapat dengan corak perbelanjaan pengguna.

Walau bagaimanapun, CSI dipengaruhi oleh faktor musim, dimana sentimen pengguna terhadap masa hadapan juga bergantung kepada keadaan semasa. Kewujudan faktor musim tersebut menyebabkan pengguna yang mengambil bahagian dalam tinjauan kaji selidik ini mungkin boleh dipengaruhi oleh keadaan iklim semasa apabila menyatakan sentimen mereka tentang keadaan ekonomi masa hadapan. Keadaan ini menyumbang kepada suatu ramalan yang bias.

Terdapat dua pembolehubah penting yang sentiasa mempengaruhi sentimen pengguna dan perbelanjaan ke atas barangan tahan lama, iaitu kadar faedah benar dan jangkaan inflasi. Jangkaan inflasi adalah tanggapan terhadap inflasi di masa hadapan. Jangkaan inflasi pada sesuatu ketika mempengaruhi psikologi pengguna. Apabila pengguna beranggapan bahawa kadar inflasi akan meningkat, mereka akan bergegas untuk membuat pembelian sekarang daripada di masa hadapan. Ini adalah kerana

kebiasaannya jangkaan inflasi yang tinggi akan diikuti oleh kemelesetan kerana dasar ekonomi kerajaan yang lebih ketat. Oleh itu, apabila inflasi meningkat dengan luar biasa, psikologi pengguna cenderung kepada lebih pesimistik. Pada masa yang sama, kita jangka perbelanjaan semasa ke atas barang-barang tahan lama akan meningkat, sekurang-kurangnya untuk sementara waktu, bagi mengelakan kenaikan harga di masa hadapan. Oleh itu, semasa jangkaan inflasi yang tinggi, CSI mungkin menurun apabila perbelanjaan semasa ke atas barangan tahan lama meningkat. Keadaan sebaliknya akan berlaku jika jangkaan inflasi adalah menurun.

Kadar faedah benar ditakrifkan sebagai kadar faedah nominal (atau pasaran) tolak kadar jangkaan inflasi. Kadar faedah benar juga boleh mempengaruhi psikologi dan perbelanjaan pengguna. Peningkatan jangkaan inflasi dan kadar faedah akan memberi kesan kepada nilai CSI. Jika kadar inflasi dijangka meningkat lebih cepat daripada kos pinjaman kereta umpamanya, maka kadar faedah benar pengguna itu jatuh. Keadaan ini akan merangsang perbelanjaan pengguna walaupun psikologi mereka merosot sepanjang tempoh ini mungkin disebabkan oleh faktor-faktor lain.

Oleh itu, penting untuk diambil perhatian bahawa perubahan psikologi pengguna terhadap inflasi dan kadar faedah benar boleh mengurangkan hubungan antara CSI dan perbelanjaan untuk sementara waktu. Apabila jangkaan inflasi rendah atau menurun, dan sudah tentu kadar faedah benar tinggi atau semakin meningkat, maka kita menjangkakan perbelanjaan pengguna menjadi agak lemah walupun psikologi mereka mencadangkan sebaliknya.

Di Malaysia, gelagat pengguna memainkan peranan penting untuk menentukan keadaan ekonomi makro. Pengguna mempengaruhi kemajuan atau kelembapan ekonomi kerana perbelanjaan pengguna menyumbang sebahagian besar daripada permintaan domestik. Oleh itu, sentimen pengguna berfungsi sebagai input berguna untuk ramalan ekonomi dan dasar dalam tempoh terdekat.