

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi dapat menjadi indikator untuk melihat keberhasilan suatu negara dalam melakukan pembangunan, termasuk mengenai pengentasan kemiskinan, pengangguran dan penyerapan tenaga kerja. Pertumbuhan ekonomi meliputi perubahan material yang diproduksi selama periode waktu yang relatif singkat. (Todaro, 2005). Salah satu yang mempengaruhi laju pertumbuhan ekonomi adalah inflasi. Menurut Bank Indonesia, inflasi merupakan kenaikan harga barang dan jasa secara umum dan terus menerus dalam jangka waktu tertentu. Badan Pusat Statistik (BPS) juga menjabarkan definisi yang kurang lebih sama, dimana inflasi juga diartikan sebagai penurunan nilai uang terhadap nilai barang dan jasa secara umum dikarenakan kenaikan harga barang dan jasa di dalam negeri. Ada hubungan yang signifikan antara inflasi dan pertumbuhan ekonomi dalam jangka pendek (Datta & Mukhopadhyay, 2011). Dimana dalam jangka pendek inflasi berpengaruh negatif pada pertumbuhan Produk Domestik Bruto (Aker & Smith, 2021). Dengan begitu laju inflasi haruslah diawasi agar tetap terkontrol sehingga dapat mendorong perekonomian nasional.

Di beberapa negara, hari-hari besar dan hari libur nasional dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dan inflasi. Periode hari besar keagamaan, misalnya, membawa kinerja pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan rata-rata periode lain di luar itu (Sribanu & Cahyono, 2019). Karena pada hari besar keagamaan pengeluaran konsumen berubah yang disebabkan oleh perubahan permintaan pada komoditas tertentu yang terjadi secara musiman. Misalnya selama natal pengeluaran umat kristiani meningkat karena pembelian kado natal. Begitu pula pada umat muslim, pengeluaran mereka pada periode Ramadhan dan Idul Fitri dapat berubah. Selain mempengaruhi pola konsumsi masyarakat, hari libur nasional dan hari besar keagamaan juga mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dan inflasi suatu negara, terutama hari-hari besar yang dirayakan oleh mayoritas populasi negara tersebut (Daas, 2018).

Seperti yang dibahas di atas, bahwa hari besar keagamaan memiliki dampak besar pada perekonomian melalui perilaku konsumen. Dalam islam ada dua hari raya besar, yaitu Idul Adha dan Idul Fitri. Hari Raya Idul Fitri dirayakan oleh muslim setelah satu bulan penuh berpuasa pada bulan suci Ramadhan. Pada Ramadhan dan Idul Fitri biasanya terjadi perubahan pola konsumsi masyarakat pada makanan serta pakaian dan alas kaki. Karena biasanya kedua momen itu dijadikan sebagai momen untuk bersosialisasi, bersilaturahmi serta berkumpul bersama keluarga dan teman. Hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya acara buka bersama dan berkumpul yang digelar serta budaya mudik yang tidak pernah absen setiap tahunnya menjelang Idul Fitri. Biasanya pengeluaran rumah tangga akan lebih tinggi karena ada kecenderungan untuk menggunakan barang-barang baru. Di samping itu pembelian produk pangan dan pakaian cenderung meningkat untuk berbagi dengan sesama dan merayakan hari kemenangan bersama keluarga.

Hal tersebut terlihat pada hasil penelitian Sribanu dan Cahyono pada tahun 2019. Dengan menggunakan data pertumbuhan ekonomi dalam kurun waktu sepuluh tahun ditemukan bahwa ada perbedaan kinerja pertumbuhan ekonomi ketika jatuhnya hari besar islam dibandingkan dengan periode lainnya. Dimana pertumbuhan ekonomi pada kuartal

Ramadhan-Idul Fitri selalu lebih tinggi dibandingkan rata-rata kuartal lain. Pertumbuhan ekonomi tersebut sebagian besar ditopang oleh variabel konsumsi. Pertumbuhan ekonomi yang bersifat konsumtif tersebut menjadikan jumlah uang yang beredar meningkat sehingga menimbulkan inflasi. Inflasi haruslah dapat dikontrol agar dapat berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi (Sribanu & Cahyono, 2019).

Menurut hasil temuan Shaleh dkk. (2019) ditemukan bahwa Ramadhan dan Idul Fitri berdampak positif dan signifikan secara statistik pada inflasi nasional di Indonesia. Temuan tersebut sama dengan hasil studi Nurfadillah (2018) dan Santoso dkk. (2013). Hal ini disebabkan oleh peningkatan permintaan masyarakat Indonesia, yang merupakan mayoritas muslim, pada periode tersebut. Selain karena mayoritas penduduk Indonesia merupakan muslim, durasi Ramadhan dan Idul Fitri yang cukup lama, lebih dari 30 hari, dapat dikatakan membuat peningkatan konsumsi tersebut jadi lebih besar dampaknya pada perekonomian nasional dibandingkan hari besar keagamaan lainnya.

Menurut Herleni (2015), inflasi terjadi hampir setiap tahun menjelang Ramadhan. Dimana perubahan pola konsumsi masyarakat pada komoditas tertentu akan mempengaruhi permintaan agregat komoditas tersebut. Kenaikan konsumsi tersebut dapat mendorong kenaikan harga beberapa barang konsumsi sehingga terjadi inflasi (Santoso, Suselo, Nurhemi, & R., 2013).

Berikut data inflasi per bulan di Indonesia

Tabel 1.1
Inflasi Umum Per bulan Indonesia tahun 2013-2022

Bulan	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Januari	1,03	1,07	-0,24	0,51	0,97	0,62	0,32	0,39	0,26	0,56
Februari	0,75	0,26	-0,36	-0,09	0,23	0,17	-0,08	0,28	0,1	-0,02
Maret	0,63	0,08	0,17	0,19	-0,02	0,2	0,11	0,1	0,08	0,66
April	-0,1	-0,02	0,36	-0,45	0,09	0,1	0,44	0,08	0,13	0,95
Mei	-0,03	0,16	0,5	0,24	0,39	0,21	0,68	0,07	0,32	0,4
Juni	1,03	0,43	0,54	0,66	0,69	0,59	0,55	0,18	-0,16	0,61
Juli	3,29	0,93	0,93	0,69	0,22	0,28	0,31	-0,1	0,08	0,64
Agustus	1,12	0,47	0,39	-0,02	-0,07	-0,05	0,12	-0,05	0,03	-0,21
September	-0,35	0,27	-0,05	0,22	0,13	-0,18	-0,27	-0,05	-0,04	1,17
Oktober	0,09	0,47	-0,08	0,14	0,01	0,28	0,002	0,07	0,12	-0,11
November	0,12	1,5	0,21	0,47	0,2	0,27	0,14	0,28	0,37	0,09
Desember	0,55	2,46	0,96	0,42	0,71	0,62	0,34	0,45	0,57	0,66

Sumber: Badan Pusat Statistik

Tabel diatas menunjukkan laju inflasi umum per bulan di Indonesia dalam rentang sepuluh tahun terakhir. Bagian yang berwarna biru merupakan bulan jatuhnya Ramadhan dan Idul Fitri. Secara garis besar dapat dikatakan bahwa hampir setiap bulan jatuhnya Ramadhan inflasinya selalu lebih tinggi dibandingkan bulan sebelumnya. Pada 2013, Ramadhan jatuh pada bulan Juli. Dimana inflasi menjelang Ramadhan, bulan Juni, tercatat 1,03. Kemudian pada saat Ramadhan melonjak sangat tinggi menjadi 3,29 dikarenakan jatuhnya Ramadhan tersebut dibarengi dengan kenaikan harga BBM. Pada Ramadhan 2014, ditahun akhir Juni hingga Juli, inflasi tercatat sebesar 0,93. Jauh lebih tinggi dari bulan sebelumnya yang hanya 0,43.

Tahun 2015 Ramadhan jatuh pada pertengahan bulan Juni dan Idul Fitri jatuh pada pertengahan Juli. Pada kedua bulan tersebut inflasi bernilai positif yaitu sebesar 0,54 pada

sebelum Ramadhan dan 0,93 selama Ramadhan. Nilai ini relatif rendah meskipun ada kenaikan harga beberapa komoditas tertentu. Umumnya komoditas yang harganya naik pada periode ini adalah dari kelompok bahan makanan seperti daging, sayur, buah, minyak goreng dan gula. Namun secara keseluruhan tingkat inflasi terkendali.

Begitu pula pada 2016 inflasi pada bulan jatuhnya Ramadhan dan Idul Fitri juga bernilai positif yaitu sebesar 0,66 pada Juni dan 0,69 pada Juli. Inflasi tersebut juga cukup rendah dan relatif terkendali. Komoditas yang mengalami kenaikan harga tertinggi adalah kelompok transportasi dan kelompok bahan makanan, seperti bumbu-bumbuan, buah, sayur serta ikan. Pada Ramadhan tahun 2017 yang jatuh pada bulan Mei dan Juni inflasi juga bernilai positif, yaitu sebesar 0,39 pada Mei dan 0,69 pada Juni. Komoditas yang kenaikan harga tertinggi adalah bumbu-bumbuan, sayuran, dan diikuti oleh ikan, buah-buahan serta transportasi. Hal yang serupa juga terjadi pada Ramadhan pada tahun 2018 dan 2019 yang jatuh pada bulan Mei dan Juni. Inflasi ketika Ramadhan pada kedua tahun tersebut bernilai positif, yaitu 0,21 dan 0,59 pada Ramadhan 2018 dan 0,68 dan 0,55 pada Ramadhan 2019. Kelompok yang mengalami kenaikan harga tertinggi adalah kelompok bahan makanan dan makanan minuman jadi serta transportasi, yaitu komoditas bumbu-bumbuan, sayur-sayuran serta transportasi.

Berbeda dengan tahun-tahun terdahulu, inflasi ketika Ramadhan tahun 2020 yang terjadi pada bulan April dan Mei meskipun tetap positif namun sangat rendah, yaitu 0,08 pada April dan 0,07 pada Mei. Dimana komoditas yang paling tinggi kenaikan harganya adalah perawatan pribadi lainnya, jasa lainnya jasa pengiriman barang, rokok dan tembakau, dan obat-obatan. Ini berbeda dari tahun-tahun sebelumnya, Dimana kelompok yang mengalami kenaikan harga tertinggi pada Ramadhan adalah kelompok sandang dan transportasi, sedangkan pada tahun 2020 adalah kelompok kesehatan dan jasa pengiriman barang. Sementara kelompok transportasi, khususnya jasa angkutan penumpang, tidak tinggi seperti tahun-tahun sebelumnya. Begitu juga kelompok sandang dan pangan. Hal ini dikarenakan Ramadhan tahun 2020 bertepatan dengan pandemi Covid-19. Dimana pada masa pandemi ada kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat dan larangan berkumpul serta kerumunan. Padahal itulah yang menjadi ciri khas ketika Ramadhan, muslim berkumpul untuk menjalankan puasa dan berlebaran bersama keluarga dan teman serta menjalin silaturahmi dengan mudik pulang ke kampung halaman.

Pada Ramadhan 2021 dan 2022 yang juga jatuh pada bulan April dan Mei, nilai inflasi mulai kembali seperti Ramadhan sebelum-sebelumnya. Nilainya sebesar 0,13 dan 0,32 pada tahun 2021 dan 0,95 dan 0,4 di tahun 2022. Pada periode ini kelompok yang paling tinggi kenaikan harganya masih sama dengan tahun 2020 yang didominasi oleh kelompok Kesehatan dan jasa pelayanan pengiriman barang. Kebijakan mengenai pembatasan mobilitas masyarakat dan kerumunan masih berlaku. Namun disisi lain daya beli masyarakat perlahan mulai membaik berkat kebijakan pemerintah yang berusaha menjaga stabilitas ekonomi nasional ditengah era pandemi. Secara keseluruhan dari tahun 2013 hingga 2022 selalu terjadi kenaikan inflasi pada bulan-bulan jatuhnya Ramadhan dan Idul Fitri.

Inflasi pada bulan Ramadhan dan Idul Fitri tidak hanya terjadi di Indonesia. Di Turki misalnya, ditemukan bahwa indeks harga makanan dan harga beberapa makanan secara signifikan meningkat dibandingkan bulan-bulan lainnya. IHK disana juga mengalami tingkat kenaikan tertinggi pada Ramadhan (Eyerci, Toprak, & Demir, 2021). Perubahan harga juga terjadi pada komoditas makanan tertentu di Pakistan. Dimana harganya menjadi

naik ketika awal-awal masuknya Ramadhan (Akmal & Abbasi, 2010). Di Maroko, pada bulan Ramadhan terjadi kenaikan pada pengeluaran konsumsi makanan yang secara signifikan lebih tinggi dibandingkan bulan-bulan lain. Kenaikan tersebut dibarengi dengan kenaikan harga ditingkat eceran pada beberapa komoditas seperti kue, daging, ikan, keju, telur, dan kurma, yang naik permintaannya pada selama periode tersebut. Selain makanan, harga pakaian dan alas kaki juga meningkat dengan signifikan karena permintaannya menguat terutama menjelang Idul Fitri. Hal serupa juga ditemukan di Senegal, dimana harga komoditas makanan dan pakaian serta alas naik, merespons peningkatan permintaan akan komoditas tersebut. Begitu juga di Tunisia, konsumsi produk tertentu naik dengan signifikan sehingga mempengaruhi harganya (Faye, Laossed, Maghribi, & Mansouri, 2019). Secara garis besar dapat dikatakan bahwa kelompok pengeluaran yang sering mengalami kenaikan harga pada periode Ramadhan dan Idul Fitri adalah kelompok makanan dan minuman serta pakaian dan alas kaki.

Tabel 1.2
Data Inflasi Indonesia pada Bulan Jatuhnya Ramadhan dan Idul Fitri Menurut
Kelompok Pengeluaran Tahun 2013-2019

Tahun	Bulan Jatuhnya Ramadhan dan Idul Fitri	Kelompok Pengeluaran Inflasi							
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
2013	Juli	5,46	1,55	0,44	-0,09	0,40	0,69	9,60	3,29
	Agustus	1,75	0,68	0,66	1,81	0,37	1,36	0,95	1,12
2014	Juni	0,99	0,32	0,38	0,30	0,36	0,08	0,21	0,43
	Juli	1,94	1,00	0,45	0,85	0,39	0,45	0,88	0,93
2015	Juni	1,60	0,55	0,23	0,28	0,32	0,07	0,11	0,54
	Juli	2,02	0,51	0,13	0,39	0,36	0,34	1,74	0,93
2016	Juni	1,62	0,58	0,15	0,70	0,34	0,03	0,63	0,66
	Juli	1,12	0,54	0,24	0,44	0,37	0,51	1,22	0,69
2017	Mei	0,86	0,38	0,35	0,23	0,37	0,03	0,23	0,39
	Juni	0,69	0,39	0,75	0,78	0,34	0,07	1,27	0,69
2018	Mei	0,21	0,31	0,19	0,33	0,21	0,09	0,18	0,21
	Juni	0,88	0,40	0,13	0,36	0,27	0,07	1,50	0,59
2019	Mei	2,02	0,56	0,06	0,45	0,18	0,03	0,54	0,68
	Juni	1,63	0,59	0,17	0,81	0,19	0,07	-0,14	0,55

Sumber: Badan Pusat Statistik

Tabel 1.2 diatas menunjukkan data inflasi Indonesia berdasarkan kelompok pengeluaran pada bulan-bulan jatuhnya Ramadhan dan Idul Fitri tahun 2013-2019. Pengelompokan komoditas diatas menggunakan tahun dasar 2012 dan terdiri atas 7 kelompok. (1) menunjukkan kelompok bahan makanan, (2) menunjukkan makanan dan minuman jadi, (3) merupakan kelompok perumahan, (4) kelompok sandang, (5) kelompok kesehatan, (6) kelompok pendidikan, (7) kelompok transportasi. Sedangkan (8), kolom terakhir, menunjukkan inflasi umum. Bagian yang dicetak tebal menunjukkan kelompok pengeluaran dengan inflasi tertinggi pada setiap periode. Secara umum ada tiga kelompok yang memberi sumbangan inflasi terbesar. Secara berurutan, yang pertama adalah kelompok bahan makanan, kemudian diikuti oleh kelompok transportasi dan kelompok sandang.

Pada tahun 2013 Ramadhan jatuh pada bulan Juli dan Agustus. Tabel diatas menunjukkan kelompok yang paling dengan inflasi tertinggi adalah kelompok transportasi, bahan makanan dan sandang. Hal ini berhubungan dengan kenaikan harga BBM yang bersamaan dengan masuknya bulan Ramadhan. Sehingga komoditas-komoditas yang berhubungan dengan bahan bakar akan ikut naik harganya, seperti transportasi. Dibandingkan kelompok lain, kelompok transportasi serta sarana penunjangnya mengalami inflasi yang paling tinggi karena terdampak langsung akibat kenaikan harga bahan bakar. Hal yang sama juga terjadi pada kelompok bahan makanan, dimana harganya ikut naik karena biaya distribusi yang mahal.

Ramadhan tahun 2014 dan 2015 hingga 2016 terjadi pada bulan Juni dan Juli. Kelompok yang mengalami inflasi tertinggi adalah bahan makanan dan transportasi. Komoditas yang mendominasi adalah sayuran dan kacang-kacangan serta bumbu-bumbuan juga transportasi. Pada 2017 Ramadhan terjadi pada Mei dan Juni inflasi cukup terkendali dan nilai paling rendah dibandingkan inflasi pada periode Ramadhan di tahun-tahun sebelumnya. Kelompok yang mengalami inflasi tertinggi juga bahan makanan dan transportasi.

Tabel 1.3
Data Inflasi Indonesia pada Bulan Jatuhnya Ramadhan dan Idul Fitri Menurut
Kelompok Pengeluaran Tahun 2020-2022

Tahun	Bulan Jatuhnya Ramadhan dan Idul Fitri	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
2020	April	0,09	0,04	0,09	0,09	0,23	-0,42	-0,34	0,03	0	0,18	1,2
	Mei	-0,32	0,09	0,04	0,1	0,27	0,87	0,08	0,06	0	0,08	0,12
2021	April	0,2	0,19	0,07	0,26	0,18	0	0	0,2	0,01	0,21	0,29
	Mei	0,38	0,52	0,03	0,27	0,07	0,71	0,01	0,12	0,01	0,44	0,59
2022	April	1,76	-0,01	0,28	0,66	0,31	0	0	0,2	0	0,55	0,75
	Mei	0,78	-0,2	0,1	0,43	0,19	0,65	0,03	0,3	0,01	0,54	0,32

Sumber: Badan Pusat Statistik

Tabel diatas menunjukkan data inflasi Indonesia pada bulan-bulan jatuhnya Ramadhan dan Idul Fitri tahun 2020-2022. Pengelompokan Indeks Harga Konsumen sejak tahun 2020 terdiri atas 11 kelompok pengeluaran. (1) menunjukkan kelompok makanan, minuman dan tembakau, (2) menunjukkan kelompok pakaian dan alas kaki, (3) merupakan perumahan, air, listrik dan bahan bakar rumah tangga, (4) merupakan perlengkapan dan peralatan rumah tangga, (5) adalah kelompok Kesehatan, (6) adalah kelompok transportasi, (7) merupakan kelompok informasi, komunikasi dan jasa keuangan, (8) merupakan kelompok rekreasi, olahraga dan budaya, (9) adalah kelompok Pendidikan, (10) adalah penyediaan makanan dan minuman/restoran dan yang terakhir, (11) adalah kelompok perawatan pribadi dan jasa lainnya. Bagian yang dicetak tebal menunjukkan kelompok pengeluaran dengan inflasi tertinggi pada setiap periode. Dimana kelompok yang paling banyak menyumbang pada inflasi adalah kelompok makanan. Minuman dan tembakau, kelompok transportasi dan kelompok perawatan pribadi dan jasa lainnya.

Tabel 1.2 dan tabel 1.3 menunjukkan bahwa selalu terjadi kenaikan harga pada beberapa

kelompok tertentu sehingga menimbulkan inflasi. Kelompok-kelompok yang konsisten menjadi penyumbang inflasi terbesar adalah kelompok bahan makanan-makanan, minuman dan tembakau, kelompok transportasi, dan kelompok sandang.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa fenomena perubahan permintaan masyarakat jadi lebih pada Ramadhan dan Idul Fitri akan komoditas-komoditas tertentu tidak hanya terjadi di Indonesia tapi juga di berbagai negara. Kenaikan permintaan tersebut dapat mempengaruhi harga komoditas yang bersangkutan jadi ikut naik. Kenaikan harga-harga ini dapat menimbulkan inflasi.

1.2. Rumusan Masalah

Dari penjabaran di latar belakang dapat disimpulkan Ramadhan melatih muslim untuk bersabar dan menahan diri dari hawa nafsu. Yang mana idealnya konsumsi muslim pada periode tersebut lebih rendah dibandingkan periode lainnya. Tapi fenomena yang muncul adalah terjadi peningkatan konsumsi masyarakat sehingga mempengaruhi permintaan agregat. Peningkatan konsumsi tersebut mendorong kenaikan harga sehingga menimbulkan inflasi. Inilah *research gap* yang melatarbelakangi penelitian ini.

Fenomena peningkatan konsumsi tersebut tidak hanya terjadi di Indonesia tapi juga terjadi di berbagai negara. Yang mana hal tersebut berkaitan dengan kebiasaan muslim berkumpul untuk berbuka bersama selama Ramadhan untuk menjalin silaturahmi. Begitu pula ketika Idul Fitri, ada kecenderungan muslim menggunakan barang-barang baru untuk berpenampilan baik dan memberi hadiah guna menyambut hari raya bersama keluarga. Tradisi Ramadhan dan Idul Fitri tersebut menimbulkan fenomena pembelian makanan, minuman serta pakaian dan alas kaki yang berlebihan, sehingga pada negara mayoritas muslim menimbulkan peningkatan konsumsi secara agregat yang pada gilirannya menimbulkan inflasi.

Maka dari itu rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah Ramadhan dan Idul Fitri berpengaruh pada inflasi pangan, sandang dan transportasi di negara-negara mayoritas muslim?

1. Bagaimana pengaruh Ramadhan dan Idul Fitri pada inflasi pangan di negara-negara mayoritas muslim?
2. Bagaimana pengaruh Ramadhan dan Idul Fitri pada inflasi sandang di negara-negara mayoritas muslim
3. Bagaimana pengaruh Ramadhan dan Idul Fitri pada inflasi transportasi di negara-negara mayoritas muslim

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh Ramadhan pada komoditas utama penyumbang inflasi menurut kelompok pengeluaran di negara-negara mayoritas muslim.

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Ramadhan dan Idul Fitri pada inflasi pangan di negara-negara mayoritas muslim
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Ramadhan dan Idul Fitri pada inflasi sandang di negara-negara mayoritas muslim
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Ramadhan dan Idul Fitri pada inflasi transportasi di negara-negara mayoritas muslim

1.4. Cakupan dan Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengambil negara-negara dengan populasi muslim terbesar di dunia dari kawasan regional yang berbeda-beda sebagai sampel penelitian. Ada 3 regional dengan persentase populasi muslim terbesar di dunia, yaitu Asia-Pasifik 61.7%, Timur tengah dan Afrika 35.3% dan Eropa 2.7% (Mapping the Global Muslim Population, 2009). Peneliti mengambil satu negara dengan populasi muslim terbesar yang terdapat di ketiga kawasan tersebut. Sampel negara di kawasan Asia-Pasifik adalah Indonesia, kawasan Timur Tengah-Afrika adalah Arab Saudi, dan kawasan Eropa adalah Turki. Pemilihan ketiga negara tersebut sebagai sampel juga didasarkan pada ketersediaan data di situs statistik masing-masing, yaitu kisaran sepuluh tahun terakhir dari 2020-2023.

Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Indeks Harga Konsumen untuk melihat inflasi di keempat negara tersebut. Dalam hal ini kelompok spesifik yang akan dianalisis adalah pangan, sandang dan transportasi.

