

INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI MALUKU UTARA

2015



**INDEKS TENDENSI KONSUMEN
PROVINSI MALUKU UTARA
TAHUN 2015**

<http://malut.bps.go.id>



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI MALUKU UTARA**

INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI MALUKU UTARA TAHUN 2015

ISSN : -
KATALOG BPS : 9202003.82
No. Publikasi : 82550.1512
Ukuran Buku : 17.6 cm x 25 cm

Naskah :
Seksi Analisis Statistik Lintas Sektoral
Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Gambar Kulit :
Seksi Analisis Statistik Lintas Sektoral
Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Diterbitkan Oleh :
Badan Pusat Statistik Provinsi Maluku Utara

Dicetak Oleh :
Badan Pusat Statistik Provinsi Maluku Utara

KATA PENGANTAR

Informasi dini pelaku konsumsi terhadap situasi perekonomian merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting bagi semua pihak. Informasi dini tersebut sangat diperlukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat karena mampu memberikan sinyal awal mengenai perkiraan kondisi perekonomian beberapa bulan mendatang.

Sejak tahun 1995, Badan Pusat Statistik telah mengembangkan Sistem Pemantauan Indikator Dini, salah satunya adalah Indeks Tendensi Konsumen. Indeks Tendensi Konsumen dihitung berdasarkan hasil Survei Tendensi Konsumen.

Publikasi ini menjelaskan metode dan hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Maluku Utara tahun 2015. Sampai dengan tahun 2010, penghitungan indeks tersebut hanya mencakup wilayah Jabodetabek. Mulai tahun 2011, penghitungan Indeks Tendensi Konsumen juga mencakup wilayah di luar Jabodetabek. Perluasan cakupan penghitungan indeks tersebut dilakukan dikarenakan pentingnya mengetahui kondisi perekonomian saat ini dan mendatang.

Kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyusunan publikasi ini disampaikan penghargaan dan terima kasih. Kritik dan saran bagi penyempurnaan publikasi ini sangat diharapkan.

Ternate, Desember 2015
Kepala Badan Pusat Statistik
Provinsi Maluku Utara



M. Habibullah

<http://malut.bps.go.id>

DAFTAR ISI

KATALOG	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	vi
I. Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang	3
1.2. Tujuan	3
1.3. Cakupan Penelitian	4
1.4. Sistematika Penulisan	4
II. Kajian Literatur	
2.1. <i>Consumer Sentiment Index</i>	7
2.2. <i>Consumer Confidence Index</i>	8
2.3. Survei Konsumen	10
III. Metodologi Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen	
3.1. Cakupan Survei dan Jumlah Sampel	13
3.2. Kerangka Sampel	13
3.3. Desain Penarikan Sampel	13
3.4. Kriteria Responden	14
3.5. <i>Design Weight</i>	14
3.6. Data dan Keterangan yang Dikumpulkan	15
3.7. Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen	16
3.8. Prosedur Penghitungan Indeks	17
3.9. Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen	24

IV. Hasil Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen

4.1. Profil Responden Rumahtangga Maluku Utara Tahun 2015	29
4.2. Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I s.d. IV Tahun 2015	31
4.3. Nilai Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2015 menurut Variabelnya	33

V. Kesimpulan

5.1. Perekonomian dari Sisi Rumah Tangga Tahun 2015	33
---	----

Daftar Pustaka

Lampiran

<http://malut.bps.go.id>

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR**Daftar Tabel**

Tabel 4.1.	Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Tingkat Pendidikan, 2015	25
Tabel 4.2.	Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Sektor Pekerjaan, 2015	26
Tabel 4.3.	Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Status Pekerjaan Utama, 2015	26
Tabel 4.4.	Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Rata-Rata Pendapatan Sebulan, 2015	27
Tabel 4.5.	Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Periode Triwulan I s.d. Triwulan IV Tahun 2015	28
Tabel 4.6.	Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen menurut Variabel Pembentuk dan Variabel Terkait Lainnya, 2015	30

Daftar Gambar

Gambar 4.1.	Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen Periode Triwulan I s.d. IV Tahun 2015	30
-------------	---	----

<http://malut.bps.go.id>

BAB 1

PENDAHULUAN

<http://malut.bps.go.id>

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

<http://malut.pps.go.id>

1.1. Latar Belakang

Informasi dini tentang kondisi perekonomian terkini sangat diperlukan oleh pemerintah maupun dunia usaha. Pemerintah memerlukan informasi tersebut diantaranya untuk perencanaan, sedangkan dunia usaha diantaranya untuk keperluan investasi atau ekspansi pasar. Dengan adanya informasi dini, berbagai pihak dapat mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengatasi perubahan keadaan supaya tak menimbulkan kerugian.

Sejak tahun 1980-an, BPS telah mengembangkan berbagai macam indikator yang berkaitan dengan sistem peringatan dini, salah satu diantaranya adalah Indeks Indikator Pendahulu (*Index of Leading Indicator*). Sejak tahun 1995, disamping Indeks Indikator Pendahulu, BPS juga telah mengembangkan dua macam indikator dini (*prompt indicator*) yang lain yang saling melengkapi, yaitu indikator yang berkaitan dengan perkembangan kegiatan bisnis yang disebut Indeks Tendensi Bisnis (ITB) dan indikator yang berkaitan dengan kondisi konsumen yang disebut Indeks Tendensi Konsumen (ITK). Sampai dengan akhir tahun 2010, penghitungan ITB dan ITK hanya mencakup wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek). Dikarenakan pentingnya informasi ini, maka penghitungan ITB dan ITK diharapkan dapat dilakukan sampai dengan level provinsi. Tetapi pada tahun 2011 sampai 2014 hanya penghitungan ITK yang dilakukan untuk seluruh provinsi di Indonesia dengan sampel tersebar di 132 kabupaten/kota. Hasil penghitungan ITK dipublikasikan melalui berbagai media massa bersamaan dengan “*press release*” Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) setiap triwulan.

1.2. Tujuan

Tujuan penyusunan Indeks Tendensi Konsumen adalah:

1. Memberikan informasi dini tentang perkembangan perekonomian dari sisi konsumen.
2. Memberikan perkiraan kondisi konsumen tiga bulan mendatang.

1.3. Cakupan Penelitian

Survei Tendensi Konsumen (STK) digunakan untuk menghitung Indeks Tendensi Konsumen setiap triwulan. Pada periode 1995-1998 pengumpulan data dilakukan sebanyak 3 putaran yang dilaksanakan pada bulan Juli, Oktober, dan Desember setiap tahun. Kemudian sejak tahun 1999 pengumpulan data dilakukan secara triwulanan (tiga bulanan) yang dilaksanakan pada bulan April, Juli, Oktober, dan Januari setiap tahun. Sampai dengan tahun 2010, penghitungan Indeks Tendensi Konsumen dilakukan di wilayah Jabodetabek. Mulai triwulan I tahun 2011, penghitungan Indeks Tendensi Konsumen dilakukan sampai dengan level provinsi dengan sampel tersebar di 132 kabupaten/kota. Unit pencacahan Survei Tendensi Konsumen adalah rumah tangga yang berada di daerah perkotaan.

1.4. Sistematika Penulisan

Penulisan buku ini dibagi ke dalam 5 (lima) bab, yaitu :

1. Bab I. Pendahuluan, yang terdiri dari Latar Belakang, Tujuan, Cakupan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.
2. Bab II. Kajian Literatur, menyajikan berbagai penelitian yang pernah dilakukan mengenai Indeks Tendensi Konsumen.
3. Bab III. Metodologi Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, menyajikan prosedur penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, dan interpretasi hasil Indeks Tendensi Konsumen.
4. Bab IV. Hasil Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, menyajikan hasil penghitungan dan perkembangan Indeks Tendensi Konsumen pada periode triwulan I s.d. IV Tahun 2015.
5. Bab V. Kesimpulan, menyajikan ringkasan indikator dini perekonomian secara umum dilihat dari kondisi ekonomi rumah tangga (sisi konsumen) selama tahun 2015.



BAB 2

KAJIAN LITERATUR

<http://malut.bps.go.id>

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

<http://malut.pps.go.id>

2.1. **Consumer Sentiment Index (Michigan University)**

Michigan University di Amerika Serikat menyajikan Indeks Sentimen Konsumen (*Consumer Sentiment Index=CSI*). Indeks Sentimen Konsumen diperoleh melalui Survei Sentimen Konsumen yang dilakukan oleh Lembaga Penelitian di *Michigan University*, Amerika Serikat. Survei ini dilakukan setiap bulan, dan tujuan utama dari penyusunan indeks ini adalah untuk kepentingan investasi.

Indeks Sentimen Konsumen disusun sebagai pembandingan dari *Purchasing Managers Index (PMI)* atau Indeks Pembelanjaan Perusahaan yang memantau kondisi bisnis khususnya dari sisi pasar bursa. Nilai indeks PMI diinterpretasikan sebagai berikut : nilai indeks di bawah 50 mengindikasikan kondisi perekonomian mengalami kontraksi, sedangkan di atas 50 menandakan kondisi perekonomian mengalami ekspansi.

Variabel-variabel yang digunakan untuk menyusun PMI antara lain: belanja perusahaan terhadap saham, pembelian barang tahan lama dan total penjualan kendaraan mobil. Dua variabel terakhir menunjukkan bahwa semakin tinggi volumenya, semakin tinggi pula permintaan akan barang tahan lama dan mobil. Akibatnya, suplai barang dari produsen juga meningkat yang tentunya akan memberikan dampak pada peningkatan kesempatan kerja. Di lain pihak, permintaan akan barang tahan lama dan kendaraan juga merupakan gambaran dari konsumsi rumahtangga.

PMI merupakan ukuran kuantitatif sedangkan CSI merupakan ukuran kualitatif. Secara kualitatif, informasi dari pengusaha mengenai belanja barang dan jasa perusahaan seperti iklan dan jasa konsultan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat sentimen perusahaan terhadap bisnisnya. Hal ini sejalan dengan sikap konsumen terhadap konsumsi rumahtangga. Peningkatan konsumsi rumahtangga akan

mendorong pertumbuhan ekonomi. Sebagaimana diketahui bahwa konsumsi rumahtangga domestik adalah salah satu faktor pendorong dalam memperkuat fundamental ekonomi, meskipun dalam perekonomian yang lebih luas dan terbuka, konsumsi domestik bukan satu-satunya faktor pendorong karena adanya kegiatan ekspor dan impor.

2.2. Consumer Confidence Index

Consumer Confidence Index (CCI) atau Indeks Kepercayaan Konsumen (IKK) diperkenalkan oleh *The Conference Board* sejak tahun 1985 melalui Survei Kepercayaan Konsumen. IKK ditentukan berdasarkan tingkat optimisme konsumen terhadap kondisi perekonomian, yang disajikan dalam bentuk indeks yang secara normatif ditentukan dalam nilai 100. Nilai indeks ini merupakan proporsi dari pendapat konsumen mengenai kondisi saat ini dengan bobot sebesar 40 persen dan kondisi mendatang dengan bobot sebesar 60 persen.

Interpretasi dari indeks ini adalah apabila IKK meningkat mengindikasikan konsumsi/belanja konsumen juga meningkat. Akibatnya, dari sisi penawaran perusahaan akan meningkatkan produksinya yang disebabkan oleh meningkatnya permintaan. Dampak lain adalah meningkatnya konsumsi rumah tangga sehingga tingkat permintaan kredit ke bank meningkat. Dengan demikian pemerintah dapat mengantisipasi akan adanya kenaikan pajak pendapatan yang diperoleh dari naiknya konsumsi rumah tangga. Sebaliknya bila IKK menurun, maka konsumsi rumah tangga juga menurun yang berarti permintaan akan produk juga menurun. Hal ini akan mengakibatkan turunnya suplai dari perusahaan baik dari sektor industri manufaktur, konstruksi, dan lain-lain. Kondisi ini akan mengakibatkan kondisi perekonomian mengalami kontraksi.

Survei Kepercayaan Konsumen dilakukan setiap bulan dengan jumlah responden sekitar 5.000 rumah tangga. Variabel yang dicakup pada kuesioner survei ini antara lain :

1. Kondisi bisnis saat ini
2. Kondisi bisnis 6 bulan mendatang
3. Kondisi lapangan pekerjaan saat ini
4. Kondisi lapangan pekerjaan 6 bulan mendatang
5. Jumlah pendapatan seluruh anggota keluarga selama 6 bulan mendatang

Setiap variabel diatas mempunyai jawaban positif (meningkat) dan negatif (menurun). Jawaban meningkat diberi skor 1 dan menurun diberi skor 0. Untuk penghitungan nilai indeks masing-masing variabel digunakan rumus *Diffussion Index*. Besarnya indeks menunjukkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap kondisi perekonomian pada periode tertentu terhadap periode pembandingnya. Apabila pertumbuhan indeks kurang dari 5 persen, maka kepercayaan konsumen cenderung tetap atau *stagnant*, tetapi bila pertumbuhan lebih dari 5 persen maka kepercayaan konsumen meningkat dibanding periode pembandingnya.

Indeks Kepercayaan Konsumen yang disusun oleh *The Conference Board* dibagi menjadi 2 macam indeks, yaitu Indeks Kepercayaan Konsumen Kini (*Current Consumer Confidence Index*) dan Indeks Kepercayaan Konsumen Mendatang (*Future Consumer Confidence Index*). Indeks Kepercayaan Konsumen Kini merupakan komposit dari 2 variabel, yaitu kondisi bisnis saat ini dan kondisi lapangan pekerjaan saat ini. Sedangkan Indeks Kepercayaan Konsumen mendatang merupakan komposit dari 3 variabel: kondisi bisnis 6 bulan mendatang, kondisi lapangan pekerjaan 6 bulan mendatang dan jumlah pendapatan seluruh anggota keluarga selama 6 bulan mendatang.

2.3. Survei Konsumen (Bank Indonesia).

Bank Indonesia melakukan survei sejenis dengan Survei Tendensi Konsumen (STK), yaitu Survei Konsumen, yang dilakukan setiap bulan terhadap 4.365 rumah tangga. Survei ini dilakukan sejak tahun 1993 dan menghasilkan suatu ukuran yaitu Indeks Keyakinan Konsumen.

Indeks Keyakinan Konsumen dihitung dengan menggunakan metode *Balance Score* ($SB-net\ balance+100$), yaitu dengan menjumlahkan hasil dari Metode *SB-net balance* ditambah 100. Interpretasi dari IKK, adalah jika indeks diatas 100 berarti optimis dan sebaliknya, jika indeks dibawah 100 berarti pesimis.

<http://malut.bps.go.id>



BAB 3

METODOLOGI

PENGHITUNGAN

<http://malut.bps.go.id>

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

<http://malut.bps.go.id>

3.1. Cakupan Survei dan Jumlah Sampel

Cakupan survei adalah di beberapa Kab/Kota terpilih STK yang sudah diidentifikasi sebagai wilayah perkotaan. Jumlah sampel blok sensus adalah 1.460 dengan sampel rumah tangga per blok sensus adalah 10 rumah tangga. Dengan demikian target sampel STK per triwulan adalah 14.600 rumah tangga di seluruh Indonesia (33 provinsi).

Target populasi Survei Tendensi Konsumen adalah rumah tangga kelas menengah dan atas yang diidentifikasi sebagai unit populasi terbesar dalam melakukan aktivitas konsumsi sehari-hari. Untuk itu rancangan sampling dibuat sedemikian rupa, dengan tujuan dapat menggambarkan aktivitas konsumsi dimaksud.

3.2. Kerangka Sampel

Kerangka sampel blok sensus STK adalah daftar sampel blok sensus Susenas Maret 2015 daerah perkotaan di setiap Kab/Kota terpilih STK. Disamping itu untuk menggambarkan aktivitas kegiatan konsumsi terbesar maka populasi blok sensus yang dijadikan kerangka sampel berasal dari blok sensus Susenas perkotaan yang berasal dari **strata Wealth Index** menengah dan tinggi.

3.3. Desain Penarikan Sampel

Tahapan penarikan sampel adalah **Two Stages Two Phase Sampling** sebagai berikut: Sampel blok sensus STK ditarik secara sistematis dari sampel blok sensus Susenas daerah urban pada setiap strata (menengah & tinggi) sesuai alokasi, dan berdasarkan *implicit* stratifikasi tingkat pendidikan KRT hasil updating. Dimana tingkat pendidikan kepala rumah tangga seperti halnya Susenas dibedakan 4 strata : <SD, SMP, SMA, PT.

Seperti halnya Susenas, maka penarikan sampel rumah tangga STK melalui paket program aplikasi yang disiapkan oleh BPS Pusat. Angka random STK berbeda dengan Susenas, sehingga sampel rumah tangga STK tidak sama dengan Susenas. Dengan metode ini maka sampel rumah tangga akan proporsional berdasarkan tingkat pendidikan kepala rumah tangga.

Selanjutnya blok sensus dan rumah tangga terpilih kegiatan STK Maret 2015 akan diperlakukan sebagai panel blok sensus dan panel rumah tangga pada triwulan 2 (Juni), triwulan 3 (September), dan triwulan 4 (Desember).

Untuk kasus bangunan tempat tinggal sekarang ditempati oleh rumah tangga lain, maka rumah tangga yang pindah tersebut dapat diganti dengan rumah tangga yang sekarang menempati bangunan tempat tinggal tersebut.

3.4. Kriteria Responden

Responden dari STK atau eligible responden adalah Kepala Rumah Tangga atau pasangannya, seperti Suami atau Istri. Petugas pendataan lapangan diharapkan dapat melakukan kunjungan ulang dengan membuat janji ketemu terlebih dahulu jika kepala rumah tangga atau pasangannya tidak dapat diwawancarai pada kunjungan pertama. Tidak diperbolehkan melakukan wawancara kepada anggota rumah tangga yang lain, seperti anak, famili lain, atau pembantu rumah tangga/sopir. Pemilihan responden harus kepala rumah tangga atau pasangannya agar pertanyaan-pertanyaan terkait kondisi pendapatan, keuangan, pengeluaran, rencana pembelian barang-barang tahan lama di tingkat rumah tangga dan pertanyaan-pertanyaan lain yang erat kaitannya dengan keputusan/aktivitas rumah tangga dapat dijawab dengan lengkap dan tepat sesuai gambaran yang sebenarnya.

Kasus non respon hanya diperkenankan untuk kasus:

- Rumah tangga sudah pindah setelah pelaksanaan updating dan bangunan tempat tinggal tersebut sekarang dalam kondisi kosong atau tidak berpenghuni.
- Seluruh **eligible** responden sakit atau tidak dapat diwawancarai karena alasan kesehatan atau mengalami gangguan kejiwaan.

Seluruh *eligible* responden pergi dan belum kembali dalam waktu pencacahan. Untuk kasus bangunan tempat tinggal sekarang ditempati oleh rumah tangga lain, maka rumah tangga yang pindah tersebut dapat diganti dengan rumah tangga yang sekarang menempati bangunan tempat tinggal tersebut.

3.5. Design Weight

Rancangan penarikan sampel STK 2015 dibuat sedemikian rupa sehingga diharapkan populasi rumah tangga yang dijadikan target sampel dapat terpenuhi. Untuk itu perlu disusun rancangan pembobotan atau *design weight*. Rancangan pembobotan disusun dimulai dari rancangan sampel blok sensus Susenas sendiri sebagai kerangka sampel pertama. Skema penarikan sampel dan pembobotan dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 3.1. Tahapan dan Penghitungan *Design Weight* STK 2015-2016

Tahap/ Phase	Unit	Jumlah unit strata h		Metode penarikan sampel	Peluang pemilihan sampel	Fraksi sampling
		Populasi	Sampel			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Blok Sensus	N_h	n'_h	<i>PPS-with replacement</i>	$\frac{Z_{hi}}{Z_h}$	$n'_h \frac{Z_{hi}}{Z_h}$
		n'_h	n''_h	<i>Systematic</i>	$\frac{1}{n'_h}$	$\frac{n''_h}{n'_h}$
		n''_h	n_h	<i>Systematic</i>	$\frac{1}{n''_h}$	$\frac{n_h}{n''_h}$
2	Rumah tangga	M_{hi}^{up}	\bar{m}	<i>Systematic</i>	$\frac{1}{M_{hi}^{up}}$	$\frac{\bar{m}}{M_{hi}^{up}}$

$$\text{Sampling fraction : } F = f_1 \times f_2 \times f_3 = n'_h \frac{Z_{hi}}{Z_h} \times \frac{n''_h}{n'_h} \times \frac{n_h}{n''_h} \times \frac{\bar{m}}{M_{hi}^{up}} = \frac{n_h Z_{hi} \bar{m}}{Z_h M_{hi}^{up}}$$

$$\text{Sehingga design weight adalah : } W = \frac{Z_h M_{hi}^{up}}{n_h Z_{hi} \bar{m}}$$

3.6. Data dan Keterangan yang Dikumpulkan

Data yang dikumpulkan melalui kuesioner STK adalah data-data yang nantinya digunakan sebagai pembentuk Indeks Tendensi Konsumen. Informasi yang dikumpulkan meliputi pendapatan rumah tangga, pengaruh inflasi, dan konsumsi komoditi-komoditi yang terkategori "*normal goods*" seperti ikan, daging, telur, susu, buah-buahan, dan lain-lain untuk konsumsi makanan, dan komoditi pakaian, biaya perumahan, biaya pendidikan, transportasi, biaya kesehatan, rekreasi, pesta atau hajatan, dan lain-lain, untuk komoditi bukan makanan. Disamping itu dikumpulkan pula informasi "*luxury goods*" seperti rumah/tanah, mobil, TV, komputer

Indeks Tendensi Konsumen juga terdiri dari dua jenis indeks yaitu Indeks Indikator Kini (*Current Indicator Index*) dan Indeks Indikator Mendatang (*Future Indicator Index*). Indeks Indikator Kini merupakan indeks komposit dari beberapa variabel yang dapat mengidentifikasi

kondisi ekonomi rumah tangga (konsumen) pada saat triwulan berjalan (saat survei) dibandingkan periode triwulan sebelumnya. Sedangkan Indeks Indikator Mendatang merupakan indeks komposit dari beberapa variabel yang dapat mengidentifikasi kondisi ekonomi rumah tangga (konsumen) dan rencana membeli untuk membeli barang-barang tahan lama pada periode tiga bulan mendatang.

3.7. Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen

A. Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen Kini (ITK Kini)

- a) Pendapatan seluruh anggota keluarga pada periode 3 (tiga) bulan terakhir.
- b) Pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi.
- c) Volume konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan:
 - Makanan: bahan makanan dan makanan jadi di restoran/rumah makan.
 - Bukan Makanan: Pakaian, Tas, Sepatu, Pembelian Pulsa, Pendidikan, Perawatan Kesehatan, dan Kecantikan (gym, salon, Spa, dll), Rekreasi/Hiburan (nonton di bioskop, karaoke, atau ke tempat hiburan), Akomodasi (Hotel/penginapan), dan Transportasi/angkutan; dan komunikasi.

B. Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen Mendatang (ITK Mendatang)

- a) Pendapatan seluruh anggota keluarga.
- b) Rencana pembelian barang-barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan:
 - Elektronik (TV, DVD, Komputer, dll)
 - Perhiasan logam dan batu mulia (emas, permata, mutiara, dll)
 - Perangkat komunikasi (HP, Tablet/IPAD, notebook, dll)
 - Perabot meubelair (kursi, lemari, tempat tidur, dll)
 - Peralatan rumah tangga (AC, kulkas, mesin cuci, kompor gas)
 - Membeli/mengganti sepeda motor
 - Membeli/mengganti mobil
 - Rekreasi (ke luar kota/luar negeri, termasuk menginap di hotel)
 - Merencanakan pesta/hajatan (pernikahan, khitanan, ulang tahun, dll.)
 - Merenovasi rumah
 - Membeli rumah/tanah

3.8. Prosedur Penghitungan Indeks

Variabel-variabel yang ditanyakan dalam Survei Tendensi Konsumen mempunyai 3 jenis jawaban yaitu meningkat, tetap, dan menurun. Prosedur penghitungan Indeks Tendensi Konsumen (IIK dan IIM) masing-masing adalah sebagai berikut :

1. Penggolongan Pendapatan

Setiap rumah tangga akan terkategori sebagai rumah tangga dengan golongan pendapatan rendah (kurang dari 2 juta rupiah) dan berpendapatan tinggi (2 juta keatas). Penggolongan tadi digunakan sebagai dasar pemberian penimbang/bobot yang berbeda dalam penghitungan indeks.

Dasar pengelompokan pendapatan rumahtangga ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh SUSENAS. Dari hasil penelitian terhadap 254 data sampel SUSENAS, diperoleh tiga kelompok rumah tangga berdasarkan tingkat ekonomi, yaitu 25 rumah tangga ekonomi atas, 99 rumah tangga ekonomi menengah, dan 130 rumah tangga ekonomi bawah. Rata-rata pendapatan rumah tangga yang masuk dalam kategori rumah tangga ekonomi bawah berkisar antara 2 juta rupiah sampai 2,25 juta rupiah per bulan, sedangkan untuk pendapatan dua kategori yang lain tentunya berada diatas 2,25 juta rupiah per bulan.

2. Pemberian Skor Jawaban

Pemberian skor jawaban dengan penyempurnaan metode yang mulai diterapkan tahun 2015 mempertimbangkan *net balance* sehingga penjumlahan skor dari kombinasi kemungkinan pilihan jawaban untuk setiap variabel sama dengan nol. Variabel yang akan diberi skor dibedakan atas dua bagian besar, yaitu variabel tunggal dan variabel interaksi. Variabel/komponen tunggal adalah pendapatan rumah tangga, volume/frekuensi konsumsi beberapa kelompok barang/jasa, dan perkiraan pendapatan rumah tangga. Sedangkan variabel/komponen interaksi adalah pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi dan rencana pembelian barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan.

Pemberian skor jawaban tersebut sekaligus mencerminkan pemberian bobot dari setiap pilihan jawaban pada setiap variabel. Sebelum diberikan skor, untuk setiap variabel maka perlu disusun kombinasi pilihan jawaban dalam bentuk matriks. Berdasarkan matriks tersebut diberikan skor yang sesuai untuk tiap selnya dengan mengacu kepada prinsip *net balance*.

a. Pemberian Kode dan Skor Variabel/Komponen Tunggal

Setiap variabel/komponen tunggal sebagai komponen pembentuk Indeks Tendensi Konsumen diberi skor sbb.:

- a) Jawaban “meningkat” diberi skor 1 (satu)
- b) Jawaban “tetap” diberi skor 0 (nol).
- c) Jawaban “menurun” diberi skor -1 (minus satu).

Dari seluruh jawaban responden tersebut, penghitungan indeks variabel hanya akan mempertimbangkan jawaban yang meningkat dan yang menurun saja.

Tabel 3.2. Pemberian Kode dan Skor Variabel Pendapatan, Perkiraan Pendapatan, dan Volume/Frekuensi Konsumsi Kelompok Barang/Jasa

No	Variabel	Pilihan dan Kode di kuesioner	Skor	
			Lama (Total Skor)	Baru (Net Balance)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama 3 bulan terakhir dibandingkan 3 bulan sebelumnya → Blok IV.A Rincian 1	Meningkat 1 Tetap 2 Menurun 3	2 1 0	1 0 -1
2	Perkiraan pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama 3 bulan mendatang dibandingkan 3 bulan terakhir Blok IV.A Rincian 3	Meningkat 1 Tetap 2 Menurun 3	2 1 0	1 0 -1
3	Volume/frekuensi konsumsi kelompok barang/jasa terpilih selama 3 bulan terakhir dibandingkan 3 bulan sebelumnya *) Blok IV.C Rincian 6 Poin (1) s.d. Poin (9)	Meningkat 1 Tetap 2 Menurun 3	2 1 0	1 0 -1

b. Pemberian Skor Jawaban Variabel/Komponen Interaksi

Sebagaimana disebutkan sebelumnya bahwa variabel pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi rumah tangga merupakan variabel interaksi. Perubahan harga barang dan jasa yang dikonsumsi rumah tangga juga dipengaruhi oleh total pengeluaran rumah tangga. Ketika harga barang dan jasa kebutuhan sehari-hari meningkat tinggi, namun rumah tangga masih memiliki

kemampuan untuk melakukan peningkatan konsumsi (diproksi dengan total pengeluaran rumah tangga meningkat) maka diberikan skor tertinggi (skor 1). Sebaliknya, ketika harga barang dan jasa kebutuhan sehari-hari relatif sama atau menurun, namun rumah tangga justru tidak memiliki kemampuan untuk melakukan peningkatan konsumsi (diproksi dengan total pengeluaran rumah tangga menurun) maka diberikan skor terendah (skor -1). Pemberian skor secara rinci disajikan pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3. Pemberian Kode dan Skor Variabel Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga

Interaksi		Total pengeluaran seluruh ART (kode di kuesioner)		
		Meningkat(1)	Tetap (2)	Menurun (3)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Perubahan harga brg/jasa kebutuhan RT (kode di Kuesioner)	Meningkat Tinggi (1)	1	$\frac{1}{2}$	0
	Meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3)	$\frac{1}{2}$	0	$-\frac{1}{2}$
	Relatif sama (4) atau menurun (5)	0	$-\frac{1}{2}$	-1

Keterangan :

- Skor $-\frac{1}{2}$,
- Jika konsumsi sekarang menurun (3) dan perubahan harga brg/jasa meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3).
 - Jika konsumsi sekarang tetap (2) dan perubahan harga brg/jasa relatif sama (4) atau menurun (5).
- Skor -1,
- Jika volume konsumsinya menurun dan perubahan harga brg/jasa relatif sama (4) atau menurun.
- Skor 0,
- Jika konsumsi saat ini volumenya menurun (3) dan perubahan harga brg/jasa meningkat tinggi (1).
 - Jika konsumsi saat ini volumenya tetap (2) dan perubahan harga brg/jasa meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3).
 - Jika konsumsi saat ini volumenya meningkat (1) dan perubahan harga relatif sama (4) atau menurun (5).
- Skor $\frac{1}{2}$,
- Jika konsumsi saat ini volumenya tetap (2) dan perubahan harga brg/jasa meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3).

- Jika konsumsi saat ini volumenya meningkat (1) dan perubahan harga brg/jasa relatif sama (4) atau menurun (5).
- Skor 1,
- Jika konsumsi saat ini volumenya meningkat (1) dan perubahan harga brg/jasa meningkat tinggi (1).

Dengan cara dan dasar pemikiran yang sama pemberian skor dapat dilakukan pada variabel rencana pemberian barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan. Perilaku rumah tangga dalam rencana pembelian barang tahan lama dipengaruhi oleh sumber dana yang dimiliki dan kondisi keuangan rumah tangga dalam 3 bulan terakhir. Pemberian skor tersebut secara rinci disajikan pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4. Pemberian Kode dan Skor Variabel Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi, dan Pesta/Hajatan

Interaksi		Pembelian barang-barang tahan lama *) serta aktivitas rekreasi dan hajatan/pesta (kode di kuesioner)			
		Punya rencana (1)		Tidak Punya rencana (2)	
		Sumber Dana (1-4)	Sumber Dana (5)	Alasan Utama (1)	Alasan Utama (2)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Kondisi keuangan rumahtangga selama 3 bulan terakhir (kode di kuesioner)	Menabung lebih banyak atau sama dgn trw sblmnya (1) / menabung lebih sedikit dgn trw sblmnya (2)	1	0	-1	1
	Tidak dpt menabung sama sekali (3)	1	0	-1	0
	Mengambil tabungan (4)/ hrs meminjam uang/menggadaikan barang (5)	1	0	-1	-1

*) Pemberian kode dan skor dilakukan untuk masing-masing kelompok barang-barang tahan lama serta aktivitas rekreasi dan hajatan/pesta.

Keterangan :

- Skor = 1
- Jika punya rencana membeli, sumber dana (kode 1-4), dan gambaran kondisi keuangan rumahtangga (kode 1 atau 2).
 - Jika punya rencana membeli, sumber dana (kode 1-4), dan gambaran kondisi keuangan rumahtangga (kode 3).
 - Jika punya rencana membeli, sumber dana (kode 1-4), dan gambaran kondisi keuangan rumahtangga (kode 4 atau 5).
 - Jika tidak punya rencana membeli, alasan utama (kode 2), dan gambaran kondisi keuangan rumahtangga (kode 1 atau 2).
- Skor = 0
- Jika punya rencana membeli, sumber dana (kode 5), dan gambaran kondisi keuangan rumahtangga (kode 1 atau 2).
 - Jika punya rencana membeli, sumber dana (kode 5), dan gambaran kondisi keuangan rumahtangga (kode 3).
 - Jika punya rencana membeli, sumber dana (kode 5), dan gambaran kondisi keuangan rumahtangga (kode 5).
 - Jika tidak punya rencana membeli, alasan utama (kode 2), dan gambaran kondisi keuangan rumahtangga (kode 3).
- Skor = -1
- Jika tidak punya rencana membeli, alasan utama (kode 1), dan gambaran kondisi keuangan rumahtangga (kode 1 atau 2).
 - Jika tidak punya rencana membeli, alasan utama (kode 1), dan gambaran kondisi keuangan rumahtangga (kode 3).
 - Jika tidak punya rencana membeli, alasan utama (kode 1), dan gambaran kondisi keuangan rumahtangga (kode 4 atau 5).
 - Jika tidak punya rencana membeli, alasan utama (kode 2), dan gambaran kondisi keuangan rumahtangga (kode 4 atau 5).

3. Penghitungan Indeks Variabel.

Selanjutnya untuk mendapatkan indeks dari setiap variabel, dihitung dengan menggunakan rumus *Diffusion Index* seperti yang digunakan oleh *The Conference Board* (1990).

Indeks setiap Variabel:

$$I_{vt} = \left[\left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^{n_i} T_{inc_i} \right) * 100 - \left(\frac{1}{n} \sum_{j=1}^{n_j} T_{dec_j} \right) * 100 \right] + 100$$

Dimana:

T_{inc_i} = responden yang menjawab meningkat

T_{dec_j} = responden yang menjawab menurun

n_i = jumlah responden yang menjawab meningkat

n_j = jumlah responden yang menjawab menurun

Range untuk indeks setiap variabel adalah $0 \leq I_{vt} \leq 200$

Indeks Gabungan

$$I_{vg} = \frac{1}{n_{vt}} \sum_{k=1}^{n_{vt}} (I_{vt})_k$$

- Dimana:
- I_{vg} = indeks gabungan
- I_{vt} = indeks variabel tunggal
- n_{vt} = jumlah variabel tunggal
- Range untuk I_{vg} adalah $0 \leq I_{vg} \leq 200$

4. Penghitungan Indeks Indikator Kini dan Mendatang

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) terdiri dari Indeks Indikator Kini (IIK) dan Indeks Indikator Mendatang (IIM). Kedua indeks tersebut disusun secara terpisah. Masing-masing indeks indikator tersebut merupakan indeks rata-rata tertimbang dari beberapa indeks variabel pembentuknya. Untuk menghitung Indeks Indikator Kini dan Indeks Indikator Mendatang digunakan rumus sebagai berikut:

$$IIK = \sum_{l=1}^3 w_l \cdot (I_{vt} \text{ atau } vg)_l$$

dan

$$IIM = \sum_{m=1}^2 w_m \cdot (I_{vt} \text{ atau } vg)_m$$

Dimana:

w_l = penimbang variabel/komponen IIK

w_m = penimbang variabel/komponen IIM

$l = 1, 2, 3$ (variabel/komponen IIK)

$m = 1, 2$ (variabel/komponen IIM)

Range untuk IIK/IIM adalah : $0 \leq IKK/IIM \leq 200$.

5. Penentuan Penimbang (w_i).

Penentuan penimbang untuk IIK dan IIM menggunakan fungsi *double log* dari masing-masing variabel pembentuknya. Rumusnya adalah sebagai berikut:

A. Indeks Indikator Kini (IIK).

Komponen penyusun IIK untuk ITK terdiri atas 3 komponen variabel pembentuk. Dengan fungsi *double Log* sebagai berikut ketiga komponen tersebut dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Log IIK} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Log}(PDK) + \alpha_2 \text{Log}(KH) + \alpha_3 \text{Log}(KK)$$

dimana :

IIK = Indeks Indikator Kini

PDK = Pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada triwulan berjalan

KH = Pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari

KK = Konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan

$\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ = Estimasi parameter fungsi *double log*

Besaran α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga terhadap IIK, α_2 mengindikasikan elastisitas pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari terhadap IIK, dan α_3 mengindikasikan elastisitas konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan saat ini terhadap IIK. Series data yang digunakan untuk menghitung penimbang adalah data Triwulan I-1990 sampai dengan Triwulan III-2015. Sebagai contoh, hasil penghitungan penimbang pada Triwulan III-2015 untuk masing-masing komponen IIK adalah :

- 1) Pendapatan seluruh anggota rumahtangga sebesar 0,5134
- 2) Pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari sebesar 0,2723
- 3) Volume konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan sebesar 0,2142

Penghitungan IIK dilakukan untuk menentukan nilai ITK pada triwulan berjalan sebagai gambaran kondisi ekonomi konsumen dan perilaku konsumsi konsumen terhadap situasi perekonomian secara umum pada triwulan berjalan.

B. Indeks Indikator Mendatang (IIM).

Komponen penyusun IIM untuk ITK terdiri atas pendapatan seluruh anggota keluarga 3 bulan yang akan datang dan rencana pembelian barang-barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan. Sejak triwulan I-2004, penimbang untuk ketiga komponen dihitung melalui fungsi *double log* sebagai berikut :

$$\text{Log IIM} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Log}(PDM) + \alpha_2 \text{Log}(RTH)$$

dimana :

IIM = Indeks Indikator Mendatang

PDM = Pendapatan seluruh anggota rumahtangga.

RTH = Rencana pembelian barang-barang tahan lama

$\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2$ = Estimasi parameter fungsi *double log*

Besaran α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada triwulan mendatang terhadap IIM dan α_2 mengindikasikan elastisitas rencana pembelian barang-barang tahan lama terhadap IIM. Sebagaimana IIK, series data yang digunakan untuk menghitung penimbang IIM juga menggunakan series data Triwulan I-1990 sampai dengan Triwulan III-2015.

Sebagai contoh, hasil penghitungan penimbang pada Triwulan III-2015 untuk masing-masing komponen IIM adalah :

- 1). Pendapatan seluruh anggota rumahtangga sebesar 0,6415
- 2). Rencana pembelian barang-barang tahan lama sebesar 0,3585

Penghitungan IIM dilakukan untuk memperkirakan nilai ITK pada triwulan berikutnya sebagai prediksi kondisi ekonomi konsumen dan perilaku konsumsi konsumen terhadap situasi perekonomian secara umum pada tiga bulan yang akan datang.

3.9 Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen.

Nilai Indeks Indikator Kini dan Indeks Indikator Mendatang berkisar antara 0 sampai dengan 200. Interpretasi masing-masing Indeks adalah sebagai berikut :

- a. **Diatas 100 s/d 200** : jumlah jawaban "meningkat" lebih besar dari jawaban "menurun" artinya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan meningkat dibanding pada triwulan sebelumnya (untuk Indeks Indikator Kini) atau kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang meningkat dibanding pada triwulan berjalan (untuk Indeks Indikator Mendatang).
- b. **Sama dengan 100** : jumlah jawaban "meningkat" dan "menurun" adalah seimbang, artinya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan hampir sama dengan triwulan sebelumnya

(untuk Indeks Indikator Kini) atau kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang sama dengan pada triwulan berjalan (untuk Indeks Indikator Mendatang).

- c. **Kurang dari 100** : jumlah jawaban "menurun" lebih besar dari jawaban "meningkat", artinya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan menurun dibanding keadaan triwulan sebelumnya (untuk Indeks Indikator Kini) atau kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang menurun dibanding pada triwulan berjalan (untuk Indeks Indikator Mendatang).

<http://malut.bps.go.id>

<http://malut.bps.go.id>



BAB 4

HASIL PENGHITUNGAN ITK TAHUN 2015

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

<http://malut.pps.go.id>

4. ITK Provinsi Maluku Utara Tahun 2015

4.1. Profil Responden Rumah Tangga Maluku Utara Tahun 2015

Indeks Tendensi Konsumen dihitung untuk memperkirakan gerak perekonomian berdasarkan informasi konsumen (rumah tangga). Indeks Tendensi Konsumen dihitung dari hasil Survei Tendensi Konsumen. Pelaksanaan Survei Tendensi Konsumen (STK) setiap 3 bulan sekali dalam setahun dimana daftar sampel blok sensus Susenas Maret 2015 yang berada di daerah perkotaan merupakan sampel STK. Sebelum tahun 2011, STK hanya dilakukan di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek). Mulai triwulan I tahun 2011, STK dilakukan di 33 provinsi di Indonesia dengan total target sampel sebanyak 14.600 rumah tangga. Respon rate responden sampel setiap triwulan rata-rata sekitar 95 persen.

Tabel 4.1
Persentase Responden Rumah Tangga
Menurut Tingkat Pendidikan, 2015

Tingkat Pendidikan	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
SLTP ke bawah	34,68	37,30	32,54	
SLTA	40,32	40,48	41,27	
Diploma I/II/III	5,65	3,97	3,17	
Diploma IV/S1, S2/S3	19,35	18,25	23,02	
Jumlah	100,00	100,00	100,00	

Dilihat dari tingkat pendidikannya, sebagian besar responden rumah tangga berpendidikan SLTA yaitu sekitar 40 - 41 persen. Responden rumah tangga yang berpendidikan di atas SLTA sekitar 22 - 26 persen. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden rumah tangga STK memiliki pendidikan yang cukup baik cermin dari penduduk perkotaan pada umumnya. (Tabel 4.1).

Tabel 4.2
Persentase Responden Rumah Tangga
Menurut Sektor Pekerjaan, 2015

Sektor Pekerjaan	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
Primer	8,06	7,94	7,14	
Sekunder	16,13	13,49	15,87	
Tersier	58,87	59,52	61,90	
Penerima Pendapatan	16,94	19,05	15,08	
Jumlah	100,00	100,00	100,00	100,00

Dilihat dari sektor pekerjaan responden selama tahun 2015, sebagian besar berprofesi di sektor tersier yaitu sekitar 58 - 62 persen. Sektor primer sekitar 7 - 8 persen dan sektor sekunder sekitar 13 - 16 persen. Sedangkan sisanya sekitar 15 - 19 persen merupakan responden penerima pendapatan. (Tabel 4.2).

Tabel 4.3
Persentase Responden Rumah Tangga
Menurut Status Pekerjaan Utama, 2015

Status Pekerjaan Utama	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
Berusaha sendiri/dibantu pekerja keluarga	37,86	38,24	41,12	
Berusaha dibantu pekerja dibayar	7,77	6,86	5,61	
Buruh/Karyawan/Pegawai	54,37	54,90	53,27	
Jumlah	100,00	100,00	100,00	

Dilihat dari status pekerjaan utama, sebagian besar responden rumah tangga berstatus buruh/karyawan/pegawai yaitu sekitar 53 - 55 persen. Sedangkan responden yang berstatus berusaha sendiri/dibantu pekerja keluarga yaitu sekitar 37 - 41 persen. (Tabel 4.3).

Tabel 4.4
Persentase Responden Rumah Tangga
Menurut Rata-Rata Pendapatan Sebulan, 2015

Rata-Rata Pendapatan Sebulan	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
< 2 juta rupiah	28,23	23,81	20,63	
≥ 2 juta rupiah	71,77	76,19	79,37	
Jumlah	100,00	100,00	100,00	

Dilihat dari rata-rata pendapatan sebulan responden rumah tangga, sebagian besar responden memiliki pendapatan rata-rata di atas 2 juta rupiah, yaitu sekitar 71 - 79 persen. Sedangkan responden yang memiliki pendapatan rata-rata di bawah 2 juta rupiah, yaitu sekitar 20 - 28 persen. (Tabel 4.4).

4.2. Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I s.d. IV Tahun 2015

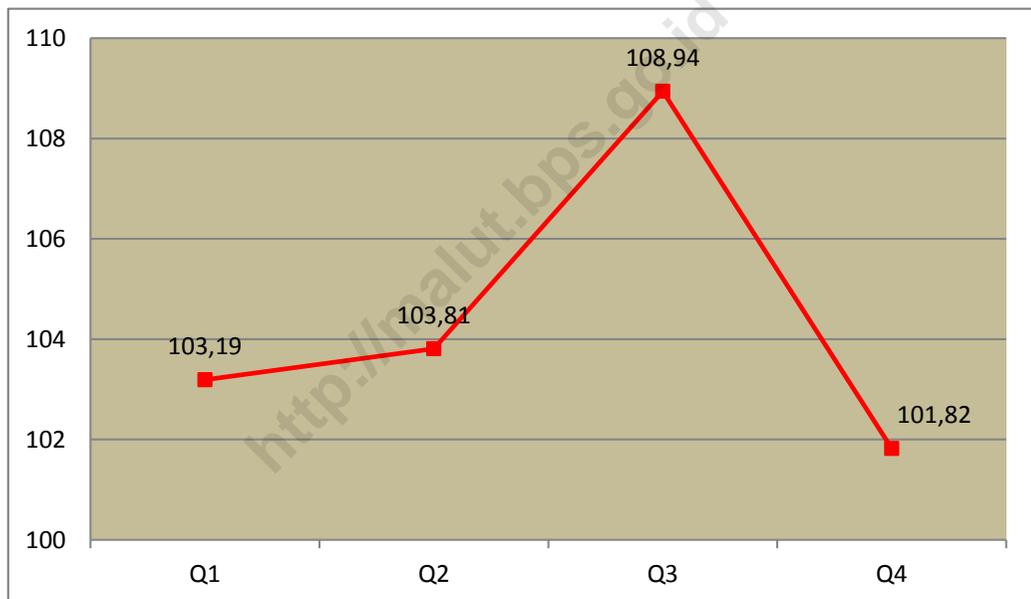
Kondisi ekonomi konsumen di Maluku Utara pada tahun 2015 tampak konsumen selalu optimis pada setiap triwulannya terhadap kondisi perekonomian Maluku Utara meskipun tingkat optimis konsumen berfluktuatif. Hal tersebut terlihat dari nilai ITK yang selalu berada di atas 100. Pada triwulan I nilai ITK sebesar 103,19 persen. Pada triwulan II, terjadi peningkatan optimisme konsumen dengan nilai ITK sebesar 103,81. Pada triwulan III, nilai ITK meningkat kembali sebesar 103,84 atau merupakan nilai ITK tertinggi selama tahun 2015 yang mencerminkan bahwa puncak tingkat optimisme konsumen terjadi pada triwulan ini. Peningkatan optimisme konsumen pada triwulan III diduga disebabkan oleh tingginya aktivitas kegiatan ekonomi pada bulan suci Ramadhan yang mendorong peningkatan pendapatan konsumen baik melalui hasil usaha maupun pendapatan lainnya serta adanya pemberian bonus gaji menjelang hari raya ataupun tahun ajaran baru.

Tabel 4.5
Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen
Periode Triwulan I – IV 2015

Variabel	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
ITK 2015	103,19	103,81	108,94	101,82*

*Angka perkiraan

Gambar 4.1
Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen
Periode Triwulan I – IV 2015



4.2.3. Nilai Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2015 Menurut Variabelnya

Kondisi ekonomi konsumen di Maluku Utara selama tahun 2015 terlihat optimis setiap triwulannya. Hal ini terlihat dari nilai ITK yang selalu di atas 100. Sejak triwulan I sampai dengan triwulan IV terlihat bahwa nilai ITK selalu di atas 100. Peningkatan variabel ITK menunjukkan tingkat optimisme konsumen meningkat pada triwulan tersebut, seperti yang terjadi pada triwulan I, II, dan III.

Variabel pendapatan saat ini menjelaskan pendapatan konsumen pada saat triwulan berjalan terus memperlihatkan tingkat optimisme yang semakin meningkat sampai dengan triwulan III. Dari sebesar 100,98 pada triwulan I menjadi 105,61 di triwulan II dan tertinggi 111,75 pada triwulan III. Variabel pendukung tabungan responden juga menunjukkan kondisi yang positif dengan mayoritas responden menjawab bahwa kondisi tabungan mereka pada triwulan berjalan sama/meningkat dibanding triwulan sebelumnya sekitar 55 – 69 persen.

Variabel lainnya adalah volume konsumsi barang dan jasa menunjukkan peningkatan optimisme konsumen Maluku Utara. Karena didukung oleh tingkat optimisme pendapatan yang terus membaik dan kurang berpengaruhnya inflasi terhadap konsumsi makanan sehari-hari membuat optimisme volume konsumsi barang dan jasa juga selalu meningkat.

Tabel 4.5
Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen menurut Variabel
Pembentuk dan Variabel Terkait Lainnya Periode Triwulan I – IV 2015

Variabel	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
Pendapatan saat ini	100,98	105,61	111,75	
Pengaruh inflasi terhadap total pengeluaran rumah tangga	107,02	99,84	105,80	
Volume konsumsi barang/jasa	103,58	104,54	106,25	
ITK Kini	103,19	103,81	108,94	101,82*
Variabel Pendukung	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
Kondisi Tabungan (% Responden Menjawab)				
- Sama/meningkat	55,65	75,40	69,05	
- Menurun	44,35	24,60	30,95	

*Perkiraan ITK mendatang

BAB 5

KESIMPULAN

<http://malut.bps.go.id>

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

<http://malut.bps.go.id>

5. Perekonomian Maluku Utara dari Sisi Rumahtangga Tahun 2015

Survei Tendensi Konsumen dilaksanakan setiap triwulanan. Kerangka sampel blok sensus STK adalah daftar sampel blok sensus Susenas Maret 2015 daerah perkotaan di setiap Kab/Kota terpilih STK. Distribusi persentase responden setiap triwulan selama tahun 2015 relatif tidak mengalami perubahan. Persentase responden masih didominasi oleh mereka yang berpendidikan tertinggi SLTA ke atas berkisar antara 62 – 67 persen dari keseluruhan sampel rumahtangga. Kebanyakan responden bekerja di sektor tersier berkisar 58 - 62 persen setiap triwulannya. Responden yang bekerja dengan status buruh/karyawan/pegawai berkisar antara 53 - 55 persen setiap triwulannya. Mayoritas responden memiliki pendapatan rata-rata di atas Rp 2.000.000,- yaitu sekitar 71 - 79 persen setiap triwulannya.

Tingkat pendapatan rumah tangga selama tahun 2015 yang cukup baik ternyata menjadi pendorong utama keadaan ekonomi konsumen selama tahun 2015. Hal ini terlihat pada nilai variabel ini yang cukup tinggi dan terus meningkat dari triwulan I sampai dengan triwulan III. Laju inflasi juga cukup berpengaruh terhadap keadaan ekonomi konsumen pada tahun 2015. Hal ini terlihat pada nilai ITK pada Triwulan I-2015 sampai dengan Triwulan III-2015 yang berada di atas 100 dengan variabel kaitan inflasi terhadap konsumsi memiliki nilai yang selalu di atas 100.

Kondisi ekonomi konsumen pada triwulan I-2015 terlihat cukup tinggi di atas 100 yaitu 103,19 menunjukkan kondisi ekonomi konsumen yang cukup optimis, namun terjadi sedikit penurunan dibandingkan triwulan IV-2014 yaitu 103,28. Pada triwulan II nilai ITK kembali meningkat menjadi 103,81 menunjukkan optimisme konsumen semakin meningkat.

Memasuki Triwulan III-2015, kondisi ekonomi konsumen semakin meningkat dibandingkan dengan 2 triwulan sebelumnya. Tingkat optimisme konsumen berada di puncak menjadi 108,94 pada Triwulan III-2015. Hal tersebut juga didukung oleh peningkatan pendapatan rumah tangga dan adanya peningkatan volume konsumsi barang dan jasa seperti pembelian pakaian, biaya pendidikan dan transportasi sehubungan dengan memasuki bulan Ramadhan dan memasuki tahun ajaran baru, meskipun terdapat inflasi terhadap total pengeluaran rumah tangga.

Pada Triwulan IV-2015 diperkirakan terjadi peningkatan kondisi ekonomi konsumen dibandingkan dengan triwulan sebelumnya meskipun terjadi penurunan tingkat optimisme. Peningkatan ini terjadi karena meningkatnya pendapatan rumah tangga dan rencana pembelian barang. Namun tingkat optimisme konsumen menurun dibandingkan triwulan sebelumnya. Turunnya tingkat optimisme konsumen diperkirakan dikarenakan tingkat pendapatan dan konsumsi yang menurun dibandingkan triwulan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, 1976-1991, *Indikator Pendahulu di Indonesia*, Jakarta.
- The Conference Board, 1990, *A monthly Report from the Consumer Research Confidence Survey*, The Conference Board.
- Badan Pusat Statistik, 1996, *Studi Pendahuluan Penyusunan Sistem Pemantauan beberapa Indikator Dini*, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 1997, *Studi Pendahuluan Penyusunan Sistem Pemantauan beberapa Indikator Dini*, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 1998, *Sistem Pemantauan beberapa Indikator Dini: Dalam Rangka Pengembangan Sistem Monitoring Ekonomi Makro Jangka Pendek*, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2000, *Sistem Pemantauan Beberapa Indikator Dini Ringkasan Metodologi 2000*, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2001, *Indikator Fundamental Ekonomi Indonesia*, Jakarta.
- James Medoff dan Ronald Sellers, *Labor's Capital, Business Confidence, and The Market for Loanable Funds*, Oktober 2004

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

<http://malut.bps.go.id>

Lampiran

Kuesioner

<http://mailto:bps.go.id>

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

<http://malut.bps.go.id>



SURVEI TENDENSI KONSUMEN 2015

RAHASIA

Triwulan I-2015

BLOK I. PENGENALAN TEMPAT		
1. Provinsi		<input type="checkbox"/>
2. Kabupaten/Kota*)		<input type="checkbox"/>
3. Kecamatan		<input type="checkbox"/>
4. Desa/Kelurahan*)		<input type="checkbox"/>
5. Klasifikasi Desa/Kelurahan*)	1. Perkotaan 2. Perdesaan	<input type="checkbox"/>
6. Nomor Kode Sampel		<input type="checkbox"/>
7. Nomor Urut Sampel		<input type="checkbox"/>
8. Nama Kepala Rumah Tangga		<input type="checkbox"/>
9. Jumlah Anggota Rumah Tangga		<input type="checkbox"/>
10. Keterangan Hasil Pencacahan	1. Berhasil diwawancarai 2. Rata Pengganti di Bangunan Sensus yang sama 3. Bangunan Sensus Kosong atau Berubah Fungsi	<input type="checkbox"/>

*) Coret yang tidak perlu

BLOK III. INFORMASI UMUM RESPONDEN			
Keterangan Responden			
1. Status responden:			<input type="checkbox"/>
<i>Kepala rumah tangga</i> -1	<i>Istri/suami</i> -2		
2. Jenis kelamin responden:	<i>Laki-laki</i> -1	<i>Perempuan</i> -2	<input type="checkbox"/>
3. Umur responden:			<input type="checkbox"/>
<20 tahun -1	20–29 tahun -2	30–39 tahun -3	
40–49 tahun -4	50–59 tahun -5	≥ 60 tahun -6	
4. Pendidikan terakhir yang dimatikan responden:			<input type="checkbox"/>
SLTP kebawah -1	Diploma I/II/III -3	S2/S3 -5	
SLTA -2	Diploma IV/51 -4		
Keterangan Rumah Tangga			
5. Lapangan pekerjaan kepala rumah tangga:			<input type="checkbox"/>
..... (tuliskan)			
<i>Perawatan kesehatan dan Perikanan</i> -01	<i>Informasi dan Komunikasi</i>		-10
<i>Perdagangan dan Perdagangan</i> -02	<i>Jasa Keuangan</i>		-11
<i>Industri Pengolahan</i> -03	<i>Real Estate</i>		-12
<i>Pengadaan Listrik, Gas</i> -04	<i>Jasa Perusahaan</i>		-13
<i>Pengadaan Air</i> -05	<i>Administrasi Pemerintahan, Pemerintahan dan Laminan Sosial Wajib</i>		-14
<i>Konstruksi</i> -06	<i>Jasa Pendidikan dan Kesehatan dan Kegiatan Sosial</i>		-15
<i>Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor</i> -07	<i>Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial</i>		-16
<i>Transportasi dan Pergudangan</i> -08	<i>Jasa lainnya</i>		-17
<i>Penyediaan Akomodasi dan Penyelenggaraan Makanan</i> -09	<i>Trick bekerja/penerima pendapatan</i>		-18
<i>(Jika Kepala Rumah Tangga tidak bekerja/penerima pendapatan atau kode 18, langsung ke Rincian 7)</i>			
6. Status Pekerjaan Kepala Rumah Tangga:			<input type="checkbox"/>
<i>Bersedia sendiri/dibantu pekerja keluarga</i> -1	<i>Buruh/Karyawan/Pegawai</i> -3		
<i>Berusaha dibantu pekerja dibayar</i> -2	<i>Pekerja keluarga</i> -4		
7. Jumlah anggota rumah tangga (termasuk kepala rumah tangga) yang bekerja/mempunyai usaha			<input type="checkbox"/>
8. Rata-rata pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama sebulan:			<input type="checkbox"/>
<2 juta rupiah -1	2–2,9 juta rupiah -2	3–3,9 juta rupiah -3	
4–4,9 juta rupiah -4	5–9,9 juta rupiah -5	≥ 10 juta rupiah -6	

BLOK V. PENJELASAN RINGKAS

KHUSUS UNTUK BLOK IV.A.s.d. BLOK IV.F

- ✓ **Rincian 1 s/d 4: Pendapatan Rumah Tangga** adalah total pendapatan seluruh anggota rumah tangga yang merupakan penjumlahan dari semua pendapatan yang diperoleh seluruh anggota rumah tangga, termasuk bonus, THR, insentif, dan lain-lain. Termasuk didalamnya adalah transfer dari pihak lain, mendapat arisan, warisan, dan hadiah.
- ✓ **Rincian 5: Perubahan harga** merupakan perubahan harga barang/jasa secara umum, bukan beberapa komoditi utama saja.

Catatan:

- o Perhatikan referensi waktu pencacahan dalam mengantisipasi jawaban responden.
- o Perhatikan kontribusi komoditi-komoditi yang meningkat cukup tajam terhadap seluruh komoditi yang dikonsumsi oleh rumah tangga.

Contoh:

Terjadi kenaikan harga komoditi cabai yang cukup signifikan, sementara komoditi lainnya relatif stagnan. Untuk menghindari jawaban responden yang menjawab meningkat tajam, lakukan *probing* mengenai referensi waktunya maupun kontribusi komoditi cabai tersebut.

- ✓ **Rincian 6: Volume/frekuensi pembelian** merupakan jumlah/frekuensi barang/jasa yang dibeli/dikonsumsi oleh rumah tangga. Jika rumah tangga tidak membeli/mengonsumsi selama periode waktu pencacahan jawabannya adalah "tetap".

- ✓ **Rincian 7 s/d 10: Total pengeluaran seluruh anggota rumah tangga** adalah seluruh nilai dari uang yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, baik kebutuhan pokok rumah tangga maupun untuk pembelian barang tahan lama atau pengeluaran besar lainnya.

- ✓ **Rincian 11: Gambaran kondisi keuangan rumah tangga** menunjukkan bagaimana kondisi keuangan rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Catatan:

- o Tidak dapat menabung sama sekali artinya rumah tangga tidak dapat menabung dalam bentuk apapun pada periode survey. Dengan kata lain pendapatan dikurangi pengeluaran sama dengan nol.
- o Jika rumah tangga meminjam untuk investasi seperti membeli rumah atau tanah tidak dianggap sebagai meminjam. Tetapi jika meminjam untuk membeli barang tahan lama maka dianggap sebagai konsumsi rumah tangga sehingga dianggap sebagai meminjam.
- o Jika rumah tangga menabung sekaligus meminjam misalnya untuk membeli barang tahan lama, maka lakukan pengurangan antara tabungan dikurangi pinjaman. Jika positif berarti berarti menabung (kode 1 atau 2), jika negatif merupakan pinjaman.

BLOK V. PENJELASAN RINGKAS (lanjutan)

- ✓ **Rincian 12: Peluang rumah tangga untuk menabung** menunjukkan perkiraan responden terhadap kondisi keuangan rumah tangga dalam 3 bulan ke depan. Jika ada kemungkinan untuk menabung dapat diartikan bahwa rumah tangga memperkirakan pendapatan melebihi pengeluaran.

- ✓ **Rincian 13 dan 14: Ketersediaan Lapangan Pekerjaan** merupakan pengamatan responden mengenai ketersediaan lapangan pekerjaan baik formal maupun non formal melalui informasi langsung atau dari media. Lapangan pekerjaan yang dimaksud tidak hanya mencakup pekerjaan sebagai karyawan atau pegawai, juga termasuk kesempatan untuk berusaha.

- ✓ **Rincian 15: Waktu yang tepat bagi rumah tangga untuk membeli barang tahan lama.** Maksud dari rincian ini adalah untuk menggambarkan persepsi responden tentang kondisi perekonomian saat ini. Waktu tepat secara tidak langsung menggambarkan situasi perekonomian yang baik sehingga daya beli masyarakat juga baik.

BLOK VI. CATATAN



DATA

MENCERDASKAN BANGSA



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI MALUKU UTARA**

Jalan Stadion No. 65 Ternate, Telp. (0921) 3127878 Fax. (0921) 3126381
Homepage : <http://malut.bps.go.id> Email : bps8200@bps.go.id