

INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI JAWA TIMUR TAHUN 2013



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI JAWA TIMUR**

**INDEKS TENDENSI KONSUMEN
PROVINSI JAWA TIMUR
TAHUN 2013**

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



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI JAWA TIMUR**

**INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI JAWA TIMUR
TAHUN 2013**

ISBN :
Katalog BPS : 9202001.35
No Publikasi : 35553.1101
Ukuran buku : 17 cm x 23 cm

Naskah :
Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Gambar Kulit :
Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Diterbitkan oleh :
BPS Provinsi Jawa Timur

Dicetak oleh :

TIM PENYUSUN

Penanggung Jawab : Setiyowati, SE, MT.

Editor : Setiyowati, SE. MT.

Penulis dan Pengolah Data:

1. Mochamad Sonhaji, BSc. MSc.
2. Baiq Irfa Noer Hamidah, S.Si.
3. Nila Oktaria Widayanti, SST.
4. Chusnul Chotimah, SST.

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

KATA PENGANTAR

Di era globalisasi sekarang ini, informasi terkini sangat diperlukan oleh masyarakat luas. Informasi terkini atau indikator dini mampu memberikan informasi perubahan kondisi perekonomian terkini bahkan memberikan sinyal awal apa yang akan terjadi di beberapa bulan mendatang. Dengan demikian, Pemerintah dapat masukan guna menyusun strategi untuk menghadapi kondisi perekonomian mendatang.

Publikasi “Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Jawa Timur 2013” ini merupakan publikasi yang menyajikan indikator dini berupa Indeks Tendensi Konsumen berdasarkan hasil Survei Tendensi Konsumen triwulanan tahun 2013. Dari hasil survei ini diperoleh Indeks Tendensi Konsumen triwulan berjalan dan memberikan sinyal awal tentang perekonomian triwulan mendatang. Pada publikasi ini juga dilengkapi dengan metodologi penghitungan Indeks Tendensi Konsumen untuk mempermudah pemahaman kepada pengguna data.

Pada akhirnya, publikasi ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai indikator dini dalam mengevaluasi pembangunan ekonomi di Jawa Timur. Selanjutnya kritik dan saran bagi penyempurnaan publikasi ini sangat diperlukan sebagai bahan koreksi untuk publikasi yang akan datang.

Surabaya, November 2013
BPS Provinsi Jawa Timur
Kepala,



M. Sairi Hasbullah, MA
NIP. 19580523 198103 1 001

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
1. Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan	2
1.3. Cakupan Penelitian	2
1.4. Sistematika Penulisan	3
2. Kajian Literatur	5
2.1. <i>Consumer Sentiment Index (Michigan Universtiy)</i>	5
2.2. <i>Consumer Confidence Index (The Conference Universtiy)</i>	7
3. Metodologi Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen	11
3.1. Tahapan Pelaksanaan	11
3.2. Prosedur Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen	13
3.3. Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen	24
3.4. Validasi	26

4. Hasil Penghitungan ITK 2013	27
4.1. Indeks Tendensi Konsumen Jawa Timur Tahun 2013	27
4.2. Perbandingan dengan Nasional dan Provinsi-provinsi di Jawa	44
4.3. Karakteristik Responden Survei Tendensi Konsumen Provinsi Jawa Timur	47
LAMPIRAN	55
Lampiran 1 Daftar Blok Sensus Terpilih Sampel ITK Provinsi Jawa Timur	57
Lampiran 2 ITK Seluruh Provinsi dan Nasional Tahun 2013	67
Lampiran 3 Kuesioner Survei Tendensi Konsumen Triwulan 4 – 2013	71
DAFTAR PUSTAKA	iv

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik, 2005, *Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen*, Jakarta.

The Confence Board, 1990, *A montly Report from the Consumer Research Confidence Survey*, The Confence Board.

BPS Provinsi Jawa Timur, 2011, *Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Jawa Timur 2011*, Surabaya.

BPS Provinsi Jawa Timur, 2012, *Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Jawa Timur 2012*, Surabaya.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hampir seluruh data yang dihasilkan Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Timur dalam mengulas ekonomi regional bersifat kuantitatif, antara lain data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), inflasi, nilai tukar petani (NTP), nilai tukar nelayan (NTN), statistik ekspor – impor, statistik industri besar sedang, statistik pariwisata, statistik ketenagakerjaan dan lain-lain. Sebagai pelopor data yang terpercaya untuk semua, BPS mengupayakan data yang disajikan dari tahun ke tahun semakin baik kevaliditasannya. Selain perbaikan metodologi survei, untuk menunjang validitas data yang sudah dihasilkan, dirasakan perlu data-data pendukung yang bersifat kualitatif. Ketersediaan data yang bersifat kualitatif itu akan semakin menjelaskan latar belakang (*reasoning*) kondisi data kuantitatif yang telah diperoleh. Pengguna data akan lebih mudah memahami dan terbantu sehingga dalam mengelaborasi data menjadi lebih terarah dan tidak sesat dalam membaca data.

Salah satu data kualitatif yang dihitung BPS Jawa Timur adalah Indeks Tendensi Konsumen (ITK). ITK disusun untuk menyempurnakan rilis data statistik triwulanan yang sebelumnya hanya terbatas pada data PDRB dan ketenagakerjaan. ITK

diperoleh dari Survei Tendensi Konsumen (STK) yang merupakan survei mengenai perilaku konsumsi rumahtangga dengan variabel pertanyaan berupa persepsi rumahtangga (bersifat kualitatif) tentang kondisi ekonominya. Diharapkan dari publikasi ITK, diperoleh *reasoning* penyajian angka-angka pada publikasi PDRB dan ketenagakerjaan. Indeks ITK disajikan triwulanan untuk menggambarkan kondisi ekonomi dari sisi konsumen pada triwulan berjalan dan perkiraan pada triwulan mendatang.

1.2. Tujuan

Tujuan penyusunan Indeks Tendensi Konsumen adalah:

- a. Memberikan informasi terkini triwulan berjalan tentang perkembangan perekonomian dari sisi konsumen; dan
- b. Memberikan perkiraan kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang.

1.3. Cakupan Penelitian

Indeks Tendensi Konsumen dihitung dari hasil Survei Tendensi Konsumen (STK) yang dilakukan setiap triwulan bersamaan dengan pelaksanaan Survei Tenaga Kerja Nasional (Sakernas). Unit pencacahan STK di Jawa Timur adalah rumahtangga di perkotaan sebanyak 1.790 rumahtangga yang

tersebar dalam 179 Blok Sensus (BS), dan merupakan subset dari sample Sakernas. Dengan demikian rumahtangga yang terkena sampel Sakerna sekaligus adalah sampel ITK.

Pelaksanaan STK di Jawa Timur dilakukan di 20 kabupaten/kota meliputi: Kabupaten Tulungagung, Kabupaten Blitar, Kabupaten Kediri, Kabupaten Malang, Kabupaten Jember, Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Pasuruan, Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Jombang, Kabupaten Magetan, Kabupaten Gresik, Kabupaten Sumenep, Kota Kediri, Kota Blitar, Kota Malang, Kota Probolinggo, Kota Pasuruan, Kota Mojokerto, Kota Madiun dan Kota Surabaya.

1.4. Sistematika Penulisan

Penulisan buku ini dibagi ke dalam 4 (empat) bab sebagai berikut:

1. Bab 1 Pendahuluan, yang membahas tentang latar belakang, tujuan, cakupan penelitian dan sistematika penulisan;
2. Bab 2 Kajian Literatur, yang membahas suatu penelitian yang berkaitan dengan Indeks Tendensi Konsumen;
3. Bab 3 Metodologi Penelitian, yang membahas metodologi penghitungan Indeks Tendensi Konsumen;

4. Bab 4 Hasil Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen
Tahun 2013.

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

2. Kajian Literatur

2.1. *Consumer Sentiment Index (Michigan University)*

Michigan *University* di Amerika Serikat memperkenalkan suatu indeks yang serupa dengan Indeks Tendensi Bisnis¹ tetapi dengan pendekatan konsumen atau rumahtangga. Indeks tersebut dinamakan Indeks Sentimen Konsumen (*Consumer Sentiment Index*) atau disingkat 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 merupakan cara untuk memantau kondisi perekonomian khususnya dari sisi konsumen. Tujuan utama dari penyusunan indeks ini adalah untuk kepentingan investasi.

Indeks Sentimen Konsumen disusun sebagai pembanding dari *Purchasing Managers Index* (PMI) atau Indeks Pembelanjaan Perusahaan yang memantau kondisi bisnis khususnya dari sisi pasar bursa. Informasi dari pasar bursa tentunya dapat memberikan gambaran tingkat transaksi pembelanjaan perusahaan untuk saham di pasar modal. Tingkat transaksi dalam

¹ Indeks yang digunakan untuk mengetahui perkembangan dunia bisnis. Sampai saat ini penghitungan indeks ini dilakukan oleh BPS RI kerjasama dengan Bank Indonesia dan terbatas pada level Nasional saja

pasar bursa merupakan salah satu indikator pendahulu (*leading indicators*) dari kondisi perekonomian suatu negara. 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 penyusunan 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.

Dengan demikian, PMI merupakan ukuran kuantitatif sedangkan CSI merupakan ukuran kualitatif. Secara kualitatif, informasi dari pengusaha mengenai belanja barang dan jasa perusahaan seperti iklan dan jasa konsultasi dapat memberikan gambaran mengenai tingkat sentimen perusahaan terhadap bisnisnya. Hal ini sejalan dengan sikap konsumen terhadap konsumsi rumahtangganya. Peningkatan konsumsi rumahtangga akan mendorong pertumbuhan ekonomi. Sebagaimana diketahui

bahwa konsumsi rumahtangga domestik adalah salah satu faktor pendorong yang 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 (The Conference Board)*

Disamping *Consumer Sentiment Index* (CSI), jenis indeks lain yang serupa adalah *Consumer Confidence Index* (CCI) atau Indeks Kepercayaan Konsumen (IKK) yang diperkenalkan oleh *The Conference Board*. Lembaga ini telah melakukan IKK atau CCI 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 bahwa bila IKK meningkat mengindikasikan konsumsi/belanja konsumen juga meningkat. Akibatnya perusahaan akan meningkatkan produksinya yang disebabkan oleh meningkatnya permintaan.

Dampak lain, tingkat permintaan kredit ke Bank meningkat. Dengan meningkatnya konsumsi rumahtangga, maka pemerintah dapat mengantisipasi akan adanya kenaikan pajak pendapatan yang diperoleh dari naiknya konsumen rumahtangga. Sebaliknya bila IKK menurun, maka konsumsi rumahtangga 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 kontraksi perekonomian makro.

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 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 *Diffusion Index* sebagai berikut:

$$I_{vit} = \frac{(TS_t: n_t)}{(TS_0: n_0)} \times 100\%$$

dimana:

I_{vit} = indeks variabel terpilih ke-i pada triwulan ke-t;

TS_t = total skor setiap variabel ke-i dari seluruh responden pada triwulan ke-t;

TS_0 = total skor setiap variabel ke-i dari seluruh responden pada triwulan dasar;

n_t = jumlah responden pada triwulan ke-t;

n_0 = jumlah responden pada triwulan dasar.

Besarnya indeks menunjukkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap kondisi perekonomian pada periode tertentu terhadap kondisi perekonomian pada periode pembandingnya. Apabila pertumbuhan indeks kurang dari 5 persen, maka kepercayaan konsumen cenderung tetap atau stagnan, tetapi bila pertumbuhan lebih dari 5 persen maka kepercayaan konsumen meningkat dibanding periode pembandingnya. Sebagai contoh, Indeks Kepercayaan Konsumen pada Triwulan 1 sebesar 135,85 dan Indeks Kepercayaan Konsumen pada Triwulan 2 sebesar 140,50. Artinya, pada Triwulan 2 kepercayaan konsumen tumbuh sebesar 3,42 persen atau tidak mengalami kenaikan yang berarti dibanding Triwulan 1.

Indeks Kepercayaan Konsumen yang disusun oleh *The Conference Board* dibagi menjadi 2 macam indeks, yaitu 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: 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 rumah tangga selama 6 bulan mendatang.

Kelebihan dari survei ini adalah:

1. Pertanyaan sederhana dan bersifat kualitatif sehingga lebih mudah dalam pengumpulan datanya;
2. Salah satu indikator ekonomi yang cukup akurat untuk melihat kondisi perekonomian jangka pendek.

Kelemahan dari survei ini adalah:

1. Karena merupakan data kualitatif maka hanya dapat digunakan untuk keperluan perencanaan;
2. IKK sulit untuk memprediksi atau meramalkan kondisi ke depan karena tidak ada ukuran yang pasti.

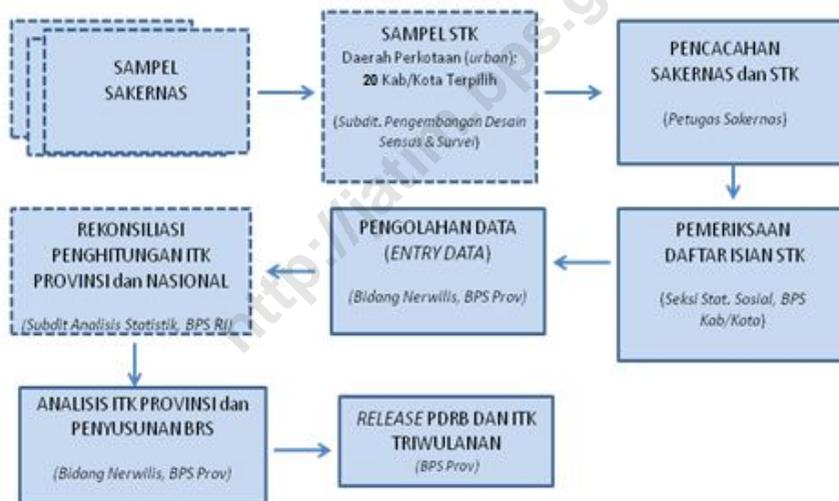
3. Metodologi Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen

3.1. Tahapan Pelaksanaan

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) diperoleh dari Survei Tendensi Konsumen (STK). Sampel rumahtangga yang digunakan untuk STK ini berasal dari subset sampel Sakernas panel. Subdirektorat Pengembangan Desain, Sensus dan Survei Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (BPS RI) telah mengambil sampel kabupaten/kota terpilih untuk Provinsi Jawa Timur sebanyak 20 kabupaten/kota terpilih meliputi: Kabupaten Tulungagung, Kabupaten Blitar, Kabupaten Kediri, Kabupaten Malang, Kabupaten Jember, Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Pasuruan, Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Jombang, Kabupaten Magetan, Kabupaten Gresik, Kabupaten Sumenep, Kota Kediri, Kota Blitar, Kota Malang, Kota Probolinggo, Kota Pasuruan, Kota Mojokerto, Kota Madiun dan Kota Surabaya. Total rumahtangga terpilih dari 20 kabupaten/kota terpilih tersebut adalah sebanyak 1.790 rumahtangga yang tersebar dalam 179 Blok Sensus (BS) terpilih. Keseluruhan BS terpilih adalah yang berkategori perkotaan.

Petugas pencacah pada setiap triwulannya melakukan pencacahan Sakernas dan STK sekaligus. Hasil dari pencacahan tersebut akan mengalami proses pemeriksaan (validasi) oleh Kasi Statistik Sosial BPS kabupaten/kota, dan selanjutnya dokumen pencacahan dikirimkan ke BPS Provinsi Jawa Timur untuk dientri dan diolah di Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik.

Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan STK



Hasil entry selanjutnya dikirimkan ke BPS RI pada Subdirektorat Analisis Statistik untuk direkonsiliasi menjadi data final penghitungan Indeks Tendensi Konsumen dan selanjutnya dikembalikan ke BPS provinsi untuk dianalisis menjadi Berita

Resmi Statistik ITK. Rilis BRS ITK ini bersamaan dengan rilis PDRB Triwulanan dan ketenaga kerjaan.

3.2. Prosedur Penghitungan Indeks Tendensi

Konsumen

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) adalah indeks yang menggambarkan kondisi ekonomi konsumen triwulan berjalan dan perkiraan pada triwulan mendatang. Secara umum, indeks ini adalah persepsi konsumen mengenai kondisi perekonomian rumah tangganya.

Informasi yang dikumpulkan meliputi informasi pembelian komoditi makanan dan non makanan meliputi: bahan makanan; makanan jadi di restoran dan rumah makan; pengeluaran untuk perumahan (listrik, gas dan bahan bakar), pembelian pakaian, sepatu dan tas; pengeluaran untuk kesehatan, peralatan kesehatan, dan jasa rumah sakit; pengeluaran pendidikan; kebutuhan rekreasi (termasuk penginapan/hotel); transportasi (angkutan) dan pengeluaran komunikasi.

Selain itu untuk menghitung ITK mendatang dikumpulkan informasi rencana pembelian barang tahan lama yaitu: pembelian barang elektronik (TV, DVD, komputer); pembelian perhiasan dari logam dan batu mulia (emas, mutiara, permata); pembelian perangkat komunikasi (HP, tablet/Ipad, notebook); pembelian

perabot meubelair (kursi, lemari, tempat tidur); pembelian peralatan rumahtangga (AC, kulkas, mesin cuci, kompor gas); pembelian dan penggantian sepeda motor; pembelian dan penggantian mobil; rekreasi baik keluar kota/negeri termasuk menginap di hotel; hajatan dan pesta (pernikahan, khitanan, ulang tahun); pembelian tanah; dan pembelian rumah.

Selain itu dikumpulkan pula informasi kondisi keuangan (pendapatan) dan tabungan rumahtangga responden STK.

Indeks Tendensi Konsumen yang diperoleh dari hasil Survei Tendensi Konsumen terdiri dari dua jenis macam 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 keuangan konsumen pada saat triwulan berjalan (saat survei) dibandingkan dengan periode triwulan sebelumnya. Sedangkan Indeks Indikator Mendatang merupakan indeks komposit dari beberapa variabel yang dapat mengidentifikasi rencana rumahtangga untuk pembelian barang-barang tahan lama pada periode triwulan mendatang.

Komponen variabel Indeks Indikator Kini adalah sebagai berikut:

- a. Pendapatan seluruh anggota keluarga tiga bulan terakhir;

- b. Pengaruh kenaikan harga-harga terhadap konsumsi makanan sehari-hari; dan
- c. Volume konsumsi beberapa komoditi saat ini jika dibandingkan dengan keadaan periode tiga bulan yang lalu.

Komponen variabel Indeks Indikator Mendatang adalah sebagai berikut:

- a. Pendapatan seluruh anggota keluarga pada periode tiga bulan mendatang; dan
- b. Rencana pembelian barang-barang tahan lama untuk tiga bulan yang akan datang.

Tahapan penghitungan ITK adalah sebagai berikut:

1. Melakukan penghitungan indeks masing-masing variabel:
 - a. Tanpa penimbang, yaitu:
 - i. Pendapatan anggota rumahtangga kini, diperoleh dari isian kuesioner STK Blok V rincian 1;
 - ii. Pengaruh kenaikan harga terhadap konsumsi makanan sehari-hari, diperoleh dari isian kuesioner STK Blok V rincian 4;

- iii. Perkiraan pendapatan rumahtangga mendatang, diperoleh dari isian kuesioner STK Blok VI rincian 1.
- b. Menggunakan penimbang, yaitu:
- i. Volume konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan dari isian Blok V rincian 5;
 - ii. Rencana pembelian barang tahan lama, dari isian Blok VI rincian 3.
2. Melakukan penghitungan indeks komposit, baik untuk Indeks Indikator Kini dan Indeks Indikator Mendatang.
 3. Melakukan Validasi terhadap data-data yang masih belum akurat.

Secara umum, untuk mendapatkan indeks setiap variabel, dihitung dengan menggunakan rumus *Diffusion Index* seperti yang digunakan oleh *The Conference Board* (1990). Penghitungannya yaitu dengan membagi total skor dengan jumlah responden dikalikan 100, atau secara matematis dinotasikan:

$$Iv_i = \frac{TS}{n} \times 100\%$$

dimana:

Iv_i = indeks variabel terpilih ke-i;

TS = total skor variabel ke-i dari seluruh responden;

n = jumlah responden.

Nilai indeks dengan menggunakan rumus di atas berkisar 0 – 200.

Gambar 3.1 Contoh penghitungan variabel pendapatan rumahtangga

Kode isian (V_1)	Jumlah jawaban (n)	Total Skor (TS) = $\sum (n \cdot V_1)$
0	15	0
1	20	20
2	35	70
Jumlah	70	90
Indeks $V_1 = TS/n \cdot 100$	$= 90 / 70 \cdot 100 =$	128,57

Beberapa variabel lainnya menggunakan penimbang yaitu pada penghitungan indeks makanan dan non makanan, serta indek rencana pembelian barang tahan lama. Sebelum diindekskan, varibel volume konsumsi komoditi makanan dan non makanan diberikan skor dengan cara sebagai berikut:

1. Jika naik konsumsinya diberi skor 2;
2. Jika tetap konsumsinya diberi skor 1;
3. Jika menurun konsumsinya diberi skor 0.

Selanjutnya dilakukan penghitungan indeks komoditi sebagaimana penghitungan indeks variabel tanpa penimbang terlebih dahulu untuk masing-masing komoditi. Sebagai ilustrasi akan diberikan contoh penghitungan untuk suatu komoditi.

Gambar 3.2. Contoh penghitungan indeks variabel makanan dan non makanan

Kode isian (Komoditi i)	Jumlah jawaban (n)	Total Skor (TS) = $\sum (n \cdot K_i)$
2	25	50
1	35	35
0	10	0
Jumlah	70	85
Indeks $V_i = TS/n \cdot 100$	$= 85 / 70 \cdot 100 =$	121,43

Setelah itu dihitung indeks konsumsi makanan dan non makanan yang memakai penimbang masing-masing komoditi, atau bisa dinotasikan dalam bentuk rumus sebagai berikut:

$$IK_{MN} = \frac{\sum_i W_i IK_i}{W_i}$$

dimana:

IK_{MN} = Indeks konsumsi makanan dan non makanan;

IK_i = Indeks masing-masing komoditi makanan dan non makanan;

W_i = penimbang masing-masing komoditi makanan dan non makanan.

Gambar 3.3 Contoh Penghitungan Indeks Konsumsi Makanan dan Non Makanan (angka fiktif)

Komoditi	Indeks (IK)	Penimbang (W)	IK * W
Bahan Makanan	110	8,60	946
Makanan Jadi	105	4,51	474
-			
-			
-			
Komunikasi	115	2,13	245
Σ (IK*W)			10.364
Indeks komoditi makanan dan non makanan = Σ (IK*W)/100			103,64

Penentuan penimbang dalam penghitungan ITK berbeda baik untuk Indeks Indikator Kini (IIK) maupun Indeks Indikator Mendatang (IIM). Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa komponen penyusunan IIK terdiri atas pendapatan seluruh anggota keluarga tiga bulan terakhir, pengaruh kenaikan harga-harga terhadap konsumsi rumah tangga, dan volume konsumsi beberapa komoditi. Penimbang untuk ketiga komponen itu

dihitung melalui fungsi *Double Log* yang dinotasikan 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 saat ini;

KH = Pengaruh kenaikan harga terhadap konsumsi
makanan sehari-hari;

KK = Konsumsi beberapa komoditi saat ini;

$\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ = Estimasi parameter fungsi *Double Log*.

α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada saat ini terhadap IIK, α_2 mengindikasikan elastisitas pengaruh kenaikan harga terhadap konsumsi rumahtangga sehari-hari terhadap IIK, dan α_3 mengindikasikan elastisitas konsumsi beberapa komoditi saat ini terhadap IIK. Sebagai contoh, apabila dalam fungsi *Double Log* diperoleh α_1 sebesar 0,300, α_2 sebesar 0,250 dan α_3 sebesar

0,450 maka masing-masing penimbang untuk komponen IIK adalah sebagai berikut:

- i. Pendapatan seluruh anggota rumahtangga riil pada saat ini adalah 0,300;
- ii. Pengaruh kenaikan harga terhadap konsumsi makanan sehari-hari sebesar 0,250; dan
- iii. Konsumsi beberapa komoditi saat ini sebesar 0,450.

Penimbang untuk komponen Indeks Indikator Mendatang (IIM) juga diperoleh dari fungsi *Double Log* yang dinotasikan 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 pada triwulan mendatang;

RTH = Rencana pembelian barang-barang tahan lama;

$\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2$ = Estimasi parameter fungsi *Double Log*.

α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada triwulan mendatang terhadap IIM, α_2 mengindikasikan elastisitas rencana pembelian barang-barang

tahan lama terhadap IIM. Sebagai contoh, apabila dalam fungsi *Double Log* diperoleh α_1 sebesar 0,730 dan α_2 sebesar 0,270, maka: penimbang pendapatan seluruh anggota rumahtangga riil pada triwulan mendatang adalah 0,730 dan rencana pembelian barang-barang tahan lama sebesar 0,270.

Selanjutnya dihitung Indeks Tendensi Konsumen Kini yang merupakan rata-rata tertimbang dari 3 Indeks Indikator Kini sebagaimana gambar berikut.

Gambar 3.5 Contoh Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen Kini

Variabel	Indeks (IK)	Penimbang (W)	IK * W
Pendapatan Kini	128,57	0,53	68,14
Pengaruh inflasi terhadap konsumsi makanan	105,14	0,26	27,34
Konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan	102,15	0,21	21,45
Indeks Tendensi Konsumen Kini			116,93

ITK Kini sebesar 116,93 mengartikan bahwa terdapat optimisme tingkat konsumen masyarakat dalam mengkonsumsi barang dan jasa pada periode tersebut (triwulan berjalan) yang lebih baik daripada triwulan sebelumnya, atau mempunyai arti

psikologis adanya optimisme 1,1693 kali dibanding triwulan sebelumnya.

Sedangkan Indeks Tendensi Konsumen Mendatang adalah rata-rata tertimbang dari 2 Indeks Indikator Mendatang yang penghitungannya dijabarkan sebagaimana gambar berikut.

Gambar 3.6 Contoh Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen Mendatang

Variabel	Indeks (IK)	Penimbang (W)	IK * W
Pendapatan Mendatang	110,25	0,73	80,48
Rencana Pembelian Barang Tahan Lama	105,47	0,27	28,48
Indeks Tendensi Konsumen Mendatang			108,65

3.3. Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen

Cara membaca Indeks Tendensi Konsumen adalah sebagai berikut:

a. Indeks Indikator Kini

- $100 < I < 200$: jumlah jawaban “meningkat” lebih besar dari jawaban “menurun” artinya kondisi perekonomian pada triwulan berjalan meningkat dibanding periode triwulan sebelumnya.
- $I = 100$: jumlah jawaban “meningkat” dan “menurun” adalah seimbang artinya kondisi perekonomian pada triwulan berjalan hampir sama dengan triwulan sebelumnya.
- $I < 100$: jumlah jawaban “menurun” lebih besar dari jawaban “meningkat” artinya kondisi perekonomian pada triwulan berjalan menurun dibanding keadaan triwulan sebelumnya.

b. Indeks Indikator Mendatang

- $100 < I < 200$: jumlah jawaban “meningkat” lebih besar dari jawaban “menurun” artinya para konsumen optimis bahwa kondisi perekonomian pada triwulan mendatang

diduga akan meningkat jika dibandingkan dengan triwulan berjalan.

- $I = 100$: jumlah jawaban “meningkat” dan “menurun” adalah seimbang artinya kondisi perekonomian pada triwulan mendatang hampir sama dengan triwulan berjalan.
- $I < 100$: jumlah jawaban “menurun” lebih besar dari jawaban “meningkat” artinya kondisi perekonomian pada triwulan mendatang diduga menurun dibanding keadaan triwulan berjalan.

Komposit dari Indeks Indikator Kini diinterpretasikan sebagai Indeks Tendensi Konsumen pada triwulan berjalan, sedangkan komposit dari Indeks Indikator Mendatang diinterpretasikan sebagai angka perkiraan Indeks Tendensi Konsumen pada triwulan mendatang.

Sebagai contoh, Survei Tendensi Konsumen yang dilakukan pada Triwulan 3 – 2011 menghasilkan ITK kini sebesar 110,55 dan perkiraan ITK mendatang sebesar 107,33. Hal ini mengartikan bahwa tingkat optimisme konsumen pada Triwulan 3 – 2011 lebih baik dibanding Triwulan 2 – 2011. Sedangkan dari perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Mendatang sebesar 107,33 mengartikan bahwa tingkat optimisme konsumen pada periode

itu juga lebih baik dibanding Triwulan 3 – 2011, tetapi secara psikologis tidak seoptimis triwulan sebelumnya.

Dalam aplikasinya, ITK Kini dan Mendatang digunakan bersamaan dalam menganalisis keadaan konsumen pada triwulan berjalan dan prospeknya pada triwulan mendatang berdasarkan persepsi konsumen.

3.4. Validasi

Untuk mendapatkan hasil ITK yang mendekati kondisi realita di lapangan, pada tahap terakhir pengolahan STK, dilakukan proses validasi. Proses validasi ini dilakukan apabila ditemukan dalam isian kuesioner STK:

1. Ketidak konsistenan antar variabel pembentuk;
2. Nilai indeks yang terlalu tinggi atau terlalu rendah;
3. Nilai indeks yang berlawanan dengan kondisi umum ekonomi konsumen seperti inflasi dan konsumsi rumahtangga; serta
4. Nilai indeks yang berlawanan dengan faktor musiman.

4. HASIL PENGHITUNGAN ITK JAWA TIMUR

4.1. Indeks Tendensi Konsumen Jawa Timur

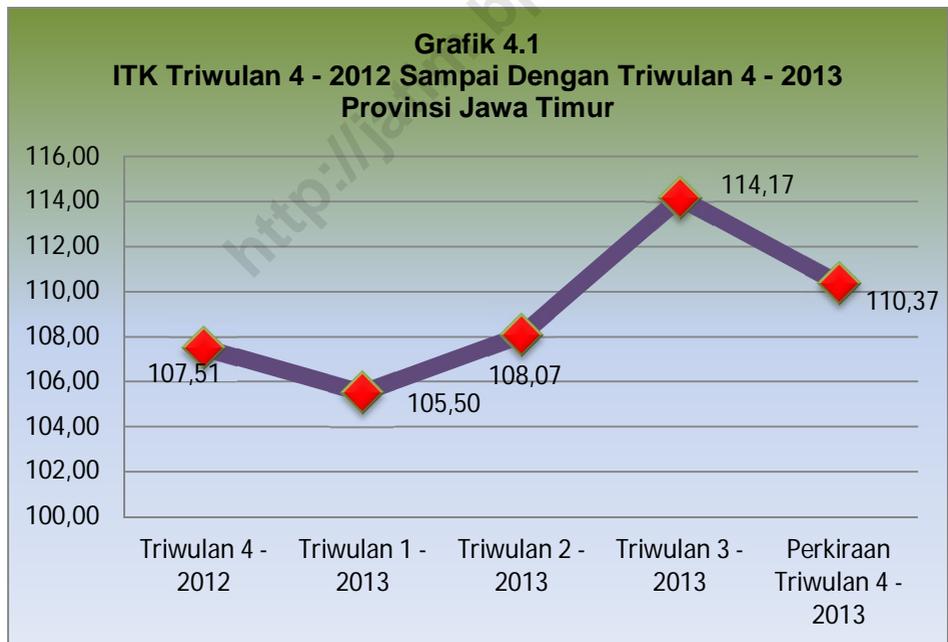
Triwulan 4 – 2012 Hingga Triwulan 4 – 2013

4.1.1. Indeks Tendensi Konsumen Triwulan 4 – 2012

Pada Triwulan 4 – 2012 ITK Jawa Timur sebesar 107,51 melambat dibandingkan Triwulan 3 – 2012 yang sebesar 111,85. Dengan demikian tingkat optimisme konsumen pada Triwulan 4 – 2012 tidak setinggi ITK Triwulan 3 – 2012. Melambatnya ITK ini sangat wajar, karena faktor musiman yang terjadi pada Triwulan 4 – 2012 yaitu Hari Raya Idul Adha, Natal dan Tahun Baru pengaruhnya tidak sebesar yang terjadi di Triwulan 3 – 2012 (Ramadan dan Idul Fitri). Walaupun demikian, ITK Triwulan 4 – 2012 bernilai di atas angka 100 yang mengindikasikan tingkat optimisme konsumen masih baik dibanding triwulan sebelumnya.

Selain faktor musiman yang terjadi di Triwulan 4 - 2012, inflasi yang terjadi selama periode tersebut cukup stabil rata-rata di bawah 1 persen. Inflasi bulan Oktober sebesar 0,15 persen, inflasi bulan November sebesar 0,21 persen, inflasi bulan Desember sebesar 0,55 persen, atau secara kumulatif inflasi selama periode Triwulan 4 – 2012 adalah sebesar 0,91 persen.

Dilihat dari komponen penyusun ITK, Indeks pendapatan pada Triwulan 4 – 2012 tercatat sebesar 102,62 melambat dibanding Triwulan 3 – 2012 yang sebesar 110,83. Melambatnya indeks pendapatan ini diduga karena insentif/bonus/tambahan pendapatan yang diterima masyarakat pada Triwulan 4 – 2012 tidak sebanyak yang diterima sebelumnya. Pada Triwulan 3 – 2012, tambahan pendapatan masyarakat umumnya berasal dari naiknya volume kegiatan ekonomi menyambut Ramadhan dan Hari Raya.



Sumber: BPS Provinsi Jawa Timur

Dua komponen pembentuk ITK lainnya juga mempunyai persepsi tingkat optimisme di atas 100. Indeks kaitan inflasi dengan konsumsi sehari-hari pada Triwulan 4 – 2012 sebesar 121,72 lebih tinggi dibanding Triwulan 3 – 2012 sebesar 117,77. Kondisi ini lebih disebabkan karena tingkat inflasi yang terjadi di Jawa Timur relatif stabil. Sedangkan indeks tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan tercatat sebesar 101,45. Meskipun tidak setinggi dibanding triwulan sebelumnya, tetapi optimisme konsumen masyarakat masih bisa dipertahankan di atas nilai 100. Secara umum, perekonomian Jawa Timur pada Triwulan 4 – 2012 relatif cukup bergairah, karena masyarakat dengan optimis mampu membelanjakan pendapatannya untuk membeli barang-barang dan jasa.

Pada komponen makanan, komoditas yang mempunyai tingkat optimisme relatif lebih baik adalah ikan sebesar 104,88, diikuti telur (100,19), sayur-sayuran (114,70), tahu tempe (113,98) dan buah-buahan (109,92). Mahalnya daging sapi terpotret dari indeks yang dicapai sebesar 94,58, sehingga banyak masyarakat yang lebih memilih tahu, tempe, ikan dan telur sebagai lauk pauk.

Selain faktor musiman Ramadhan dan Idul Fitri yang telah berakhir, isu munculnya jenis baru flu burung di Jawa Timur secara tidak langsung juga berpengaruh terhadap perlambatan indeks konsumsi daging unggas sebesar 84,39, merupakan terendah dibanding indeks komoditi makanan lainnya.

Secara umum, komponen makanan mempunyai indeks pada Triwulan 4 – 2012 sebesar 102,46 atau sedikit melambat dibanding triwulan sebelumnya.

Tabel 4.1
Komponen ITK Jawa Timur Triwulan 4 – 2012 Sampai Dengan
Triwulan 3 - Tahun 2013

Komponen ITK Triwulan Ini	Trw 4 - 2012	Trw 1 - 2013	Trw 2 - 2013	Trw 3 - 2013
Pendapatan rumah tangga saat ini	102,62	105,27	109,29	114,02
Pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi	121,72	107,73	108,37	112,15
Tingkat konsumsi bahan makanan, makanan jadi di restoran/rumah makan, dan bukan makanan (pakaian, perumahan, pendidikan, transportasi, komunikasi, kesehatan, rekreasi)	101,45	103,24	104,83	117,14
ITK	107,51	105,50	108,07	114,17

Sumber: BPS Provinsi Jawa Timur

Pada komponen non makanan, komoditi yang mempunyai tingkat optimisme konsumen yang cukup baik adalah pada kelompok listrik, air dan telepon (111,01), pulsa HP (103,91),

bahan bakar (101,38) perumahan (106,38), pendidikan (108,20), transportasi (105,15) dan pakaian (104,50). Secara umum komponen non makanan mempunyai indeks sebesar 100,60. Indeks ini juga melambat dibanding triwulan sebelumnya. Walaupun demikian, capaian yang masih di atas 100 mengindikasikan bahwa secara psikologis tingkat optimisme konsumen masyarakat Jawa Timur dalam mengkonsumsi non makanan pada Triwulan 4 masih tergolong baik.

4.1.2. Indeks Tendensi Konsumen Triwulan 1 – 2013

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Jawa Timur pada Triwulan 1 – 2013 tercatat sebesar 105,50 lebih rendah dibanding Triwulan 4 – 2012 yang sebesar 107,51. Sedikit melemahnya tingkat optimisme konsumen pada Triwulan 1 – 2013 ini diduga karena telah berakhirnya masa musiman (Natal dan Tahun Baru). Tingkat optimisme konsumen pada Triwulan 1 – 2013 ini juga sedikit lebih rendah daripada yang diperkirakan sebelumnya sebesar 106,05.

Dilihat dari besaran ITK yang di atas 100, mengindikasikan bahwa capaian tingkat optimisme konsumen Triwulan 1 – 2013 masih lebih baik dibanding Triwulan 4 - 2012, tetapi secara psikologis tidak sebaik atau tidak seoptimis triwulan sebelumnya. Kondisi ini sejalan dengan ekonomi makro di Jawa Timur, terjadi pertumbuhan ekonomi di sektor konsumsi rumah tangga (q to q)

sebesar 2,90 persen pada Triwulan 4 – 2012, tetapi melemah pada Triwulan 1 – 2013 atau hanya mampu tumbuh sebesar 0,24 persen.

Tabel 4.2
Indeks Komponen Makanan dan Non Makanan
Triwulan 1 s/d Triwulan 3 – 2013 Provinsi Jawa Timur

Komponen Bahan Makanan dan Non Makanan	Trw 1 - 2013	Trw 2 - 2013	Trw 3 - 2013
Bahan Makanan	102,69	104,70	121,40
Makanan jadi di Restoran dan Warung Makan	104,14	102,99	114,91
Perumahan (Listrik, Gas dan Bahan Bakar)	102,79	106,84	117,49
Pakaian, Sepatu dan Tas	111,86	97,14	119,77
Kesehatan, Peralatan Kesehatan, Jasa Rmh Sakit	101,32	96,69	102,93
Pendidikan	106,42	108,74	116,99
Rekreasi (termasuk penginapan/hotel)	102,71	102,65	108,02
Transportasi/Angkutan	101,06	109,26	113,50
Komunikasi	102,99	109,34	114,98
Total	103,24	104,83	117,14

Sumber: BPS Provinsi Jawa Timur

Dari sisi komponen penyusun ITK, tingkat optimisme konsumen pada Triwulan 1 – 2013 yang tidak seoptimis Triwulan

4 – 2012 ini, lebih disebabkan karena melemahnya indeks pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi sehari-hari. Indeks ini mencapai 107,73 jauh lebih kecil dibanding triwulan sebelumnya yang sebesar 121,72. Bahkan indeks pada triwulan terakhir adalah terendah dibanding tiga triwulan sebelumnya. Capaian indeks pengaruh inflasi pada Triwulan 1 – 2013 menunjukkan bahwa tingkat optimisme konsumen dari segi kemampuan masyarakat mengkonsumsi barang dan jasa sedikit terpengaruh secara psikologis terhadap isu-isu kenaikan harga (inflasi). Pada Triwulan 1 – 2013 masih dirasakan mahalnya harga daging sapi dan ketidakstabilan harga bawang putih, bawang merah dan cabai. Meskipun demikian, secara umum geliat ekonomi pada Triwulan 1 – 2013 Jawa Timur cukup dinamis. Dari pergerakan ekonomi Jawa Timur yang dinamis dan cenderung lebih elastis terhadap pengaruh internal dan eksternal daripada provinsi-provinsi lainnya, telah memberikan keuntungan sendiri sehingga komponen ini pada empat triwulan terakhir mampu di atas 100.

Kondisi itu juga berdampak pada komponen indeks tingkat konsumsi bahan makanan, makanan jadi di restoran/rumah makan, dan bukan makanan (pakaian, perumahan, pendidikan, transportasi, komunikasi, kesehatan, rekreasi) juga berada di atas 100 atau sebesar 103,24.

Pada Triwulan 1 – 2013, indeks pendapatan rumah tangga saat ini tercatat sebesar 105,27. Diduga, perbaikan upah minum

regional tahun 2013 yang ditetapkan Pemerintah Daerah menjadi daya ungkit pendapatan di Triwulan 1 – 2013, termasuk kebijakan kenaikan gaji PNS tahun 2013 oleh Pemerintah RI.

Jika melihat komponen makanan dan non makanan lebih lanjut, ternyata seluruh komponen mempunyai indeks di atas 100. Indeks yang mempunyai tingkat optimisme konsumen tertinggi tercatat pada komponen pakaian, sepatu dan tas atau sebesar 111,86, diikuti indeks pendidikan sebesar 106,42 dan indeks makanan jadi sebesar 104,14. Indeks terendah tercatat pada komoditas transportasi sebesar 101,06. Secara keseluruhan indeks komoditi makanan dan non makanan pada Triwulan 1 - 2013 sebesar 103,24.

4.1.3. Indeks Tendensi Konsumen Triwulan 2 – 2013

Pada Triwulan 2 – 2013 Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Jawa Timur tercatat sebesar 108,07 lebih tinggi dibanding Triwulan 1 – 2013 yang sebesar 105,50. Meningkatnya tingkat optimisme konsumen Triwulan 2 – 2013 ini didorong oleh liburan sekolah dan pengeluaran rumah tangga memasuki bulan Ramadhan. Capaian ITK Triwulan 2 – 2013 ini lebih optimis dari yang diperkirakan sebelumnya sebesar 107,96.

ITK Triwulan 2 – 2013 sempat mendapatkan tantangan dari dampak psikologis rencana Pemerintah menaikkan harga BBM. Pada akhirnya, kebijakan itu terealisasi dan terhitung

mulai Sabtu (22/6/2013), harga bensin premium (gasoline ron 88) yang semula Rp 4.500 per liter naik menjadi Rp 6.500 per liter dan harga solar yang semula Rp 4.500 per liter menjadi Rp 5.500 per liter. Tentunya kenaikan itu memberikan dampak *multiplier* terhadap kenaikan barang dan jasa lainnya, dan dampak dari kenaikan itu diduga akan dirasakan masyarakat pada triwulan mendatang (Triwulan 3 – 2013).

Untuk menjaga agar tingkat optimisme konsumen tidak anjlok, Pemerintah telah memilih momen yang tepat untuk memberlakukan kenaikan BBM. Pemerintah telah memutuskan kenaikan BBM terealisasi di akhir Triwulan 2 – 2013, karena dampak kenaikan BBM akan sedikit diredam oleh momen musiman yang terjadi pada Triwulan 3 – 2013 yaitu Hari Raya Idul Fitri yang merupakan puncak pengeluaran rumah tangga. Keunikan pada masa musiman itu sebagaimana yang lalu-lalu, inflasi yang terjadi tidak dianggap sebagai masalah serius dan terbukti tingkat optimisme konsumen masih tetap tinggi.

Selain itu, dalam upaya mempertahankan roda ekonomi agar tetap dinamis, Pemerintah juga mengeluarkan BLSM (Bantuan Langsung Sementara Masyarakat) untuk masyarakat miskin sebagai kompensasi dampak kenaikan harga BBM. BLSM ini diberikan selama 4 bulan untuk 15,5 juta rumah tangga miskin dengan nilai besaran setiap rumah tangga miskin mendapat Rp 150.000 per bulan.

Pada Triwulan 2 – 2013, indeks pendapatan rumah tangga di Jawa Timur tercatat sebesar 109,29 atau meningkat 4,02 poin dibandingkan triwulan sebelumnya. Meningkatnya indeks ini diduga karena adanya peningkatan pendapatan dari para produsen sebagai imbas semakin ramainya roda ekonomi menyambut datangnya bulan Ramadhan, termasuk pemasukan insentif lembur bagi pekerja.

Kenaikan indeks pendapatan juga diikuti oleh peningkatan indeks pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi, tercatat pada Triwulan 2 – 2013 sebesar 108,37 sedikit membaik dibandingkan capaian pada triwulan lalu sebesar 107,73 atau naik 0,64 poin. Selama periode April-Juni (Triwulan 2), hiruk-pikuk isu kenaikan harga BBM disikapi oleh penduduk Jawa Timur secara tidak berlebihan. Berbeda dengan daerah yang lain yang lebih reaktif dalam mengekspresikan pendapat, Jawa Timur jauh lebih kondusif sehingga roda ekonomi tetap berjalan dinamis.

Segi positifnya diberlakukan kebijakan kenaikan BBM di akhir Juni 2013, masyarakat masih terjaga kestabilan tingkat optimisme konsumennya di Triwulan 2. Lebih dari itu, di triwulan ini terdapat masa liburan sekolah dan adanya budaya persediaan barang serta merenovasi rumah untuk menyambut datangnya bulan Ramadhan, ikut mendorong indeks tingkat konsumsi bahan makanan dan non makanan hingga mencapai 104,83, lebih tinggi 1,59 poin dibanding triwulan sebelumnya.

Jika dirinci lebih lanjut, kelompok bahan makanan mempunyai tingkat optimisme konsumen yang cukup baik dibanding triwulan sebelumnya, atau mencapai 104,70 (naik 2,01 poin). Kelompok makanan jadi, kelompok perumahan, kelompok pendidikan, kelompok rekreasi, kelompok transportasi, dan kelompok komunikasi juga mempunyai tingkat optimisme konsumen yang cukup baik di atas 100.

Sedangkan kelompok pakaian dan kelompok kesehatan mempunyai indeks di bawah 100 atau tercatat masing-masing sebesar 97,14 dan 96,69. Sementara, musim liburan sekolah di bulan Juni secara nyata telah mendorong indeks kelompok rekreasi di atas 100 atau mencapai 102,65. Kondisi itu juga direspon positif oleh kelompok transportasi dengan besaran indeks 109,26 (Triwulan 2 – 2013) lebih optimis daripada triwulan sebelumnya. Demikian pula, indeks kelompok komunikasi mengalami peningkatan indeks dari 102,99 (Triwulan 1 – 2013) menjadi 109,34 (Triwulan 2 – 2013).

Budaya memperbaiki atau mencat rumah untuk menyambut bulan Ramadhan tersirat dari capaian indeks kelompok perumahan sebesar 106,84. Secara keseluruhan, capaian indeks konsumsi makanan dan non makanan pada Triwulan 2 – 2013 sebesar 104,83, lebih optimis daripada triwulan sebelumnya yang mencapai 103,24.

4.1.4. Indeks Tendensi Konsumen Triwulan 3 – 2013

Tingkat optimisme konsumen masyarakat Jawa Timur pada Triwulan 3 – 2013 jauh lebih baik dibanding triwulan sebelumnya. ITK pada Triwulan 3 – 2013 tercatat sebesar 114,17 lebih tinggi daripada Triwulan 2 – 2013 yang sebesar 108,07. Meningkatnya tingkat optimisme konsumen masyarakat Jawa Timur pada Triwulan 3 – 2013 didorong oleh faktor musiman yaitu liburan sekolah, bulan Ramadhan dan hari raya Idul Fitri yang jatuh pada Triwulan 3.

Umumnya, selama bulan Ramadhan dan menyambut hari raya, masyarakat cenderung lebih konsumtif di banding hari-hari lainnya. Pada masa itu, masyarakat mempunyai budaya unik seperti membeli baju baru, kuliner, rekreasi, mencat rumah, bagi-bagi uang lebaran dan silaturahmi. Roda ekonomi berjalan cukup cepat selama momen lebaran, khususnya sektor perdagangan, hotel, restoran, industri, perbankan, transportasi dan jasa-jasa.

Ramainya geliat ekonomi pada masa Ramadhan dan hari raya, juga tidak lepas dari meningkatnya pendapatan masyarakat. Omzet pendapatan kalangan produsen barang dan jasa meningkat signifikan. Penambahan pendapatan masyarakat juga dinikmati oleh kaum buruh dengan adanya THR (tunjangan hari raya) dan sebagian besar turunnya gaji ke-13 bagi PNS/TNI/Polri/Pensiunan di Triwulan 3 – 2013. Cukup dinamisnya perdagangan pada masa itu, tampak dari ramainya pengunjung baik di pasar tradisional

maupun pasar modern. Peningkatan pendapatan masyarakat ini tercermin dari indeks pendapatan rumah tangga pada Triwulan 3 – 2013 sebesar 114,02, merupakan tertinggi dibanding dua triwulan sebelumnya.

Usaha pengendalian inflasi yang cukup efektif di Jawa Timur memberikan berkah stabilnya daya beli masyarakat. Selama periode Juli – September 2013 inflasi yang terjadi sebesar 3,72 persen. Inflasi tertinggi hanya tercatat pada bulan Juli sebesar 2,96 persen, akibat dampak langsung dari kenaikan BBM. Selanjutnya inflasi bulan Agustus kembali stabil, tercatat di bawah 1 persen atau sebesar 0,97 persen, sedangkan bulan September justru mengalami deflasi sebesar -0,23 persen. Dengan terkendali harga-harga di Jawa Timur, tingkat optimisme konsumen juga terkendali, khususnya pada indeks kaitan inflasi terhadap konsumsi rumah tangga. Indeks kaitan inflasi terhadap tingkat konsumsi rumah tangga pada Triwulan 3 – 2013 tercatat sebesar 112,15, merupakan tertinggi dibanding dua periode sebelumnya yang masing-masing mencapai 107,73 (Triwulan 1 – 2013) dan 108,37 (Triwulan 2 – 2013).

Ramainya pusat-pusat perbelanjaan selama Ramadhan dan hari raya merupakan refleksi tingginya tingkat optimisme konsumen saat itu. Fenomena tersebut terpotret dari indeks tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan. Selama Triwulan 3 – 2013 indeks ini tercatat sebesar 117,14 juga

terbaik dibanding dua triwulan sebelumnya yang masing-masing mencapai 103,24 (Triwulan 1 – 2013) dan 104,83 (Triwulan 2 – 2013).

Jika dirinci lebih lanjut, semua komponen konsumsi makanan dan non makanan mempunyai indeks di atas 100, yang mengindikasikan bahwa tingkat optimisme konsumen untuk semua konsumsi baik makanan dan non makanan mengalami peningkatan. Komponen bahan makanan tercatat mempunyai indeks tertinggi sebesar 121,40. Selama masa Ramadhan dan Idul Fitri permintaan bahan makanan cukup tinggi di masyarakat, termasuk kebutuhan makanan jadi. Dibanding dua triwulan sebelumnya, tingkat optimisme konsumen terhadap kebutuhan makanan jadi pada Triwulan 3 – 2013 relatif tinggi atau mempunyai indeks sebesar 114,91.

Konsumsi bahan makanan yang cukup tinggi juga mendorong indeks pengeluaran untuk perumahan yang meliputi pengeluaran listrik, gas dan bahan bakar sebesar 117,49, merupakan tertinggi ketiga dalam pengeluaran rumah tangga.

Tingkat optimisme konsumen untuk pengeluaran pakaian, sepatu dan tas tercatat sebesar 119,77, tertinggi kedua setelah konsumsi bahan makanan. Budaya membeli baju baru untuk keluarga sendiri maupun hadiah lebaran untuk orang lain dalam menyambut lebaran diduga sebagai pendorong utama tingginya indeks ini.

Budaya saling mengirim kartu ucapan selamat berlebaran dan sms ucapan lebaran, meningkatkan indeks pada kelompok komunikasi sebesar 114,98. Selain itu, seiring masuknya musim liburan sekolah dan liburan hari raya, indeks kelompok rekreasi dan transportasi meningkat optimisme konsumennya masing-masing sebesar 108,02 dan 113,50.

Secara umum, indeks makanan dan non makanan pada Triwulan 3 – 2013 mencapai 117,14, merupakan yang terbaik selama tiga triwulan terakhir di tahun 2013. Dari sembilan komponen makanan dan non makanan yang dipantau, tingkat optimisme konsumennya tercatat seluruhnya tertinggi dibanding dua triwulan sebelumnya.

4.1.5. Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen

Triwulan 4 – 2013

Sementara, ITK Jawa Timur pada Triwulan 4 – 2013 diperkirakan mencapai 110,37 atau lebih rendah dibanding ITK Triwulan 3 – 2013. Sedikit menurunnya indeks ini diduga karena geliat ekonomi pada Triwulan 4 – 2013 dengan masa musiman berupa Natal dan Tahun Baru, pengaruhnya tidak sebesar masa musiman Ramadhan dan Idul Fitri.

Penambahan pendapatan di kalangan masyarakat secara umum diduga tidak seramai triwulan sebelumnya. Kondisi ini terpotret dari indeks pendapatan Triwulan 4 – 2013 yang

diperkirakan sebesar 111,60 lebih rendah daripada Triwulan 3 – 2013 yang mencapai 114,02.



Sumber: BPS Provinsi Jawa Timur

Walaupun demikian, perkiraan capaian indeks pendapatan yang di atas 100 itu mengindikasikan bahwa masih dirasakan adanya optimisme masyarakat terhadap pendapatannya. Optimisme

adanya penambahan pendapatan dari sebagian masyarakat ini diduga berasal dari insentif atau bonus akhir tahun. Sedangkan indeks rencana pembelian barang tahan lama juga diperkirakan cukup baik dengan indeks sebesar 108,19.

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

4.2. Perbandingan dengan Nasional dan Provinsi-provinsi di Jawa

Dari 6 provinsi di Jawa, ITK Jawa Timur pada Triwulan 4 – 2012 menempati posisi terendah dibanding provinsi lainnya. DKI Jakarta tetap menempati posisi teratas dengan ITK sebesar 112,35 disusul DI Yogyakarta (109,21), Banten (108,24), Jawa Barat (107,88) dan Jawa Tengah (107,70). Indeks Tendensi Konsumen di Jawa Timur pada Triwulan 4 – 2012 lebih rendah dibanding Nasional yang sebesar 108,63.

ITK Jawa Timur pada Triwulan 1 – 2013 (105,50) menempati posisi keempat setelah Banten (108,34), DKI Jakarta (108,32) dan DI Yogyakarta (106,13). Dibandingkan Nasional, tingkat optimisme konsumen Jawa Timur pada Triwulan 1 – 2013 lebih baik, ITK Nasional tercatat mencapai 104,70.

Pada Triwulan 2 – 2013, ITK Jawa Timur menempati posisi kelima setelah Banten (110,93), DKI Jakarta (110,87), DI Yogyakarta (110,47), dan Jawa Tengah (108,14). Pada triwulan ini Jawa Barat mempunyai ITK terendah sebesar 107,75. Persepsi masyarakat terhadap tingkat optimisme konsumen di Jawa Timur pada Triwulan 2 – 2013 ini sedikit lebih baik dibanding Nasional yang mencapai 108,02 atau mempunyai selisih 0,05 poin.

Dari seluruh provinsi-provinsi di Jawa, ITK Triwulan 3 – 2013 Jawa Timur menempati posisi keempat di bawah DKI Jakarta (118,09), DI Yogyakarta (116,23), dan Banten (115,36). Sedangkan ITK terendah tercatat di Jawa Tengah sebesar 113,46. Secara umum perekonomian provinsi-provinsi di Jawa cukup dinamis dengan capaian ITK pada Triwulan 3 – 2013 di atas 110.

Pada Triwulan 4 – 2013, perkiraan ITK Jawa Timur juga menempati posisi keempat di bawah DKI Jakarta (112,32), DI Yogyakarta (111,54) dan Banten (110,50). Pada periode yang sama Jawa Barat diperkirakan mempunyai ITK sebesar 107,87, merupakan terendah dibanding provinsi –provinsi lainnya di Jawa.

Dibanding Nasional, tingkat optimisme konsumen di Jawa Timur pada Triwulan 3 – 2013 relatif lebih baik. ITK Nasional pada Triwulan 3 – 2013 tercatat sebesar 112,02. Sedangkan pada Triwulan 4 – 2013, ITK Nasional diperkirakan sebesar 109,86, juga lebih rendah daripada Jawa Timur. Ini menunjukkan, kondisi ekonomi Jawa Timur secara umum lebih baik dibanding kondisi Nasional.

Secara rinci, perbandingan ITK Jawa Timur dengan provinsi-provinsi lain di Jawa dan Nasional, bisa dilihat pada tabel berikut.

Grafik 4.3
ITK Triwulan 4 - 2012 Sampai Dengan Triwulan 4 - 2013
Provinsi-provinsi di Jawa dan Nasional



Sumber: BPS Provinsi Jawa Timur

4.3 Karakteristik Responden Survei Tendensi Konsumen Provinsi Jawa Timur

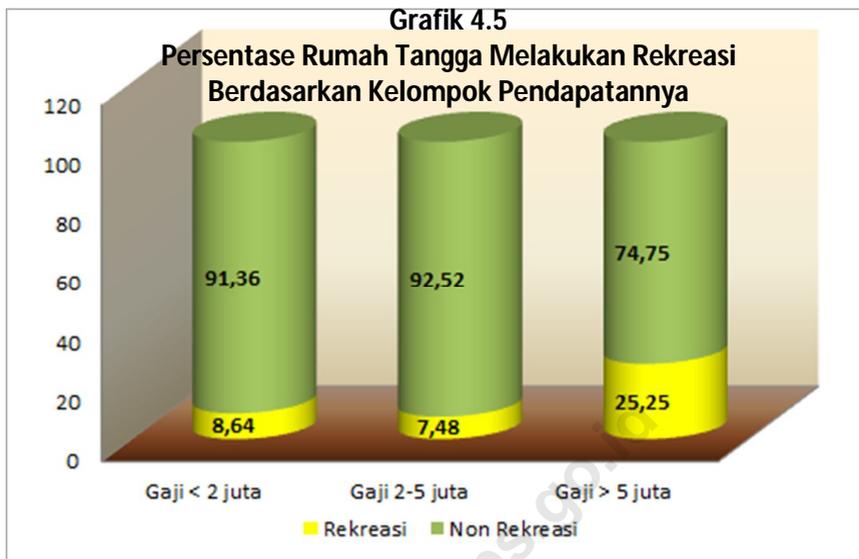
Karakteristik responden Survei Tendensi Konsumen Provinsi Jawa Timur 2013 menurut jenis lapangan usaha berdasarkan pendapatan utama tercatat terbanyak di sektor Perdagangan Besar, Eceran, Rumah makan/Restoran dan Hotel sebesar 22,40 persen, diikuti rumah tangga dengan pendapatan utama dari Jasa Kemasyarakatan, Sosial dan Jasa Perusahaan sebesar 21,84 persen, dan sumber penghasilan utama dari sektor industri pengolahan sebesar 15,92 persen. Sedangkan terendah adalah rumah tangga dengan pendapatan utama dari sektor pertambangan dan galian sebesar 0,77 persen diikuti rumah tangga dengan sumber penghasilan utama dari sektor Listrik, Gas, Air Bersih sebesar 1,01 persen.

Pola konsumsi rumah tangga terhadap rekreasi cukup menarik untuk diamati. Berdasarkan rata-rata pendapatan sebulan, pada kelompok rumah tangga dengan rata-rata pendapatan sebulan kurang dari 2 juta rupiah terdapat sebanyak 8,64 persen rumah tangga yang menggunakan pendapatannya untuk keperluan rekreasi sebagai salah satu konsumsi rumah tangganya. Bagi rumah tangga berpendapatan kurang dari 2 juta rupiah, rekreasi adalah kebutuhan sekunder (non prioritas) atau bersifat pilihan.



Sumber : BPS Provinsi Jawa Timur

Pada kelompok rumah tangga berpendapatan mulai 2 sampai dengan 5 juta rupiah, persentase rumah tangga yang melakukan rekreasi pada saat *weekend* atau musim-musim liburan dengan persentase sebanyak 7,48 persen. Begitu pula pada rumah tangga yang berpendapatan di atas 5 juta rupiah menganggap konsumsi rekreasi adalah salah satu kebutuhan penting rumah tangga. Terbukti bahwa sebanyak 25,25 persen rumah tangga berpendapatan 5 juta rupiah ke atas memanfaatkan rekreasi sebagai salah satu konsumsi rumah tangganya, merupakan terbanyak dibanding kelompok rumah tangga lainnya.



Sumber : BPS Provinsi Jawa Timur

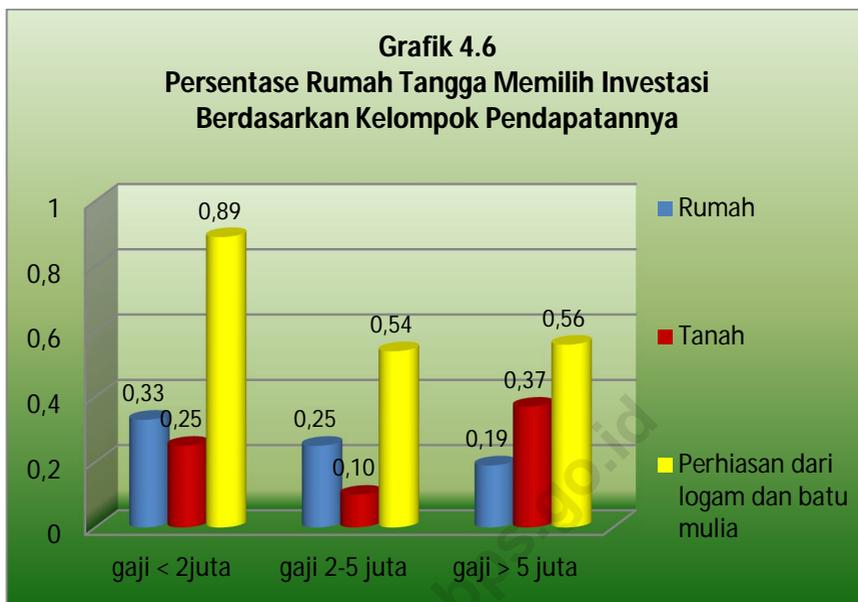
Bagi rumah tangga berpendapatan menengah ke atas, komoditi rekreasi dianggap sebagai suatu kebutuhan "*basic*" yang harus dipenuhi sebagaimana pemenuhan kebutuhan pokok lainnya.

Fenomena menarik lainnya yang bisa diukur dari hasil Survei Tendensi Konsumen adalah bagaimana masyarakat Jawa Timur dalam menyikapi kenaikan pendapatannya terhadap pembelian barang investasi seperti perhiasan dari logam dan batu mulia, tanah dan rumah. Dari seluruh rumah tangga yang pendapatannya mengalami kenaikan, sebanyak 0,89 persen rumah tangga dari kelompok rata-rata berpendapatan kurang dari 2 juta rupiah merencanakan akan membeli perhiasan dari logam

dan batu mulia (emas, permata, mutiara dll). Dan sebesar 0,33 persen lebih memilih untuk merencanakan investasi dalam bentuk pembelian rumah dibandingkan dengan investasi berupa pembelian tanah yang sebesar 0,25 persen.

Begitu pula dengan pada kelompok rumah tangga dengan rata-rata pendapatan mulai 2 hingga 5 juta rupiah terdapat 0,54 persen rumah tangga yang berencana membeli perhiasan dari logam dan batu mulia. Dan rumah tangga yang cenderung untuk merencanakan investasi dalam bentuk pembelian rumah sebesar 0,25 persen. Hanya 0,10 persen rumah tangga cenderung investasi berupa pembelian tanah.

Menariknya, pada kelompok rumah tangga dengan pendapatan di atas 5 juta rupiah, yang merencanakan membeli perhiasan berharga hanya sebesar 0,56 persen lebih rendah daripada kelompok rumah tangga dengan pendapatan di bawah 2 juta rupiah. Diduga pada kelompok rumah tangga dengan pendapatan di atas 5 juta rupiah, cenderung lebih tertarik memanfaatkan kenaikan pendapatannya untuk berinvestasi dalam bentuk pembelian tanah atau 0,37 persen yang lebih tinggi daripada kelompok pendapatan lainnya. Dan hanya sebesar 0,19 persen yang cenderung memilih investasi dalam bentuk pembelian rumah.



Sumber : BPS Provinsi Jawa Timur

Bentuk investasi yang cenderung dipilih oleh masyarakat Jawa Timur dalam menyikapi kenaikan pendapatan adalah dalam bentuk investasi perhiasan dari logam dan batu mulia dibandingkan investasi dalam bentuk lainnya (rumah, maupun tanah). Diduga investasi ini lebih mudah karena tidak diperlukan banyak modal dan cenderung mudah diperjual belikan kembali.

Hal menarik selanjutnya yang bisa diperoleh dari Survei Tendensi Konsumen adalah bagaimana melihat perubahan pola konsumsi terkait dengan adanya kenaikan harga kebutuhan pokok. Dari seluruh responden yang telah disurvei, sekitar 99,28 persen rumah tangga mengatakan bahwa telah terjadi inflasi

kenaikan harga kebutuhan makanan sehari-hari baik itu level tinggi, sedang maupun rendah selama tahun 2013. Menariknya di ketiga kelompok pendapatan mengatakan bahwa rumah tangga yang menganggap kenaikan harga barang/jasa mencapai level tinggi sekitar 60 persen. Di kelompok pendapatan rata-rata kurang dari 2 juta rupiah yang mengatakan inflasi tinggi sebesar 60,03 persen, inflasi rendah sebesar 34,34 persen dan 4,74 persen inflasi rendah. Sisanya mengatakan bahwa tidak terjadi kenaikan harga barang/jasa secara umum.

Sedangkan di kelompok pendapatan antara 2 sampai 5 juta rupiah sebesar 65,33 persen mengatakan terjadi inflasi tinggi, 29,75 persen inflasi sedang dan 4,32 persen inflasi rendah. Sisanya sebesar 0,60 persen mengatakan tidak terjadi kenaikan harga barang/jasa.

Begitupula dengan kelompok pendapatan lebih dari 5 juta rupiah sebesar 65,74 persen rumah tangga mengatakan inflasi terjadi di level tinggi, 26,90 persen inflasi sedang dan 7,36 persen inflasi rendah. Akan tetapi di kelompok pendapatan tinggi ini tidak terdapat rumah tangga atau 0 persen yang mengatakan bahwa tidak ada kenaikan maupun penurunan harga, berbeda dengan dua kelompok pendapatan lainnya.

Tabel 4.3
Persentase Pendapat Rumah tangga Terhadap Kenaikan harga barang/jasa

Kenaikan harga barang/jasa	gaji < 2 juta	gaji 2-5 juta	gaji > 5 juta
tinggi	60,03	65,33	65,74
sedang	34,34	29,75	26,90
rendah	4,74	4,32	7,36
tidak ada kenaikan	0,89	0,60	0,00
turun	0,00	0,00	0,00

Sumber : BPS Provinsi Jawa Timur

Dalam menyikapi kenaikan harga atau inflasi itu, pada kelompok rumah tangga dengan pendapatan rata-rata sebulan kurang dari 2 juta rupiah, terdapat sebanyak 33,66 persen rumah tangga yang menyikapi dari kenaikan harga kebutuhan pokok dengan mengurangi pengeluaran konsumsi seluruh anggota rumah tangga sehari-hari baik itu komoditi makanan maupun non makanan. Pada kelompok rumah tangga dengan pendapatan mulai 2 sampai 5 juta rupiah, persentase rumah tangga yang melakukan hal yang sama sebesar 17,86 persen. Begitu pula pada kelompok rumah tangga dengan pendapatan di atas 5 juta rupiah yang melakukan hal yang sama sekitar 4,55 persen.

Dengan demikian dampak inflasi semakin terasa pada kelompok berpendapatan rendah, sebaliknya pada kelompok rumah tangga yang memiliki pendapatan menengah ke atas tertolong oleh besar pendapatan yang dimiliki dan tetap berusaha

mempertahankan kuantitas dan kualitas kebutuhan pokok yang dikonsumsi.

Inflasi yang terjadi sangat berdampak pada kelompok rumah tangga berpendapatan rendah, untuk itu diharapkan ada kebijakan dan perhatian yang lebih dari Pemerintah Daerah agar pengaruh inflasi tidak membebani masyarakat menengah ke bawah. Walaupun demikian, pada beberapa bulan terakhir, inflasi yang terjadi di Jawa Timur cukup terkendali sehingga dampak dari kenaikan inflasi tidak begitu berpengaruh pada daya beli masyarakat Jawa Timur yang ditunjukkan dari angka Indeks Tendensi Konsumen dari sisi indeks pengaruh inflasi yang cenderung membaik dari beberapa triwulan terakhir.

LAMPIRAN

<http://jatim.bpp.go.id>

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

**Lampiran 1. DAFTAR SAMPEL BLOK SENSUS SURVEI TENDENSI
KONSUMEN 2013**

Kode			Nama			NBS	NKS	Jumlah Target Ruta
Kab	Kec	Desa	Kab	Kec	Desa			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
3504	040	001	TULUNGAGUNG	CAMPUR DARAT	NGENTRONG	001	4514602	10
	090	011		NGUNUT	KALIWUNGU	007	1501507	10
	120	014		TULUNGAGUNG	KENAYAN	008	1520504	10
	160	008		KAUMAN	KALANGBRET	005	3529304	10
160	001	GARUM	POJOK	006	1515904	10		
							003	GARUM
190	004	PONGGOK	KAWEDUSAN	009	2519305	10		
							200	013
210	008	WONODADI	TAWANGREJO	002	3509305	10		

Kode			Nama			NBS	NKS	Jumlah Target Ruta	
Kab	Kec	Desa	Kab	Kec	Desa				
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	
3506	030	008	KEDIRI		NGADILUWIH	016	1501605	10	
					DUKUH				
	040	016			KRAS	JAMBEAN	004	1517004	10
	060	007		011		KANDAT	013	3510506	10
						TEGALAN			
	120	010				KEPUNG	029	4512507	10
						DAMARWULAN			
	140	007				PARE	020	3526505	10
PELEM									
141	008			BADAS	001	2505106	10		
				BLARU					
220	006			GROGOL	012	4534005	10		
				DATENGAN					
3507	020	006	MALANG		KALIPARE	034	4552404	10	
					KALIPARE				
	040	005				BANTUR	031	2507506	10
						BANTUR			
	130	011				BULULAWANG	009	3521005	10
						LUMBANGSARI			
	160	012				KEPANJEN	015	3546704	10
DILEM									
180	005			KROMENGAN	001	1564005	10		
				KROMENGAN					
250	014			PAKIS	028	2540305	10		
				MANGLIAWAN					

Kode			Nama			NBS	NKS	Jumlah Target Ruta
Kab	Kec	Desa	Kab	Kec	Desa			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
	270	009		LAWANG	TURIREJO	004	1501105	10
	280	004		SINGOSARI	WATUGEDE	024	4527006	10
	290	006		KARANGPLOSO	GIRIMOYO	006	1535203	10
3509			JEMBER					
	020	002		GUMUK MAS	MAYANGAN	019	1503705	10
	070	006		SILO	SEMPOLAN	035	3518105	10
	130	005		BALUNG	BALUNG KIDUL	014	3541607	10
		006			BALUNG LOR	050	4521704	10
		006			BALUNG LOR	068	1554005	10
	720	004		SUMBERSARI	KEBONSARI	066	2507404	10
		004			KEBONSARI	078	2536307	10
	730	002		PATRANG	JEMBER LOR	016	1527306	10
		004			BARATAN	017	4546205	10
3510			BANYUWANGI					
	011	002		SILIRAGUNG	SILIRAGUNG	021	4540007	10
	030	006		PURWOHARJO	PURWOHARJO	027	4519105	10
	070	009		GAMBIRAN	GAMBIRAN	015	2507704	10
	090	006		KALIBARU	KAJARHARJO	007	3513707	10
	140	002		SINGOJURUH	SINGOJURUH	030	1527805	10

Kode			Nama			NBS	NKS	Jumlah Target Ruta
Kab	Kec	Desa	Kab	Kec	Desa			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
	180	003 010		BANYUWANGI KEBALENAN SINGONEGARAN		018 010	1547406 2530006	10 10
	200	007 007		KALIPURO KETAPANG KETAPANG		015 043	3535905 1502905	10 10
3514	010	006 007	PASURUAN	PURWODADI PAREREJO SENTUL		005 013	4534204 4515305	10 10
	130	006 008		GEMPOL NGERONG KARANGREJO		023 021	2522205 1501606	10 10
	150	002 003		BANGIL KIDUL DALEM POGAR		024 015	1519406 2504407	10 10
	190	001		GONDANG WETAN TEBAS		005	3529606	10
	220	013		GRATI RANU KLINDUNGAN		011	3513205	10
3515	050	002	SIDOARJO	JABON TROMPOASRI		014	1553905	10
	060	015		TANGGULANGIN KALITENGAH		004	2582804	10
	070	023		CANDI SEPANDE		018	3514005	10
	090	009 011		WONOAYU PLOSO WONOAYU		009 011	2560004 1579405	10 10
	100	006		SUKODONO PEKARUNGAN		022	3544206	10

Kode			Nama			NBS	NKS	Jumlah Target Ruta
Kab	Kec	Desa	Kab	Kec	Desa			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
	110				SIDOARJO			
		005			SIDOKARE	003	1500706	10
		018			MAGERSARI	040	4549503	10
		019			JATI	028	4524406	10
	120				BUDURAN			
		006			SIDOMULYO	007	2535205	10
	130				SEDATI			
		002			PEPE	004	4574405	10
	140				WARU			
		015			JANTI	019	2509605	10
	160				TAMAN			
		006			BRINGINBENDO	023	1533004	10
3517			JOMBANG					
	010				BANDAR KEDUNG MULYO			
		010			TINGGAR	011	2509703	10
	020				PERAK			
		013			CANGKRINGRANDU	009	3532805	10
	060				MOJOWARNO			
		008			GONDEK	015	4534905	10
	090				MOJOAGUNG			
		001			KEDUNGLUMPANG	014	4516905	10
	120				PETERONGAN			
		004			MANCAR	007	1503105	10
	130				JOMBANG			
		011			DENANYAR	010	2527104	10
		012			JOMBANG	016	1524705	10
		019			BANJAR DOWO	003	3511506	10
3520			MAGETAN					
	060				MAGETAN			
		013			CANDIREJO	004	1513306	10
		014			SELOSARI	002	4509405	10
		019			TAMBRAN	002	2515306	10
		023			SUKOWINANGUN	002	1500605	10
	061				NGARIBOYO			
		010			SUMBERDUKUN	002	2501905	10

Kode			Nama			NBS	NKS	Jumlah Target Ruta
Kab	Kec	Desa	Kab	Kec	Desa			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
	110	001		MAOSPATI	SUGIHWARAS	012	3503504	10
3525	020		GRESIK	DRIYOREJO				
		004		BAMBE		039	3525705	10
		013		MOJOSARIREJO		009	1518406	10
	040			MENGANTI				
		008		LABAN		010	2506005	10
		014		DOMAS		011	4514406	10
	050			CERME				
		003		SUKOANYAR		002	2520705	10
	060			BENJENG				
		014		KLAMPOK		011	1501205	10
	090			KEBOMAS				
		018		KEMBANGAN		026	4527707	10
		020		RANDUAGUNG		024	3507805	10
3529	010		SUMENEP	PRAGAAN				
		010		PRAGAAN LAOK		017	4509907	10
	070			KOTA SUMENEP				
		016		KARANGDUAK		001	2500806	10
		016		KARANGDUAK		004	1500804	10
	071			BATUAN				
		005		BATUAN		009	3504405	10
3571	010		KEDIRI	MOJOROTO				
		001		POJOK		019	1500403	10
		006		LIRBOYO		002	2501903	10
		009		SUKORAME		015	3502803	10
		010		BUJEL		001	4509905	10
		010		BUJEL		016	1505004	10
		012		GAYAM		006	2510303	10
		014		DERMO		005	3512205	10

Kode			Nama			NBS	NKS	Jumlah Target Ruta
Kab	Kec	Desa	Kab	Kec	Desa			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
	020				KOTA KEDIRI			
		002			REJOMULYO	005	4506803	10
		015			BALOWERTI	017	1504507	10
	030				PESANTREN			
		013			PAKUNDEN	016	2507705	10
3572			BLITAR					
	010				SUKOREJO			
		006			PAKUNDEN	003	1501606	10
		006			PAKUNDEN	013	2505505	10
	020				KEPANJENKIDUL			
		001			KEPANJENKIDUL	004	3503904	10
		007			NGADIREJO	003	4500204	10
		007			NGADIREJO	011	1502105	10
	030				SANANWETAN			
		005			SANANWETAN	036	2504906	10
		006			BENDOGERIT	005	3503206	10
		006			BENDOGERIT	008	4506304	10
3573			MALANG					
	010				KEDUNGKANDANG			
		005			BURING	027	1530705	10
		007			KOTALAMA	042	2500905	10
	020				SUKUN			
		005			BANDUNGREJOSARI	016	3500206	10
		009			TANJUNGREJO	012	4527704	10
		010			PISANG CANDI	019	1525605	10
	040				BLIMBING			
		002			POLEHAN	037	2520806	10
	050				LOWOKWARU			
		001			MERJOSARI	006	3509905	10
		002			DINOYO	034	4519604	10
		003			SUMBERSARI	025	1515804	10
		005			JATIMULYO	024	2516702	10
		007			TULUSREJO	025	3536904	10
		009			TUNJUNGSEKAR	012	4533605	10
		012			TLOGOMAS	017	1508005	10

Kode			Nama			NBS	NKS	Jumlah Target Ruta				
Kab	Kec	Desa	Kab	Kec	Desa							
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)				
3574	010	008 008	PROBOLINGGO		KADEMANGAN	006	3508405	10				
					TRIWUNG LOR				017	2506705	10	
					TRIWUNG LOR							
	011	001 005 006 006				KEDOPOK	011	1506005	10			
						SUMBER WETAN				001	3503703	10
						JREBENG WETAN				003	1501204	10
						JREBENG LOR				024	4509106	10
	030	009				MAYANGAN	009	1510905	10			
						SUKABUMI						
	031	002 005				KANIGARAN	052	4504204	10			
						KANIGARAN KEBONSARI KULON				003	2501906	10
	3575	010		001 005 005	PASURUAN		GADINGREJO	023	1504904	10		
							KRAPYAKREJO				007	2501406
KARANGANYAR			013				3505406				10	
KARANGANYAR												
020		001 003 004 005				PURWOREJO	023	4502306	10			
						POHJENTREK				009	1508606	10
						TEMBOKREJO				018	2500605	10
						PURUTREJO				015	3507904	10
						KEBONAGUNG						
030		012				BUGULKIDUL	003	4503704	10			
						MANDARANREJO						
3576		010	002 003 004 008	MOJOKERTO			PRAJURIT KULON	016	1503305	10		
							KRANGGAN				009	2506704
	MIJI				012		3505405				10	
	PRAJURIT KULON				012		4501606				10	
	020	008 008 009 010 010				MAGERSARI	007	1501206	10			
						GEDONGAN				018	2500104	10
						MAGERSARI				028	3502606	10
						WATES				036	4504506	10
						WATES						
						WATES						

Kode			Nama			NBS	NKS	Jumlah Target Ruta	
Kab	Kec	Desa	Kab	Kec	Desa				
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	
3577	010		MADIUN	MANGU HARJO					
		002		NAMBANGAN LOR	013	1501204	10		
		004		PANGONGANGAN	004	2509205	10		
		004		PANGONGANGAN	010	3507504	10		
		005		WINONGO	014	4500604	10		
		006		MADIUN LOR	019	1503404	10		
		007		PATIHAN	007	2506407	10		
		008		NGEGONG	007	3508005	10		
	020	007	TAMAN	TAMAN	025	4505605	10		
	030	006	KARTOHARJO	REJOMULYO	011	1504206	10		
3578	030		SURABAYA	GAYUNGAN					
		002		MENANGGAL	022	1504107	10		
	003	GAYUNGAN		007	2544906	10			
	040	004		WONOCOLO					
				BENDUL MERISI	027	3500504	10		
	070	001		RUNGKUT					
				RUNGKUT KIDUL	007	4581104	10		
	080	003		SUKOLILO					
				MEDOKAN SEMAMPIR	011	1560405	10		
	090	005		MULYOREJO					
				DUKUH SUTOREJO	028	2578303	10		
	110	004		WONOKROMO					
				NGAGELREJO	077	3534806	10		
120	004	DUKUH PAKIS							
		DUKUH KUPANG	031	4566805	10				
130	003	WIYUNG							
	004	WIYUNG	013	1587602	10				
		JAJAR TUNGGAL	021	2557505	10				

Kode			Nama			NBS	NKS	Jumlah Target Ruta
Kab	Kec	Desa	Kab	Kec	Desa			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
	140				LAKARSANTRI			
		005			JERUK	018	3553305	10
	170				SAWAHAN			
		002			PUTAT JAYA	029	4509504	10
		005			PETEMON	044	1536305	10
	180				TEGALSARI			
		004			WONOREJO	042	2515004	10
	210				KENJERAN			
		006			SIDOTOPO WETAN	124	3526504	10
	240				PABEAN CANTIAN			
		005			PERAK UTARA	064	4502304	10
	260				KREMBANGAN			
		002			MOROKREMBANGAN	038	1503905	10
	281				PAKAL			
		001			BABAT JERAWAT	063	2568405	10
		002			PAKAL	003	3522408	10
JUMLAH BS								179
JUMLAH RUTA								1709

**Lampiran 2. ITK Seluruh Provinsi dan Nasional
Tahun 2011 - 2013**

Provinsi	2011			
	Trw 1	Trw 2	Trw 3	Trw 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Aceh	101,06	105,04	107,44	105,34
Sumut	102,69	106,26	109,57	107,92
Sumbar	100,22	104,17	108,70	107,48
Riau	100,10	106,39	112,28	108,44
Jambi	102,22	105,11	110,15	106,96
Sumsel	102,77	105,35	108,96	107,31
Bengkulu	97,70	104,48	109,60	106,48
Lampung	100,24	104,60	109,69	107,84
Babel	103,89	107,47	110,69	108,32
Kepri	99,41	104,77	108,43	109,39
DKI	105,55	109,90	113,46	111,27
Jabar	101,12	106,46	109,33	108,07
Jateng	100,06	105,53	110,86	107,40
DI Yogya	102,79	105,64	111,91	110,02
Jatim	102,58	107,33	110,55	108,42
Banten	101,66	107,40	111,01	108,96
Bali	103,18	107,07	111,96	111,38
NTB	101,21	104,15	110,26	106,33
NTT	99,70	103,55	105,78	107,40
Kalbar	101,40	105,15	112,63	109,98
Kalteng	106,00	107,42	109,84	109,03
Kalsel	105,12	106,62	111,47	107,09
Kaltim	108,75	110,07	114,44	108,77
Sulut	101,17	106,87	110,10	113,07
Sulteng	100,23	105,90	110,09	107,36
Sulsel	112,31	114,57	113,46	111,24
Sultra	106,51	107,58	111,16	107,24
Gorontalo	103,39	107,01	108,60	106,44
Sulbar	105,59	106,69	109,58	107,37
Maluku	100,46	104,10	109,23	110,68
Malut	100,89	105,30	110,35	106,63
Papua Barat	101,47	106,31	109,22	109,95
Papua	98,47	105,53	107,26	109,02
Nasional	102,42	106,36	110,24	108,44

Provinsi	2012			
	Trw 1	Trw 2	Trw 3	Trw 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Aceh	102,33	106,73	107,21	106,62
Sumut	106,65	108,50	109,49	108,11
Sumbar	106,70	109,86	112,04	105,30
Riau	109,87	110,11	112,29	107,61
Jambi	103,37	106,45	109,14	103,10
Sumsel	107,38	108,13	111,11	107,30
Bengkulu	105,82	109,52	111,65	107,28
Lampung	103,43	106,87	108,32	101,91
Babel	105,38	109,65	110,91	108,59
Kepri	107,80	108,23	110,78	109,70
DKI	110,23	111,48	114,72	112,35
Jabar	106,14	108,98	110,72	107,88
Jateng	105,94	109,50	111,29	107,70
DI Yogya	109,71	109,85	112,9	109,21
Jatim	107,74	108,71	111,85	107,51
Banten	107,51	109,47	110,15	108,24
Bali	107,99	108,68	114,92	113,02
NTB	103,98	108,94	111,95	111,37
NTT	103,89	105,68	107,11	110,06
Kalbar	107,47	109,62	111,7	108,86
Kalteng	106,72	108,73	110,76	109,05
Kalsel	108,76	109,51	110,93	107,45
Kaltim	108,80	110,63	115,23	109,95
Sulut	106,73	108,62	113,08	113,72
Sulteng	105,26	110,47	111,18	109,23
Sulsel	107,01	109,72	112,84	109,04
Sultra	107,99	108,15	111,87	107,79
Gorontalo	108,12	109,51	110,38	110,73
Sulbar	106,00	109,29	111,8	110,44
Maluku	106,83	109,81	110,45	111,29
Malut	107,82	108,61	111,69	104,62
Papua Barat	105,52	105,45	108,24	110,59
Papua	104,96	105,87	108,17	109,11
Nasional	106,66	108,77	111,12	108,63

Provinsi	2013			
	Trw 1	Trw 2	Trw 3	Perkiraan Trw 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Aceh	104,77	105,05	110,27	108,32
Sumut	106,00	107,33	110,62	107,03
Sumbar	105,33	107,48	113,40	107,14
Riau	104,47	107,79	112,61	108,52
Jambi	102,89	106,70	112,33	107,88
Sumsel	105,56	108,06	111,63	108,48
Bengkulu	104,29	107,78	110,65	106,56
Lampung	102,42	106,32	110,32	110,26
Babel	103,25	107,54	110,69	108,32
Kepri	104,41	109,44	112,36	108,83
DKI	108,32	110,87	118,09	112,32
Jabar	104,14	107,75	113,53	107,87
Jateng	104,68	108,14	113,46	109,46
DI Yogya	106,13	110,47	116,23	111,54
Jatim	105,50	108,07	114,17	110,37
Banten	108,34	110,93	115,36	110,50
Bali	107,50	111,69	115,67	116,05
NTB	105,12	107,25	109,85	109,44
NTT	101,53	106,35	108,18	110,42
Kalbar	106,12	108,12	114,58	111,50
Kalteng	105,01	107,54	109,76	111,05
Kalsel	106,46	107,91	109,94	108,41
Kaltim	107,13	109,21	113,71	111,87
Sulut	105,85	109,38	109,50	112,48
Sulteng	102,51	107,50	109,89	111,44
Sulsel	105,46	108,07	111,84	110,09
Sultra	102,18	107,62	114,52	108,73
Gorontalo	105,17	108,04	112,73	110,79
Sulbar	104,04	107,95	111,10	108,84
Maluku	103,02	107,90	109,33	111,27
Malut	102,45	107,15	113,23	109,71
Papua Barat	102,54	107,23	109,10	110,99
Papua	102,59	106,15	108,10	110,15
Nasional	104,70	108,02	112,02	109,86

Halaman ini sengaja dikosongkan

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

Lampiran 3. Kuesioner Survei Tendensi Konsumen 2013





REPUBLIK INDONESIA
BADAN PUSAT STATISTIK

SURVEI TENDENSI KONSUMEN 2013

RAHASIA Triwulan 4

BLOK I. PENGENALAN TEMPAT		
1. Provinsi		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2. Kabupaten/Kota *)		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3. Kecamatan		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4. Desa/Kelurahan *)		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <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"/> <input type="checkbox"/>
8. Nama Kepala Rumah Tangga		

*) Coret yang tidak perlu.

BLOK II. RINGKASAN	
1. Jumlah Anggota Rumah tangga	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2. Jumlah Anggota Rumah tangga yang berumur 10 tahun ke atas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

BLOK III. KETERANGAN PETUGAS	
Kode Pencacah:	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Nama Pencacah/No. HP:	Tanggal:
	Tanda tangan:
Nama Pengawas/No. HP:	Tanggal:
	Tanda tangan:

1

BLOK IV.									
KETERANGAN UMUM RUMAH TANGGA									
1. Pendidikan terakhir kepala rumahtangga:	SD ke bawah	-1	SLTP	-2	SLTA	-3	Akademi	-4	<input type="checkbox"/>
	Sarjana	-5	Pascasarjana	-6					
2. Sumber penghasilan utama rumah tangga:									<input type="checkbox"/>
	Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan							-1	
	Pertambangan dan penggalian							-2	
	Industri Pengolahan							-3	
	Listrik, Gas dan Air Bersih							-4	
	Konstruksi							-5	
	Perdagangan Besar, Eceran, Rumah makan/Restoran, dan Hotel							-6	
	Pengangkutan dan Komunikasi							-7	
	Keuangan, Asuransi, Real Estat, dan Jasa Perusahaan							-8	
	Jasa Kemasyarakatan, Sosial dan Perorangan							-9	
	Penerima pendapatan							-0	
3. Jika Rincian 2 Blok IV diatas bukan berkode 0 (bukan penerima pendapatan); status pekerjaan utama:									<input type="checkbox"/>
	Berusaha							-1	
	Buruh/karyawan/pegawai							-2	
4. Rata-rata pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama sebulan:									<input type="checkbox"/>
	<2 juta rupiah							-1	
	2 juta s/d 5 juta rupiah							-2	
	> 5 juta rupiah							-3	
BLOK V.									
KONDISI EKONOMI RUMAHTANGGA SAAT INI									
1. Bagaimana pendapatan seluruh anggota rumah tangga Bapak/Ibu selama 3 bulan terakhir (Oktober—Desember 2013) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (Juli—September 2013)?									<input type="checkbox"/>
	Menurun							-0	
	Sama							-1	
	Meningkat							-2	
2. Bagaimana jumlah tabungan seluruh anggota rumah tangga Bapak/Ibu selama 3 bulan terakhir (Oktober—Desember 2013) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (Juli—September 2013)?									<input type="checkbox"/>
	Menurun							-0	
	Sama							-1	
	Meningkat							-2	
3. Bagaimana menurut Bapak/Ibu kenaikan harga barang/jasa secara umum selama 3 bulan terakhir (Oktober—Desember 2013) :									<input type="checkbox"/>
	Tinggi (..... %)					Tidak ada kenaikan		-3	
	Sedang (..... %)					Harga turun (..... %)		-4	
	Rendah (..... %)							-2	
4. Bagaimana total pengeluaran konsumsi seluruh anggota rumah tangga Bapak/Ibu selama 3 bulan terakhir (Oktober—Desember 2013) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (Juli—September 2013)?									<input type="checkbox"/>
	Menurun							-0	
	Tetap							-1	
	Meningkat							-2	

5. Bagaimana **total pengeluaran konsumsi seluruh anggota rumah tangga** untuk beberapa komoditi makanan dan bukan makanan berikut selama 3 bulan terakhir (Oktober—Desember 2013) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (Juli—September 2013) :

Jenis Komoditi	Naik	Tetap	Turun
1. Bahan makanan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Makanan jadi di Restoran/Rumah makan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Perumahan (listrik, gas, dan bahan bakar)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Pakain, sepatu, tas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Kesehatan , peralatan kesehatan, jasa rumah sakit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Pendidikan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Rekreasi (termasuk penginapan/hotel)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Transportasi/Angkutan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Komunikasi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Jika jawaban rincian 5 sebelumnya ada komoditas yang pengeluaran konsumsinya turun, alasan utama jawaban Bapak/Ibu ?			<input type="checkbox"/>
Pengurangan pendapatan		-1	
Kebutuhan rumahtangga yg berkurang		-2	
Adanya penurunan harga komoditi dgn asumsi volume konsumsi tetap		-3	
Faktor musiman (misal : libur sekolah atau hari raya pd triwulan sebelumnya)		-4	
Lainnya (.....)		-5	
7. Jika jawaban rincian 5 sebelumnya ada komoditi yang pengeluaran konsumsinya naik, alasan utama jawaban Bapak/Ibu ?			<input type="checkbox"/>
Ada tambahan pendapatan		-1	
Ada kenaikan harga komoditi dgn asumsi volume konsumsi tetap		-2	
Ada kebutuhan mendesak		-3	
Faktor musiman (misal : libur sekolah atau hari raya pd triwulan sebelumnya)		-4	
Lainnya (.....)		-5	
BLOK VI.			
PERKIRAAN EKONOMI RUMAH TANGGA MENDATANG			
1. Bagaimana perkiraan pendapatan seluruh anggota rumah tangga Bapak/Ibu pada periode 3 bulan mendatang (Januari—Maret 2014) ?			<input type="checkbox"/>
Menurun -0 => Ke R2.b (hlm. 4)	Sama -1	Meningkat -2 => Ke R2.a (hlm. 4)	

3

BLOK VI.			
PERKIRAAN EKONOMI RUMAH TANGGA MENDATANG			
2a. Jika jawaban Rincian 1 Blok VI sebelumnya meningkat, alasan utama jawaban Bapak/Ibu ? Akan ada kenaikan gaji/pendapatan/ bonus/omset usaha -1 Akan ada pekerjaan/usaha sampingan -2 Ada anggota rumah tangga yang akan memperoleh pekerjaan -3 Lainnya (.....) -4			<input type="checkbox"/>
2b. Jika jawaban Rincian 1 Blok VI sebelumnya menurun, alasan utama jawaban Bapak/Ibu ? Akan ada penurunan gaji/pendapatan/bonus/omset usaha -1 Akan berhenti dari pekerjaan/usaha sampingan -2 Ada anggota rumah tangga yang akan berhenti bekerja -3 Lainnya (.....) -4			<input type="checkbox"/>
3. Bagaimana perkiraan jumlah tabungan seluruh anggota rumah tangga Bapak/Ibu selama 3 bulan mendatang (Januari—Maret 2014) : Menurun -0 Tetap -1 Meningkat -2			<input type="checkbox"/>
4. Dalam periode 3 bulan mendatang (Januari—Maret 2014), apakah Bapak/Ibu mempunyai rencana untuk melakukan beberapa kegiatan/aktivitas berikut:			
Jenis Kegiatan/Aktivitas Yang Akan Direncanakan	Ya -1 Tidak -2	Jika isian kolom 2 berkode 1, rencana sumber dana: Tabungan -1 Pendapatan -2 Pinjaman -3 Pemberian -4 Belum tahu -5	Jika kolom 2 berkode 2, alasan utama Bapak/Ibu: Dana tidak ada -1 Sudah memiliki kurang dari 3 (tiga) tahun -2 Sudah memiliki 3 (tiga) tahun atau lebih -3 Tidak/belum butuh -4
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Membeli barang elektronik (TV, DVD, komputer dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Membeli perhiasan dari logam dan batu mulia (emas, permata, mutiara dll.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Membeli perangkat komunikasi (HP, Tablet/lpad, notebook dll.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Membeli perabot meubelsir (kursi, lemari, tempat tidur dll.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Membeli peralatan rumah tangga (AC, kulkas, mesin cuci, kompor gas)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Membeli/mengganti sepeda motor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Membeli/mengganti mobil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Merencanakan rekreasi (keluar kota/negeri termasuk menginap di hotel dll.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Merencanakan pesta/hajatan (pernikahan, khitanan, ulang tahun, dll.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Membeli tanah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Membeli rumah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4

DATA

MENCERDASKAN BANGSA

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



BADAN PUSAT STATISTIK PROVINSI JAWA TIMUR
Jl. Raya Kendangsari Industri No. 43-44 Surabaya
Telp. (031) 8439343 (Hunting) Fax. (031) 8494007, 8471143
E-mail : bps3500@mailhost.bps.go.id



9 772089 382124