

# INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI KALIMANTAN TIMUR TAHUN 2012



**INDEKS TENDENSI KONSUMEN  
PROVINSI KALIMANTAN TIMUR  
TRIWULAN TAHUN 2012**

**Nomor Publikasi : 64.550.13.01**

Katalog BPS : 9201001.64

Ukuran Buku : 14,8 x 21 Cm

Jumlah Halaman : vi + 33

**Naskah:**

Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

**Gambar Kulit:**

Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

**Diterbitkan oleh:**

BPS Provinsi Kalimantan Timur

*Boleh dikutip dengan menyebut sumbernya*

## KATA PENGANTAR

Publikasi Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Kalimantan Timur, Tahun 2012 diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur. Publikasi ini memuat informasi dini tentang perkembangan perekonomian dari sisi konsumen secara triwulanan, dan dikompilasi menjadi publikasi tahunan.

Publikasi Indeks Tendensi Tahun 2012, merupakan publikasi tahunan pertama yang diterbitkan, sejak penerbitan publikasi triwulanan tahun 2011 oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur.

Penyajian publikasi secara tahunan ini, dapat menjadi bahan rujukan/kajian dalam perencanaan dan evaluasi kegiatan bagi pengguna data pembangunan. Kritik dan saran konstruktif berbagai pihak kami harapkan untuk penyempurnaan penerbitan mendatang.

Samarinda, Februari 2013

Kepala Badan Pusat Statistik  
Provinsi Kalimantan Timur,



**Drs. Johny Anwar**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	v
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR</b> .....	5
<b>BAB III METODOLOGI PENGHITUNGAN INDEKS TENDENSI KONSUMEN</b> .....	12
<b>BAB IV HASIL PENGHITUNGAN INDEKS TENDENSI KONSUMEN</b> .....	25
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	32

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Persentase Jumlah Responden STK Menurut Karakteristik Triwulan I - IV Tahun 2012 .....	25
Tabel 2. Indeks Tendensi Konsumen Triwulan III dan Triwulan IV-2012 Menurut Variabel Pembentuknya .....	27
Tabel 3. Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I Tahun 2013 .....	31

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan I - IV Tahun 2012 .....	28
Grafik 2. Indeks Tingkat Konsumsi Makanan Menurut Komoditi di Kalimantan Timur, Triwulan IV Tahun 2012 .....	29
Grafik 3. Indeks Tingkat Konsumsi Non Makanan Menurut Komoditi di Kalimantan Timur, Triwulan III Tahun 2012 .....	29

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

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pemantauan tendensi konsumen secara triwulanan di Kalimantan Timur telah berjalan selama 2 (dua) tahun atau sejak tahun 2011. Pemantauan ekonomi perlu dilakukan secara rutin dan berkesinambungan, guna mengetahui secara lebih dini keberhasilan peningkatan pertumbuhan perekonomian, terutama perekonomian berbasis masyarakat. Pemantauan dilakukan dengan menampilkan angka indeks rata-rata tendensi konsumen (ITK) yang melibatkan masyarakat dari berbagai golongan. Penyebaran kuesioner bersifat acak pada golongan pendapatan di blok sensus tertentu. Di dalam penentuan sampel secara umum, kita menentukan secara rata-rata pengeluaran rumah tangga. Namun di dalam blok sensus terpilih, pemilihan sampel dilakukan tanpa menentukan golongan pengeluaran masyarakat, sehingga gambaran real kondisi masyarakat diharapkan tidak berkecenderungan pada kelompok atau golongan tertentu saja.

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, BPS mengembangkan dua macam indikator dini (*prompt indicator*) yaitu Indeks Tendensi Bisnis (ITB) dan Indeks Tendensi

Konsumen (ITK). Pada masa tersebut baru dilaksanakan di wilayah Jabodetabek. Tahun 2011 pelaksanaan STK diperluas di seluruh provinsi dengan jumlah sampel 10.865 rumah tangga, dan dilanjutkan pada tahun 2012 dengan jumlah sampel mencapai 14.191 rumah tangga.

Responden STK merupakan sub-sampel dari Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) khusus di daerah perkotaan. Pelaksanaan STK dilakukan per triwulan, dengan pemilihan sampel secara panel dengan rumahtangga yang tetap antar triwulan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai perubahan persepsi konsumen antar waktu. Dengan adanya perluasan sampel, nilai ITK dapat disajikan sampai level provinsi.

Pelaksanaan STK untuk Provinsi Kalimantan Timur tahun 2011 berjumlah 270 rumah tangga dari 3 kabupaten/kota. Pada tahun 2012 jumlah sampel STK di Kalimantan Timur, diperluas sehingga mencakup 340 rumah tangga dari 34 Blok Sensus yang berada di 4 kabupaten/kota wilayah perkotaan. Untuk saat ini, sampel STK Kalimantan Timur hanya diwakili oleh Kabupaten Berau, Kota Samarinda, Kota Balikpapan, dan Kota Tarakan. Sampel ini masih sangat kecil untuk dapat menggambarkan kondisi secara keseluruhan di kabupaten/kota dan juga belum mampu menggambarkan situasi secara rinci perilaku konsumen. Untuk itu, hasil STK ini hanya dapat menyajikan angka indeks tendensi konsumen (ITK) secara makro untuk data provinsi.



## 1.2. Tujuan

Tujuan penyusunan publikasi ITK tahunan adalah:

- Menyajikan perkembangan perekonomian dari sisi konsumen di Provinsi Kalimantan Timur, selama 4 triwulan.
- Memberikan perkiraan kondisi perekonomian konsumen tiga bulan mendatang di Provinsi Kalimantan Timur.

## 1.3. Cakupan Penelitian

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) dihasilkan melalui Survei Tendensi Konsumen (STK). STK di Provinsi Kalimantan Timur dilakukan secara triwulanan.

**Tabel 1.**  
**Periode Survei dan Jadwal Pencacahan**

Periode	Jadwal Pencacahan			
	Jan - Maret	April - Juni	Juli - Sept	Okt. - Des
Triw I	Maret			
Triw II		Juni		
Triw III			Sept	
Triw IV				Des

#### **1.4. Sistematika Pembahasan dan Penulisan**

Hasil penghitungan ITK setiap triwulan sebelum dipublikasikan dilakukan pembahasan dan sosialisasi melalui kegiatan *Pers Release* dengan peserta dinas instansi terkait dan media massa. Dan untuk lebih dapat tersebar luas informasi mengenai ITK, maka dibuat pula dalam bentuk publikasi setiap triwulan. Kemudian, untuk melihat perkembangan selama 4 triwulan dalam setiap tahun, maka disusun publikasi tahunan.

Penulisan buku ini dibagi ke dalam (empat) 4 bab, yaitu:

1. Bab I Pendahuluan, yang terdiri dari : Latar Belakang, Tujuan, Cakupan Penelitian, dan Sistematika Pembahasan dan Penulisan.
2. Bab II Kajian Literatur, menyajikan berbagai penelitian yang pernah dilakukan mengenai Indeks Tendensi Konsumen.
3. Bab III Metodologi Penelitian dan Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen.
4. Bab IV Pembahasan Hasil Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen.

## BAB II KAJIAN LITERATUR

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

Michigan *University* di Amerika Serikat memperkenalkan suatu indeks yang serupa dengan indeks tendensi bisnis namun dengan pendekatan konsumen/rumah tangga. Indeks tersebut dinamakan 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 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 pasar bursa merupakan salah satu Indikator Pendahulu (*Leading Indicator*) dari kondisi perekonomian suatu negara.

Nilai indeks PMI diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai indeks di  $\leq 50$ ; mengindikasikan kondisi perekonomian mengalami kontraksi.
2. Nilai indeks di  $> 50$  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.

Dari uraian di atas terlihat bahwa 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 (*The Conference Board*).**

Di samping *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*. *The Conference Board* telah melakukan penghitungan 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 rumah tangga, maka 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 kontraksinya perekonomian makro.

Survei Kepercayaan Konsumen dilakukan setiap bulan dengan jumlah responden sekitar 5000 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 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* 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-l dari seluruh responden pada triwulan ke t  
 $n_t$  = jumlah responden pada triwulan ke t  
 $TS_0$  = total skor setiap variabel ke-l dari seluruh responden pada triwulan dasar

$n_0$  = jumlah responden pada triwulan dasar

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.

Sebagai contoh:

*Indeks Kepercayaan Konsumen pada Triwulan I-2005 sebesar 135,85 dan Indeks Kepercayaan Konsumen pada Triwulan II-2005 sebesar 140,50. Artinya, pada Triwulan II-2005 kepercayaan konsumen tumbuh sebesar 3,42, atau tidak mengalami kenaikan yang berarti dibandingkan Triwulan I-2005.*

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: 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.

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.

### **2.3. Indeks Tendensi Konsumen (ITK)**

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) adalah indikator perkembangan ekonomi terkini yang dihasilkan Badan Pusat Statistik melalui Survei Tendensi Konsumen (STK). ITK merupakan indeks komposit persepsi rumahtangga mengenai kondisi ekonomi konsumen dan perilaku konsumsi terhadap situasi perekonomian pada triwulan berjalan dan perkiraan pada triwulan mendatang.

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

### **Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen**

Nilai ITK berkisar antara 0 sampai 200, dengan indikasi sebagai berikut:

- a. Nilai  $ITK < 100$ , menunjukkan bahwa kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan menurun dibanding triwulan sebelumnya
- b. Nilai  $ITK = 100$ , menunjukkan bahwa kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan tidak mengalami perubahan dibanding triwulan sebelumnya
- c. Nilai  $ITK > 100$ , menunjukkan bahwa kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan meningkat dibanding triwulan sebelumnya

### **BAB III**

## **METODOLOGI PENGHITUNGAN**

## **INDEKS TENDENSI KONSUMEN**

Informasi dini mengenai perekonomian dapat dianalisis melalui Indeks Tendensi Konsumen yang diperoleh melalui Survei Tendensi Konsumen. Survei ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai situasi bisnis dan perekonomian secara umum yang dapat digambarkan dari kondisi ekonomi para konsumen sebagai pelaku konsumsi terhadap produk-produk barang dan jasa dihasilkan dalam perekonomian. 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, dan lain-lain, untuk komoditi bukan makanan. Di samping 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 rumahtangga (konsumen) dan rencana membeli untuk membeli barang-barang tahan lama pada periode tiga bulan mendatang.

Komponen variabel Indeks Indikator Kini terdiri dari:

- a. Pendapatan seluruh anggota keluarga 3 (tiga) bulan terakhir.
- b. Pengaruh kenaikan harga-harga terhadap konsumsi makanan sehari-hari.
- c. Volume konsumsi beberapa komoditi saat ini jika dibandingkan dengan keadaan periode 3 bulan yang lalu.

Sedangkan untuk komponen variabel Indeks Indikator Mendatang terdiri dari:

- a. Pendapatan seluruh anggota keluarga pada periode 3 bulan yang akan datang.
- b. Rencana pembelian barang-barang tahan lama untuk periode 3 bulan yang akan datang.

### **3.1. Prosedur Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen**

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

### **3.1.1. Pemberian skor jawaban**

Jawaban untuk variabel-variabel yang terpilih diberi skor 2 (dua) bila jawabannya "meningkat atau lebih", diberi skor 1 (satu) bila jawabannya "kurang lebih sama atau tetap", dan diberi skor 0 (nol) bila jawabannya "menurun". Untuk memperoleh Total Skor (TS), jawaban dari seluruh responden untuk masing-masing variabel dijumlahkan. Perlu dicatat, bahwa penghitungan skor untuk variabel pembelian barang tahan lama agak berbeda dengan penghitungan variabel konsumsi beberapa komoditi.

### **3.1.2. Skor jawaban variabel pembelian barang tahan lama**

Banyaknya jenis barang tahan lama yang ditanyakan pada variabel rencana pembelian barang tahan lama terdiri dari 10 jenis barang. Pada masing-masing jenis barang tersebut ditanyakan apakah responden berencana untuk membeli, menjual atau sudah memiliki barang tersebut lebih dari 5 tahun. Adapun pemberian skor untuk variabel tersebut adalah sebagai berikut :

x = menyatakan rencana jumlah pembelian barang tahan lama.

y = menyatakan jumlah barang tahan lama yang dijual atau digadaikan.

Penilaian skor:

- **Skor 0**, jika  $x = 0$  dan  $y \geq 1$ , artinya jika responden tidak membeli, namun menjual atau menggadaikan barang tahan lama, maka kecil kemungkinannya untuk membeli suatu barang tahan lama.
- **Skor 1**, jika  $x = 0$  dan  $y = 0$ , artinya jika responden tidak membeli, menjual atau menggadaikan barang tahan lama, maka ia mempunyai kemungkinan untuk berencana membelinya.
- **Skor > 1**, jika  $x \geq 1$ , artinya responden telah berencana untuk membeli barang tahan lama tersebut minimal 1 item/jenis. Untuk mendapatkan nilai skornya menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Skor_{v>1} = 1 + \frac{\sum (P_i B_i)}{\text{Nilai maksimal} \sum (P_i B_i)}$$

dimana:

$Skor_{v>1}$  = Skor variabel rencana pembelian barang tahan lama diatas 1.

$P_i$  = penimbang barang tahan lama ke i (diperoleh dari pembelian barang tahan lama dari Survei Biaya Hidup).

$B_i$  = Barang tahan lama yang direncanakan dibeli. Isianya 0 jika tidak dibeli, dan isianya 1 jika dibeli

$\sum P_i B_i$  = Jumlah penimbang barang tahan lama yang akan dibeli rumah tangga.

Nilai maksimal  $\sum P_i B_i$  adalah nilai maksimal total penimbang barang tahan lama yang dibeli rumah tangga dalam satu provinsi. Setelah setiap skor masing-masing variabel diperoleh, selanjutnya dihitung masing-masing indeks variabel.

### **3.1.3. Skor jawaban variabel konsumsi beberapa komoditi**

Untuk variabel konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan, jumlah komoditi yang dikonsumsi rumah tangga yang ditanyakan pada Survei Tendensi Konsumen terdiri dari 20 macam komoditi yaitu 11 komoditi makanan dan 9 komoditi non makanan. Kepada responden ditanyakan volume konsumsi setiap jenis komoditi pada triwulan terakhir dibandingkan dengan periode tiga bulan sebelumnya apakah sama, lebih banyak atau lebih sedikit. Masing-masing komoditi akan diberi skor 0 jika konsumsi sekarang lebih sedikit dibandingkan 3 bulan yang lalu, skor 1 jika volume konsumsinya tetap/sama atau tidak mengkonsumsi dan skor 2 jika konsumsi saat ini volumenya lebih banyak daripada 3 bulan yang lalu. Skor-skor tiap komoditi akan digunakan sebagai skor total untuk penghitungan indeks tiap

komoditi. Khusus untuk Indeks variabel konsumsi makanan dan bukan makanan dihitung dengan rata-rata tertimbang dari *Diffusion Indeks* tiap komoditi. Penimbang masing-masing komoditi diperoleh dari SUSENAS yaitu proporsi rata-rata nilai pengeluaran setiap komoditi terhadap rata-rata pengeluaran rumahtangga dalam sebulan. Penimbang komoditi ini juga dibedakan menurut golongan pendapatan rumah tangga.

#### 3.1.4. Penghitungan Indeks Variabel

Selanjutnya untuk mendapatkan indeks dari 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:

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

dimana :

$Iv_i$  = indeks variabel terpilih ke-i

TS = total skor variabel ke-i dari seluruh responden

n = jumlah responden

Nilai indeks di atas besarnya berkisar antara 0 – 200.

Beberapa variabel pada Indeks Tendensi Konsumen merupakan nilai nominal, sehingga perlu dibagi dengan

nilai inflasi untuk mendapatkan indeks riil. Variabel pembentuk ITK yang harus menjadi kondisi riil adalah variabel pendapatan rumahtangga riil sekarang (Indeks Indikator Kini) dan perkiraan pendapatan rumahtangga mendatang (Indeks Indikator Mendatang). Adapun rumus indeks riil adalah sebagai berikut:

$$Iv_{ir} = \frac{Iv_{in}}{100 + I} \times 100$$

dimana:

$Iv_{ir}$  = indeks variabel riil

$Iv_{in}$  = indeks variabel nominal

$I$  = Inflasi

### 3.1.5. Penghitungan indeks indikator

Penghitungan Indeks Rata-rata Tertimbang untuk masing-masing indikator dilakukan setelah diperoleh indeks untuk masing-masing variabel yang diperoleh pada tahap-tahap di atas. 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 yang telah diperoleh pada butir d. Adapun penghitungan IIK ataupun IIM diperoleh dengan menghitung jumlah dari hasil kali indeks variabel dengan



komponen penimbangnya, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$IIK \text{ atau } IIM = \frac{\sum (w_i \times Iv_i)}{\sum w_i}$$

dimana:

IIK = Indeks Indikator Kini.

IIM = Indeks Indikator Mendatang.

$w_i$  = Penimbang variabel ke i.

$Iv_i$  = Indeks setiap variabel terpilih untuk variabel nominal dan  $Iv_{ir}$  untuk variabel riil.

### 3.1.6. Penentuan Penimbang

Penentuan penimbang dalam penghitungan Indeks Tendensi Konsumen (ITK) berbeda baik untuk Indeks Indikator Kini (IIK) maupun Indeks Indikator Mendatang (IIM). Pertimbangan-pertimbangan yang digunakan dalam penentuan penimbang untuk masing-masing IIK dan IIM adalah sebagai berikut:

#### 1). Indeks Indikator Kini (IIK)

Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa komponen penyusun IIK untuk ITK terdiri atas pendapatan seluruh anggota keluarga 3 bulan terakhir, pengaruh kenaikan harga-harga terhadap konsumsi makanan sehari-

hari, serta volume konsumsi beberapa komoditi saat ini dibandingkan dengan periode 3 bulan yang lalu.

Sejak triwulan I-2004, penimbang untuk ketiga komponen dihitung melalui fungsi *Double Log* 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*

$\alpha_1$  mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada saat ini terhadap IIK,  $\alpha_2$  mengindikasikan elastisitas pengaruh kenaikan harga terhadap konsumsi makanan sehari-hari terhadap IIK, dan  $\alpha_3$  mengindikasikan elastisitas konsumsi beberapa komoditi saat ini terhadap IIK. Series data yang digunakan untuk menghitung penimbang adalah data Triwulan I-1990 sampai dengan triwulan sebelum triwulan bersangkutan. Sebagai contoh, hasil penghitungan penimbang untuk Triwulan III-2004, dengan menggunakan data periode

1990-2003 diperoleh nilai  $\alpha_1$  sebesar 0,300,  $\alpha_2$  sebesar 0,300, dan  $\alpha_3$  sebesar 0,400. Dengan demikian penimbang untuk masing-masing komponen IIK adalah:

- a. Pendapatan seluruh anggota rumahtangga riil pada saat ini sebesar 0,300
- b. Pengaruh kenaikan harga terhadap konsumsi makanan sehari-hari sebesar 0,300
- c. Konsumsi beberapa komoditi saat ini sebesar 0,400

## 2). 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. 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 pada triwulan mendatang

*RTH* = Rencana pembelian barang-barang tahan lama

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

$\alpha_1$  mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada triwulan mendatang terhadap IIK dan  $\alpha_2$  mengindikasikan elastisitas rencana pembelian barang-barang tahan lama terhadap IIK. Sebagaimana IIK, series data yang digunakan untuk menghitung penimbang IIM juga menggunakan series data Triwulan I-1990 sampai dengan triwulan sebelum triwulan bersangkutan. Sebagai contoh, hasil penghitungan penimbang untuk Triwulan III-2005, dengan menggunakan data periode 1990-2003 diperoleh nilai  $\alpha_1$  sebesar 0,730, dan  $\alpha_2$  sebesar 0,270. Dengan demikian penimbang untuk masing-masing komponen IIK adalah:

- a. Pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada triwulan mendatang sebesar 0,730.
- b. Rencana pembelian barang-barang tahan lama sebesar 0,270.

## **3.2. Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen**

### **3.2.1. 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.

### 3.2.2. Indeks Indikator Mendatang

- $100 < I < 200$ : jumlah jawaban “meningkat” lebih besar dari jawaban “menurun”, artinya para konsumen optimis bahwa kondisi perekonomian pada triwulan mendatang sangat meningkat jika dibandingkan dengan triwulan berjalan.
- $I = 100$ : jumlah jawaban “meningkat” dan “menurun” adalah seimbang, artinya para konsumen beranggapan bahwa kondisi perekonomian pada triwulan mendatang hampir sama dengan periode triwulan berjalan.
- $I < 100$ : jumlah jawaban “menurun” lebih besar dari jawaban “meningkat”, artinya para konsumen beranggapan bahwa kondisi perekonomian pada triwulan mendatang akan menurun dibanding keadaan triwulan berjalan.

Indeks Indikator Kini diinterpretasikan sebagai Indeks Tendensi Konsumen pada triwulan berjalan dan Indeks Indikator Mendatang sebagai angka perkiraan Indeks Tendensi Konsumen pada triwulan mendatang. Sebagai contoh, Survei Tendensi Konsumen yang dilakukan pada Triwulan III-2005 menghasilkan IIK sebesar 93,20 dan IIM sebesar 90,00. Hal ini berarti bahwa Indeks Tendensi Konsumen untuk Triwulan III-2005 adalah sebesar 93,20 dan perkiraan Indeks Tendensi Konsumen untuk Triwulan IV-2005 adalah sebesar 90,00.

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

**BAB IV**  
**HASIL PENGHITUNGAN**  
**INDEKS TENDENSI KONSUMEN**

**4.1. Profil Responden Rumah Tangga Tahun 2012**

Sampel STK di Kalimantan Timur setiap triwulan pada tahun 2012 tersebar pada 34 blok sensus (BS) di 4 kab/kota. Target sampel pada setiap blok sensus sebanyak 10 rumahtangga. Namun, karena adanya mobilisasi penduduk dan tidak ada pergantian sampel, maka setiap triwulan jumlah sampel yang terdata tidak pernah mencapai target. Responden STK merupakan sub-sampel dari Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) khusus di daerah perkotaan. Pemilihan sampel dilakukan secara panel antar triwulan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai perubahan persepsi responden antar waktu dan menjamin keterbandingan kondisi dari sebagian besar komunitas yang sama (*cohort*).

Proporsi responden STK dibagi 2 kelompok pendapatan yaitu kurang dari 2 juta dan lebih dari 2 juta. Golongan pendapatan 2 juta ke atas yang menjadi sampel memperlihatkan kecenderungan yang meningkat setiap triwulan. Pada triwulan I proporsi responden yang berpendapatan 2 juta ke atas sebanyak 58,42 persen menjadi 76,53 persen pada triwulan IV.

**Tabel 1**  
**Persentase Jumlah Responden STK Menurut Karakteristik**  
**Triwulan I - IV Tahun 2012**

Karakteristik Responden	Triwulan			
	I	II	III	IV
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>Pendapatan Rumah Tangga</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
a. <2 jt	41,58	28,68	31,16	23,47
b. ≥2 jt	58,42	71,32	68,84	76,53
<b>Pendidikan</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
a. SD ke bawah	26,52	24,01	25,45	23,83
b. SLTP	14,34	14,34	16,49	20,22
c. SLTA	44,44	43,01	42,65	42,24
d. PT	14,70	16,13	14,34	13,72
<b>Lapangan Usaha</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
a. Penerima Pendapatan	7,53	6,96	6,88	5,42
b. Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan	5,02	4,76	3,62	5,05
c. Pertambangan dan Penggalian	9,32	8,79	8,70	7,22
d. Industri	8,60	10,26	11,96	10,47
e. Listrik, Gas, dan Air Bersih	2,15	1,83	1,81	1,08
f. Konstruksi	8,24	8,42	9,06	8,30
g. Perdagangan, Hotel, dan Restoran	22,94	26,01	25,00	23,47
h. Pengangkutan dan Komunikasi	5,38	5,86	7,25	10,47
i. Keuangan, Real Estate, dan Jasa Perusahaan	2,15	3,66	1,09	3,25
j. Jasa-jasa	28,67	23,44	24,64	25,27
<b>Status Pekerjaan</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
a. Berusaha	32,95	36,76	31,91	32,44
b. Buruh/Karyawan/Pegawai	67,05	63,24	68,09	67,56



Berdasarkan tingkat pendidikan kepala rumah tangganya, proporsi responden setiap triwulan mempunyai pola yang sama, yaitu terbanyak berpendidikan SLTA (42-44%), kemudian SD ke bawah (23-26%), SLTP (14-20%) dan Perguruan Tinggi (13-16%).

Berdasarkan lapangan pekerjaan, responden STK sebagian besar berasal dari sektor Jasa-jasa dengan persentase 23-28 persen dan sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran sekitar 23-26 persen antar triwulan. Persentase terkecil bekerja di sektor Listrik, Gas dan Air Bersih hanya 1-2 persen dan sektor Keuangan, Real Estate dan Jasa Perusahaan sebesar 2-3 persen.

#### **4.2. Hasil Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I-IV Tahun 2012**

Selanjutnya uraian berikutnya akan difokuskan kepada hasil penghitungan ITK tahun 2012 dan keterbandingannya dengan hasil ITK tahun 2011. Sepanjang tahun 2012, kondisi ekonomi rumahtangga (konsumen) tetap membaik antar triwulannya. Hal ini ditunjukkan dengan pencapaian nilai ITK di atas 100.

Perkembangan ITK Kalimantan Timur dari triwulan I sampai triwulan IV masing-masing sebesar 108,80; 110,63; 115,23 dan 109,95. Hal ini terutama didorong oleh peningkatan pendapatan rumahtangga yang ditandai

dengan besaran indeks di atas 100. Di samping itu, inflasi yang terjadi juga kurang mempengaruhi konsumsi makanan sehari-hari. Hal ini dapat dilihat dari besarnya indeks pengaruh inflasi terhadap konsumsi makanan sehari-hari yang besarnya juga di atas 100, pada setiap triwulan. Pengaruh dari peningkatan konsumsi makanan dan non makanan pada tahun 2012, juga mendorong nilai ITK mencapai lebih dari 100. Nilai indeks pengaruh konsumsi makanan dan non makanan berfluktuasi dengan di atas 100. Dimana pada triwulan I dan IV mencapai nilai 101 sedangkan pada triwulan II mencapai 106 lalu meningkat menjadi 109 pada triwulan III.

**Tabel 2**  
**Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I-IV Tahun 2012 Menurut Variabel Pembentuknya**

Variabel Pembentuk	Triw I- 2012	Triw II 2012	Triw III- 2012	Triw IV 2012
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Pendapatan rumahtangga	110,22	110,53	115,53	109,08
2. Pengaruh inflasi terhadap konsumsi makanan sehari-hari	111,44	114,51	119,08	118,16
3. Tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan	101,99	106,02	109,71	101,68
<b>Indeks Tendensi Konsumen (ITK)</b>	<b>108,80</b>	<b>110,63</b>	<b>115,23</b>	<b>109,95</b>

Pola triwulanan pada tahun 2011 dan 2012 hampir sama antar triwulannya. Namun, nilai ITK pada tahun 2012, selalu lebih tinggi dari ITK pada triwulan yang sama di tahun 2011. Selain itu, pola triwulanan ITK selalu tertinggi pada triwulan ketiga setiap tahunnya. Hal ini karena adanya pola musiman atau hari besar keagamaan, yaitu puasa Ramadhan dan hari raya Idul Fitri yang meningkatkan volume konsumsi rumah tangga. Sebagai catatan, tingkat inflasi pada kelompok makanan yang terjadi di Kalimantan Timur pada triwulan III-2012 sebesar 2,56 atau lebih tinggi dibandingkan inflasi makanan triwulan sebelumnya (0,38%).

**Grafik 1**  
**Perkembangan Indeks Tendensi Konsumen (ITK)**  
**Triwulan I Tahun 2011 – Triwulan IV Tahun 2012**



### 4.3. Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan I Tahun 2013

Nilai ITK Kalimantan Timur pada Triwulan I-2013 diperkirakan sebesar 108,85 yang dapat diartikan bahwa kondisi ekonomi konsumen akan lebih baik dibandingkan Triwulan IV-2012. Namun, tingkat optimisme konsumen diperkirakan menurun 1,10 poin dibandingkan triwulan IV-2012.

**Tabel 3**  
**Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I**  
**Tahun 2013**

<b>Variabel Pembentuk</b>	<b>Nilai Indeks</b>
(1)	(2)
1. Perkiraan Pendapatan Rumahtangga Mendatang	<b>111,93</b>
2. Rencana Pembelian Barang Tahan Lama	<b>103,32</b>
<b>ITK Triwulan I 2013</b>	<b>108,85</b>

Dilihat dari sisi pendapatan, konsumen optimis pendapatannya meningkat lebih tinggi dibandingkan dengan triwulan IV-2012. Optimisme ini ditandai dengan besaran indeks yang terekam mencapai 111,93. Informasi lain menunjukkan bahwa pada triwulan I-2013 konsumen berencana melakukan pembelian barang tahan lama. Hal ini

terekam dari besaran indeks nya yaitu 103,32. Adanya rencana pembelian barang tahan lama juga menjadi indikasi bahwa kondisi ekonomi konsumen pada triwulan I-2013 tetap membaik.

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

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 1976-1991. *Indikator Pendahulu di Indonesia*. BPS: Jakarta.
- 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*. BPS: Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2001. *Indikator Fundamental Ekonomi Indonesia*. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2009. *Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2008*. BPS: Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2012. *Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen 2012*. BPS: Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur. 2011. *Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I-IV Tahun 2011*. BPS Kaltim: Samarinda.

Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur. 2012. *BRS Indeks Tendensi Konsumen Kalimantan Timur Triwulan IV Tahun 2012*. BPS Kaltim: Samarinda.

Medoff, James dan Ronald Sellers. 2004. *Labor's Capital, Business Confidence, and The Market for Loanable Funds*, Oktober 2004.

The Conference Board. 1990. *A monthly Report from the Consumer Research Confidence Survey*. The Conference Board.

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





# DATA

MENCERDASKAN BANGSA



**BPS PROVINSI KALIMANTAN TIMUR**

Jln. Kemakmuran No 4 Samarinda 75117

Telp. (0541) 732793, 743372 Faks. (0541) 201121

E-mail: [bps6400@bps.go.id](mailto:bps6400@bps.go.id) website: [www.kaltim.bps.go.id](http://www.kaltim.bps.go.id)