

INDEKS TENDENSI KONSUMEN SULAWESI UTARA

2014



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



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI SULAWESI UTARA**

INDEKS TENDENSI KONSUMEN SULAWESI UTARA

2014

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



INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI SULAWESI UTARA 2014

ISBN : 978-602-1003-11-4
Katalog BPS : 9202003.71
No. Publikasi : 71553.01
Ukuran Buku : 14,8 x 21 cm
Jumlah Halaman : viii + 49 halaman

Naskah:

Seksi Analisis Statistik Lintas Sektor

Gambar Sampul:

Seksi Diseminasi Layanan Statistik

Diterbitkan oleh:

Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Utara

Dicetak oleh :

CV. Bahu Bahtera Indah

Boleh dikutip dengan menyebutkan sumbernya

KATA PENGANTAR

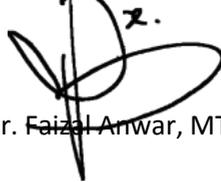
Informasi dini, seperti persepsi pelaku bisnis dan pelaku konsumsi terhadap situasi perekonomian, merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting bagi semua pihak. Informasi dini tersebut sangat diperlukan oleh pemerintah, dunia usaha dan konsumen, karena mampu memberikan sinyal awal mengenai perubahan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

Sejak tahun 1995, Badan Pusat Statistik telah mengembangkan Sistem Pemantauan Indikator Dini, yang mencakup penghitungan Indeks Tendensi Bisnis (ITB) dan Indeks Tendensi Konsumen (ITK). ITB di hitung berdasarkan hasil Survei Tendensi Bisnis (STB), sedangkan ITK dihitung berdasarkan hasil Survei Tendensi Konsumen (STK).

Pada awalnya STB dan STK hanya dilaksanakan di BPS Pusat untuk mendapat angka nasional. Sejak tahun 2011 sampel STK diperluas ke seluruh provinsi sehingga dapat diperoleh ITK provinsi. Kegiatan STK diintegrasikan dengan Survei Angkatan Kerja Nasional setiap triwulannya.

Publikasi ini merupakan terbitan keempat, semoga dapat memberikan manfaat bagi konsumen yang membutuhkan.

Manado, Maret 2015
Kepala Badan Pusat Statistik,



Ir. Faizal Anwar, MT

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	vii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	2
1.3 Cakupan Penelitian	2
1.4 Sistematika Penulisan	3
II KAJIAN LITERATUR	5
2.1 <i>Consumer Sentiment Index</i>	5
2.2 <i>Consumer Confidence Index</i>	6
2.3 Survei Konsumen	9
III METODOLOGI PENGHITUNGAN ITK	11
3.1 Variabel Pembentuk	11
3.2 Prosedur Penghitungan Indeks	15
IV HASIL PENGHITUNGAN ITK	27
4.1. Gambaran Singkat Perekonomian Sulawesi Utara Tahun 2014	27

	Halaman
4.2. Profil Responden STK Tahun 2014	32
4.3. Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2014	37
4.4. Perkembangan Komponen ITK Tahun 2014	43
4.5. Perbandingan ITK Sulawesi Utara dengan ITK Provinsi-Provinsi di Pulau Sulawesi	47
V KESIMPULAN	51
DAFTAR PUSTAKA	53

DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Indeks Tendensi Konsumen per Triwulan menurut Variabel Pembentuknya, 2014	45

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
4.1 Pertumbuhan Ekonomi Sulawesi Utara <i>Q to Q dan Y on Y</i> , 2014	29
4.2 Inflasi Sulawesi Utara dan Indonesia, 2014	31
4.3 Persentase Responden menurut Pendidikan Kepala Rumah Tangga, 2014	33
4.4 Persentase Responden menurut Sumber Penghasilan Utama, 2014	34
4.5 Sebaran Lapangan Usaha Utama Responden per Triwulan, 2014	35
4.6 Persentase Responden menurut Status Pekerjaan Utama per Triwulan, 2014	36

	Halaman	
4.7	Persentase Responden menurut Rata-rata Pendapatan Rumah Tangga per Bulan, 2014	37
4.8	Pergerakan Indeks Tendensi Konsumen, 2011-2014	38
4.9	Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Sulawesi Utara, 2014	39
4.10	Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga (<i>Q to Q dan Y on Y</i>), 2014	41
4.11	Indeks Komoditi Makanan dan Bukan Makanan, 2014	47
4.12	ITK Provinsi Se-Sulampua dan Nasional, 2014	48

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

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

Sejak tahun 1980-an, BPS telah mengembangkan berbagai macam indikator yang berkaitan dengan sistem peringatan dini, yaitu diantaranya adalah Indeks Indikator Pendahulu (*Index of Leading Indicator*). Sejak tahun 1995, di samping Indeks Indikator Pendahulu, BPS telah mengembangkan pula dua macam indikator dini (*prompt indicator*) lainnya yang saling melengkapi, yaitu indikator yang berkaitan dengan perkembangan kegiatan bisnis yang disebut Indeks Tendensi Bisnis (ITB) dan indikator yang berkaitan dengan kondisi konsumen yang disebut Indeks Tendensi Konsumen (ITK). ITB dan ITK dapat menggambarkan kondisi bisnis dan perekonomian di Indonesia dalam jangka pendek (triwulanan).

Karena pentingnya informasi ini, sejak triwulan II-2001, di BPS RI dipublikasikan hasil penghitungan Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen melalui berbagai media massa bersamaan dengan *Press Release* Produk Domestik Bruto setiap triwulan. Untuk level provinsi penghitungan dan penyajian Indikator Dini masih terbatas pada Indeks Tendensi Konsumen yang dimulai pada triwulan 1 tahun 2011 yang hasilnya disebarluaskan pertama kali pada bulan Mei 2011 bersamaan dengan *Press Release* Produk Domestik Regional Bruto Sulawesi Utara Triwulan 1-2011.

1.2. Tujuan

Tujuan Penyusunan Indeks Tendensi Konsumen adalah:

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

1.3. Cakupan Penelitian

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) dihitung dari hasil Survei Tendensi Konsumen (STK) yang dilaksanakan sejak tahun 2011. Pengumpulan data dilakukan sebanyak 4 kali

dalam setahun yang dilaksanakan pada bulan Pebruari, April, Agustus dan November.

Jumlah sampel STK tahun 2014 provinsi Sulawesi Utara sesuai target yang ditetapkan BPS berjumlah 200 responden/rumah tangga per triwulan. Sampel diambil dari 20 blok sensus terpilih yang tersebar di tiga kabupaten/kota yang dianggap mewakili daerah urban yaitu kabupaten Minahasa sebanyak 60 sampel, Kabupaten Minahasa Utara sebanyak 40 sampel dan kota Manado sebanyak 100 sampel. Sampel STK adalah rumah tangga sampel Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS). Pelaksanaan STK bersamaan dengan pelaksanaan SAKERNAS setiap triwulannya.

1.4. Sistematika Penulisan

Penulisan buku ini di bagi ke dalam 5 bab,yaitu:

1. Bab I Pendahuluan, yang terdiri dari: latar belakang, tujuan, cakupan penelitian dan sistematika penulisan.
2. Bab II Kajian Literatur, menyajikan berbagai penelitian yang pernah di lakukan mengenai Indeks Tendensi Konsumen.
3. Bab III Metodologi Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, menyajikan prosedur penghitungan Indeks

Tendensi Konsumen dan interpretasi hasil Indeks Tendensi Konsumen.

4. Bab IV. Hasil Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, menyajikan hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I-2014 sampai dengan triwulan IV-2014.
5. Bab V Kesimpulan, menyajikan ringkasan indikator dini perekonomian secara umum dilihat dari kondisi ekonomi rumahtangga (sisi konsumen) selama triwulan I-2014 sampai dengan triwulan IV-2014.

BAB 2. KAJIAN LITERATUR

2.1. *Consumer Sentiment Index*

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

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

Variabel-variabel yang digunakan untuk menyusun PMI antara lain: belanja perusahaan terhadap saham, pembelian barang tahan lama dan total penjualan kendaraan mobil. Dua variabel terakhir menunjukkan bahwa semakin tinggi volumenya, semakin tinggi pula permintaan akan

barang tahan lama dan mobil. Akibatnya, suplai barang dari produsen juga meningkat yang tentunya akan memberikan dampak pada peningkatan kesempatan kerja. Di lain pihak, permintaan akan barang tahan lama dan kendaraan juga merupakan gambaran dari konsumsi rumahtangga.

PMI merupakan ukuran kuantitatif sedangkan CSI merupakan ukuran kualitatif. Secara kualitatif, informasi dari pengusaha mengenai belanja barang dan jasa perusahaan seperti iklan dan jasa konsultan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat sentimen perusahaan terhadap bisnisnya. Hal ini sejalan dengan sikap konsumen terhadap konsumsi rumahtangga. Peningkatan konsumsi rumahtangga akan mendorong pertumbuhan ekonomi. Sebagaimana diketahui bahwa konsumsi rumahtangga domestik adalah salah satu faktor pendorong dalam memperkuat fundamental ekonomi, meskipun dalam perekonomian yang lebih luas dan terbuka, konsumsi domestik bukan satu-satunya faktor pendorong karena adanya kegiatan ekspor dan impor.

2.2. *Consumer Confidence Index*

Consumer Confidence Index (CCI) atau Index Kepercayaan Konsumen (IKK) diperkenalkan oleh *The Conference Board* sejak tahun 1985 melalui Survei

Kepercayaan Konsumen. IKK ditentukan berdasarkan tingkat optimisme konsumen terhadap kondisi perekonomian, yang disajikan dalam bentuk indeks yang secara normatif ditentukan dalam nilai 100. Nilai Indeks ini merupakan proporsi dari pendapat konsumen mengenai kondisi saat ini dengan bobot sebesar 40 persen dan kondisi mendatang dengan bobot sebesar 60 persen.

Interpretasi dari indeks ini adalah bahwa bila IKK meningkat mengindikasikan konsumsi/belanja konsumsi juga meningkat. Akibatnya dari sisi penawaran perusahaan akan meningkatkan produksinya yang disebabkan oleh meningkatnya permintaan. Dampak lain, meningkatnya konsumsi rumah tangga membuat tingkat permintaan kredit ke bank meningkat. Dengan demikian, 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 kondisi perekonomian.

Survei kepercayaan konsumen dilakukan setiap bulan. 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 keluarga selama 6 bulan mendatang

Setiap variabel di atas 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*. 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 dibandingkan periode pembandingnya.

Indeks Kepercayaan Konsumen yang disusun oleh *The Conference Board* dibagi menjadi 2 macam indeks, yaitu Indeks Kepercayaan Konsumen Kini (*Current Consumer*

Confidence Index) dan Indeks Kepercayaan Konsumen Mendatang (*Future Consumer Confidence Index*). Indeks Kepercayaan Konsumen Kini merupakan komposit dari 2 variabel, yaitu kondisi bisnis saat ini dan kondisi lapangan pekerjaan saat ini. Sedangkan Indeks kepercayaan konsumen mendatang merupakan komposit dari 3 variabel: kondisi bisnis 6 bulan mendatang, kondisi lapangan pekerjaan 6 bulan mendatang dan jumlah pendapatan seluruh anggota keluarga selama 6 bulan mendatang.

2.3. Survei Konsumen

Bank Indonesia melakukan survei sejenis dengan Survei Tendensi Konsumen (STK), yaitu Survei Konsumen, yang dilakukan setiap bulan. Survei ini dilakukan sejak tahun 1993 dan menghasilkan suatu ukuran yaitu Indeks Keyakinan Konsumen. Indeks Keyakinan Konsumen Dihitung dengan menggunakan metode *Balance Score (SB-net balance+100)*, yaitu dengan menjumlahkan hasil dari Metode *SB-net balance* di tambah 100. Interpretasi dari IKK adalah jika Indeks diatas 100 berarti optimis, dan sebaliknya jika indeks di bawah 100 berarti pesimis.

- Halaman ini sengaja dikosongkan -

BAB 3. METODOLOGI PENGHITUNGAN ITK

3.1. Variabel Pembentuk

Informasi dini mengenai perekonomian juga 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. Disamping itu dikumpulkan pula informasi “*luxury goods*” seperti rumah/tanah, mobil, TV, komputer.

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

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

Sejak Triwulan I-2013 dilakukan penyempurnaan kuesioner jika dibandingkan dengan tahun 2012 yaitu mempertajam variabel tingkat konsumsi makanan dan bukan makanan rumah tangga serta rencana pembelian barang tahan lama. Perubahan tersebut tidak menghilangkan apa yang ditanyakan pada kuesioner tahun 2012, namun hanya berupa perampingan beberapa pertanyaan yang dirinci menurut jenis-jenis komoditi makanan dan bukan makanan menjadi kelompok makanan dan bukan makanan yang relevan. Oleh karena itu, penyempurnaan kuesioner tidak melakukan perubahan yang mendasar sehingga secara cakupan komoditi antar triwulan dengan periode sebelumnya masih terbanding.

Pertanyaan konsumsi beberapa komoditi makanan yang dirinci menurut jenisnya dikelompokkan menjadi kelompok bahan makanan dan makanan jadi di

restoran/rumah makan. Hal yang sama juga dilakukan untuk komoditi bukan makanan yang dirinci menurut jenisnya disusun ulang menurut kelompoknya. Pertanyaan rencana pembelian tahan lama juga mengalami pengelompokan jenis-jenis barang tahan lama sesuai dengan kelompoknya dan memunculkan variabel merencanakan pesta/hajatan (pernikahan, khitanan, ulang tahun, dll.), rencana membeli tanah, dan rencana membeli rumah.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, sebagai berikut :

- i. Variabel Indeks Indikator Kini (IIK)
 - a. Pendapatan seluruh anggota keluarga pada periode 3 (tiga) bulan terakhir.
 - b. Pengaruh inflasi terhadap konsumsi makanan dan bukan makanan.
 - c. Volume konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan:
 - Makanan: bahan makanan dan makanan jadi di restoran/rumah makan.
 - Bukan Makanan: perumahan (listrik, gas, dan bahan bakar); pakaian, sepatu, tas; kesehatan, peralatan kesehatan, jasa rumah sakit; pendidikan; rekreasi (termasuk

penginapan/hotel); transportasi/angkutan; dan komunikasi.

ii. Variabel Indeks Indikator Mendatang (IIM) :

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

3.2. Prosedur Penghitungan Indeks

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

1. Penggolongan Pendapatan

Setiap rumah tangga akan terkategori sebagai rumah tangga dengan golongan pendapatan rendah (kurang dari 2 juta rupiah) dan berpendapatan tinggi (2 juta keatas). Penggolongan tadi digunakan sebagai pembeda dalam penghitungan indeks.

2. Pemberian skor jawaban

Pemberian skor jawaban untuk IIK (pendapatan rumah tangga kini dan pengaruh inflasi terhadap konsumsi makanan sehari-hari) dan IIM (pendapatan rumah tangga mendatang)

Setiap variabel diatas diberi skor sebagai berikut:

- a. Jawaban “meningkat” diberi skor 2 (dua).
- b. Jawaban “tetap” diberi skor 1 (satu).
- c. Jawaban “menurun” diberi skor 0 (nol).

Skor jawaban dari seluruh responden untuk masing-masing variabel terpilih dijumlahkan, untuk memperoleh Total Skor (TS).

3. Pemberian skor jawaban konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan.

Untuk variabel konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan, jumlah komoditi yang dikonsumsi rumah tangga yang ditanyakan pada Survei Tendensi Konsumen terdiri dari 9 macam 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.

4. Skor jawaban variabel pembelian barang tahan lama

Banyaknya jenis barang tahan lama yang ditanyakan pada variabel rencana pembelian barang tahan lama terdiri dari 11 jenis barang. Untuk masing-masing jenis barang tersebut ditanyakan apakah responden berencana untuk membeli, sumber dana, dan alasan tidak membeli. Pemberian skor untuk variabel tahan lama tersebut adalah sebagai berikut :

x = menyatakan rencana barang yang akan dibeli.

y = menyatakan jumlah barang tahan lama yang sumber dananya tabungan, pendapatan, pinjaman, dan pemberian.

z = menyatakan alasan tidak membeli barang karena tidak/belum butuh.

Skor 2, jika $x > 0$, artinya responden telah berencana untuk membeli barang tahan lama tersebut minimal 1 item/jenis.

Skor 1, jika $x > 0$ dan $y = 0$, atau $x = 0$ dan $z > 0$, artinya jika responden mempunyai rencana membeli tetapi sumber dananya tidak tahu, atau tidak mempunyai rencana membeli tetapi tidak/belum perlu.

Skor 0, jika $x = 0$ dan $z = 0$, artinya responden tidak berencana untuk membeli barang tahan lama karena tidak mempunyai dana.

5. 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 :

$$Iv_i = \frac{(W_1 TS_{<2,jt}) + (W_2 TS_{\geq 2,jt})}{(W_1 n_{<2,jt}) + (W_2 n_{\geq 2,jt})} \times 100\%$$

dimana :

i = indeks variabel terpilih ke- i

$TS < 2jt$ = total skor untuk responden dengan pengeluaran

< 2 juta rupiah

$TS \geq 2jt$ = total skor untuk responden dengan pengeluaran

≥ 2 juta rupiah

$W1$ = penimbang untuk rumah tangga dengan pengeluaran

< 2 juta rupiah

$W2$ = penimbang untuk rumah tangga dengan pengeluaran

≥ 2 juta rupiah

$n < 2jt$ = jumlah responden dengan pengeluaran < 2 juta rupiah

$n \geq 2jt$ = jumlah responden dengan pengeluaran ≥ 2 juta rupiah

6. Penghitungan Indeks Indikator Kini dan Mendatang

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) terdiri dari Indeks Indikator Kini (IIK) dan Indeks Indikator Mendatang (IIM). Kedua indeks tersebut disusun secara terpisah.

Masing-masing indeks indikator tersebut merupakan indeks rata-rata tertimbang dari beberapa indeks variabel pembentuknya. Untuk menghitung Indeks Indikator Kini dan Indeks Indikator mendatang digunakan rumus sebagai berikut:

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

dimana :

IIK = Indeks Indikator Kini.

IIM = Indeks Indikator Mendatang.

w_i = Penimbang variabel ke i

Iv_i = Indeks variabel terpilih ke- i

7. Penentuan Penimbang.

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

a. Indeks Indikator Kini (IIK).

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

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

dimana :

IIK = Indeks Indikator Kini

PDK = Pendapatan seluruh anggota
rumah tangga pada triwulan berjalan

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

KK = Konsumsi beberapa komoditi makanan
dan bukan makanan

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

Besaran α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumah tangga terhadap IIK, α_2 mengindikasikan elastisitas pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari terhadap IIK, dan α_3 mengindikasikan elastisitas konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan saat ini terhadap IIK.

Penghitungan IIK dilakukan untuk menentukan nilai ITK pada triwulan berjalan sebagai gambaran

kondisi ekonomi konsumen dan perilaku konsumsi konsumen terhadap situasi perekonomian secara umum pada triwulan berjalan.

b. Indeks Indikator Mendatang (IIM).

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

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

dimana :

IIM = Indeks Indikator Mendatang

PDM = Pendapatan seluruh anggota rumahtangga.

RTH = Rencana pembelian barang-barang tahan lama

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

Besaran α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada triwulan mendatang terhadap IIM dan α_2 mengindikasikan

elastisitas rencana pembelian barang-barang tahan lama terhadap IIM.

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

C. Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen.

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

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

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

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

BAB 4. HASIL PENGHITUNGAN ITK

4.1. Gambaran Singkat Perekonomian Sulawesi Utara tahun 2014

Perkembangan perekonomian Provinsi Sulawesi Utara di tahun 2014 tidak secepat tahun 2013. Pertumbuhan ekonomi tahun 2014 yang dihitung dari Produk Domestik Regional Bruto atas dasar harga konstan tahun 2010 sebesar 6,31, sedikit melambat dibandingkan pertumbuhan ekonomi tahun 2013 yang sebesar 6,38 persen.

Selama tahun 2014 berbagai peristiwa penting telah terjadi, baik yang bersifat rutin maupun insidental. Pada bulan Januari 2014 terjadi bencana banjir bandang dan tanah longsor di beberapa wilayah di Sulawesi Utara, terutama Kota Manado dan kabupaten/kota sekitarnya. Proses pemulihan dari bencana terjadi pula di triwulan I-2014. Kondisi pasca bencana ini meningkatkan konsumsi masyarakat yang merupakan komponen penggerak utama perekonomian Sulawesi Utara dari sisi penggunaan. Pada triwulan I tahun 2014 ekonomi tumbuh (year on year) sebesar 6,72 persen. Angka ini merupakan yang tertinggi dibanding triwulan-triwulan selanjutnya di tahun 2014.

Pada triwulan kedua, pesta demokrasi dalam bentuk pemilihan calon legislatif yang diselenggarakan tanggal 9 April

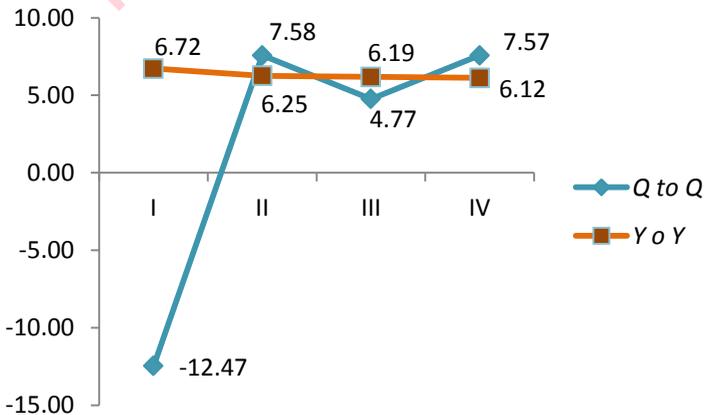
2014 menjadi salah satu penggerak tumbuhnya perekonomian. Beberapa sektor kecil dan menengah bergerak produktif, terutama sektor-sektor yang terkait dengan usaha pemasokan bahan-bahan dan atribut keperluan pemilu. Terlepas dari proses pembuatan atribut pemilu yang dilakukan di luar wilayah Sulawesi Utara dan beberapa proses produksi yang seringkali dilakukan sebelum pemilu berlangsung, setidaknya beberapa sektor seperti sektor yang terkait dengan pencetakan maupun sektor perdagangan di Sulawesi Utara bergerak meningkat di triwulan II. Di triwulan ini juga konsumsi masyarakat utamanya di bidang pendidikan meningkat karena adanya persiapan memasuki tahun ajaran baru. Selain itu, konsumsi masyarakat juga distimulus oleh liburan sekolah. Dibandingkan triwulan II tahun sebelumnya, ekonomi tumbuh sebesar 6,25 persen.

Kemeriahan pesta demokrasi masih berlanjut ke triwulan selanjutnya. Pemilihan presiden yang diselenggarakan tanggal 9 Juli 2014 juga masih menggerakkan sektor-sektor yang terkait dengan keperluan pemilu. Selain pemilu, fenomena umum yang juga terjadi secara nasional adalah dimulainya tahun ajaran baru, perayaan hari Lebaran, dan adanya pembayaran gaji 13. Fenomena-fenomena umum ini menjadi katalisator peningkatan konsumsi rumah tangga, dan di sisi lain juga menjadi pemicu kenaikan harga. Di

triwulan III ini kenaikan harga meningkatkan konsumsi masyarakat secara nominal.

Beranjak ke triwulan terakhir di tahun 2014, ekonomi masyarakat mengalami sedikit guncangan akibat kenaikan harga BBM bersubsidi yang merupakan kebijakan awal presiden terpilih. Selain itu, kenaikan konsumsi rumah tangga lebih disebabkan karena adanya perayaan hari Natal dan persiapan menyambut tahun baru yang berlangsung di bulan Desember. Aktivitas pembelanjaan masyarakat yang meningkat di triwulan ini juga didorong oleh adanya pemberian insentif dalam bentuk THR.

Grafik 4.1.
Pertumbuhan Ekonomi Sulawesi Utara Q to Q dan Y on Y,
2014



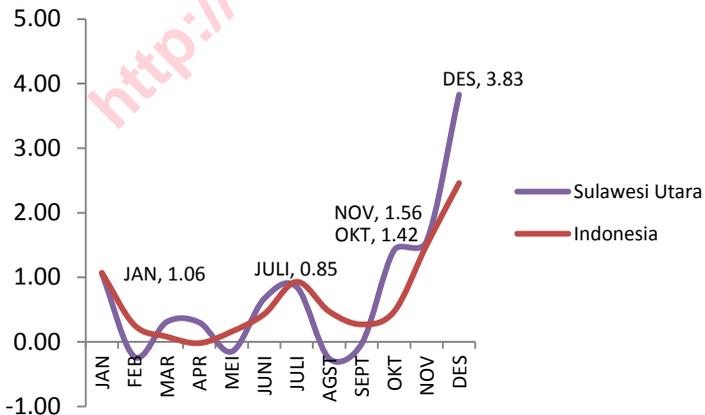
Secara makro, kecepatan pertumbuhan tahunan paling tinggi di awal tahun. Kampanye dalam rangka pemilihan calon legislatif yang sudah mulai diselenggarakan di triwulan I mampu mendongkrak perekonomian Sulawesi Utara sebesar 6,72 persen dibanding triwulan I tahun sebelumnya. Seperti yang sudah dibahas pada awal bab, proses pemulihan dari bencana mulai berlangsung di triwulan ini sehingga beberapa sektor ekonomi mulai bergerak meningkat. Fenomena wajar yang terjadi di Sulawesi Utara, pertumbuhan ekonomi Q to Q di triwulan I melambat dibanding triwulan IV tahun sebelumnya. Perayaan Natal dan persiapan tahun baru yang disertai dengan kenaikan harga menjadikan puncak konsumsi masyarakat Sulawesi Utara tertinggi di triwulan IV. Memasuki triwulan I di tahun yang baru umumnya harga-harga mulai turun dan konsumsi masyarakat menurun dibanding triwulan IV.

Kontraksi ekonomi yang cukup dalam yang terjadi di triwulan I mengakibatkan percepatan pertumbuhan ekonomi mengalami puncaknya pada triwulan II, yaitu sebesar 7,58 persen. Peningkatan yang cukup tinggi di triwulan ini lebih banyak didorong oleh peningkatan di pertanian dan konstruksi yang merupakan penyumbang kenaikan tertinggi. Pembangunan kembali perumahan, jalan-jalan dan sarana publik pasca bencana banjir sebagian diawali di triwulan ini.

Di sisi lain, fluktuasi kenaikan harga pada umumnya masih dipengaruhi oleh peristiwa-peristiwa yang terjadi di lokal wilayah Sulawesi Utara maupun peristiwa yang terjadi secara nasional. Kenaikan harga BBM pada bulan November menjadikan inflasi Sulawesi Utara berada pada poin sedikit di atas inflasi nasional. Tingginya permintaan bahan makanan dan non makanan karena perayaan Natal dan persiapan tahun baru di bulan Desember serta kemarau panjang yang menyurutkan produksi beberapa bahan pangan juga mampu melambungkan inflasi Sulawesi Utara di atas angka nasional.

Grafik 4.2.

Inflasi Sulawesi Utara dan Indonesia, 2014

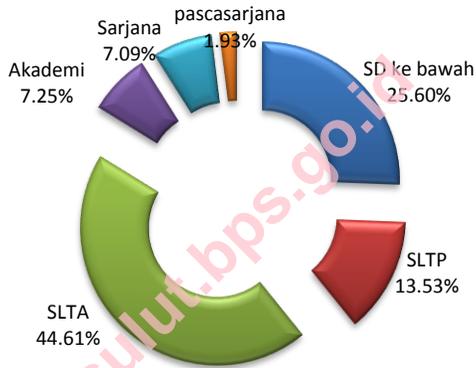


4.2. Profil Responden STK Tahun 2014

Penelitian dengan menggunakan metode kualitatif dapat menghasilkan presisi yang sama kuat dengan metode kuantitatif terutama dalam hal merefleksikan pemahaman sosial dan individu. Terlepas dari metodologi sampel, kualifikasi responden juga menentukan kualitas hasil penelitian kualitatif karena responden dituntut untuk menganalisa situasi dan menerjemahkannya sesuai pemahaman mereka. Survei Tendensi Konsumen (STK) merupakan salah satu penelitian kualitatif. Survei ini menghasilkan Indeks Tendensi Konsumen (ITK).

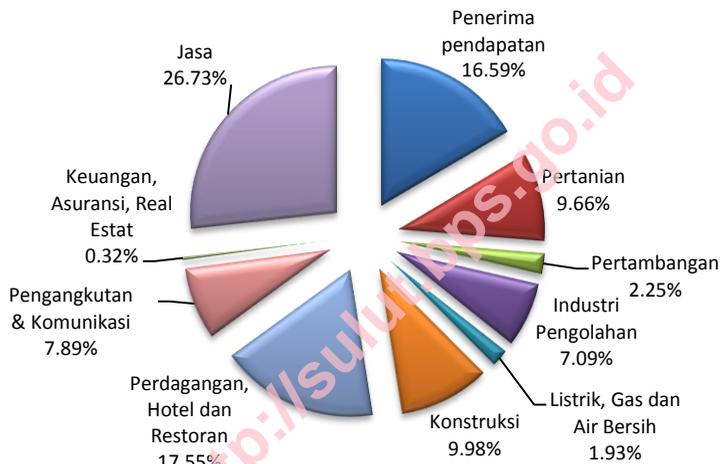
STK dilaksanakan setiap tiga bulan sekali dalam setahun (triwulanan). STK merupakan survei dengan pendekatan rumah tangga yang terintegrasi dengan Sakernas. Responden STK diutamakan rumah tangga di daerah perkotaan karena dianggap masyarakat perkotaan lebih sensitif dalam merasakan perubahan pergerakan perekonomian. Sampel responden STK berasal dari Kabupaten Minahasa, Kabupaten Minahasa Utara dan Kota Manado. Jumlah sampel setiap triwulannya sebanyak 200 rumahtangga.

Grafik 4.3.
Persentase Responden Menurut Tingkat Pendidikan Kepala Rumah Tangga, 2014



Profil responden STK digambarkan dari karakteristik pendidikan, lapangan pekerjaan utama dan pendapatan rumah tangga. Kepala rumah tangga yang menjadi responden STK mayoritas berpendidikan SLTA (44,6 persen) dan masih ada sekitar 25,6 persen kepala rumah tangga yang berpendidikan SD ke bawah. Pendidikan responden tentunya mempengaruhi jawaban responden terutama pertanyaan yang mengarah pada persepsi ekonomi secara makro. Pendidikan responden yang rendah umumnya membawa dampak pada sempitnya analisa responden terutama pada pertanyaan-pertanyaan kualitatif.

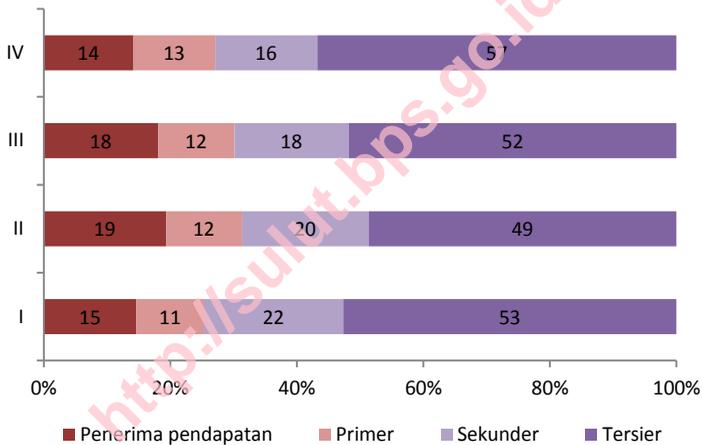
Grafik 4.4.
Persentase Responden Menurut Sumber Penghasilan Utama,
2014



Selain pendidikan, lapangan pekerjaan responden menggambarkan bahwa sebagian besar responden bekerja di sektor tersier, yaitu hampir 52,5 persen dari total responden yang bekerja. Hampir 27 persen responden bergerak di sektor jasa dan 17,5 persen bekerja di sektor perdagangan, hotel dan restoran. Sementara itu terdapat sekitar 16,5 persen responden yang merupakan penerima pendapatan. Penerima pendapatan disini adalah responden yang penghasilan utamanya bukan dari hasil bekerja namun dari pensiun,

simpanan/sewa atas milik, transfer dari pihak lain, dan lain-lain.

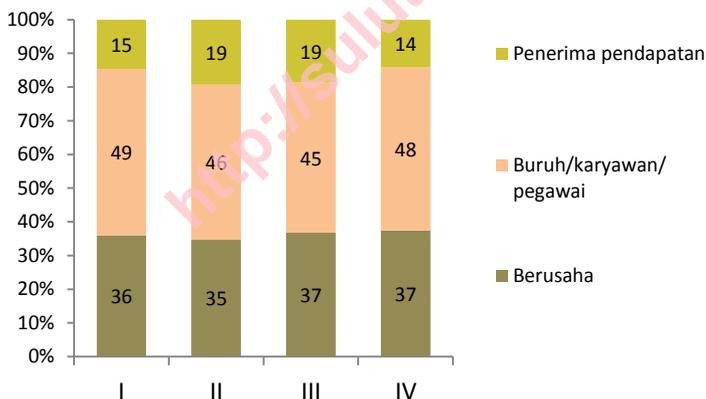
Grafik 4.5
Sebaran Lapangan Usaha Utama Responden per Triwulan, 2014



Kondisi yang sama juga ditunjukkan dalam data setiap triwulan. Kontributor terbesar STK adalah responden yang bekerja di sektor tersier. Kondisi ini tentunya mempengaruhi homogenitas persepsi, terutama mengenai persepsi pendapatan. Homogenitas persepsi dalam pendapatan dapat diatasi dengan heterogenitas status pekerjaan. Sekitar 47 persen responden berstatus buruh/karyawan/pegawai dan

sekitar 36 persen berstatus berusaha. Persepsi mengenai pendapatan yang dibentuk oleh responden berstatus pengusaha tentunya berbeda dengan buruh atau karyawan, bahkan seringkali kontradiktif. Sebagai contoh, insentif yang diberikan kepada buruh atau karyawan dapat dipandang sebagai pengurangan pendapatan bagi pengusaha.

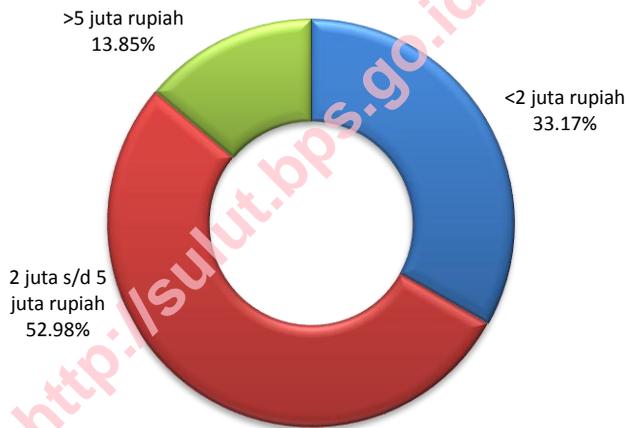
Grafik 4.6
Persentase Responden menurut Status Pekerjaan Utama per Triwulan, 2014



Bila dilihat dari rata-rata pendapatan rumah tangga per bulan, mayoritas responden STK berada pada golongan menengah, dengan penghasilan total sebulan antara 2 juta sampai dengan 5 juta rupiah. Hanya sebagian kecil rumah

tangga yang penghasilan per bulannya di atas 5 juta rupiah, sekitar 14 persen.

Grafik 4.7
Persentase Responden Menurut Rata-rata Pendapatan
Rumah Tangga per Bulan, 2014

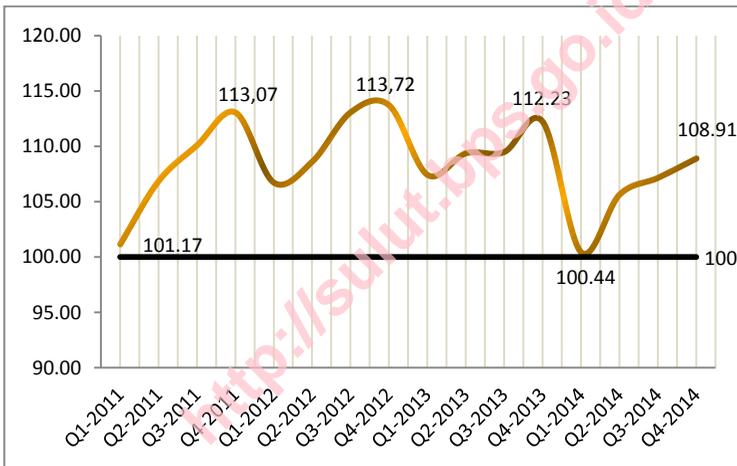


4.3. Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen tahun 2014

ITK memberikan gambaran kondisi perekonomian terkini konsumen (dalam hal ini rumah tangga) pada triwulan kini dibandingkan triwulan sebelumnya. Pola pergerakan angka ITK menunjukkan kondisi yang sama sejak tahun 2011. Angka ITK triwulan I paling rendah dibanding angka di triwulan selanjutnya. Beranjak ke triwulan selanjutnya, angka ITK akan

lebih tinggi dibanding triwulan sebelumnya dan akan mencapai angka tertinggi di triwulan IV.

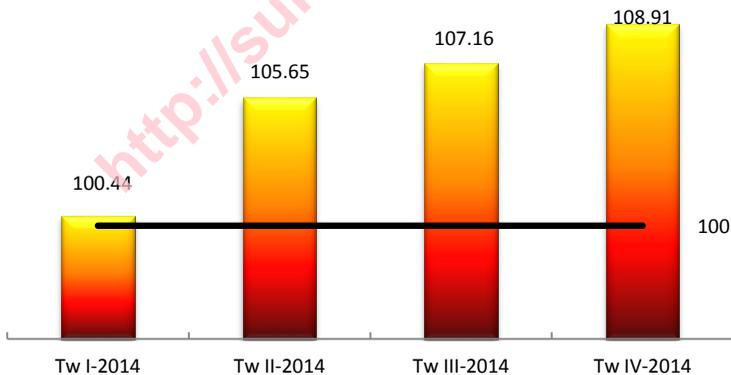
Grafik 4.8.
Pergerakan Indeks Tendensi Konsumen, 2011-2014



Selama kurun waktu 2011-2014 kondisi ekonomi rumahtangga selalu membaik dibanding triwulan sebelumnya, ditunjukkan dari angka ITK yang selalu di atas 100. Bila dilihat pergerakan ITK dari triwulan ke triwulan, meskipun kondisi ekonomi konsumen selalu meningkat, situasi ekonomi di triwulan I tidak sebaik triwulan sebelumnya maupun triwulan-triwulan sesudahnya. Pola konsumsi masyarakat Sulawesi Utara secara umum di triwulan IV cukup dipengaruhi oleh

insentif yang mempengaruhi pendapatan biasanya diterima oleh masyarakat pada triwulan IV. Selain itu perayaan Natal dan persiapan tahun baru menjadi pendorong bagi masyarakat untuk meningkatkan konsumsinya. Umumnya konsumsi masyarakat yang cukup tinggi di triwulan IV akan turun drastis di triwulan I karena konsumsi masyarakat juga turun dan memulai tahun yang baru belum ada kepastian mengenai insentif maupun pendapatan yang akan diterima.

Grafik 4.9.
Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Sulawesi Utara, 2014



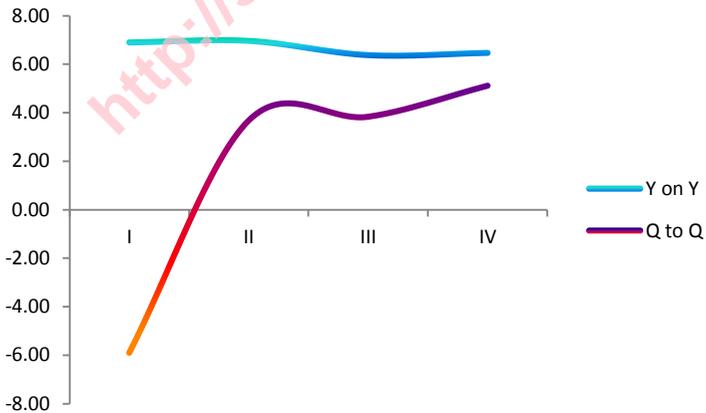
Dari triwulan IV tahun 2013 ke triwulan I tahun 2014 ITK menurun cukup tajam, hampir sebesar 12 poin. Dengan indeks sebesar 100,44, secara total terjadi sedikit peningkatan ekonomi rumah tangga dibanding triwulan sebelumnya. Di sisi

lain, penurunan poin dari 113,07 di triwulan IV-2013 menjadi 100,44 di triwulan I-2014 menunjukkan turunnya tingkat optimisme rumahtangga mengenai kondisi ekonominya. Bencana banjir bandang yang terjadi di awal triwulan I cukup melemahkan kondisi ekonomi dan tingkat optimisme rumahtangga. Dampak bencana tidak hanya dirasakan oleh korban bencana, tapi juga sebagian besar masyarakat karena beberapa sarana dan fasilitas publik rusak. Bencana ini juga membawa dampak negatif bagi beberapa lapangan usaha. Sebagai contoh, pasokan listrik yang tidak lancar menyebabkan tersendatnya beberapa usaha yang mengandalkan tenaga listrik. Kondisi jalan lintas kabupaten yang putus di beberapa titik di Kota Tomohon juga menyebabkan arus barang maupun penumpang terhambat. Konsumsi masyarakat sempat menurun karena pasokan bahan makanan kurang dan harga sempat melambung tinggi di beberapa wilayah di Sulawesi Utara terutama kepulauan.

Di sisi lain, pemulihan pasca bencana yang berlangsung di triwulan I juga mendongkrak perekonomian secara umum. Kondisi buruk yang terjadi di bulan Januari dinormalisasi di bulan Februari dan Maret. Perekonomian kembali bergerak normal, walaupun belum pulih secara total. Konsumsi masyarakat yang sempat terpuruk, kembali meningkat, karena pasokan barang mulai lancar. Hal yang perlu dicatat, di

triwulan I ini bantuan demi bantuan dalam bentuk uang tunai, makanan maupun non makanan mengalir deras dan sebagian besar terserap dalam bentuk konsumsi masyarakat. Catatan lain juga, di triwulan ini kampanye-kampanye dari para calon legislatif sudah dimulai, salah satunya juga dengan cara pemberian bantuan ke korban bencana. Konsumsi masyarakat yang masih menjadi lokomotif utama perekonomian Sulawesi Utara dari sisi penggunaan tumbuh hampir 7 persen di triwulan I ini (*Y on Y*).

Grafik 4.10.
**Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga (*Q to Q* dan *Y on Y*),
2014**



Beranjak ke triwulan II, ITK kini naik sekitar 5 poin menjadi 105,65. Cukup tingginya kenaikan poin disebabkan

bergeraknya kembali roda perekonomian pasca bencana yang secara tidak langsung meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain itu, peningkatan pendapatan juga dipengaruhi oleh peningkatan volume produksi beberapa usaha di Sulawesi Utara yang terkait dengan pemilihan umum legislatif. Optimisme konsumen juga meningkat di triwulan ini seiring meningkatnya kondisi ekonomi konsumen secara total. Optimisme yang meningkat merupakan salah satu perwujudan keyakinan masyarakat dan juga harapan akan peningkatan kondisi ekonominya di masa mendatang. Harapan realistis bahwa pendapatan di masa mendatang akan meningkat sehingga mereka dapat mencukupi konsumsi rumahtangganya.

Kondisi ekonomi konsumen dan tingkat optimismenya terus meningkat di triwulan III dan triwulan IV. Pemilihan presiden yang berlangsung di triwulan III cukup meningkatkan ekspektasi masyarakat mengenai kondisi ekonominya. Selain itu, pemberian gaji 13 dan insentif yang terkait dengan adanya hari raya Lebaran cukup meningkatkan pendapatan masyarakat, walau pada akhirnya sebagian besar akan terserap di konsumsi rumah tangga.

Setelah presiden baru terpilih pun kondisi ekonomi masyarakat terus meningkat di triwulan IV. ITK triwulan IV naik sekitar 1,75 poin dari triwulan III menjadi 108,91. Selain didorong oleh harapan akan membaiknya kondisi ekonomi

rumah tangga di pemerintahan yang baru, peningkatan pendapatan juga dipengaruhi oleh insentif-insentif yang diterima terkait dengan hari raya Natal. Volume dan pengeluaran untuk konsumsi kembali bergerak meningkat dari triwulan III ke triwulan IV. Selain karena kebutuhan untuk hari raya dan persiapan menyambut tahun baru, pengeluaran untuk konsumsi yang meningkat dipicu juga oleh inflasi yang mencapai 3,83 persen. Fenomena khas yang terjadi di Sulawesi Utara, inflasi tinggi tidak cukup mampu untuk menyurutkan tingkat konsumsi masyarakat, terutama di akhir tahun.

4.4. Perkembangan Komponen ITK Tahun 2014

ITK kini dibentuk oleh 3 komponen utama yang di-indeks-kan, yaitu pendapatan rumah tangga ini, pengaruh inflasi terhadap konsumsi rumah tangga dan konsumsi makanan dan non makanan. Indeks pendapatan rumah tangga terendah di triwulan I. Inflasi tinggi yang terjadi pada saat bencana cukup mempengaruhi konsumsi rumah tangga. Inflasi tinggi yang berlangsung singkat akibat berkurangnya pasokan barangsur normal seiring pemulihan yang terjadi pasca bencana. Kendati konsumsi masyarakat sedikit teredam akibat inflasi yang mencapai 1,56 persen, secara total konsumsi makanan dan non makanan masih meningkat dibanding triwulan IV tahun 2013. Bantuan-bantuan pasca bencana dan

kampanye yang dilakukan oleh para calon legislatif cukup mampu meningkatkan konsumsi makanan dan non makanan dengan indeks sebesar 104,46.

Persepsi tertinggi masyarakat mengenai tingkat pendapatannya berada pada triwulan II. Indeks pendapatan di atas 109 mampu meningkatkan ITK triwulan II sekitar 5,65 poin dari triwulan I. Pendapatan yang meningkat tidak sepenuhnya diserap oleh konsumsi masyarakat karena sedikit teredam oleh adanya ibadah puasa untuk menyambut Lebaran dan juga puasa untuk menyambut perayaan Paskah, walaupun di triwulan II ini juga ada persiapan menyambut tahun ajaran baru dan perayaan Paskah. Secara total, konsumsi masyarakat di triwulan II meningkat dibanding triwulan I.

Tabel 4.1
Indeks Tendensi Konsumen per Triwulan
Menurut Variabel Pembentuknya, 2014

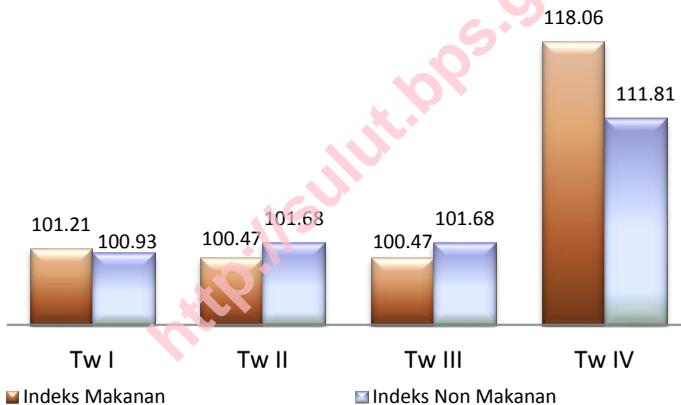
Variabel	Tw I	Tw II	Tw III	Tw IV
1) Pendapatan rumah tangga Kini	101,54	109,37	109,28	102,36
2) Pengaruh inflasi terhadap konsumsi rumahtangga	95,12	102,31	101,98	115,72
3) Konsumsi Makanan dan non Makanan	104,46	100,84	108,56	115,88

Di triwulan III, persepsi masyarakat mengenai pendapatan rumah tangganya meningkat dibanding triwulan II dengan indeks sebesar 109,28. Pendapatan yang tinggi di triwulan ini sebagian terserap di konsumsi makanan dan non makanan, tercermin dari indeks konsumsi sebesar 108,56. Inflasi tertinggi di triwulan ini terjadi pada bulan Juli (0,85 persen) tidak menyurutkan masyarakat untuk membelanjakan uangnya dalam rangka merayakan hari Lebaran dan segala pembiayaan pendidikan, khususnya dalam memasuki tahun ajaran baru.

Seperti yang telah dibahas sebelumnya, konsumsi rumah tangga yang tidak terpengaruh oleh tinggi rendahnya inflasi menjadi salah satu keunikan konsumen di Sulawesi Utara. Salah satu gambaran cukup jelas adalah di triwulan IV tahun 2014. Inflasi tertinggi di tahun 2014 terjadi di bulan Desember, yaitu sebesar 3,83 persen. Angka inflasi di bulan Oktober dan November pun cukup tinggi yaitu di kisaran 1,5 persen. Tingginya tingkat inflasi di triwulan IV sama sekali tidak menyurutkan konsumsi rumah tangga, tercermin dari indeks pengaruh inflasi terhadap konsumsi rumah tangga sebesar 115,72. Konsumsi makanan yang sudah cukup tinggi di triwulan III masih terus meningkat di triwulan IV dengan indeks sebesar 115,88. Indeks makanan di triwulan IV sebesar 118,06 dan indeks non makanan sebesar 111,81 merupakan yang

tertinggi dibandingkan triwulan-triwulan sebelumnya. Pola unik ini merupakan pola wajar yang terjadi pada konsumen Sulawesi Utara dan mungkin hanya beberapa wilayah di Indonesia yang memiliki pola yang mirip.

Grafik 4.11.
Indeks Konsumsi Komoditi Makanan dan Bukan Makanan, 2014

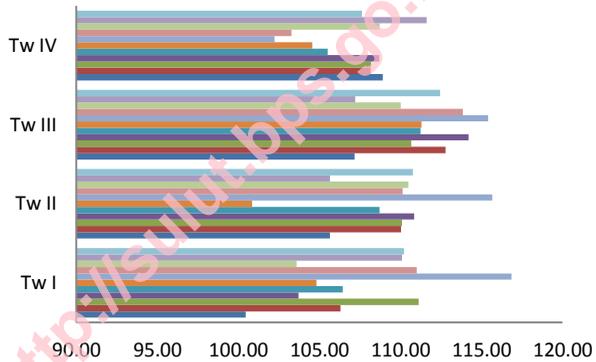


4.5. Perbandingan ITK Sulawesi Utara dengan ITK Provinsi-provinsi di Pulau Sulawesi

Gambaran komprehensif mengenai tingkat kecenderungan dari para konsumen di suatu provinsi terhadap kondisi ekonomi yang dirasakannya, dapat dilihat dari capaian nilai ITK provinsi. Capaian nilai ITK dapat dibandingkan antara

satu provinsi dengan lainnya. Kawasan yang akan dibahas pada subbab ini adalah kawasan regional Sulawesi, Maluku dan Papua (Sulampua) karena memiliki pola konsumsi yang cukup homogen.

Grafik 4.12.
ITK Provinsi Se-Sulampua dan Nasional, 2014



	Tw I	Tw II	Tw III	Tw IV
Nasional	110.21	110.76	112.44	107.62
Papua	110.09	105.65	107.21	111.62
Papua Barat	103.59	110.49	110.02	108.71
Malut	111.00	110.14	113.85	103.28
Maluku	116.85	115.66	115.41	102.23
Sulbar	104.81	100.84	111.30	104.57
Gorontalo	106.43	108.70	111.25	105.50
Sultra	103.71	110.85	114.21	108.69
Sulsel	111.13	110.09	110.67	108.19
Sulteng	106.29	110.04	112.79	108.16
Sulut	100.44	105.65	107.16	108.91

Selain dibentuk oleh persepsi pribadi, persepsi konsumen juga dibentuk oleh sugesti dari segala hiruk pikuk yang terjadi dalam perekonomian Sulawesi Utara. Sepanjang triwulan I-III, persepsi konsumen Sulawesi Utara mengenai kondisi ekonominya merupakan yang terendah dibanding persepsi konsumen di wilayah lain di Sulampua. Persepsi konsumen tertinggi di sepanjang tiga triwulan tersebut adalah konsumen di Maluku. Dengan tipikal konsumen dan kultur budaya yang cukup mirip antara Maluku dengan Sulawesi Utara dan didukung oleh fenomena lokal yang juga mirip, kondisi ini dirasa sangat kontras. Gambaran kontras ini dapat dikaitkan dengan tingkat optimisme masyarakat di Maluku yang paling tinggi dibanding Sulawesi Utara dan provinsi lainnya di Sulampua, walaupun tidak secara mutlak kebenarannya.

Kondisi yang cukup kontras masih terjadi di triwulan IV, dengan posisi berkebalikan. Persepsi konsumen Sulawesi Utara di triwulan IV merupakan kedua tertinggi setelah Papua, dan sebaliknya konsumen di Maluku memiliki persepsi terendah mengenai kondisi ekonominya.

BAB 5. KESIMPULAN

Sama seperti tahun-tahun sebelumnya, kondisi ITK di Provinsi Sulawesi Utara dapat dikatakan positif sepanjang tahun 2014. Kondisi yang cukup kondusif tergambar dari besaran ITK di atas 100 dari triwulan I-IV. Selain itu, pola ITK antar triwulan sama dari tahun ke tahun. ITK terendah berada di triwulan I, naik poin ke triwulan II dan III, kemudian mencapai ITK tertinggi di triwulan IV. Yang membedakan dari tahun-tahun sebelumnya adalah besaran ITK di tahun 2014 secara umum lebih kecil, jelas terlihat jika membandingkan besaran ITK dari satu triwulan di 2014 dengan triwulan yang sama di tahun-tahun sebelumnya. Hal ini menggambarkan tingkat optimisme konsumen yang menurun dibanding tahun-tahun sebelumnya.

Secara umum, kondisi ekonomi dipersepsikan meningkat oleh konsumen dari triwulan ke triwulan. Satu pola yang menjadi kekhasan Sulawesi Utara adalah optimisme masyarakat yang tinggi sekali di triwulan IV akan menurun drastis di triwulan I tahun berikutnya. Memasuki triwulan II kondisi ekonomi konsumen terus meningkat dan diiringi dengan tingkat optimisme yang meningkat pula. Kondisi ini terus berlanjut ke triwulan III dan IV.

Bila dilihat menurut komponen, persepsi rumah tangga mengenai pendapatan kininya tertinggi di triwulan II, namun besaran indeks konsumsi rumah tangga paling rendah dibanding triwulan lainnya. Peningkatan pendapatan bagi sebagian masyarakat pada umumnya akan ditanggapi dengan meningkatnya konsumsi, jika inflasi tidak berpengaruh. Kondisi ini diindikasikan terjadi di triwulan III. Peningkatan pendapatan yang disertai tingginya harapan riil masyarakat mengenai pendapatannya diiringi juga dengan peningkatan konsumsi di triwulan III. Konsumsi masyarakat paling puncak berlangsung di triwulan IV. Hal menarik yang dapat diamati dari konsumen di Sulawesi Utara adalah tingginya inflasi di akhir tahun tidak mampu menyurutkan konsumsi rumah tangga.

Dibandingkan dengan provinsi lain di wilayah Sulawesi, Maluku dan Papua (Sulampua), ITK Sulawesi Utara merupakan indeks yang terendah dibanding provinsi lainnya sepanjang triwulan I-III. Terlepas dari terus meningkatnya kondisi ekonomi konsumen, gambaran rendahnya indeks merupakan perwujudan rendahnya optimisme masyarakat. Kekuatan optimisme konsumen di Sulawesi Utara dibanding provinsi lain di Sulampua berada di triwulan IV tahun 2014. Di triwulan terakhir ini optimisme konsumen mengenai kondisi ekonominya berada di ranking kedua setelah provinsi Papua.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. 2006. *Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2006*, Jakarta.

Badan Pusat Statistik. 2007. *Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2007*, Jakarta.

Badan Pusat Statistik. 2014. *Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Bali 2014*, Denpasar.

DATA

MENCERDASKAN BANGSA

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



**Badan Pusat Statistik
Provinsi Sulawesi Utara**

Jl. 17 Agustus Manado, Sulawesi Utara
Telp : (0431) 847044 Fax : (0431) 862204
Email : bps7100@bps.go.id

ISBN : 978-602-1003-11-4



9

786021

003114