

# INDEKS TENDENSI KONSUMEN

## Provinsi Nusa Tenggara Barat

# 2016



**BADAN PUSAT STATISTIK**  
**PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT**

# INDEKS TENDENSI KONSUMEN

## Provinsi Nusa Tenggara Barat

# 2016



---

## **Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Nusa Tenggara Barat 2016**

ISBN/ISSN : 978-602-1059-17-3

No. Publikasi : 52550.1701

Katalog BPS : 9202001.52

Ukuran Buku : 17,6 x 25 cm

Jumlah Halaman : xxx + 124 halaman

Naskah : Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Penyunting : Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Gambar Kulit : Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Diterbitkan Oleh : ©Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat

Dicetak Oleh : CV.Maharani

*Dilarang mengumumkan, mendistribusikan, mengkomunikasikan, dan/atau menggandakan sebagian atau seluruh isi buku ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari Badan Pusat Statistik*

---

TIM PENYUSUN  
INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT 2016

Pengarah

Ir. Endang Tri Wahyuningsih, MM

Penanggung Jawab

Isa, SE, MM

Penulis

Yassinta Ben Katarti LD, MSi

Qurratul Aini, SST, MSc

Penyunting

Isa, SE, MM

Yassinta Ben Katarti LD, MSi

Desain Tata Letak

Qurratul Aini, SST, MSc

Gambar Kulit

Indra Sasmita Utama, SST

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

## KATA PENGANTAR

Indikator dini seperti persepsi konsumen terhadap situasi perekonomian merupakan suatu kebutuhan informasi yang sangat penting bagi berbagai pihak, terutama diperlukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat. Informasi yang diberikan oleh indikator dini mampu menggambarkan kondisi terkini perekonomian di masyarakat dan memberikan sinyal awal perkiraan kondisi perekonomian beberapa bulan yang akan datang (triwulan).

Sejak tahun 1995, Badan Pusat Statistik telah mengembangkan Sistem Pemantauan Indikator Dini melalui Indeks Tendensi Konsumen (ITK). ITK dihitung berdasarkan hasil Survei Tendensi Konsumen. Publikasi ini menjelaskan metode dan hasil penghitungan ITK per triwulan selama tahun 2016.

Kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyusunan publikasi ini kami sampaikan penghargaan dan terima kasih. Kritik dan saran untuk penyempurnaan ke depan sangat kami harapkan.

Mataram, April 2017  
BADAN PUSAT STATISTIK PROVINSI NUSA  
TENGGARA BARAT  
KEPALA,



**Ir. Endang Tri Wahyuningsih, MM**

## Daftar Isi

KATA PENGANTAR .....	iv
Daftar isi .....	v
Daftar Tabel .....	vii
Daftar Gambar .....	viii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan .....	3
1.3 Cakupan Penelitian.....	3
1.4 Sistematika Penulisan .....	3
1.5 Sejarah Singkat Survei Tendensi Konsumen .....	4
<b>BAB 2 KAJIAN LITERATUR .....</b>	<b>6</b>
2.1 <i>Consumer Sentiment Index (CSI)</i> .....	6
2.2 <i>Consumer Confidence Index</i> .....	8
2.3 Survei Konsumen (Bank Indonesia).....	10
<b>BAB 3 METODOLOGI PENGHITUNGAN .....</b>	<b>12</b>
3.1 Cakupan Survei dan Sampel.....	12
3.2 Kerangka Sampel.....	12
3.3 Desain Penarikan Sampel .....	13
3.4 Kriteria Responden.....	14
3.5 Design Weight.....	15
3.6 Data dan Keterangan yang Dikumpulkan.....	16
3.7 Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen.....	18
3.8 Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen (ITK).....	20
3.9 Penghitungan Indeks Variabel.....	26
3.10 Penghitungan Indeks Indikator Kini dan Mendatang.....	27
3.11 Penentuan Penimbang (wi).....	28

3.12 Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen.....	30
<b>BAB 4 HASIL PENGHITUNGAN ITK 2016 .....</b>	<b>32</b>
4.1 Perekonomian NTB 2016.....	32
4.2 Indeks Tendensi Konsumen (ITK) .....	35
4.3 Indikator Mendatang .....	42
4.4 Perbandingan Regional.....	45
4.5 Karakteristik Responden .....	48
<b>BAB 5 KESIMPULAN .....</b>	<b>52</b>
Daftar Pustaka.....	53
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>54</b>

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

## Daftar Tabel

Tabel 1: Tahapan dan Penghitungan Design Weight STK.....	16
Tabel 2: Pemberian Kode dan Skor Variabel Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga .....	22
Tabel 3: Pemberian Kode dan Skor Variabel Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi, dan Pesta/Hajatan.....	24
Tabel 4: Indeks Tendensi Konsumen Provinsi NTB Tahun 2016 .....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
Tabel 5: Indeks Tendensi Konsumen 2016 per Triwulan Menurut Variabel Pembentuknya .....	39
Tabel 6: Indeks Rencana Pembelian Barang Tahan Lama Provinsi NTB Tahun 2016.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 7: ITK 2016 per Triwulan di Beberapa Provinsi dan Nasional .....	46
Tabel 8: Persentase Sampel Rumah Tangga STK Menurut Lapangan Usaha, Triwulan I-IV 2016 .....	50



## **Daftar Gambar**

Gambar 1: Laju Pertumbuhan Ekonomi Provinsi NTB Triwulanan Tahun 2016.....	33
Gambar 2: Pola Pertumbuhan Investasi (PMTB), Inflasi dan Optimisme Konsumen Provinsi NTB Tahun 2016 .....	34
Gambar 3: ITK Provinsi NTB Tahun 2012-2016 .....	38
Gambar 4: Indeks Volume Konsumsi Makanan dan Non Makanan Provinsi NTB Tahun 2016 .....	41
Gambar 5: Indeks Perkiraan Mendatang Provinsi NTB Tahun 2016 ..	42
Gambar 6: Perbandingan ITK per triwulan antara Provinsi NTB dan Nasional, 2013-2016.....	46
Gambar 7: ITK 2016 per Triwulan di beberapa Provinsi dan Nasional .....	47
Gambar 8: Responden STK Menurut Pendapatan Rumah Tangga, 2016 .....	48
Gambar 9: Persentase Responden STK Menurut Pendidikan, 2016 ...	49

---



**BAB 1**  
**PENDAHULUAN**

A maroon banner with a white dashed line at the top, two solid white horizontal lines, and a white chevron shape at the bottom. The text 'BAB 1' and 'PENDAHULUAN' is centered in white. A faint watermark 'http://id.pptid.com' is visible diagonally across the banner.

## 1.1 Latar Belakang

Dalam menentukan langkah strategis yang berkaitan dengan perekonomian, para pelaku ekonomi membutuhkan adanya suatu indikator yang mampu menggambarkan situasi perekonomian yang akan datang. Informasi dini tentang kondisi perekonomian terkini sangat diperlukan oleh pemerintah maupun dunia usaha. Dengan adanya informasi tersebut pemerintah dapat merencanakan kebijakan dan program kerja, sedangkan dunia usaha dapat memperkirakan waktu yang tepat untuk berinvestasi atau melakukan ekspansi pasar. Dengan adanya informasi dini, berbagai pihak dapat mengambil langkah-langkah dini yang diperlukan untuk mengatasi perubahan keadaan ekonomi agar tidak menimbulkan dampak negatif yang dapat menyebabkan kerugian.

Sebagai pelopor data statistik terpercaya, BPS telah mengembangkan berbagai macam indikator yang berkaitan dengan sistem peringatan dini sejak tahun 1980, salah satunya adalah Indeks Indikator Pendahulu (*Index of Leading Indicator*). Selanjutnya sejak tahun 1995 disamping Indeks Indikator Pendahulu, BPS juga telah mengembangkan dua macam indikator dini (*Prompt Indicator*) lainnya yang saling melengkapi, yaitu indikator yang terkait dengan perkembangan kegiatan bisnis yang disebut Indeks Tendensi Bisnis (ITB) dan indikator yang terkait dengan kondisi konsumen yang disebut Indeks Tendensi Konsumen (ITK). ITB

dan ITK menggambarkan kondisi bisnis dan perekonomian di Indonesia dalam jangka pendek (triwulanan). Di Provinsi Nusa Tenggara Barat kegiatan penyusunan ITK mulai dilaksanakan sejak tahun 2011 yang merupakan hasil dari Survei Tendensi Konsumen (STK).

Pada tahun 2011, pelaksanaan Survei Tendensi Konsumen (STK) diperluas ke seluruh provinsi dengan jumlah sampel 11.180 rumah tangga di wilayah perkotaan. Perluasan dimaksudkan agar angka ITK dapat dihitung hingga level provinsi. Responden kegiatan survei ini merupakan sub sampel dari Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS). Mulai 2012 cakupan sampel mencapai 14.600 rumah tangga setiap triwulannya. Sejak tahun 2015, sampel rumah tangga STK merupakan sub sampel dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) untuk wilayah perkotaan yang termasuk dalam strata menengah dan tinggi berdasarkan "*Wealth Index*". Pemilihan sampel juga dilakukan dengan mempertimbangkan keterwakilan dari tingkat pendidikan kepala rumah tangga secara proposional. Untuk mempercepat dan mempermudah proses pengolahan data STK, mulai triwulan II-2016 entri data dilakukan secara online.

Karena pentingnya informasi ini, sejak Triwulan I-2011 hasil penghitungan ITK Provinsi NTB telah dipublikasikan melalui berbagai media, bersamaan dengan *press release* Produk Domestik Bruto setiap triwulan. Sebagai rangkuman dari kondisi perekonomian NTB selama setahun disusunlah

publikasi Indeks Tendensi Konsumen tahunan.

## 1.2 Tujuan

Tujuan penyusunan publikasi ITK tahunan adalah:

- Menyajikan perkembangan perekonomian dari sisi konsumen di Provinsi NTB selama 4 (empat) triwulan.
- Menyajikan informasi mengenai perkiraan kondisi perekonomian konsumen pada triwulan mendatang sepanjang tahun di Provinsi NTB.

## 1.3 Cakupan Penelitian

Pelaksanaan Survei Tendensi Konsumen (STK) sebagai sumber data dalam menghitung ITK di Provinsi NTB dilaksanakan di 5 kabupaten/kota yaitu, Kabupaten Lombok Timur, Kabupaten Sumbawa, Kabupaten Dompu, Kota Bima dan Kota Mataram dengan jumlah responden sebanyak 290 rumah tangga yang tersebar dalam 29 Blok Sensus. Pengumpulan data sepanjang tahun 2016 dilakukan sebanyak 4 kali yaitu di Bulan Maret, Juni, September dan Desember.

## 1.4 Sistematika Penulisan

1. Bab I: Pendahuluan, yang terdiri dari Latar Belakang, Tujuan, Cakupan Penelitian, Sistematika Penulisan, dan Sejarah Singkat Survei Tendensi Konsumen.
2. Bab II: Kajian Literatur, menyajikan berbagai penelitian yang pernah dilakukan mengenai ITK.

3. Bab III: Metodologi, menyajikan Penghitungan, prosedur penghitungan dan interpretasi hasil ITK.
4. Bab IV: Hasil Penghitungan ITK, menyajikan informasi dini ITK selama tahun 2016.
5. Bab V: Kesimpulan, menyajikan ringkasan indikator dini perekonomian secara umum dilihat dari kondisi ekonomi rumahtangga (sisi konsumen) selama tahun 2016.

#### 1.5 Sejarah Singkat Survei Tendensi Konsumen

- a. Pada periode 1995-1998 pengumpulan data dilakukan sebanyak 3 putaran yang dilaksanakan setiap 4 bulan sekali yaitu pada bulan Mei, September, dan Januari setiap tahun. Unit pencacahan STK adalah rumahtangga berpenghasilan menengah ke atas di wilayah Jabodetabek dengan jumlah sampel sekitar 250 rumah tangga.
- b. Pada periode 1999-2004 pengumpulan data dilakukan secara triwulanan (tiga bulanan) yang dilaksanakan pada bulan April, Juli, Oktober, dan Januari setiap tahun. Unit pencacahan STK adalah rumah tangga berpenghasilan menengah keatas di wilayah Jabodetabek, dengan jumlah sampel sebanyak 500 rumah tangga.
- c. Pada tahun 2005-2010 dilakukan perluasan jumlah sampel rumah tangga berpenghasilan menengah ke atas di wilayah Jabodetabek dengan jumlah sampel tiap putaran/triwulan sebesar 1.000-1.500 rumah tangga.
- d. Pada tahun 2011, cakupan STK diperluas menjadi seluruh provinsi di Indonesia, dengan cakupan sampel rumah tangga di perkotaan. Perluasan tersebut bertujuan untuk menyajikan ITK sampai dengan

level provinsi. Jumlah sampel rumahtangga di 33 provinsi mencapai 11.180 rumah tangga per triwulan. Responden STK merupakan sub sampel dari Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) khusus di wilayah perkotaan. Pemilihan sampel dilakukan secara panel antar triwulan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai perubahan persepsi konsumen antar waktu.

Tahun 2012, cakupan sampel STK di 33 provinsi bertambah menjadi 14.600 rumah tangga di setiap triwulannya. Sejak tahun 2015, sampel rumah tangga STK merupakan sub-sampel dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas), khusus di daerah perkotaan, yang diklasifikasikan ke dalam “strata *Wealth Index*” menengah dan tinggi. Di samping itu, pemilihan sampel juga mempertimbangkan keterwakilan dari tingkat pendidikan kepala rumah tangga secara proporsional. Pemilihan sampel dilakukan secara panel antartriwulan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai perubahan persepsi konsumen antarwaktu. Untuk mempercepat dan mempermudah proses pengolahan data STK, mulai triwulan II-2016 entri data dilakukan secara *online* melalui *website* pengolahan data BPS.

---



**BAB 2**  
**KAJIAN LITERATUR**

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



## 2.1 *Consumer Sentiment Index (CSI)*

*University of Michigan* di Amerika Serikat memperkenalkan suatu indeks yang serupa dengan indeks tendensi konsumen dengan pendekatan rumah tangga. Indeks tersebut dinamakan Indeks Sentimen Konsumen (*Consumer Sentiment Index=CSI*). *CSI* dipublikasikan secara bulanan oleh *University of Michigan* berdasarkan hasil Survei Sentimen Konsumen yang dilakukan oleh Lembaga Penelitian di *University of Michigan* dimana tujuan utama dari penyusunan indeks ini adalah untuk kepentingan investasi. Indeks tersebut diciptakan dan masih diterbitkan dengan tujuan yang semakin berkembang sebagai berikut:

- Untuk menilai sikap konsumen dalam waktu dekat terhadap iklim usaha, keuangan pribadi, dan pengeluaran
- Untuk meningkatkan pemahaman dan meramalkan perubahan perekonomian nasional
- Menyediakan sarana untuk menggabungkan ukuran-ukuran empiris dari harapan konsumen ke dalam model perilaku belanja dan menabung
- Untuk mengukur ekspektasi ekonomi dan kemungkinan perilaku belanja konsumen di masa depan
- Untuk menilai tingkat optimisme/ pesimisme konsumen.

Indeks Sentimen Konsumen disusun sebagai

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

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

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

faktor pendorong dalam memperkuat fundamental ekonomi, meskipun dalam perekonomian yang lebih luas dan terbuka, konsumsi domestik bukan satu-satunya faktor pendorong karena adanya kegiatan ekspor dan impor.

## 2.2 *Consumer Confidence Index*

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

Interpretasi dari indeks ini adalah apabila IKK meningkat mengindikasikan konsumsi/belanja konsumen juga meningkat. Akibatnya, dari sisi penawaran perusahaan akan meningkatkan produksinya yang disebabkan oleh meningkatnya permintaan. Dampak lain adalah meningkatnya konsumsi rumah tangga sehingga tingkat permintaan kredit ke Bank meningkat. Dengan demikian pemerintah dapat mengantisipasi akan adanya kenaikan pajak pendapatan yang diperoleh dari naiknya konsumsi rumah tangga. Sebaliknya bila IKK menurun, maka konsumsi rumah tangga juga

menurun yang berarti permintaan akan produk juga menurun. Hal ini akan mengakibatkan turunnya *supply* dari perusahaan baik dari sektor industri manufaktur, konstruksi, dan lain-lain. Kondisi ini akan mengakibatkan kondisi perekonomian mengalami kontraksi.

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

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

Setiap variabel diatas mempunyai jawaban positif (meningkat) dan negatif (menurun). Jawaban meningkat diberi skor 1 dan menurun diberi skor 0. Untuk penghitungan nilai indeks masing-masing variabel digunakan rumus *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 stagnan, tetapi bila pertumbuhan lebih dari 5 persen maka kepercayaan konsumen meningkat dibanding periode pembandingnya.

Indeks Kepercayaan Konsumen yang disusun oleh *The*

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

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 Survei Konsumen (Bank Indonesia)

Bank Indonesia melakukan survei sejenis dengan Survei Tendensi Konsumen (STK), yaitu survei terhadap konsumen, yang dilakukan setiap bulan terhadap 4.365 rumah tangga.

Survei ini dilakukan sejak tahun 1993 dan menghasilkan suatu ukuran yaitu Indeks Keyakinan Konsumen.

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

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

---



# **BAB 3**

## **METODOLOGI PENGHITUNGAN**

<http://nibpbo.id>

Survei Tendensi Konsumen (STK) merupakan survei persepsi rumah tangga (konsumen) yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) terhadap kondisi perekonomian dalam jangka pendek (triwulanan). Kondisi perekonomian konsumen dicerminkan melalui pendapatan rumah tangga, pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi, dan perilaku konsumsi rumah tangga terhadap situasi perekonomian. Hasil pengolahan dari data STK menghasilkan Indeks Tendensi Konsumen (ITK).

### 3.1 Cakupan Survei dan Sampel

Cakupan survei adalah di beberapa kabupaten/kota terpilih STK yang sudah diidentifikasi sebagai wilayah perkotaan. Jumlah sampel blok sensus (BS) adalah 1.460 dengan sampel rumah tangga per blok sensus adalah 10 rumah tangga. Dengan demikian target sampel STK per triwulan adalah 14.600 rumah tangga di seluruh Indonesia (33 provinsi). Sedangkan jumlah sampel blok sensus di Nusa Tenggara Barat sebanyak 29 BS sehingga target sampel STK per triwulan sebanyak 290 rumah tangga. Target populasi Survei Tendensi Konsumen adalah rumah tangga kelas menengah dan atas yang diidentifikasi sebagai unit populasi terbesar dalam melakukan aktivitas konsumsi sehari-hari. Untuk itu rancangan sampling dibuat sedemikian rupa, dengan tujuan dapat menggambarkan aktivitas konsumsi dimaksud.

### 3.2 Kerangka Sampel

Kerangka sampel blok sensus STK adalah daftar sampel blok sensus Susenas Maret 2016 daerah perkotaan di setiap



kabupaten/kota terpilih STK. Disamping itu untuk menggambarkan aktivitas kegiatan konsumsi terbesar maka populasi blok sensus yang dijadikan kerangka sampel berasal dari blok sensus Susenas perkotaan yang berasal dari strata *Wealth Index* menengah dan tinggi.

### 3.3 Desain Penarikan Sampel

Sebaran sampel dibuat sedemikian rupa sehingga sampel blok sensus STK menyebar secara proporsional berdasarkan distribusi sampel SUSENAS urban strata menengah dan tinggi. Tahapan penarikan sampel adalah *Two Stages Two Phase Sampling* sebagai berikut:

- Sampel blok sensus STK ditarik secara sistematis dari sampel blok sensus Susenas daerah urban pada setiap strata (menengah & tinggi) sesuai alokasi.
- Sampel rumah tangga STK ditarik secara sistematis berdasarkan implisit stratifikasi tingkat pendidikan KRT hasil updating. Dimana tingkat pendidikan kepala rumah tangga seperti halnya Susenas dibedakan menjadi 4 strata : <SD, SMP, SMA, PT.

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

Selanjutnya blok sensus dan rumah tangga terpilih dari

kegiatan STK Maret 2016 akan diperlakukan sebagai panel blok dan panel rumah tangga pada triwulan 2 (Juni), triwulan 3 (September), dan triwulan 4 (Desember).

Kasus non respon hanya diperkenankan untuk kasus:

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

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

### 3.4 Kriteria Responden

Responden dari STK adalah Kepala Rumah Tangga atau pasangannya, seperti Suami atau Istri. Petugas pendataan lapangan diharapkan dapat melakukan kunjungan ulang dengan membuat janji bertemu terlebih dahulu jika kepala rumah tangga atau pasangannya tidak dapat diwawancarai pada kunjungan pertama. Tidak diperbolehkan melakukan wawancara kepada anggota rumah tangga yang lain, seperti anak, famili lain, atau pembantu rumah tangga/sopir.

Pemilihan responden harus kepala rumah tangga atau pasangannya agar pertanyaan-pertanyaan terkait kondisi pendapatan, keuangan, pengeluaran, rencana pembelian barang-barang tahan lama di tingkat rumah tangga dan pertanyaan-pertanyaan lain yang erat kaitannya dengan keputusan/aktivitas rumah tangga dapat dijawab dengan lengkap dan tepat sesuai gambaran yang sebenarnya.

### 3.5 *Design Weight*

Rancangan penarikan sampel STK 2016 dibuat sedemikian rupa sehingga diharapkan populasi rumah tangga yang dijadikan target sampel dapat terpenuhi. Untuk itu perlu disusun rancangan pembobotan atau *design weight*. Rancangan pembobotan disusun dimulai dari rancangan sampel blok sensus Susenas sendiri sebagai kerangka sampel pertama. Skema penarikan sampel dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 1: Tahapan dan Penghitungan *Design Weight* STK

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

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

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

### 3.6 Data dan Keterangan yang Dikumpulkan

Data yang dikumpulkan terbagi ke dalam 2 kelompok data (komponen), yaitu:

#### 1. Data Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen Kini (ITK Kini)

- Pendapatan seluruh anggota keluarga pada periode 3 (tiga) bulan terakhir;
- Pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi;
- Volume konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan.

## 2. Data Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen Mendatang (ITK Mendatang)

- Pendapatan seluruh anggota keluarga;
- Rencana pembelian barang-barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan.

Berikut adalah beberapa jenis data yang dikumpulkan dengan kuesioner STK 2016:

- a. Keterangan informasi umum responden rumah tangga STK 2016, meliputi status responden di rumah tangga, jenis kelamin, kelompok umur responden, dan pendidikan terakhir responden.
- b. Keterangan informasi umum rumah tangga, meliputi lapangan pekerjaan KRT, status pekerjaan KRT, jumlah ART yang bekerja, dan kelompok rata-rata pendapatan seluruh ART.
- c. Keterangan persepsi terhadap pendapatan seluruh ART pada triwulan berjalan dan perkiraannya mendatang dibandingkan triwulan sebelumnya
- d. Keterangan persepsi terhadap perubahan harga barang/jasa kebutuhan rumah tangga.
- e. Keterangan persepsi terhadap perubahan volume konsumsi bahan makanan/minuman, makanan/minuman jadi, pakaian, pembelian pulsa HP, dan pendidikan, serta persepsi terhadap perubahan frekuensi rekreasi/hiburan, akomodasi, transportasi, dan perawatan kesehatan dan kecantikan selama triwulan berjalan dibandingkan triwulan sebelumnya.

- f. Keterangan persepsi terhadap total seluruh pengeluaran ART selama triwulan berjalan dan perkiraannya mendatang dibandingkan triwulan sebelumnya.
- g. Keterangan kondisi keuangan dan peluang rumah tangga untuk menabung.
- h. Keterangan persepsi terhadap ketersediaan lapangan pekerjaan dan perkiraannya.
- i. Keterangan rencana pembelian barang-barang tahan lama, yang meliputi barang elektronik, perabot meubelair, dan peralatan rumah tangga; perhiasan logam/batu mulia; perangkat komunikasi; rekreasi; pesta dan hajatan; motor/mobil; renovasi rumah; dan membeli rumah/tanah.

### 3.7 Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) 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 pembelian barang-barang tahan lama pada periode tiga bulan mendatang.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penghitungan ITK,

sebagai berikut :

- A. Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen Kini (ITK Kini)
- a) Pendapatan seluruh anggota keluarga pada periode 3 (tiga) bulan terakhir.
  - b) Pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi.
  - c) Volume konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan:
    - Makanan: bahan makanan dan makanan jadi di restoran/rumah makan.
    - Bukan Makanan: Pakaian, Tas, Sepatu, Pembelian Pulsa, Pendidikan, Perawatan Kesehatan, dan Kecantikan (gym, salon, Spa, dll), Rekreasi/Hiburan (nonton di bioskop, karaoke, atau ke tempat hiburan), Akomodasi (Hotel/penginapan), dan Transportasi/angkutan; dan komunikasi.
- B. Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen Mendatang (ITK Mendatang)
- a. Pendapatan seluruh anggota keluarga.
  - b. Rencana pembelian barang-barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan:
    - Elektronik (TV, DVD, Komputer, dll)
    - Perhiasan logam dan batu mulia (emas, permata, mutiara, dll)
    - Perangkat komunikasi (HP, Tablet/iPad, notebook, dll)
    - Perabot meubelair (kursi, lemari, tempat tidur, dll)

- Peralatan rumah tangga (AC, kulkas, mesin cuci, kompor gas)
- Membeli/mengganti sepeda motor
- Membeli/mengganti mobil
- Rekreasi (ke luar kota/luar negeri, termasuk menginap di hotel)
- Merencanakan pesta/hajatan (pernikahan, khitanan, ulang tahun, dll.)
- Merenovasi rumah
- Membeli rumah/tanah

### 3.8 Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen (ITK)

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

#### a. Penggolongan Pendapatan

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

Dasar pengelompokan pendapatan rumah tangga ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan dari data SUSENAS. Dari hasil penelitian terhadap 254 data sampel SUSENAS,



diperoleh tiga kelompok rumah tangga berdasarkan tingkat ekonomi, yaitu 25 rumah tangga ekonomi atas, 99 rumah tangga ekonomi menengah, dan 130 rumah tangga ekonomi bawah. Rata-rata pendapatan rumah tangga yang masuk dalam kategori rumah tangga ekonomi bawah berkisar antara 2 - 2,25 juta rupiah/bulan, sedangkan untuk pendapatan dua kategori yang lain > 2,25 juta rupiah/bulan.

b. Pemberian skor jawaban

Sebagaimana disebutkan sebelumnya bahwa variabel pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi rumah tangga merupakan variabel interaksi. Perubahan harga barang dan jasa yang dikonsumsi rumah tangga juga dipengaruhi oleh total pengeluaran rumah tangga. Ketika harga barang dan jasa kebutuhan sehari-hari meningkat tinggi, namun rumah tangga masih memiliki kemampuan untuk melakukan peningkatan konsumsi (diproksi dengan total pengeluaran rumah tangga meningkat) maka diberikan skor tertinggi (skor 1). Sebaliknya, ketika harga barang dan jasa kebutuhan sehari-hari relatif sama atau menurun, namun rumah tangga justru tidak memiliki kemampuan untuk melakukan peningkatan konsumsi (diproksi dengan total pengeluaran rumah tangga menurun) maka diberikan skor terendah (skor -1).

Tabel 2: Pemberian Kode dan Skor Variabel Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga

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

Keterangan :

Skor  $-\frac{1}{2}$ , - Jika konsumsi sekarang menurun (3) dan perubahan harga barang/jasa meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3).

- Jika konsumsi sekarang tetap (2) dan perubahan harga barang/jasa relatif sama (4) atau menurun (5).

Skor -1, - Jika volume konsumsinya menurun dan perubahan harga barang/jasa relatif sama (4) atau menurun.

Skor 0, - Jika konsumsi saat ini volumenya menurun (3) dan perubahan harga barang/jasa meningkat tinggi (1).

- Jika konsumsi saat ini volumenya tetap (2) dan perubahan harga barang/jasa meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3).

- Jika konsumsi saat ini volumenya meningkat (1) dan

perubahan harga relatif sama (4) atau menurun (5).

Skor  $\frac{1}{2}$ , - Jika konsumsi saat ini volumenya tetap (2) dan perubahan harga barang/jasa meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3).

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

Skor 1, - Jika konsumsi saat ini volumenya meningkat (1) dan perubahan harga barang/jasa meningkat tinggi (1).

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

Tabel 3: Pemberian Kode dan Skor Variabel Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi, dan Pesta/Hajatan

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

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

Keterangan :

Skor=1 - Jika punya rencana membeli, sumber dana (kode 1-4), dan gambaran kondisi keuangan

rumahtangga (kode 1 atau 2).

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

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

- Jika punya rencana membeli, sumber dana (kode 5), dan gambaran kondisi keuangan rumahtangga (kode 3).
- Jika punya rencana membeli, sumber dana (kode 5), dan gambaran kondisi keuangan rumahtangga (kode 5).
- Jika tidak punya rencana membeli, alasan utama (kode 2), dan gambaran kondisi keuangan rumahtangga (kode 3).

Skor=-1 - Jika tidak punya rencana membeli, alasan utama (kode 1), dan gambaran kondisi keuangan rumahtangga (kode 1 atau 2).

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

### 3.9 Penghitungan Indeks Variabel

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

Indeks setiap Variabel:

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

Dimana:

$T_{inc_i}$  = responden yang menjawab meningkat

$T_{dec_j}$  = responden yang menjawab menurun

$n_i$  = jumlah responden yang menjawab meningkat

$n_j$  = jumlah responden yang menjawab menurun

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

Indeks Gabungan

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

Dimana:

$I_{vg}$  = indeks gabungan

$I_{vt}$  = indeks variabel tunggal

$n_{vt}$  = jumlah variabel tunggal

*Range* untuk  $I_{vg}$  adalah  $0 \leq I_{vg} \leq 200$

### 3.10 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 IIK dan IIM digunakan rumus sebagai berikut:

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

dan

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

Dimana:

$w_l$  = penimbang variabel/komponen IIK

$w_m$  = penimbang variabel/komponen IIM

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

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

Range untuk IIK/IIM adalah :  $0 \leq \text{IIK atau IIM} \leq 200$ .

### 3.11 Penentuan Penimbang ( $w_i$ )

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

➤ Indeks Indikator Kini (IIK)

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

$$\text{Log IIK} = a_0 + a_1 \text{Log}(PDK) + a_2 \text{Log}(KH) + a_3 \text{Log}(KK)$$

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  $\alpha_1$  mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumah tangga terhadap IIK,  $\alpha_2$  mengindikasikan elastisitas pengaruh kenaikan harga (inflasi)



terhadap tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari terhadap IIK, dan  $\alpha_3$  mengindikasikan elastisitas konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan saat ini terhadap IIK. Series data yang digunakan untuk menghitung penimbang adalah data Triwulan I-1990 sampai dengan Triwulan III-2015. Sebagai contoh, hasil penghitungan penimbang pada Triwulan III-2015 untuk masing- masing komponen IIK adalah :

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

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

➤ Indeks Indikator Mendatang (IIM).

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

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

dimana :

- IIM = Indeks Indikator Mendatang  
 PDM = Pendapatan seluruh anggota rumahtangga.  
 RTH = Rencana pembelian barang-barang tahan lama  
 $\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2$  = Estimasi parameter fungsi *double log*

Besaran  $\alpha_1$  mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumah tangga pada triwulan mendatang terhadap IIM dan  $\alpha_2$  mengindikasikan elastisitas rencana pembelian barang-barang tahan lama terhadap IIM. Sebagaimana IIK, series data yang digunakan untuk menghitung penimbang IIM juga menggunakan series data Triwulan I-1990 sampai dengan Triwulan III-2015.

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

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

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

### 3.12 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 IIK) atau kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang meningkat dibanding pada triwulan berjalan (untuk IIM).
- b. Sama dengan 100 : jumlah jawaban "meningkat" dan "menurun" adalah seimbang, artinya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan hampir sama dengan triwulan sebelumnya (untuk IIK) atau kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang sama dengan pada triwulan berjalan (untuk IIM).
- 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 IIK) atau kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang menurun dibanding pada triwulan berjalan (untuk IIM).

---



**BAB 4**

---

**HASIL  
PENGHITUNGAN  
ITK 2016**

<http://itk.uns.go.id>

Sepanjang tahun 2016 perekonomian di Nusa Tenggara Barat dapat dikatakan cukup stabil. Pertumbuhan ekonomi mencapai 5,82 persen dan apabila kategori pertambangan biji logam dikeluarkan pertumbuhan ekonomi NTB masih berada pada level 5,71 persen. Inflasi yang sering memicu perilaku pasar juga terkendali sepanjang tahun 2016 dengan nilai inflasi tahunan 2,65 persen. Tak hanya itu, nilai tukar petani di NTB sepanjang tahun 2016 juga selalu di atas 100 yang artinya petani mengalami surplus. Sinyalemen positif ini selayaknya juga tergambarkan dari nilai Indeks Tendensi Konsumen Provinsi NTB pada tahun 2016.

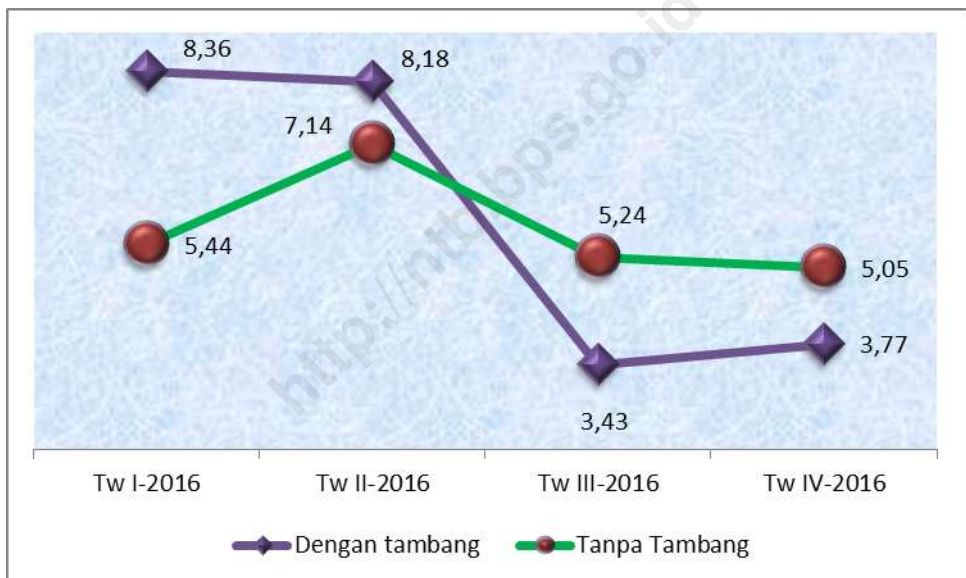
#### 4.1 Perekonomian NTB 2016

Perkembangan kondisi ekonomi konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik ekonomi maupun non ekonomi. Termasuk ke dalam faktor ekonomi adalah kondisi perekonomian secara makro yang dapat mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat, karena kondisi perekonomian akan memberikan dampak terhadap pendapatan masyarakat. Di sisi lain, faktor non ekonomi, seperti demografi, juga berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat.

Pada umumnya, tolok ukur berjalannya roda perekonomian diindikasikan dari laju pertumbuhan ekonomi daerah. Sepanjang tahun 2016, sumber pertumbuhan ekonomi (*source of growth*) provinsi NTB di setiap triwulannya selalu berasal dari 3 lapangan usaha yaitu Pertambangan dan Penggalian, Perdagangan Besar, Eceran, Reparasi Mobil dan Motor; serta lapangan usaha Konstruksi.

Meskipun lapangan usaha pertanian merupakan lapangan usaha dominan kedua setelah pertambangan dalam struktur perekonomian NTB, namun pertumbuhan yang dialami lapangan usaha ini tidak sepesat pertumbuhan di lapangan usaha perdagangan dan lapangan usaha konstruksi. Dalam garis besar, pertumbuhan ekonomi yang bertahan positif di setiap triwulan pada tahun 2016 menjadi sinyal bahwa perekonomian di Provinsi NTB selama tahun 2016 cukup sehat dan stabil.

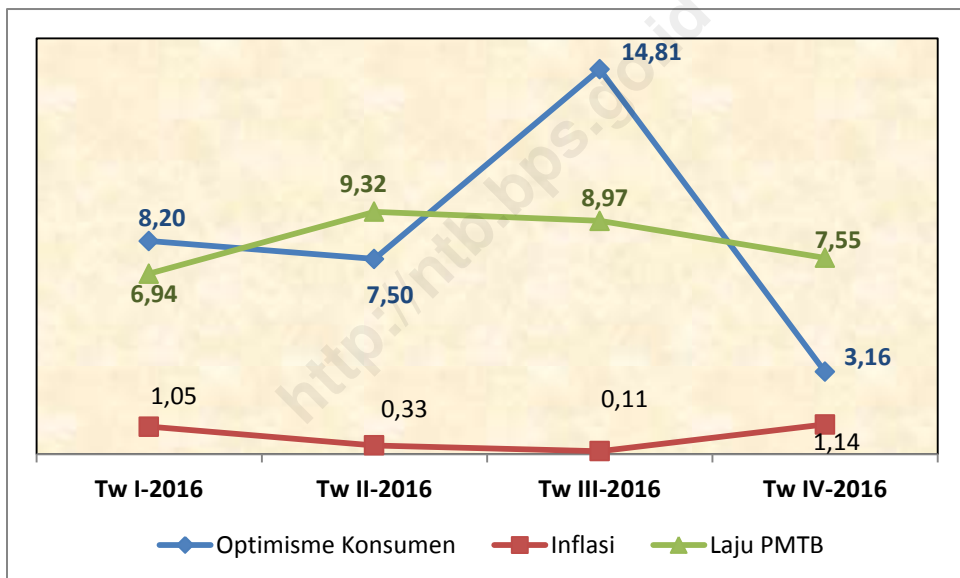
Gambar 1: Laju Pertumbuhan Ekonomi Provinsi NTB Triwulanan Tahun 2016



Tingkat konsumsi rumah tangga terkait erat dengan optimisme rumah tangga dalam melihat kondisi perekonomian. Tingkat optimisme rumah tangga terhadap kondisi perekonomian tercermin dari nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK). ITK sendiri merupakan indikator dini untuk melihat kondisi ekonomi

konsumen triwulan berjalan dan memprediksi kondisi ekonomi konsumen di triwulan mendatang. Sebagai *leading indicator*, pola optimisme ITK selayaknya menyerupai laju pertumbuhan investasi sebagai tindak lanjut dari sentimen pasar yang positif. Laju pertumbuhan komponen PMTB merupakan indikator yang menggambarkan pergerakan investasi dalam periode waktu tertentu yang merupakan pembentuk PDRB.

Gambar 2: Pola Pertumbuhan Investasi (PMTB), Inflasi dan Optimisme Konsumen Provinsi NTB Tahun 2016



Secara umum laju pertumbuhan investasi triwulanan cenderung tidak bergerak mengikuti optimisme konsumen. Pada triwulan II saat optimisme konsumen sedikit melambat dibanding triwulan sebelumnya, pertumbuhan investasi justru meningkat.

Optimisme tertinggi konsumen yang terjadi pada triwulan III justru disikapi dengan melambatnya laju pertumbuhan investasi dan saat optimisme jauh melambat pada triwulan III, laju pertumbuhan investasi sedikit ikut melambat. Fenomena yang tergambar ini cenderung memberikan indikasi bahwa indikator dini yang diberikan dari ITK masih belum dimanfaatkan sepenuhnya oleh para pelaku bisnis. Padahal ITK telah banyak digunakan oleh para pelaku ekonomi di dunia untuk menentukan strategi pemasaran mereka.

Pergerakan optimisme dan pertumbuhan investasi sudah selayaknya berbanding terbalik dengan inflasi. Saat inflasi tinggi konsumen akan memilih untuk mengurangi konsumsi barang dan jasa dan hal ini membuat investasi lesu. Fenomena ini tergambar pada triwulan IV dimana inflasi meningkat namun investasi dan optimisme konsumen melambat.

#### 4.2 Indeks Tendensi Konsumen (ITK)

ITK memberikan gambaran kondisi perekonomian terkini konsumen (dalam hal ini rumah tangga) pada triwulan kini dibandingkan triwulan sebelumnya. Selain itu ITK juga merupakan *leading indicator* melalui perkiraan kondisi perekonomian triwulan berikutnya. Nilai ITK provinsi NTB pada 2016 selalu di atas 100 pada setiap triwulannya. Nilai ITK yang selalu di atas 100 memberikan gambaran bahwa perekonomian masyarakat NTB setiap triwulan selalu lebih baik dibandingkan triwulan sebelumnya.



Tabel 4. Indeks Tendensi Konsumen Provinsi NTB Tahun 2016

ITK	Tw I- 2016	Tw II- 2016	Tw III- 2016	Tw IV- 2016
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ITK Triwulan Ini	108,20	107,50	114,81	103,16
Perkiraan ITK Triwulan Mendatang	108,21	109,41	104,95	105,62

ITK tertinggi yang terjadi pada triwulan III-2016 tidak terlepas dari banyaknya peristiwa penting yang terjadi pada triwulan tersebut yaitu Ramadhan, Idul Fitri dan Idul Adha. Selain hari raya, pada triwulan ketiga pula para PNS memperoleh gaji ke 13 dan yang juga turut mempengaruhi konsumsi adalah bulan Juli hingga Agustus adalah bulan dimana para anak sekolah mulai memasuki tahun ajaran baru sehingga pengeluaran rumah tangga untuk biaya pendidikan juga turut meningkat.

Perkiraan ITK triwulan mendatang merupakan indikator dini akan optimisme konsumen. Pada triwulan I, masyarakat NTB memprediksi bahwa perekonomian akan semakin membaik yang tergambar melalui Indeks perkiraan ITK triwulan mendatang sebesar 108,21 dan saat memasuki triwulan II ITK yang kemudian terjadi adalah sebesar 107,50. Konsumen juga memperkirakan perekonomian triwulan III akan semakin membaik dibanding triwulan II dengan perkiraan ITK triwulan III sebesar 109,41 dan yang terjadi optimisme pada triwulan III memang sangat membaik

dibandingkan triwulan III. Yang menarik adalah masyarakat NTB menyambut datangnya tahun 2017 dengan sentimen yang positif, hal ini tergambar dari besaran perkiraan ITK triwulan I tahun 2017 sebesar 105,62.

Sejak tahun 2012, kondisi perekonomian Provinsi NTB cenderung baik dan semakin membaik di mata konsumen yang tercermin dari nilai ITK nya. Walaupun berfluktuasi, ITK selalu bernilai di atas 100 sejak triwulan III tahun 2012. Dalam rentang waktu 2012 hingga 2016 hanya sekali masyarakat NTB merasa pesimis dengan perekonomian di provinsi ini, yaitu pada triwulan I tahun 2015 dengan nilai ITK sebesar 97,50. Kondisi ini bisa jadi dilatar belakangi oleh mulai dirumahnya beberapa karyawan PT Newmont Nusa Tenggara sebagai akibat dari pelarangan ekspor konsentrat dan juga menurunnya produktivitas beberapa komoditas pertanian. Pada triwulan itu pula dikeluarkan larangan untuk melakukan rapat di hotel bagi para aparat pemerintahan, dan hal ini sangat berdampak pada industri perhotelan di NTB. Namun hal tersebut tidak berlangsung lama sebab pada triwulan berikutnya konsumen kembali merasa optimis akan perekonomian.

Gambar 3: ITK Provinsi NTB Tahun 2012-2016



Dalam kurun waktu 4 tahun terakhir optimisme tertinggi terjadi pada triwulan III tahun 2016 dengan nilai ITK sebesar 114,81. Alih-alih kenaikan gaji, pemerintah mengganti kenaikan pendapatan PNS dengan Tunjangan Hari Raya yang dicairkan pada triwulan yang sama dengan diterimanya gaji 13. Hal ini sepertinya berdampak signifikan pada perilaku konsumen dalam menyikapi perekonomian.

Tabel 4: Indeks Tendensi Konsumen 2016 per Triwulan Menurut Variabel Pembentuknya

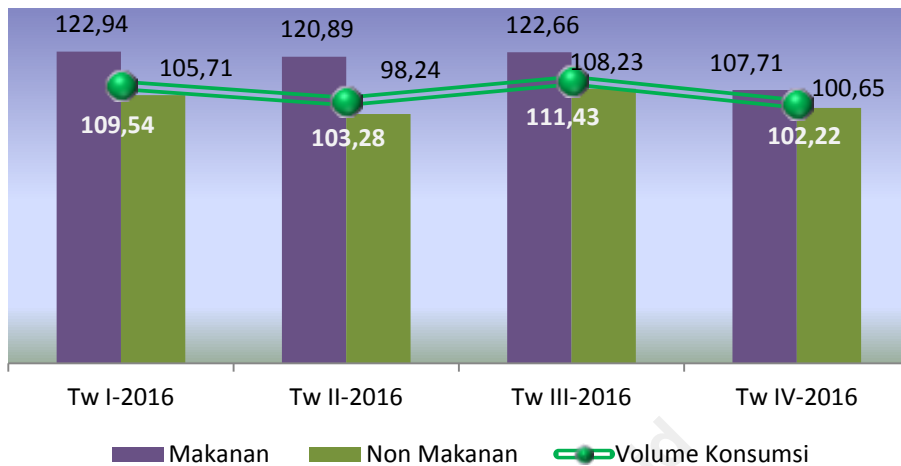
Variabel Pembentuk	Tw I- 2016	Tw II- 2016	Tw III- 2016	Tw IV- 2016
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Pendapatan Kini	106,88	106,82	124,02	104,89
Pengaruh Inflasi terhadap Total Pengeluaran Rumah Tangga	109,61	112,13	100,14	100,66
Volume Konsumsi Barang dan Jasa	109,54	103,28	111,43	102,22
<b>Indeks Tendensi Konsumen</b>	<b>108,20</b>	<b>107,50</b>	<b>114,81</b>	<b>103,16</b>

Harga kebutuhan yang terjangkau sebagai akibat dari rendahnya inflasi pada triwulan I tahun 2016 (1,05 persen) telah menggiring opini masyarakat NTB dalam menyikapi perekonomian di triwulan itu. Hal ini tercermin dari Indeks Pengaruh Inflasi terhadap total pengeluaran rumah tangga triwulan I yang cukup tinggi yaitu 109,61 dan lebih tinggi dibandingkan Indeks volume konsumsi barang dan jasa yang hanya sebesar 109,54 dan Indeks pendapatan kini yang hanya sebesar 106,88. Pada triwulan II, pengaruh inflasi masih menjadi pemicu optimisme masyarakat dan hal ini cukup beralasan sebab inflasi yang terjadi pada triwulan itu adalah sebesar 0,33 jauh lebih rendah dari inflasi umum pada triwulan I.

Perubahan pemicu optimisme masyarakat NTB terjadi pada triwulan III-2016. Pada triwulan ini kenaikan pendapatan yang tercermin dari Indeks Pendapatan Kini sangat tinggi yaitu sebesar 124,02 dan didukung oleh peningkatan volume konsumsi rumah tangga dengan Indeks Volume Konsumsi Barang dan Jasa triwulan III sebesar 111,43. Adapun Indeks Pengaruh Inflasi terhadap Total Pengeluaran rumah tangga hanya memiliki andil sebesar 100,14 yang artinya dibandingkan triwulan II konsumen merasa inflasi tidak mempengaruhi total pengeluaran mereka di triwulan ini.

Pendapatan konsumen masih meningkat pada triwulan IV dibandingkan triwulan III dengan Indeks Pendapatan Kini triwulan IV yang bernilai 104,89. Bonus akhir tahun, insentif dan hari raya Natal melatarbelakangi persepsi positif konsumen NTB di triwulan ini. Kendati meningkat, peningkatan volume konsumsi barang dan jasa triwulan IV dibanding triwulan III, masih tidak setinggi peningkatan volume triwulan III dibanding triwulan II. Inflasi kembali disikapi datar oleh konsumen karena dianggap tidak mempengaruhi volume pengeluaran total rumah tangga pada triwulan IV.

Gambar 4: Indeks Volume Konsumsi Makanan dan Non Makanan Provinsi NTB Tahun 2016



Jika dilihat lebih dalam lagi mengenai volume konsumsi barang dan jasa triwulanan di NTB sepanjang tahun 2016, tampak bahwa peningkatan konsumsi bahan makanan lebih dominan dibandingkan dengan konsumsi bukan makanan. Konsumsi makanan terdiri dari konsumsi bahan makanan dan makanan jadi, sedangkan konsumsi non makanan terdiri dari konsumsi pakaian, pulsa, pendidikan, hiburan, akomodasi, transportasi dan perawatan kesehatan/kecantikan.

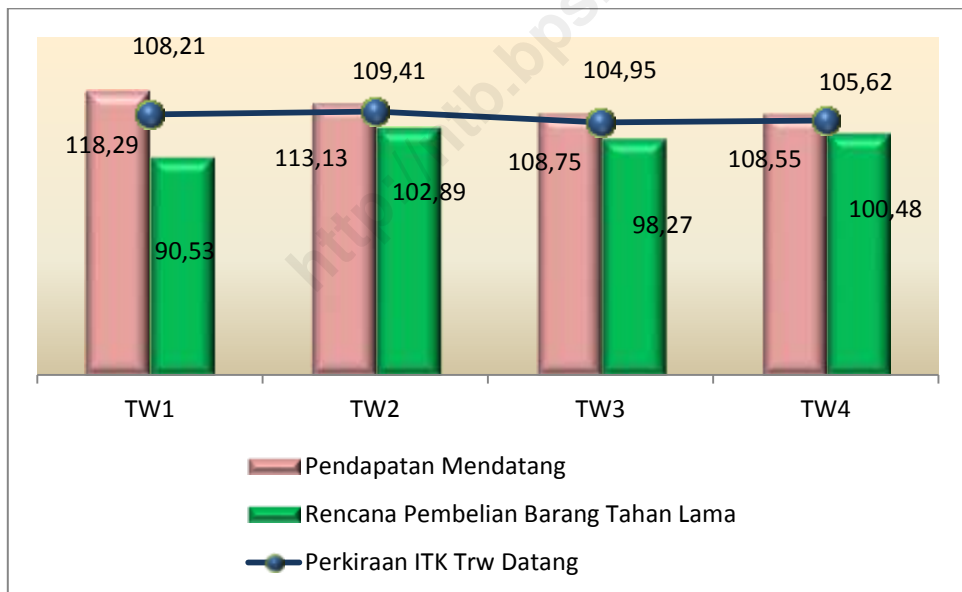
Pada triwulan II Indeks Konsumsi Non Makanan di bawah 100 artinya bahwa konsumen memiliki persepsi bahwa volume konsumsi non makanan pada triwulan II menurun dibandingkan volume konsumsi non makanan pada triwulan I. Indeks Volume konsumsi makanan mencapai nilai tertinggi pada triwulan I-2016 sedangkan Indeks Konsumsi non Makanan mencapai nilai tertinggi pada triwulan III-2016. Volume konsumsi non makanan pada triwulan IV dianggap sama dengan volume konsumsi non makanan pada triwulan III dengan

Indeks Konsumsi Non Makanan sebesar 100,65.

#### 4.3 Indikator Mendatang

Fungsi ITK sebagai *leading indicator* tercermin dari persepsi konsumen dalam perkiraan ITK triwulan mendatang. Sebagaimana telah dijabarkan sebelumnya, komponen penyusun indeks ini adalah Pendapatan Mendatang dan Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi dan Pesta/Hajatan. Pada tahun 2016, pada umumnya yang banyak memberikan pengaruh terhadap Perkiraan ITK Triwulan Mendatang adalah Indeks Perkiraan Pendapatan Mendatang.

Gambar 5: Indeks Perkiraan Mendatang Provinsi NTB Tahun 2016



Rencana pembelian tahan lama disikapi pesimis oleh konsumen NTB pada triwulan ganjil. Indeks Perkiraan Pembelian Barang Tahan Lama sebesar 90,53 pada triwulan I 2016 merupakan

yang paling pesimis sepanjang tahun 2016, artinya konsumen NTB memperkirakan bahwa triwulan II bukan merupakan waktu yang tepat untuk berinvestasi dengan membeli barang tahan lama padahal pada triwulan I tersebut konsumen memiliki persepsi bahwa pendapatan mereka untuk triwulan II akan lebih besar dibandingkan triwulan I. Sinyalemen yang diberikan oleh konsumen tersebut (rilis pada tiwulan I-2016) semestinya dapat dijadikan acuan oleh para produsen atau pelaku pasar untuk tidak melakukan penambahan produksi di triwulan II.

Masyarakat NTB memprediksi bahwa triwulan III-2016 merupakan waktu yang tepat untuk berinvestasi, hal ini tergambar dari Indeks Rencana Pembelian Barang tahan lama pada Triwulan II yang bernilai di atas 100 dan bahkan ini merupakan perkiraan paling optimis sepanjang tahun 2016 untuk indikator ini. Kendati memiliki persepsi bahwa pendapatan mereka akan meningkat pada triwulan I-2017 dibandingkan dengan triwulan IV-2017, namun masyarakat masih menganggap bahwa perekonomian di awal tahun 2017 akan sama saja dengan triwulan IV-2016 dan sehingga mereka ragu-ragu untuk merencanakan pembelian barang tahan lama (Indeks 100,48).

Bentuk dari investasi yang direkam dalam Survei Tendensi Konsumen adalah barang tahan lama berupa barang elektronik, perhiasan, perangkat komunikasi, rekreasi dan termasuk juga pesta/hajatan. Dan ternyata persepsi masyarakat untuk rencana investasi ini bervariasi untuk masing-masing jenis komoditas. Satu-satunya indikator yang selalu disikapi pesimis oleh konsumen sepanjang tahun 2016 adalah rencana pembelian perhiasan dengan indeks di



bawah 100 dari triwulan I hingga triwulan IV.

Tabel 6. Indeks Rencana Pembelian Barang Tahan Lama Provinsi NTB Tahun 2016

Variabel Pembentuk	Tw I- 2016	Tw II- 2016	Tw III- 2016	Tw IV- 2016
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Barang Elektronik	105,61	115,52	114,30	115,39
Perhiasan	64,46	84,15	75,62	73,05
Perangkat komunikasi	113,49	109,33	112,64	113,28
Rekreasi	72,29	102,81	87,53	97,67
Pesta & Hajatan	96,82	102,63	101,29	103,00
<b>Rencana Pembelian Barang Tahan Lama</b>	<b>90,53</b>	<b>102,89</b>	<b>98,27</b>	<b>100,48</b>

Dua indikator yang selalu disikapi optimis oleh masyarakat adalah rencana pembelian barang elektronik dan rencana pembelian perangkat komunikasi, hal ini ditandai dengan Indeks yang selalu bernilai 100 sejak triwulan I hingga triwulan IV.

Yang menarik adalah konsumen memprediksi bahwa triwulan

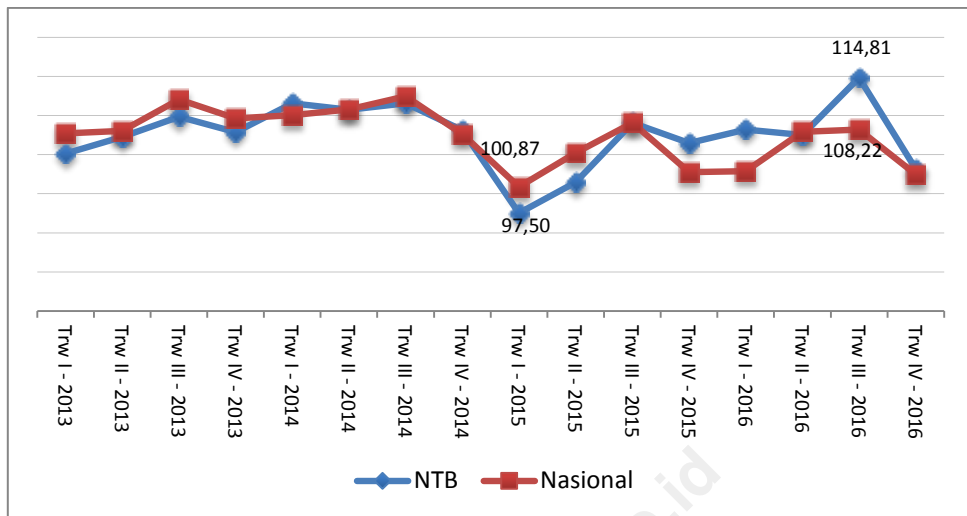
IV-2016 dan triwulan I-2017 merupakan waktu yang kurang tepat untuk melakukan rekreasi. Sinyal ini tampak dari Indeks Rencana Rekreasi yang bernilai di bawah 100 untuk triwulan III dan triwulan IV tahun 2016. Tingginya intensitas hujan dan kondisi cuaca yang tidak menentu pada kedua triwulan tersebut disinyalir merupakan penyebab persepsi masyarakat yang demikian.

#### 4.4 Perbandingan Regional

Sebagai barometer perekonomian secara umum, kondisi ekonomi Nasional senantiasa dibandingkan dengan perekonomian daerah. Banyak peneliti yang telah membuktikan bahwa situasi umum ekonomi nasional akan dialami daerah, hanya saja dampaknya dapat langsung terjadi di saat yang bersamaan, dan dapat pula terjadi belakangan di daerah. Pada intinya perekonomian nasional dan perekonomian daerah saling mempengaruhi satu sama lain.

Perbandingan ITK Provinsi NTB dan Nasional setiap triwulan selama periode 2013-2016 menunjukkan adanya pola yang mirip di antara keduanya. Pada triwulan yang sama, ITK NTB dan nasional secara umum bergerak ke arah yang sama, baik menurun ataupun meningkat, meskipun pergerakannya tidak selalu sama setiap triwulannya. Sebagai contoh, pada triwulan I 2015, nilai ITK di provinsi NTB dan Nasional sama-sama menurun, sedangkan pada triwulan III 2016, nilai ITK keduanya sama-sama meningkat dibanding triwulan sebelumnya.

Gambar 6: Perbandingan ITK per triwulan antara Provinsi NTB dan Nasional, 2013-2016



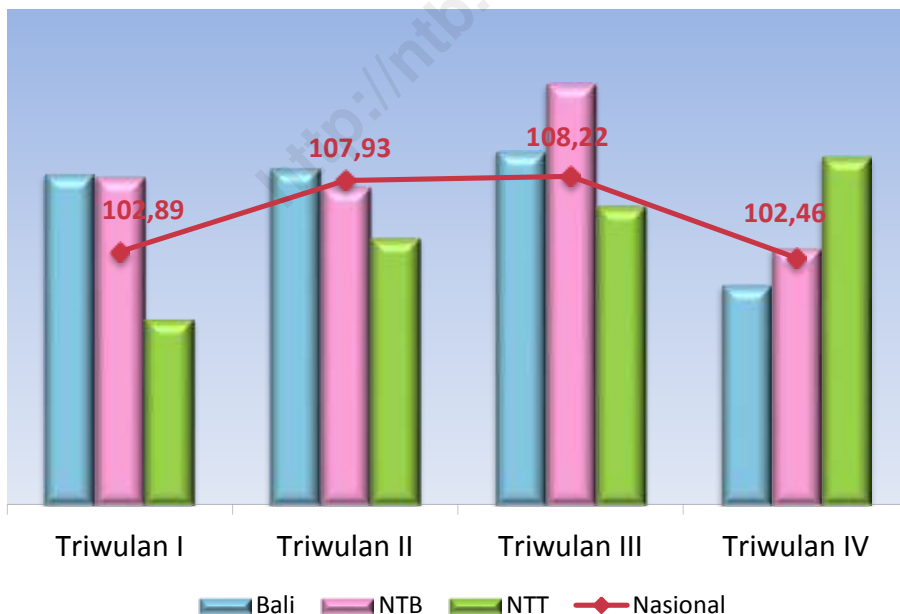
Perbandingan ITK provinsi NTB dengan beberapa provinsi terdekat dan Nasional selama tahun 2016 ditunjukkan pada tabel 7. Angka ITK Provinsi NTB pada 2016 selalu di atas Nasional setiap triwulannya, kecuali pada triwulan II 2016

Tabel 5: ITK 2016 per Triwulan di Beberapa Provinsi dan Nasional

Wilayah/Provinsi	Triwulan	Triwulan	Triwulan	Triwulan
	I	II	III	IV
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Bali	108,40	108,78	109,98	100,57
NTB	108,20	107,50	114,81	103,16
NTT	98,15	103,87	106,14	109,62
Nasional	102,89	107,93	108,22	102,46

Optimisme masyarakat Bali, NTB dan NTT ternyata berbeda untuk setiap triwulannya. Pada triwulan I, nilai ITK Provinsi NTB berada di antara Bali dan NTT, demikian juga dengan triwulan II dan IV. Sementara itu pada triwulan III, angka ITK provinsi NTB merupakan yang tertinggi dibandingkan Bali dan NTT. Secara intuitif, terlihat sekali bahwa faktor hari raya agama yang dianut oleh mayoritas penduduk daerah memegang andil dalam tingkat optimisme masyarakatnya. Provinsi NTB yang mayoritas beragama Islam memiliki ITK tertinggi pada triwulan III, Bali yang mayoritas beragama Hindu memiliki ITK tertinggi pada triwulan III dan NTT yang mayoritas beragama Kristen memiliki ITK tertinggi pada triwulan IV.

Gambar 7: ITK 2016 per Triwulan di beberapa Provinsi dan Nasional

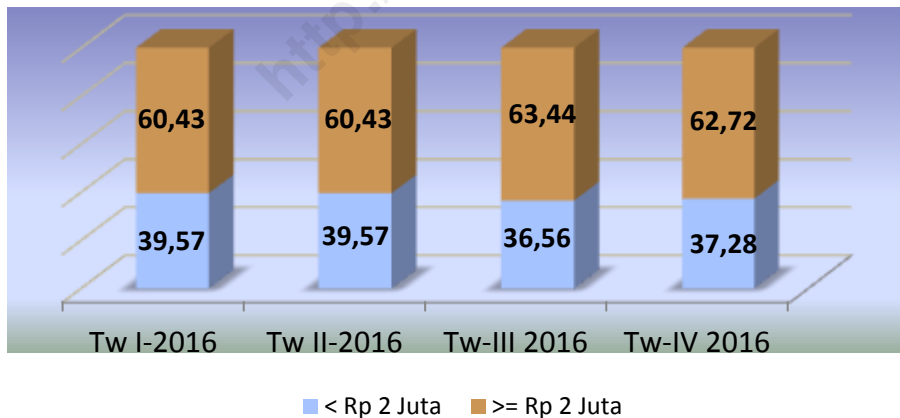


#### 4.5 Karakteristik Responden

Sampel akan menjadi baik untuk menggambarkan kondisi umum populasi apabila sampel tersebut representatif. Dalam hal Survei Tendensi Konsumen (STK), sampel yang representatif adalah mereka dengan perekonomian menengah ke atas, karena rumah tangga dengan perekonomian menengah ke atas lah yang paling banyak memiliki andil dalam melakukan konsumsi dan lebih sensitif dalam merasakan perubahan pergerakan perekonomian. Selain itu latar belakang pendidikan responden juga cukup mempengaruhi persepsi mereka terhadap perekonomian daerah.

Untuk lebih meyakinkan tingkat kepercayaan pengguna data akan hasil STK yang tertuang dalam ITK sepanjang tahun 2016, berikut digambarkan karakteristik responden dari STK di Provinsi NTB.

Gambar 8: Responden STK Menurut Pendapatan Rumah Tangga, 2016

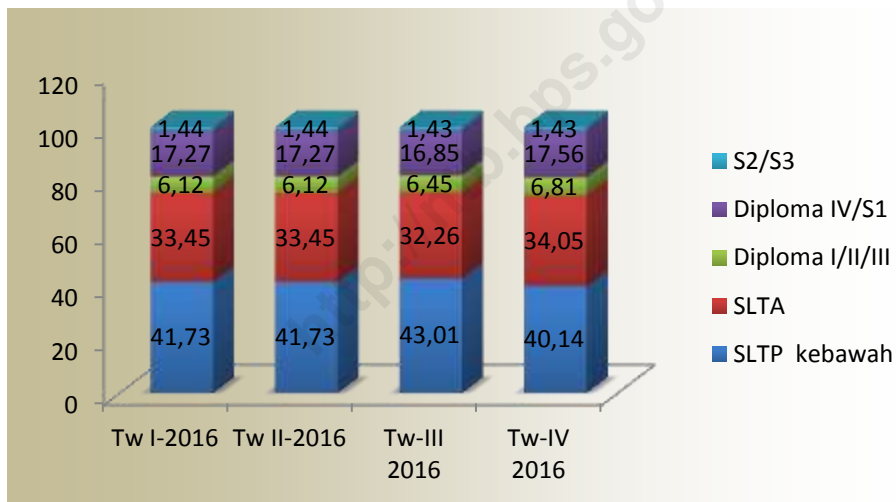


Keterwakilan dari rumah tangga menengah ke atas tampak dari profil responden menurut pendapatan rumah tangga tersebut. Jumlah

responden dengan pendapatan lebih dari 2 juta rupiah per triwulan melebihi 60 persen dari total responden.

Menurut pendidikannya, sekitar 40 persen responden STK setiap triwulannya berpendidikan SLTP ke bawah, dan sekitar 30 persen berpendidikan SLTA. Responden yang berpendidikan minimal D IV/S1 ke atas hanya sekitar 18 persen. Tingkat pendidikan responden relatif memiliki keterkaitan dengan persepsi mereka terhadap keadaan perekonomian. Hal ini juga berkaitan erat dengan pemahaman mereka terhadap pertanyaan dalam kuesioner STK, sehingga petugas perlu lebih hati-hati dalam menjelaskan maksud dari setiap pertanyaan.

Gambar 9: Persentase Responden STK Menurut Pendidikan, 2016




Jika dilihat dari lapangan usaha responden, maka dari keseluruhan responden STK tahun 2016 ada keterwakilan dari hampir seluruh lapangan usaha. Hanya lapangan usaha Pengadaan Air saja yang tidak diwakili oleh salah satu responden STK, namun hal tersebut seharusnya tidak terlalu bermasalah sebab lapangan usaha ini hanya memiliki andil yang sangat kecil dalam pembentukan PDRB Provinsi

NTB secara keseluruhan.

Tabel 6: Persentase Sampel Rumah Tangga STK Menurut Lapangan Usaha, Triwulan I-IV 2016

Kode	Lapangan pekerjaan kepala rumah tangga (Kode)	Triwulan			
		1	2	3	4
1	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	13,67	13,67	13,98	15,77
2	Pertambangan dan Penggalian	1,44	1,44	1,43	1,08
3	Industri Pengolahan	3,60	3,60	4,66	3,58
4	Pengadaan Listrik, Gas	1,44	1,44	1,43	1,79
5	Pengadaan Air	0,00	0,00	0,00	0,00
6	Konstruksi	5,76	5,76	5,73	6,45
7	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor	15,47	15,47	15,41	15,05
8	Transportasi dan Pergudangan	2,88	2,88	3,94	3,58
9	Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum	4,32	4,32	3,94	2,87
10	Informasi dan Komunikasi	1,08	1,08	1,08	1,08
11	Jasa Keuangan	2,16	2,16	2,51	2,87
12	Real Estate	1,08	1,08	1,08	1,08
13	Jasa Perusahaan	0,72	0,72	0,72	0,72
14	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	13,31	13,31	12,90	12,19
15	Jasa Pendidikan	5,04	5,04	4,66	5,02
16	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	0,72	0,72	0,72	1,08
17	Jasa lainnya	6,83	6,83	6,81	7,17
18	Tidak bekerja/penerima pendapatan	20,50	20,50	19,00	18,64
Total		100,00	100,00	100,00	100,00

---



**BAB 5**  
**KESIMPULAN**

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



Berdasarkan apa yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai Indeks Tendensi Konsumen di Provinsi Nusa Tenggara Barat pada tahun 2016 sebagai berikut:

1. Kondisi perekonomian konsumen di Provinsi NTB selama tahun 2016 menurut persepsi rumah tangga mengalami peningkatan setiap triwulannya. Peningkatan ini terutama didorong oleh adanya peningkatan pendapatan serta konsumsi rumah tangga.
2. Secara umum adanya inflasi tidak banyak mempengaruhi persepsi konsumen terhadap volume konsumsi masyarakat NTB pada triwulan III dan IV. Hal ini ditunjukkan oleh indeks untuk variabel ini yang bernilai sekitar 100 pada kedua triwulan tersebut.
3. Peningkatan pendapatan rumah tangga pada triwulan III sangat signifikan sehingga persepsi konsumen akan perekonomian NTB pada triwulan tersebut sangat optimis dan yang paling optimis dalam tahun 2016.
4. Masyarakat di Provinsi NTB menyambut tahun 2017 dengan persepsi yang optimis. Hal ini diindikasikan oleh Perkiraan ITK mendatang yang bernilai di atas 100.
5. Walau demikian konsumen merasa ragu-ragu untuk merencanakan pembelian barang tahan lama pada triwulan I-2017 karena mereka menjawab rencana pembelian barang tahan lama di triwulan I-2017 masih tetap sama dengan triwulan IV-2016 (indeks sekitar 100).

**Daftar Pustaka**

- Badan Pusat Statistik. 1976-1991. *Indikator Pendahuluan di Indonesia*. BPS: Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 1996. *Studi Pendahuluan Penyusunan Sistem Pemantauan beberapa Indikator Dini*. BPS: Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 1997. *Studi Penyusunan Pendahuluan Sistem Pemantauan beberapa Indikator Dini*. BPS: Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 1998. *Pemantauan beberapa Sistem Indikator Dini Dalam Rangka Pengembangan Sistem Monitoring Ekonomi Makro Jangka Pendek*. BPS: Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2000. *Sistem Pemantauan beberapa Indikator Dini Ringkasan Metodologi 2000*. BPS: Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2001. *Indikator Fundamental Ekonomi Indonesia*. BPS: Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2009. *Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen 2012*. BPS: Jakarta
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen 2016*. BPS: Jakarta
- Badan Pusat Statistik Provinsi NTB. 2016. *Indeks Tendensi Konsumen Nusa Tenggara Barat 2015*. BPS NTB: Mataram



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

## Lampiran 1: Indeks Komoditi Per Triwulan, 2016

No	Komoditi	Triwulan			
		I	II	III	IV
1	Bahan Makanan	126,83	122,52	122,49	112,45
2	Makanan Jadi	119,05	119,25	122,83	102,96
3	Pakaian	106,24	109,91	126,66	95,42
4	Pulsa HP	116,59	103,32	105,48	110,47
5	Pendidikan	113,18	114,65	116,34	106,86
6	Hiburan	90,69	82,41	97,56	89,18
7	akomodasi	88,82	80,58	90,74	90,34
8	Transportasi	117,80	100,96	116,17	107,46
9	Perawatan kesehatan/ salon	106,63	95,88	104,63	104,84

## Lampiran 2: Inflasi Triwulanan di NTB menurut Komoditi

Komoditi	Triwulan			
	I	II	III	IV
Inflasi	1,05	0,33	0,11	1,14
Bahan Makanan	3,56	0,20	-0,72	1,20
Makanan Jadi, Minuman, Rokok & Tembakau	0,55	1,78	0,65	1,83
Perumahan, Air, Listrik, Gas & Bahan Bakar	0,07	0,13	0,29	1,79
Sandang	1,74	1,32	2,89	-1,31
Kesehatan	1,71	0,66	0,93	1,29
Pendidikan, Rekreasi dan Olahraga	0,48	0,13	1,43	0,28
Transpor, Komunikasi dan Jasa Keuangan	-0,45	-1,20	-1,27	0,15


Lampiran 3: Indeks Harga konsumen dan Inflasi Bulanan di Provinsi  
NTB, 2016

Bulan	IHK	Inflasi
Januari	123,42	1,16
Februari	123,38	-0,02
Maret	123,30	-0,06
April	122,76	-0,43
Mei	122,41	-0,29
Juni	123,71	1,08
Juli	125,05	1,07
Agustus	124,62	-0,34
September	123,84	-0,63
Oktober	124,21	0,23
November	124,45	0,20
Desember	125,25	0,63

Lampiran 4: Realisasi jumlah sampel STK per triwulan menurut  
Kabupaten/Kota Tahun 2016

Kabupaten/Kota	Triwulan			
	I	II	III	IV
Lombok Timur	70	70	70	70
Sumbawa	40	40	40	40
Dompu	30	30	30	30
Kota Mataram	110	110	110	110
Kota Bima	40	40	40	40
NTB	290	290	290	290

Lampiran 5  
Kuesioner Survei Tendensi Konsumen 2016



REPUBLIK INDONESIA  
BADAN PUSAT STATISTIK

**SURVEI TENDENSI KONSUMEN 2016**

Survei, IV-2016

**BLOK I. PENGENALAN TEMPAT**

1. Pekerjaan		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Kelurahan/Kelurahan		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Kecamatan		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Desa/Kelurahan <sup>1)</sup>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Kodepos, Desa/Kelurahan <sup>2)</sup>	1. kodepos 2. Desa/kelurahan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Nomor Kode Samsak		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Nomor Lind Sampel		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Nama Kepala Rumah Tangga		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Jumlah Anggota Rumah Tangga		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Kelengkapan Hasil Pengolahan	1. Berhad dan selesai 2. Bisa digunakan bangunan sesuai yang sama 3. Bangunan sesuai konsep/ukur Berhad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<sup>1)</sup>Code yang sama saja.

**BLOK II. KETERANGAN PETUGAS**

1. Nama Pengabdian/No HP:	Tanggung	Tanda Tangan:
2. Nama Pengabdian/No HP:	Tanggung	Tanda Tangan:

**BLOK III. INFORMASI UMUM RESPONDEN**

**Keterangan Responden**

1. Status responden:	1. kawin	2. janda	3. duda	4. belum menikah	<input type="checkbox"/>	
2. Jenis kelamin responden:	1. laki-laki	2. perempuan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
3. Umur (responden):	< 20 tahun	20 - 29 tahun	30 - 39 tahun	40 - 49 tahun	50 - 59 tahun	<input type="checkbox"/>
4. Pendidikan terakhir yang ditempuh responden:	SD/PT	SMP	SMA/SMK	Diploma I/II/III	S2/S3	<input type="checkbox"/>
5. Lapangan pekerjaan kepala rumah tangga:	..... (tuliskan)					<input type="checkbox"/>

**Keterangan Rumah Tangga:**

1. Pekerjaan, keahlian, dan keahlian	- 01	Informasi dan Komunikasi	- 10
2. Perencanaan dan Pengawasan	- 02	Jasa Kesehatan	- 11
3. Keperawatan	- 03	Retail Eksternal	- 12
4. Pengabdian Lintas, Gas	- 04	Jasa Perumahan	- 13
5. Pengabdian Air	- 05	Administratif/Perencanaan, Pemasaran	- 14
6. Konstruksi	- 06	Jasa Perawatan dan Pemeliharaan	- 15
7. Pengabdian Listrik dan Energi, (Negeri dan Perawatan Motor dan Sepeda Motor)	- 07	Jasa Keperawatan dan Keagamaan	- 16
8. Transportasi dan Pengangkutan	- 08	Jasa lainnya	- 17
9. Perbaikan Akomodasi dan Perbaikan Mekanik Motor	- 09	Tidak dapat dikategorikan	- 18

(Lihat Kepala Rumah Tangga tidak dapat dikategorikan pada kode 18, lampiran B. 7)

**A. Status Pekerjaan Kepala Rumah Tangga:**

Berusaha sendiri/pekerja sendiri	- 1	Buruh/Karyawan/Pegawai	- 2	<input type="checkbox"/>
Berusaha dibantu pekerja tetap	- 2	Retirade/keluarga	-	<input type="checkbox"/>

**B. Jumlah anggota rumah tangga (termasuk kepala rumah tangga) yang bekerja/pekerjaan/pekerjaan:**

< 2 juta rupiah	- 1	3-3,9 juta rupiah	- 2	5-9 juta rupiah	- 3	<input type="checkbox"/>
2-2,9 juta rupiah	- 2	4-4,9 juta rupiah	- 3	10 juta rupiah	- 4	<input type="checkbox"/>



**BLOK IV. PERSEPSI TERHADAP KONDISI EKONOMI**

**A. PENDAPATAN RUMAH TANGGA**

1. Bagaimana pendapatmu seluruh anggota rumah tangga selama Idwulan IV-2016 dibandingkan Idwulan III-2016:

    Meningkat  -1      Tetap  -2      Menurun  -3

    Jika jawaban tetap (kode 2) tanggung ke Rincian 2

2. Apakah pendapatmu tentang pendapatan keluargamu atau pendapatan pada Idwulan I (09M) PILIHAN JAWABAN 1)

    Lainnya:  *.....*

3. Bagaimana perkiraan pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama Idwulan IV-2016 dibandingkan Idwulan III-2016:

    Meningkat  -1      Tetap  -2      Menurun  -3

    Jika jawaban tetap (kode 2) tanggung ke Rincian 5

4. Apakah pendapatmu tentang perkiraan pendapatan keluargamu atau pendapatan pada Rincian 3 (09M) PILIHAN JAWABAN 1)

    Lainnya:  *.....* (melalui)

**PILIHAN JAWABAN 1 (untuk Rincian 2 dan 4)**

Jawaban mungkin:	Jawaban mungkin:
1. Pendapatan gajipenghasilan usaha	1. Penerimaan gajipenghasilan usaha
2. Mendapat pendapatan ugalibovwa	2. Penerimaan ugalibovwa
3. Mendapat penghasilan sampingan	3. Ada anggota keluarga yg mendapat penghasilan sampingan
4. Mendapat pendapatan lain-lain	4. Pendapatan lainnya
5. Lainnya	5. Lainnya

**B. PERUBAHAN HARGA BARANG DAN JASA**

5. Bagaimana perubahan harga barang/jasa kebutuhan rumah tangga selama Idwulan IV-2016 dibandingkan Idwulan III-2016:

    Meningkat  -1 (< 20%)      Tetap  -2      Menurun  -3

    Meningkat sedang (10-20%)      Tetap  -2      Menurun  -3

    Meningkat sedikit (< 10%)      Tetap  -2      Menurun  -3

**C. PENGELUARAN DAN KONSUMSI RUMAH TANGGA**

6. Bagaimana volume/frekuensi konsumsi barang/jasa di bawah ini selama Idwulan IV-2016 dibandingkan Idwulan III-2016:

Kategori Barang/Jasa	Meningkat	Tetap	Menurun
<b>Pencetakan/Volume:</b>			
1. Baju-baju/pakaian/rompi	1	2	3
2. Makanan/minuman jadi/cetak, minuman, dan es/lele di eskan/lele/lele/lele	1	2	3
3. Pakaian	1	2	3
4. Pembelian Pulsa HP	1	2	3
5. Berbelanja	1	2	3
<b>Pencetakan/Frekuensi:</b>			
6. Berbelanja/belanja (code 0-1) belanja	1	2	3
7. Berbelanja/belanja (code 2) belanja	1	2	3
8. Berbelanja/belanja (code 3) belanja	1	2	3
9. Berbelanja/belanja (code 4) belanja	1	2	3

7. Bagaimana total pengeluaran seluruh anggota rumah tangga selama Idwulan III-2016 dibandingkan Idwulan I-2016:

    Meningkat  -1      Tetap  -2      Menurun  -3

    Jika jawaban tetap (kode 2) tanggung ke Rincian 9

8. Apakah pendapatmu tentang total pengeluaran rumah tangga atau pengeluaran pada Rincian 7 (lihat PILIHAN JAWABAN 2 di lembar berikut)

    Lainnya (kode):  .....

9. Bagaimana pendapatmu total pengeluaran seluruh anggota rumah tangga selama Idwulan I-2017 dibandingkan Idwulan IV-2016:

    Meningkat  -1      Tetap  -2      Menurun  -3

    Jika jawaban tetap (kode 2) tanggung ke Rincian 11

10. Apakah, dengan/beh, usaha, Gedikna, total, pengeluaran, tanah, tanah, rumah, rumah, atau, rumah, pada, rumah, 9 (9)K, PILIHAN JAWABAN 2) (sangat/sangat) .....

**PILIHAN JAWABAN 2 (untuk rumah Nomor 8 dan 10)**

Jawaban mungkin :  
 -1 Perumahan penyelesaian  
 -2 Fasilitas perumahan desa  
 -3 Fasilitas perumahan kota  
 -4 Fasilitas perumahan  
 -5 Lainnya .....

Jawaban mungkin :  
 -1 Perumahan penyelesaian  
 -2 Fasilitas perumahan desa  
 -3 Fasilitas perumahan kota  
 -4 Fasilitas perumahan  
 -5 Lainnya .....

**D. KONDISI KEUANGAN RUMAH TANGGA**

11. Bagaimana kondisi keuangan rumah Bapak/Ibu selama Triwulan IV-2016?  
 -1 Sangat banyak  
 -2 Banyak  
 -3 Cukup  
 -4 Sedikit  
 -5 Sangat sedikit

**E. KETERSEDIAAN LAPANGAN PEKERJAAN**

12. Bagaimana lapangan pekerjaan Bapak/Ibu sejak menabung selama Triwulan I-2017 dibandingkan:  
 -1 Sangat banyak  
 -2 Banyak  
 -3 Tidak banyak

13. Bagaimana ketersediaan lapangan pekerjaan (formal dan non formal) selama Triwulan IV-2016 dibandingkan Triwulan III-2016:  
 -1 Lebih banyak  
 -2 Sama  
 -3 Lebih sedikit

14. Bagaimana perkiraan ketersediaan lapangan pekerjaan (formal dan non formal) selama Triwulan I-2017 dibandingkan Triwulan IV-2016:  
 -1 Lebih banyak  
 -2 Sama  
 -3 Lebih sedikit

**F. PEMBELAN BARANG TAHAN LAMA**

15. Menurut Bapak/Ibu, apakah dalam Triwulan IV-2016 merupakan waktu yang tepat bagi rumah tangga untuk membeli barang-barang tahan lama, seperti barang elektronik, peralatan rumah tangga, perhiasan logam/batu mulia, perbot mobil/motor, perngkat komunikasi, dan alat olahraga dan kesehatan:  
 -1 Ya, waktu yang tepat  
 -2 Tidak  
 -3 Tidak  
 -4 Lainnya



**BLOK V. PENJELASAN RINGKAS (lanjutan)**

- ✓ **Rencana 12: Rencana umum tenaga untuk mengatasi permasalahan pekerjaan, pendapatan, teknologi, kondisi keuangan, turas, tabung, dan/atau 3 bulan ke depan. Jeda dan kemampuan untuk melakukan dapat diandalkan, bahwa, cukup, sangat memengaruhi pendapatan, pendapat, dan/atau.**
  - ✓ **Rencana 13 dan 14: Keterampilan, Lapangan, Pekerjaan, dan/atau pendapatan, pendapatan, keterampilan, lapangan, pekerjaan, baik, formal dan/atau, non formal, keahlian, lapangan, atau, dan/atau, dan/atau, yang dimaksud, baik, banyak, pendapatan, pekerjaan, sebagai, karyawan, atau, pegawai, juga termasuk keterampilan untuk, berbagai.**
  - ✓ **Rencana 15: Waktu yang tepat bagi umum tenaga untuk membeli barang lain, lama.**
  - ✓ **Maksud dan tujuan, ini adalah, untuk, meningkatkan, pendapat, pendapatan, teknologi, kondisi, dan/atau, saat, ini. Waktu yang tepat, luas, lapangan, dan/atau, dan/atau, sesuai, dan/atau, yang baik, berbagai, daya, baik, dan/atau, juga baik.**
  - ✓ **Rencana 16: Rencana Pembelian Barang Lain, Lama, Sekresi, dan, dan/atau.**
- Perencanaan harus dilakukan setiap, dan/atau, kelompok, barang, lain, lama, dan/atau, melakukan, aktivitas, (kegiatan) dan/atau, yang, dan/atau, dan/atau, 2

**BLOK VI. CATATAN**

--

# DATA

MENCERDASKAN BANGSA  
*-enlighten the nation-*

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



**BADAN PUSAT STATISTIK**  
**PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT**