

Katalog BPS No. 9202002.74

Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Sulawesi Tenggara 2015



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI SULAWESI TENGGARA**

INDEKS TENDENSI KONSUMEN SULAWESI TENGGARA TAHUN 2015

<https://sultra.bps.go.id>



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI SULAWESI TENGGARA**

INDEKS TENDENSI KONSUMEN
SULAWESI TENGGARA
TAHUN 2015

Katalog BPS : 9202002.74
No.Publikasi : 74000.1527
Ukuran Buku : 17,6 cm x 25 cm
Jumlah Halaman : vi + 60 halaman

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

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

Diterbitkan Oleh:
Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tenggara

Dicetak Oleh:
CV. Metro Graphia Kendari

Boleh dikutip dengan menyebut sumbernya

Salah satu bentuk informasi yang akan disajikan dalam publikasi ini adalah persepsi konsumen terhadap situasi perekonomian. Informasi ini merupakan salah satu bentuk informasi dini yang mungkin diperlukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat karena bisa memberikan sinyal awal mengenai perkiraan kondisi perekonomian beberapa waktu mendatang. Informasi ini diperoleh melalui Survei Tendensi Konsumen (STK), yang kemudian disusun menjadi Indeks Tendensi Konsumen (ITK). Survei ini telah dikembangkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) sejak Tahun 1995, berupa Sistem Pemantauan Indikator Dini, yang mencakup penghitungan Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen.

Sampai dengan Tahun 2010, penghitungan ITK hanya mencakup wilayah Jabodetabek. Sejak Triwulan I-2011 penghitungan ITK dilakukan di seluruh wilayah Indonesia sampai tingkat provinsi. Pelaksanaan STK tahun 2015 di Sulawesi Tenggara sendiri mencakup 180 rumah tangga setiap triwulan.

Publikasi ini menjelaskan metode dan hasil penghitungan ITK Tahun 2015 Provinsi Sulawesi Tenggara. Mengingat bahwa STK Triwulan IV-2015 yang belum dilaksanakan, maka publikasi ini hanya menyajikan hasil penghitungan ITK Triwulan I-2015 sampai dengan Triwulan III-2015 serta Perkiraan ITK Triwulan IV-2015.

Kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyusunan publikasi ini disampaikan penghargaan dan terima kasih. Kritik dan saran bagi penyempurnaan publikasi ini di masa mendatang sangat dihargai dan semoga publikasi ini bermanfaat.

Kendari, Desember 2015

Kepala Badan Pusat Statistik
Provinsi Sulawesi Tenggara

Ir. Adi Nugroho, M.M.

<https://sultra.bps.go.id>

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel dan Gambar	vi
I. Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang.....	3
1.2. Tujuan	4
1.3. Cakupan Penelitian	4
1.4. Sistematika Penulisan.....	5
II. Kajian Literatur	
2.1. <i>Consumer Sentiment Index (Michigan University)</i>	9
2.2. <i>Consumer Confidence Index</i>	10
2.3. Survei Konsumen (Bank Indonesia).....	11
III. Metodologi Penghitungan	
3.1. Variabel Pembentuk.....	15
3.2. Prosedur Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen.....	16
3.3. Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen.....	25
IV. Hasil Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2015	
4.1. Profil Rumah Tangga 2015.....	29
4.2. Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen	31
4.3. Kondisi Ekonomi Konsumen Triwulan I-2015 dan Perkiraan Ekonomi Konsumen Triwulan II-2015	33
4.4. Kondisi Ekonomi Konsumen Triwulan II-2015 dan Perkiraan Ekonomi Konsumen Triwulan III-2015.....	35
4.5. Kondisi Ekonomi Konsumen Triwulan III-2015 dan Perkiraan Ekonomi Konsumen Triwulan IV-2015.....	38
4.6. Perbandingan Regional	41
V. Kesimpulan	
5.1. Perekonomian dari Sisi Rumah Tangga Tahun 2015	45
Daftar Pustaka	47
Lampiran	
Lampiran 1. Kuesioner Survei Tendensi Konsumen.....	51
Lampiran 2. Trend Nilai Indeks Tendensi Konsumen Kini dan Indeks Tendensi Konsumen Mendatang, 2011 – 2015.....	59

Daftar Tabel

Tabel 3.1.	Pemberian Kode dan Skor Variabel Pendapatan, Perkiraan Pendapatan, dan Volume/Frekuensi Konsumsi Kelompok Barang/Jasa.....	18
Tabel 3.2.	Pemberian Kode dan Skor Variabel Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga.....	19
Tabel 3.3.	Pemberian Kode dan Skor Variabel Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi, dan Pesta/Hajatan.....	20
Tabel 4.1.	Persentase Kepala Rumah Tangga Responden STK Menurut Tingkat Pendidikan, 2015.....	29
Tabel 4.2.	Persentase Kepala Rumah Tangga Responden STK Menurut Lapangan Pekerjaan, 2015.....	30
Tabel 4.3.	Persentase Kepala Rumah Tangga Responden STK Menurut Status Pekerjaan, 2015	31
Tabel 4.4.	Nilai Indeks Tendensi Konsumen Beserta Variabel Pembentuknya, Triwulan I-2015.....	34
Tabel 4.5.	Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Beserta Variabel Pembentuknya, Triwulan II-2015	35
Tabel 4.6.	Nilai Indeks Tendensi Konsumen Beserta Variabel Pembentuknya, Triwulan II-2015	36
Tabel 4.7.	Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Beserta Variabel Pembentuknya, Triwulan III-2015	37
Tabel 4.8.	Nilai Indeks Tendensi Konsumen Beserta Variabel Pembentuknya, Triwulan III-2015	38
Tabel 4.9.	Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Beserta Variabel Pembentuknya, Triwulan IV-2015.....	40
Tabel 4.10.	Perkembangan ITK Provinsi di Sulawesi dan Indonesia, Triwulan I s.d. Triwulan IV Tahun 2015.....	41

Daftar Gambar

Gambar 1.	Alur Penyusunan Indeks Tendensi Konsumen, 2015	26
Gambar 2.	<i>Trend</i> Nilai Indeks Tendensi Konsumen Kini dan Indeks Tendensi Konsumen Mendatang, 2011 – 2015.....	32

BAB 1

PENDAHULUAN

<https://stetra.bps.go.id>

1.1. Latar Belakang

Dalam perekonomian, rumah tangga memiliki peranan penting. Kegiatan ekonomi, yaitu produksi, distribusi, serta konsumsi berawal dari rumah tangga, dengan melibatkan satu atau beberapa anggota rumah tangga. Peran rumah tangga yaitu sebagai konsumen, pemasok atau pemilik faktor produksi, serta ikut mempengaruhi apa yang akan diproduksi oleh perusahaan. Dalam perekonomian Sulawesi Tenggara, besarnya peran rumah tangga dapat dilihat dari kontribusi pengeluaran konsumsi rumah tangga terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) yang berada di kisaran 50 persen. Karena perannya yang penting dalam perekonomian, berbagai informasi dapat diperoleh dari rumah tangga atau sekumpulan rumah tangga (masyarakat) mengenai kondisi perekonomian, baik persepsinya terhadap kondisi sekarang (saat ini) maupun kondisi mendatang.

Informasi perekonomian saat terkini maupun saat mendatang yang diperoleh dari konsumen (rumah tangga) dapat menjadi informasi dini yang mungkin penting bagi pemerintah maupun dunia usaha. Harapannya, pemerintah maupun dunia usaha bisa menggunakan informasi tersebut sebagai bahan perencanaan maupun untuk keperluan investasi atau ekspansi pasar. Dengan adanya informasi dini, berbagai pihak juga diharapkan dapat mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengatasi ancaman krisis yang mungkin saja terjadi.

Sejak tahun 1980-an, BPS telah mengembangkan berbagai macam indikator yang berkaitan dengan sistem peringatan dini, salah satu di antaranya adalah Indeks Indikator Pendahulu (*Index of Leading Indicator*). Sejak tahun 1995, di samping Indeks Indikator Pendahulu, BPS juga telah mengembangkan 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). ITB dihitung berdasarkan hasil Survei Tendensi Bisnis, sedangkan ITK dihitung berdasarkan hasil Survei Tendensi Konsumen (STK).

Sejak Triwulan II-2001 hasil penghitungan Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen telah dipublikasikan melalui berbagai media massa bersamaan dengan *press release* Produk Domestik Bruto setiap triwulan. Sedangkan untuk level Provinsi, ITK mulai dipublikasikan bersamaan dengan *press release* Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) triwulanan sejak Triwulan I-2011.

1.2. Tujuan

Tujuan penyusunan ITK adalah:

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

1.3. Cakupan Penelitian

Cakupan Survei Tendensi Konsumen adalah di beberapa Kabupaten/Kota terpilih yang sudah diidentifikasi sebagai wilayah perkotaan. Jumlah sampel blok sensus adalah 1.460 dengan sampel rumah tangga per blok sensus adalah 10 rumah tangga. Dengan demikian target sampel STK per triwulan adalah 14.600 rumah tangga di seluruh Indonesia (33 provinsi). Di Sulawesi Tenggara sendiri sampel STK berjumlah 180 rumah tangga. Responden STK mulai Triwulan I-2015 dipilih pada strata blok sensus kategori sedang dan tinggi berdasarkan "*wealth index*" dan merupakan subsampel dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) khusus di daerah perkotaan. Pemilihan sampel dilakukan secara panel antar-triwulan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai perubahan persepsi konsumen antar-waktu. Pada saat yang sama juga dilakukan penyempurnaan kuesioner dan cara penghitungan indeksny.

Pelaksanaan STK pada tahun 2015 dilakukan setiap triwulanan dan independen dari survei-survei lainnya (berbeda dengan sebelumnya yang terintegrasi dengan Sakernas). Pengumpulan data STK sampai dengan penghitungan nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK) secara nasional

memerlukan waktu sekitar 3 bulan. Pengumpulan datanya dilaksanakan pada bulan Maret, Juni, September, dan bulan Desember. *Release* angka ITK dilakukan pada setiap awal bulan Mei, Agustus, dan bulan November, masing-masing untuk Triwulan I, II, dan Triwulan III, serta *release* angka ITK Triwulan IV dilakukan pada awal bulan Februari tahun berikutnya. Mengingat pengumpulan data STK Triwulan IV-2015 yang belum dilakukan, publikasi ini hanya menyajikan hasil penghitungan ITK Triwulan I-2015 sampai dengan Triwulan III-2015 serta Perkiraan ITK Triwulan IV-2015.

1.4. Sistematika Penulisan

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

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

<https://sultra.bps.go.id>

BAB 2

KAJIAN LITERATUR

<https://sutra.bps.go.id>

2.1. *Consumer Sentiment Index (Michigan University)*

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

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

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

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

2.2. *Consumer Confidence Index*

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

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

Survei Kepercayaan Konsumen dilakukan setiap bulan dengan jumlah responden sekitar 5000 rumah tangga. Variabel yang dicakup pada kuesioner survei ini antara lain:

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

Pertanyaan tentang setiap variabel di atas dapat 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 dibanding periode pembandingnya.

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

2.3. Survei Konsumen (Bank Indonesia)

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

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

<https://sultra.bps.go.id>

BAB 3

METODOLOGI

PENGHITUNGAN

3.1. Variabel Pembentuk

Informasi dini mengenai keadaan dan perkembangan perekonomian dapat diketahui 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. Konsumsi konsumen sendiri dipengaruhi antara lain oleh pendapatan rumah tangga, jumlah anggota rumah tangga, tingkat harga barang atau jasa, serta situasi musiman yang terjadi.

Informasi yang dikumpulkan meliputi pendapatan rumah tangga, pengaruh inflasi, dan konsumsi komoditi-komoditi yang terkategori "*normal goods*" seperti ikan, daging, telur, susu, buah-buahan, dan lain-lain untuk konsumsi makanan, dan komoditi pakaian, biaya perumahan, biaya pendidikan, transportasi, biaya kesehatan, rekreasi, pesta atau hajatan, dan lain-lain, untuk komoditi bukan makanan. Disamping itu dikumpulkan pula informasi "*luxury goods*" seperti rumah/tanah, mobil, TV, komputer.

Indeks Tendensi Konsumen terdiri dari dua jenis indeks yaitu Indeks Indikator Kini (*Current Indicator Index*) dan Indeks Indikator Mendatang (*Future Indicator Index*). Indeks Indikator Kini merupakan indeks komposit dari beberapa variabel yang dapat mengidentifikasi kondisi ekonomi rumah tangga (konsumen) pada saat triwulan berjalan (saat survei) dibandingkan periode triwulan sebelumnya. Sedangkan Indeks Indikator Mendatang merupakan indeks komposit dari beberapa variabel yang dapat mengidentifikasi kondisi ekonomi rumahtangga (konsumen) dan rencana membeli untuk membeli barang-barang tahan lama pada periode tiga bulan mendatang.

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

- i. Variabel Indeks Tendensi Konsumen Kini (ITK Kini)
 - a. Pendapatan seluruh anggota rumah tangga 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.
- ii. Variabel Indeks Tendensi Konsumen Mendatang (ITK Mendatang):
- a. Perkiraan pendapatan seluruh anggota rumah tangga.
 - 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.

3.2. Prosedur Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen

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

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

b. Pemberian Skor Jawaban

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

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

1). Pemberian Kode dan Skor Variabel/Komponen Tunggal

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

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

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

Tabel 3.1.
Pemberian Kode dan Skor Variabel Pendapatan, Perkiraan Pendapatan, dan Volume/Frekuensi Konsumsi Kelompok Barang/Jasa

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

2). Pemberian Skor Jawaban Variabel/Komponen Interaksi

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

peningkatan konsumsi (diproksi dengan total pengeluaran rumah tangga meningkat) maka diberikan skor tertinggi (skor 1). Sebaliknya, ketika harga barang dan jasa kebutuhan sehari-hari relatif sama atau menurun, namun rumah tangga justru tidak memiliki kemampuan untuk melakukan peningkatan konsumsi (diproksi dengan total pengeluaran rumah tangga menurun) maka diberikan skor terendah (skor -1). Pemberian skor secara rinci disajikan pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2.
Pemberian Kode dan Skor Variabel Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga

Interaksi		Total pengeluaran seluruh ART (kode di kuesioner)		
		Meningkat(1)	Tetap (2)	Menurun (3)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Perubahan harga barang/jasa kebutuhan RT (kode di Kuesioner)	Meningkat Tinggi (1)	1	½	0
	Meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3)	½	0	- ½
	Relatif sama (4) atau menurun (5)	0	- ½	- 1

Keterangan :

- Skor -½, - 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 ½, - 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. Pemberian skor tersebut secara rinci disajikan pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3.
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 (1-4)	Sumber Dana (5)	Alasan Utama (1)	Alasan Utama (2)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Kondisi keuangan rumah tangga selama 3 bulan terakhir (kode di kuesioner)	Menabung lebih banyak atau sama dgn trw sblmnya (1) / menabung lebih sedikit dgn trw sblmnya (2)	1	0	-1	1
	Tidak dpt menabung sama sekali (3)	1	0	-1	0
	Mengambil tabungan (4)/ hrs meminjam uang/menggadaikan barang (5)	1	0	-1	-1

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

Keterangan :

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

c. Penghitungan Indeks Variabel

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

Indeks setiap Variabel:

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

dengan:

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

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

dengan:

I_{vg} = indeks gabungan

I_{vt} = indeks variabel tunggal

n_{vt} = jumlah variabel tunggal

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

d. Penghitungan Indeks Indikator Kini dan Mendatang

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

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

dan

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

dengan:

w_l = penimbang variabel/komponen IIK

w_m = penimbang variabel/komponen IIM

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

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

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

e. Penentuan Penimbang

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

1). Indeks Indikator Kini (IIK)

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

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

dengan:

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. Series data yang digunakan untuk menghitung penimbang adalah data Triwulan I-1990 sampai dengan triwulan berjalan.

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.

2). Indeks Indikator Mendatang (IIM)

Komponen penyusun IIM untuk ITK terdiri atas perkiraan pendapatan seluruh anggota rumah tangga 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:

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

dengan:

IIM = Indeks Indikator Mendatang.

PDM = Pendapatan seluruh anggota rumah tangga.

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 rumah tangga pada triwulan mendatang terhadap IIM dan α_2 mengindikasikan elastisitas rencana pembelian barang-barang tahan lama terhadap IIM. Sebagaimana IIK, series data yang digunakan untuk menghitung penimbang IIM juga menggunakan series data Triwulan I-1990 sampai dengan triwulan berjalan.

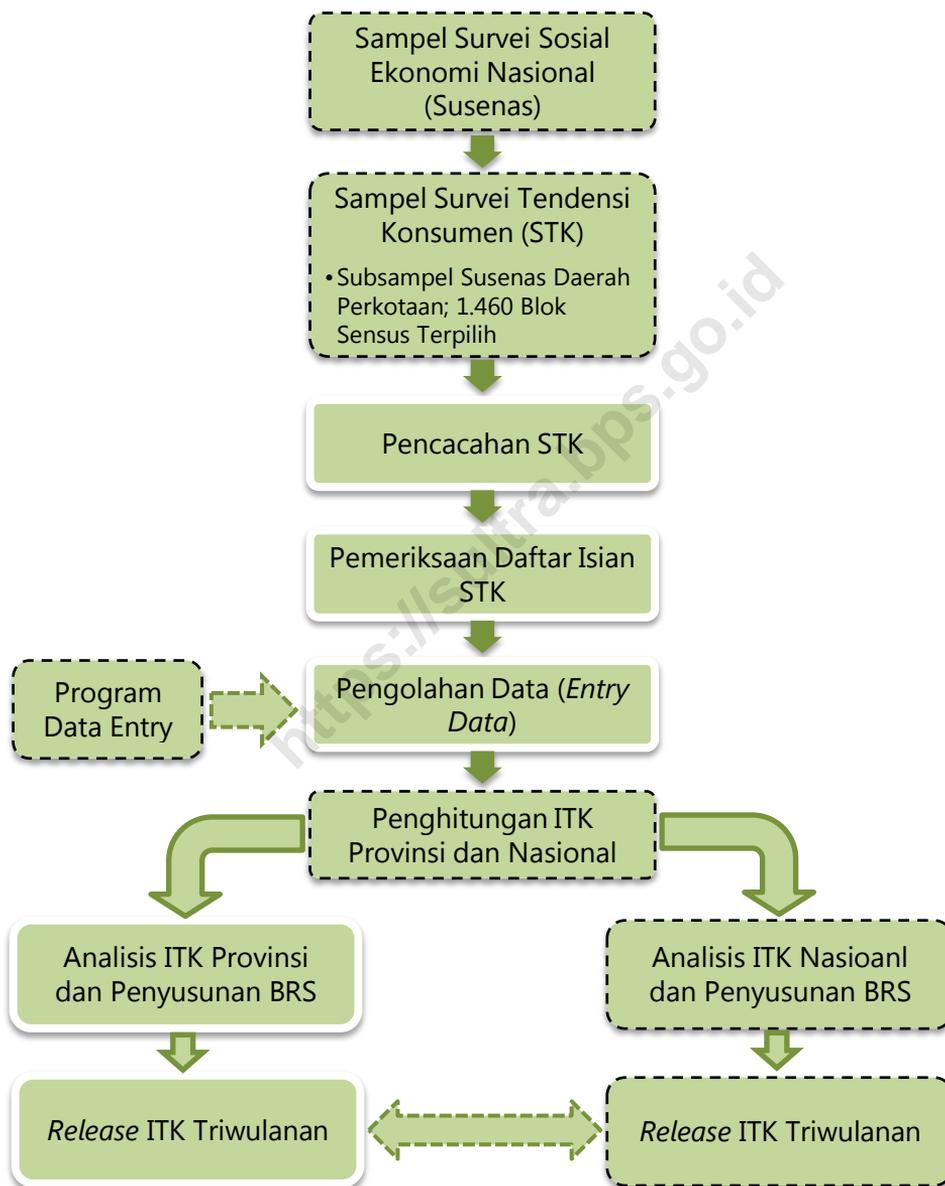
Penghitungan IIM dilakukan untuk memperkirakan nilai ITK pada triwulan berikutnya sebagai prediksi kondisi ekonomi konsumen dan perilaku konsumsi konsumen terhadap situasi perekonomian secara umum pada tiga bulan yang akan datang.

3.3. 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:

1. Di atas 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).
2. 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).
3. 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).

Gambar 1.
Alur Penyusunan Indeks Tendensi Konsumen, 2015



BAB 4

HASIL INDEKS TENDENSI
KONSUMEN TAHUN 2015

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

4.1. Profil Rumah Tangga Tahun 2015

Indeks Tendensi Konsumen dihitung untuk memperkirakan gerak perekonomian berdasarkan informasi konsumen (rumah tangga). Indeks Tendensi Konsumen (ITK) dihitung dari hasil Survei Tendensi Konsumen (STK). Pelaksanaan STK setiap 3 bulan sekali dalam setahun. Survei hanya dilakukan di Kota Kendari, Kota Baubau, Kabupaten Kolaka, dan Kabupaten Konawe Selatan yang terpilih sebagai sampel. Responden adalah rumah tangga dari sub-sampel Susenas khusus di daerah perkotaan dengan target sampel setiap triwulannya sekitar 180 rumah tangga. *Response rate* sampel setiap triwulan tahun 2015 rata-rata 94 persen, sedikit lebih baik dari tahun sebelumnya sebesar 92 persen.

Tabel 4.1.
Persentase Kepala Rumah Tangga Responden STK Menurut Tingkat Pendidikan, 2015

Tingkat Pendidikan	Triwulan		
	I	II	III
(1)	(2)	(3)	(4)
SLTP ke bawah	33,14	32,94	34,52
SLTA	49,42	48,82	47,02
Diploma I/II/III	3,49	2,35	1,79
Diploma IV/S1	12,79	14,12	14,29
S2/S3	1,16	1,76	2,38
Jumlah	100,00	100,00	100,00

Dilihat dari tingkat pendidikannya, selama triwulan I sampai dengan triwulan III tahun 2015, sebagian besar Kepala Rumah Tangga (KRT) responden STK tercatat berpendidikan SLTA, yaitu sekitar 47–49 persen. KRT berpendidikan SLTP ke bawah tercatat sekitar 32–34 persen, berpendidikan

Akademi tercatat sekitar 1–3 persen, serta berpendidikan S1 ke atas tercatat sekitar 13–16 persen (tabel 4.1).

Tabel 4.2.
Persentase Kepala Rumah Tangga Responden STK Menurut Lapangan Pekerjaan, 2015

Lapangan Pekerjaan	Triwulan		
	I	II	III
(1)	(2)	(3)	(4)
Tidak Bekerja/Penerima Pendapatan	22,09	24,71	22,62
Pertanian	3,49	2,35	1,79
Pertambangan & Penggalian	6,98	7,06	6,55
Industri Pengolahan	2,91	4,12	4,76
Pengadaan Listrik, Gas	0,58	0,59	0,60
Pengadaan Air	1,16	1,18	0,60
Konstruksi	5,81	4,71	6,55
Perdagangan	23,26	21,76	22,02
Transportasi dan Pergudangan	4,65	4,71	5,95
Penyediaan Akomodasi & Makan Minum	2,91	3,53	3,57
Informasi dan Komunikasi	0,00	0,00	0,00
Jasa Keuangan	0,58	0,59	0,60
Real Estate	0,00	0,00	0,00
Jasa Perusahaan	2,32	1,76	1,79
Adm Pemerintahan	11,05	12,35	12,50
Jasa Pendidikan	4,65	4,12	4,17
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	0,58	0,00	0,00
Jasa Lainnya	6,98	6,47	5,95
Jumlah	100,00	100,00	100,00

Dilihat dari lapangan pekerjaan responden selama Triwulan I-2015 sampai dengan Triwulan III-2015, sebagian besar responden tercatat bekerja dalam lapangan usaha perdagangan yaitu sekitar 21-23 persen. Responden yang berprofesi pada lapangan usaha administrasi pemerintahan tercatat

sekitar 11-12 persen, dan yang berprofesi sebagai petani tercatat hanya sekitar 1-3 persen. Sedangkan responden yang merupakan penerima pendapatan yang terdiri dari mahasiswa, pensiunan atau ibu rumah tangga tercatat cukup besar, sekitar 22-24 persen. Sisanya tersebar pada lapangan usaha lainnya (tabel 4.2).

Dilihat dari status pekerjaan, sebagian besar responden berstatus sebagai buruh/karyawan/pegawai, yaitu sekitar 47 persen. Sebagian kecil responden tercatat sebagai pekerja keluarga, sedangkan sisanya adalah responden yang berstatus berusaha (Tabel 4.3).

Tabel 4.3.
Persentase Kepala Rumah Tangga Responden STK Menurut Status Pekerjaan, 2015

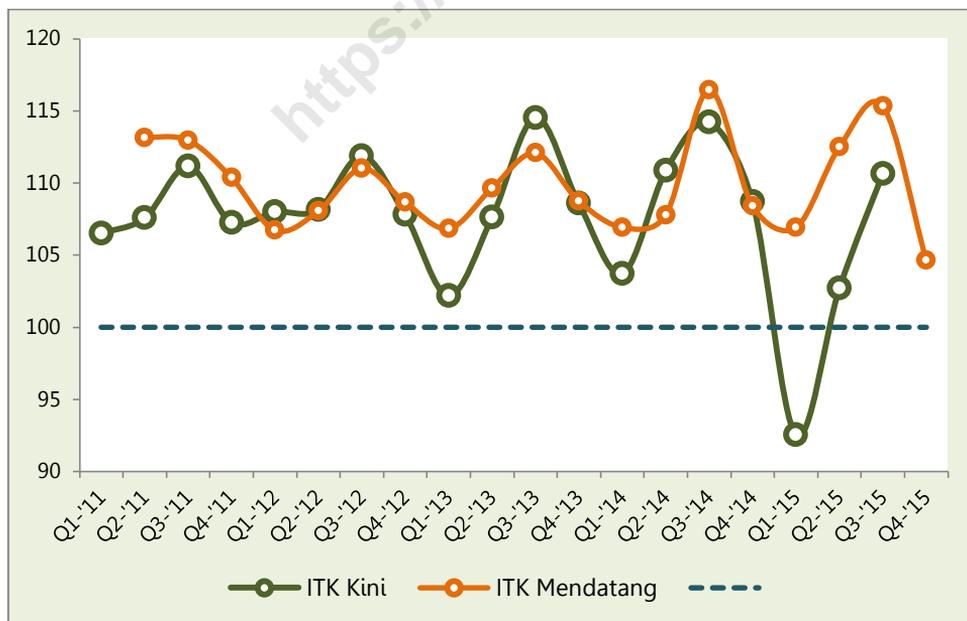
Status Pekerjaan	Triwulan		
	I	II	III
(1)	(2)	(3)	(4)
Berusaha Sendiri/Dibantu Pekerja Keluarga	41,79	42,19	42,31
Berusaha Dibantu Pekerja Dibayar	9,70	10,16	9,23
Buruh/Karyawan/Pegawai	47,76	47,66	47,69
Pekerja Keluarga	0,75	0,00	0,77
Jumlah	100,00	100,00	100,00

4.2. Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen

Sejak dilakukan penghitungan Indeks Tendensi Konsumen (ITK) di Sulawesi Tenggara dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2014, nilai ITK triwulanan menunjukkan pola yang sama. Masyarakat selalu menilai bahwa kondisi ekonomi konsumen selalu lebih baik dibandingkan triwulan sebelumnya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai ITK yang selalu di atas nilai 100,

meskipun tingkat optimisme rumah tangga berfluktuasi antar triwulan. Membaiknya kondisi ekonomi konsumen terlihat mulai Triwulan I-2011 yang ditandai dengan besaran nilai indeks ITK diatas nilai 100. Kondisi tersebut masih tetap berlangsung hingga nilai perkiraan ITK Triwulan IV-2014. Hal yang berbeda tercatat pada Triwulan I-2015, yaitu nilai ITK berada di bawah 100. Sebagian besar masyarakat menilai bahwa kondisi ekonomi konsumen di triwulan I-2015 lebih rendah dibandingkan triwulan sebelumnya. Begitu memasuki Triwulan II-2015, kondisi ekonomi konsumen kembali meningkat, dengan nilai ITK di atas 100, dengan optimisme yang juga meningkat. Optimisme konsumen mencapai titik puncak pada triwulan III setiap tahunnya. Pada triwulan IV, optimisme konsumen lebih rendah daripada triwulan III (nilai ITK lebih rendah daripada triwulan sebelumnya), namun masyarakat tetap menilai bahwa kondisi ekonomi konsumen lebih baik dibanding triwulan sebelumnya.

Gambar 2.
Trend Nilai Indeks Tendensi Konsumen Kini dan
Indeks Tendensi Konsumen Mendatang, 2011 – 2015



Keterangan: ITK Mendatang merupakan nilai Perkiraan ITK yang dihitung pada triwulan berjalan

Dari *trend* nilai Perkiraan ITK Mendatang juga dapat dilihat bahwa masyarakat selalu memperkirakan bahwa kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang akan lebih baik daripada triwulan berjalan. Namun, dari gambar 2 dapat dilihat bahwa nilai ITK Triwulan I-2015 sangat berbeda dengan nilai Perkiraan ITK Triwulan I-2015 (nilai ITK Kini di bawah 100). Memasuki Triwulan II-2015 barulah nilai Perkiraan ITK Mendatang menunjukkan pola yang sama dengan nilai ITK Kini meskipun nilai ITK Kini tidak persis sama dengan nilai perkiraannya. Hal ini berarti bahwa kondisi ekonomi konsumen yang tercatat pada triwulan berjalan telah sesuai dengan perkiraan pada triwulan sebelumnya, yaitu kondisi ekonomi konsumen dinilai semakin membaik dari triwulan sebelumnya (nilai indeks di atas 100).

4.3. Kondisi Ekonomi Konsumen Triwulan I-2015 dan Perkiraan Ekonomi Konsumen Triwulan II-2015

ITK Sulawesi Tenggara pada Triwulan I-2015 sebesar 92,52, artinya kondisi ekonomi konsumen menurun dari triwulan sebelumnya. Menurunnya kondisi ekonomi konsumen terutama didorong oleh penurunan pendapatan rumah tangga (nilai indeks 84,06). Pada Triwulan I-2015 aktivitas ekonomi belum banyak bergerak, bahkan cenderung menurun bila dibandingkan Triwulan IV-2014. Hal ini mempengaruhi pendapatan penduduk. Terlebih lagi, pada Triwulan IV-2014 terdapat penerimaan bonus akhir tahun sehingga pendapatan pada Triwulan I-2015 lebih rendah. Tingkat inflasi yang relatif rendah dan cenderung deflasi pada Triwulan I-2015 relatif tidak mempengaruhi total pengeluaran rumah tangga (nilai indeks 102,84).

Volume/frekuensi konsumsi barang dan jasa rumah tangga juga lebih rendah dari triwulan sebelumnya (nilai indeks 99,61). Pengeluaran untuk konsumsi makanan, transportasi, dan kesehatan mengalami peningkatan dari triwulan sebelumnya, namun komoditas bukan makanan lainnya (pakaian, komunikasi, rekreasi, dan akomodasi) lebih rendah dari triwulan sebelumnya. Meski pada Triwulan I-2015 terdapat beberapa perayaan, seperti Maulid Nabi Muhammad SAW, Hari Raya Imlek, serta Hari Raya Nyepi, namun tidak meningkatkan konsumsi rumah tangga. Berbeda halnya pada Triwulan IV-2014 terdapat perayaan Idul Adha, Tahun Baru Islam, liburan sekolah, Natal, dan perayaan menjelang Tahun Baru, yang meningkatkan konsumsi rumah tangga. Kondisi ini menyebabkan konsumsi rumah tangga pada triwulan I

relatif menurun secara keseluruhan. Turunnya nilai indeks variabel pendapatan dan volume/frekuensi konsumsi barang dan jasa juga menyebabkan penurunan tingkat optimisme konsumen. Tingkat optimisme masyarakat lebih rendah (pesimis) dibandingkan dengan Triwulan IV-2014, turun cukup tajam sebesar 16,17 poin dari Triwulan IV-2014.

Tabel 4.4.
Nilai Indeks Tendensi Konsumen Beserta
Variabel Pembentuknya, Triwulan I-2015

Variabel Pembentuk	Triwulan I-2015
(1)	(2)
Pendapatan rumah tangga kini	84,06
Pengaruh inflasi terhadap total pengeluaran rumah tangga	102,84
Volume/frekuensi konsumsi barang dan jasa rumah tangga	99,61
Indeks Tendensi Konsumen	92,52

Nilai ITK Sulawesi Tenggara pada Triwulan II-2015 diperkirakan sebesar 112,50, artinya kondisi ekonomi konsumen diperkirakan akan membaik. Tingkat optimisme konsumen juga diperkirakan meningkat, yang ditunjukkan dengan lebih tingginya perkiraan nilai indeks pada Triwulan II-2015 dibandingkan Triwulan I-2015 (nilai ITK diperkirakan naik 19,98 poin).

Perkiraan membaiknya kondisi ekonomi konsumen pada Triwulan II-2015 didorong oleh perkiraan peningkatan pendapatan rumah tangga mendatang (nilai indeks sebesar 121,37). Ekspektasi kenaikan pendapatan rumah tangga didorong oleh harapan meningkatnya aktivitas ekonomi yang akan berpengaruh pada pendapatan rumah tangga. Terlebih, pada Triwulan II-2015 terdapat beberapa perayaan keagamaan, termasuk masuknya bulan puasa di bulan Juni yang diharapkan bisa mendorong peningkatan aktivitas ekonomi. Meski diperkirakan ada peningkatan pendapatan, sebagian besar masyarakat tidak berencana membeli barang tahan lama (barang elektronik, perhiasan, meubelair, atau peralatan rumah tangga), melakukan rekreasi,

atau mengadakan pesta/hajatan (nilai indeks sebesar 96,92). Melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dollar berpengaruh pada meningkatnya harga-harga barang elektronik dan lain-lain, sehingga rumah tangga masih menahan untuk membeli dan cenderung memilih untuk menabung.

Tabel 4.5.
Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Beserta
Variabel Pembentuknya, Triwulan II-2015

Variabel Pembentuk	Triwulan II-2015
(1)	(2)
Perkiraan Pendapatan Rumah Tangga Mendatang	121,37
Rencana Pembelian Barang Tahan Lama , Rekreasi, dan Pesta/Hajatan	96,92
Indeks Tendensi Konsumen	112,50

4.4. Kondisi Ekonomi Konsumen Triwulan II-2015 dan Perkiraan Ekonomi Konsumen Triwulan III-2015

Nilai ITK yang diperoleh pada triwulan II sesuai dengan ekspektasi masyarakat bahwa kondisi ekonomi konsumen pada triwulan II lebih baik dibanding triwulan I. ITK Sulawesi Tenggara pada Triwulan II-2015 sebesar 102,70, artinya kondisi ekonomi konsumen meningkat dari triwulan sebelumnya. Nilai ITK yang dicapai pada Triwulan II-2015 tidak setinggi ekspektasi masyarakat pada triwulan I. Meski begitu, optimisme masyarakat pada Triwulan II-2015 meningkat, ditandai dengan peningkatan nilai ITK sebesar 10,18 poin dari Triwulan I-2015 (nilai indeks sebesar 92,52).

Meningkatnya kondisi ekonomi konsumen terutama didorong oleh peningkatan pendapatan rumah tangga (nilai indeks 103,86). Peningkatan pendapatan dipengaruhi oleh meningkatnya aktivitas ekonomi setelah pada Triwulan I-2015 belum banyak bergerak dan menurun bila dibandingkan Triwulan IV-2014. Peningkatan aktivitas perekonomian pada Triwulan II-2015 ini terjadi pada seluruh lapangan usaha.

Tabel 4.6.
Nilai Indeks Tendensi Konsumen Beserta
Variabel Pembentuknya, Triwulan II-2015

Variabel Pembentuk	Triwulan II-2015
(1)	(2)
Pendapatan rumah tangga kini	103,86
Pengaruh inflasi terhadap total pengeluaran rumah tangga	100,10
Volume/frekuensi konsumsi barang dan jasa rumah tangga	103,24
Indeks Tendensi Konsumen	102,70

Volume/frekuensi konsumsi barang dan jasa rumah tangga juga meningkat dari triwulan sebelumnya (nilai indeks 103,24). Adanya faktor penggerak seperti puasa, persiapan memasuki tahun ajaran baru sekolah, dan liburan sekolah mulai meningkatkan konsumsi rumah tangga. Pengeluaran untuk konsumsi makanan, pakaian, dan pendidikan mengalami peningkatan dari triwulan sebelumnya. Peningkatan ini secara umum meningkatkan volume/frekuensi konsumsi barang dan jasa rumah tangga meskipun komoditas bukan makanan lainnya, meliputi komunikasi, rekreasi, akomodasi, transportasi, dan kesehatan lebih rendah dari triwulan sebelumnya.

Pengeluaran rumah tangga selama triwulan II-2015 cenderung tidak terpengaruh inflasi, terlebih harga kebutuhan masyarakat selama Triwulan II-2015 relatif stabil, yang ditandai dengan tingkat inflasi yang rendah selama April sampai dengan Juni 2015. Hal ini tidak banyak berubah dibanding dengan triwulan I-2015 (nilai indeks di kisaran 100). Naiknya nilai indeks variabel pendapatan dan volume/frekuensi konsumsi barang dan jasa juga menyebabkan peningkatan tingkat optimisme konsumen, setelah pada Triwulan I-2015 masyarakat merasa pesimis. Tingkat optimisme masyarakat naik sebesar 10,18 poin dari Triwulan I-2015.

Nilai ITK Sulawesi Tenggara pada Triwulan III-2015 diperkirakan sebesar 115,31, artinya kondisi ekonomi konsumen diperkirakan akan semakin membaik. Tingkat optimisme konsumen juga diperkirakan meningkat, yang ditunjukkan dengan lebih tingginya perkiraan nilai indeks pada Triwulan III-2015 dibandingkan Triwulan II-2015 (nilai ITK diperkirakan naik 12,61 poin).

Tabel 4.7.
Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Beserta
Variabel Pembentuknya, Triwulan III-2015

Variabel Pembentuk	Triwulan III-2015
(1)	(2)
Perkiraan Pendapatan Rumah Tangga Mendatang	117,82
Rencana Pembelian Barang Tahan Lama , Rekreasi, dan Pesta/Hajatan	110,88
Indeks Tendensi Konsumen	115,31

Perkiraan membaiknya kondisi ekonomi konsumen pada Triwulan III-2015 didorong oleh perkiraan peningkatan pendapatan rumah tangga mendatang (nilai indeks sebesar 117,82). Ekspektasi kenaikan pendapatan rumah tangga didorong oleh adanya ekspektasi kenaikan gaji Aparatur Sipil Negara (termasuk TNI/Polri), pembayaran gaji ke-13, tunjangan kinerja ke-13, sertifikasi dan ekspektasi akan diterimanya tunjangan hari raya (THR) oleh para pekerja pada bulan Juli. Aktivitas ekonomi yang semakin meningkat pada triwulan III-2015 juga diperkirakan mendorong peningkatan pendapatan masyarakat. Selain itu, rencana pembelian barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan yang meningkat (nilai indeks sebesar 110,88) juga memperkuat adanya peningkatan kondisi ekonomi konsumen. Meningkatnya rencana ini, selain didorong oleh perkiraan naiknya pendapatan rumah tangga, juga dipengaruhi oleh adanya faktor musiman. Hari raya Idul Fitri yang jatuh pada Triwulan III-2015 diperkirakan memiliki

pengaruh yang besar terhadap rencana pembelian barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan. Adanya budaya membeli baju baru, kuliner, rekreasi, memperbaiki rumah serta membeli perabot meubelair saat menjelang hari raya Idul Fitri, termasuk tradisi mengadakan pesta atau hajatan seusai hari raya Idul Fitri diperkirakan mendorong peningkatan optimisme konsumen terhadap rencana pembelian barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan.

4.5. Kondisi Ekonomi Konsumen Triwulan III-2013 dan Perkiraan Ekonomi Konsumen Triwulan IV-2013

ITK Sulawesi Tenggara pada Triwulan III-2015 sebesar 110,64, artinya kondisi ekonomi konsumen meningkat dari triwulan sebelumnya. Tingkat optimisme masyarakat pada Triwulan III-2015 juga meningkat, ditandai dengan peningkatan nilai ITK sebesar 7,94 poin dari Triwulan II-2015 (nilai indeks sebesar 102,70).

Tabel 4.8.
Nilai Indeks Tendensi Konsumen Beserta
Variabel Pembentuknya, Triwulan III-2015

Variabel Pembentuk	Triwulan III-2015
(1)	(2)
Pendapatan rumah tangga kini	116,29
Pengaruh inflasi terhadap total pengeluaran rumah tangga	100,40
Volume/frekuensi konsumsi barang dan jasa rumah tangga	110,15
Indeks Tendensi Konsumen	110,64

Meningkatnya kondisi ekonomi konsumen terutama didorong oleh peningkatan pendapatan rumah tangga (nilai indeks 116,29). Peningkatan pendapatan ini berasal dari pembayaran gaji ke-13, Tunjangan Kinerja ke-13, dan kekurangan gaji Aparatur Sipil Negara (ASN)/TNI/Polri, serta diterimanya

tunjangan hari raya (THR) dan bonus lebaran Idul Fitri oleh para pekerja di awal Triwulan III.

Harga kebutuhan masyarakat selama Triwulan III-2015 relatif stabil, meskipun di awal Triwulan III adalah saat lebaran yang pada tahun-tahun lalu telah menyebabkan inflasi tinggi. Hal ini ditandai dengan tingkat inflasi yang rendah selama Juli sampai dengan September 2015 sehingga masyarakat menilai pengeluaran rumah tangganya selama triwulan III-2015 cenderung tidak terpengaruh inflasi. Kondisi ini tidak banyak berubah dengan triwulan II-2015 (nilai indeks di kisaran 100).

Volume/frekuensi konsumsi barang dan jasa rumah tangga juga meningkat dari triwulan sebelumnya (nilai indeks 110,15). Pada Triwulan III-2015 terdapat faktor penggerak yang meningkatkan konsumsi, seperti puasa, lebaran Idul Fitri, liburan sekolah di awal Triwulan III, serta lebaran Idul Adha di akhir Triwulan III sehingga masyarakat menilai volume konsumsinya meningkat dibandingkan triwulan sebelumnya. Pengeluaran untuk konsumsi makanan, pakaian, pendidikan, transportasi, dan perawatan kesehatan/salon mengalami peningkatan dari triwulan sebelumnya. Peningkatan ini secara umum meningkatkan volume/frekuensi konsumsi barang dan jasa rumah tangga meskipun komoditas bukan makanan lainnya, meliputi komunikasi, rekreasi/hiburan, dan akomodasi lebih rendah dari triwulan sebelumnya. Naiknya nilai indeks variabel pendapatan dan volume/frekuensi konsumsi barang dan jasa juga menyebabkan peningkatan tingkat optimisme konsumen. Tingkat optimisme masyarakat naik sebesar 7,94 poin dari Triwulan II-2015.

Nilai ITK Sulawesi Tenggara pada Triwulan IV-2015 diperkirakan sebesar 104,64, artinya kondisi ekonomi konsumen diperkirakan akan semakin membaik. Tingkat optimisme konsumen diperkirakan menurun, yang ditunjukkan dengan lebih rendahnya perkiraan nilai indeks pada Triwulan IV-2015 dibandingkan Triwulan III-2015 (nilai ITK diperkirakan turun 6 poin).

Tabel 4.9.
Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Beserta
Variabel Pembentuknya, Triwulan IV-2015

Variabel Pembentuk	Triwulan IV-2015
(1)	(2)
Perkiraan Pendapatan Rumah Tangga Mendatang	99,46
Rencana Pembelian Barang Tahan Lama , Rekreasi, dan Pesta/Hajatan	113,69
Indeks Tendensi Konsumen	104,64

Perkiraan membaiknya kondisi ekonomi konsumen pada Triwulan IV-2015 didorong oleh perkiraan peningkatan rencana pembelian barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan yang meningkat (nilai indeks sebesar 113,69). Peningkatan rencana pembelian barang tahan lama meliputi barang elektronik dan peralatan rumah tangga, perhiasan logam/batu mulia, kemudian rencana rekreasi yang biasa ramai di akhir tahun, serta rencana mengadakan pesta/hajatan dan merenovasi rumah di Triwulan IV mendatang. Meski begitu, pendapatan rumah tangga mendatang diperkirakan lebih rendah dari triwulan sebelumnya (nilai indeks sebesar 99,46). Hal ini dapat dikatakan wajar mengingat pada Triwulan IV mendatang meskipun diharapkan ada peningkatan pendapatan dari bonus akhir tahun namun besarnya diperkirakan tidak signifikan dibanding peningkatan pendapatan di Triwulan III, sehingga pendapatan rumah tangga mendatang diperkirakan lebih rendah.

Dengan melihat *trend* nilai ITK yang dicapai selama ini, tampaknya ITK Triwulan IV-2015 akan sesuai dengan Perkiraan ITK Triwulan IV. Dengan demikian, kondisi ekonomi konsumen pada Triwulan IV-2015 akan semakin membaik dibandingkan pada Triwulan III-2015.

4.6. Perbandingan Regional

Trend nilai ITK provinsi di Sulawesi menunjukkan pola yang sama setiap triwulan. Penurunan kondisi ekonomi rumah tangga konsumen pada Triwulan I-2015 terjadi pada seluruh provinsi di Sulawesi, kecuali Sulawesi Barat, yang ditandai oleh nilai ITK masing-masing provinsi pada Triwulan I-2015 yang lebih kecil dari 100 (Tabel 4.10). Peningkatan kondisi ekonomi rumah tangga mulai terjadi pada Triwulan II sampai dengan Triwulan IV-2015. Tingkat optimisme rumah tangga konsumen pada seluruh provinsi se-Sulawesi mengalami fluktuasi selama tahun 2015. Pada Triwulan IV-2015, ITK pada provinsi Sulawesi Utara, Sulawesi Selatan, dan Gorontalo diperkirakan mengalami peningkatan, sedangkan pada Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara, dan Sulawesi Barat diperkirakan mengalami penurunan.

Selama tahun 2015, provinsi dengan ITK tertinggi di Sulawesi dicapai oleh Sulawesi Barat (Triwulan I dan II), Sulawesi Tengah (Triwulan III), serta Sulawesi Selatan (Triwulan IV). Sebaliknya, provinsi dengan ITK terendah bergantian antara Sulawesi Tengah (Triwulan I), Sulawesi Tenggara (Triwulan II), Sulawesi Utara (Triwulan III), dan Sulawesi Barat (Triwulan IV).

Tabel 4.10.
Perkembangan ITK Provinsi di Sulawesi dan Indonesia,
Triwulan I s.d. Triwulan IV Tahun 2015

Provinsi	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV*)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Sulawesi Utara	93,15	103,46	100,28	110,45
Sulawesi Tengah	91,78	105,03	111,42	103,29
Sulawesi Selatan	96,29	106,24	103,38	112,09
Sulawesi Tenggara	92,52	102,70	110,64	104,64
Gorontalo	95,18	109,08	108,02	111,20
Sulawesi Barat	100,69	111,64	107,24	102,09
Indonesia	100,87	105,22	109,00	102,57

Keterangan: *) Angka Perkiraan

<https://sultra.bps.go.id>

BAB 5

KESIMPULAN

<https://sutra.bps.go.id>

5.1. Perekonomian dari Sisi Rumah Tangga Tahun 2015

Berdasarkan pembahasan hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen (ITK) pada bagian sebelumnya, beberapa hal yang kiranya dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

1. Distribusi persentase responden setiap triwulan selama tahun 2015 relatif tidak mengalami perubahan. Persentase responden STK masih didominasi oleh mereka yang berpendidikan SLTA dan SLTP ke bawah tercatat berkisar antara 81-82 persen dari keseluruhan sampel rumah tangga.
2. Responden STK kebanyakan bekerja di lapangan usaha perdagangan tercatat berkisar antara 21-23 persen setiap triwulannya, sementara responden yang bekerja sebagai pegawai/buruh/karyawan tercatat rata-rata 47 persen setiap triwulannya.
3. Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Sulawesi Tenggara pada Triwulan I-2015 tercatat sebesar 92,52, artinya kondisi ekonomi konsumen menurun dari triwulan sebelumnya (nilai indeks Triwulan I-2015 lebih rendah dari 100). Menurunnya kondisi ekonomi konsumen terutama didorong oleh penurunan pendapatan rumah tangga.
4. Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Sulawesi Tenggara pada Triwulan II-2015 sebesar 102,70, artinya kondisi ekonomi konsumen meningkat dari triwulan sebelumnya. Tingkat optimisme masyarakat juga meningkat dibandingkan dengan Triwulan I-2015 (nilai indeks sebesar 92,52). Berdasarkan variabel pembentuk, membaiknya kondisi ekonomi rumah tangga konsumen terutama didorong oleh peningkatan pendapatan rumah tangga, rendahnya pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi, serta meningkatnya konsumsi beberapa komoditas makanan maupun non-makanan.
5. Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Sulawesi Tenggara pada Triwulan III-2015 sebesar 110,64, artinya kondisi ekonomi konsumen meningkat dari triwulan sebelumnya. Tingkat optimisme masyarakat juga meningkat dibandingkan dengan Triwulan II-2015 (nilai indeks sebesar 102,70).

Berdasarkan variabel pembentuk, membaiknya kondisi ekonomi rumah tangga konsumen terutama didorong oleh peningkatan pendapatan rumah tangga. Selain itu, laju inflasi ternyata tidak berpengaruh terhadap tingkat konsumsi, serta tingkat konsumsi makanan dan non makanan juga mengalami peningkatan.

6. Nilai ITK Sulawesi Tenggara pada Triwulan IV-2015 oleh masyarakat diperkirakan mencapai 104,64, artinya kondisi ekonomi konsumen oleh masyarakat diperkirakan akan membaik. Tingkat optimisme konsumen diperkirakan akan lebih rendah dibandingkan Triwulan III-2015 (nilai ITK sebesar 110,64).

<https://sultra.bps.go.id>

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 1976-1991. *Indikator Pendahulu di Indonesia*. BPS: Jakarta.
- The Conference Board. 1990. *A Monthly Report from the Consumer Research Confidence Survey*. The Conference Board.
- Badan Pusat Statistik. 1996. *Studi Pendahuluan Penyusunan Sistem Pemantauan Beberapa Indikator Dini*. BPS: Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 1997. *Studi Pendahuluan Penyusunan Sistem Pemantauan Beberapa Indikator Dini*. BPS: Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 1998. *Sistem Pemantauan Beberapa 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.
- James Medoff dan Ronald Sellers. *Labor's Capital, Business Confidence, and The Market for Loanable Funds*. Oktober 2004.

<https://sultra.bps.go.id>

LAMPIRAN

<https://sutraops.go.id>

Lampiran 1. Kuesioner Survei Tendensi Konsumen



REPUBLIK INDONESIA
BADAN PUSAT STATISTIK

SURVEI TENDENSI KONSUMEN 2015

RAHASIA

Triwulan II-2015

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

*) Coret yang tidak perlu

BLOK II. KETERANGAN PETUGAS	
1. Nama Pencacah/No HP:	Tanggal:
	Tanda Tangan:
2. Nama Pengawas/No HP:	Tanggal:
	Tanda Tangan:

BLOK III. INFORMASI UMUM RESPONDEN	
Keterangan Responden	
1. Status responden: <i>Kepala rumah tangga</i> -1 <i>Istri/suami</i> -2	<input type="checkbox"/>
2. Jenis kelamin responden: <i>Laki-laki</i> -1 <i>Perempuan</i> -2	<input type="checkbox"/>
3. Umur responden: <i>< 20 tahun</i> -1 <i>30– 39 tahun</i> -3 <i>50– 59 tahun</i> -5 <i>20– 29 tahun</i> -2 <i>40– 49 tahun</i> -4 <i>≥ 60 tahun</i> -6	<input type="checkbox"/>
4. Pendidikan terakhir yang ditamatkan responden: <i>SLTP kebawah</i> -1 <i>Diploma I/II/III</i> -3 <i>S2/S3</i> -5 <i>SLTA</i> -2 <i>Diploma IV/S1</i> -4	<input type="checkbox"/>
Keterangan Rumah Tangga	
5. Lapangan pekerjaan kepala rumah tangga:(tuliskan)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<i>Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan</i> - 01 <i>Informasi dan Komunikasi</i> - 10 <i>Pertambangan dan Penggalian</i> - 02 <i>Jasa Keuangan</i> - 11 <i>Industri Pengolahan</i> - 03 <i>Real Estate</i> - 12 <i>Pengadaan Listrik, Gas</i> - 04 <i>Jasa Perusahaan</i> - 13 <i>Pengadaan Air</i> - 05 <i>Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib</i> - 14 <i>Konstruksi</i> - 06 <i>Jasa Pendidikan</i> - 15 <i>Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor</i> - 07 <i>Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial</i> - 16 <i>Transportasi dan Pergudangan</i> - 08 <i>Jasa lainnya</i> - 17 <i>Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum</i> - 09 <i>Tidak bekerja/penerima pendapatan</i> - 18	
(Jika Kepala Rumah Tangga tidak bekerja/penerima pendapatan atau kode 18, langsung ke Rincian 7)	
6. Status Pekerjaan Kepala Rumah Tangga: <i>Berusaha Sendiri/dibantu pekerja keluarga</i> -1 <i>Buruh/Karyawan/Pegawai</i> -3 <i>Berusaha dibantu pekerja dibayar</i> -2 <i>Pekerja keluarga/lainnya</i> -4	<input type="checkbox"/>
7. Jumlah anggota rumah tangga (termasuk kepala rumah tangga) yang bekerja/mempunyai usaha	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
8. Rata-rata pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama sebulan: <i>< 2 juta rupiah</i> -1 <i>3-3,9 juta rupiah</i> -3 <i>5–9,9 juta rupiah</i> -5 <i>2–2,9 juta rupiah</i> -2 <i>4-4,9 juta rupiah</i> -4 <i>≥ 10 juta rupiah</i> -6	<input type="checkbox"/>

BLOK IV. PERSEPSI TERHADAP KONDISI EKONOMI																									
A. PENDAPATAN RUMAH TANGGA																									
<p>1. Bagaimana pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama 3 bulan terakhir (April-Juni 2015) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (Januari-Maret 2015)</p> <p style="text-align: center;"> <i>Meningkat</i> -1 <i>Tetap</i> -2 <i>Menurun</i> -3 <i>Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 3</i> </p>	<input type="checkbox"/>																								
<p>2. Apakah penyebab utama pendapatan meningkat atau menurun pada Rincian 1 (lihat PILIHAN JAWABAN 1)</p> <p><i>Lainnya (tuliskan)</i></p>	<input type="checkbox"/>																								
<p>3. Bagaimana perkiraan pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama 3 bulan mendatang (Juli-September 2015) dibandingkan 3 bulan terakhir (April-Juni 2015):</p> <p style="text-align: center;"> <i>Meningkat</i> -1 <i>Tetap</i> -2 <i>Menurun</i> -3 <i>Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 5</i> </p>	<input type="checkbox"/>																								
<p>4. Apakah penyebab utama perkiraan pendapatan meningkat atau menurun pada Rincian 3 (lihat PILIHAN JAWABAN 1)</p> <p><i>Lainnya (tuliskan)</i></p>	<input type="checkbox"/>																								
<p>PILIHAN JAWABAN 1 (untuk Rincian 2 dan 4)</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="2"><u>Jawaban meningkat:</u></td> <td colspan="2"><u>Jawaban menurun :</u></td> </tr> <tr> <td><i>Peningkatan gaji/penghasilan usaha</i></td> <td style="text-align: center;">-1</td> <td><i>Penurunan gaji/penghasilan usaha</i></td> <td style="text-align: center;">-6</td> </tr> <tr> <td><i>Mendapat tambahan upah/bonus</i></td> <td style="text-align: center;">-2</td> <td><i>Pekerjaan/usaha sampingan berhenti</i></td> <td style="text-align: center;">-7</td> </tr> <tr> <td><i>Mendapat pekerjaan/usaha sampingan</i></td> <td style="text-align: center;">-3</td> <td><i>Ada anggota keluarga yg berhenti bekerja/berusaha</i></td> <td style="text-align: center;">-8</td> </tr> <tr> <td><i>Mendapat hadiah/arisan/warisan</i></td> <td style="text-align: center;">-4</td> <td><i>Lainnya</i></td> <td style="text-align: center;">-9</td> </tr> <tr> <td><i>Lainnya</i></td> <td style="text-align: center;">-5</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		<u>Jawaban meningkat:</u>		<u>Jawaban menurun :</u>		<i>Peningkatan gaji/penghasilan usaha</i>	-1	<i>Penurunan gaji/penghasilan usaha</i>	-6	<i>Mendapat tambahan upah/bonus</i>	-2	<i>Pekerjaan/usaha sampingan berhenti</i>	-7	<i>Mendapat pekerjaan/usaha sampingan</i>	-3	<i>Ada anggota keluarga yg berhenti bekerja/berusaha</i>	-8	<i>Mendapat hadiah/arisan/warisan</i>	-4	<i>Lainnya</i>	-9	<i>Lainnya</i>	-5		
<u>Jawaban meningkat:</u>		<u>Jawaban menurun :</u>																							
<i>Peningkatan gaji/penghasilan usaha</i>	-1	<i>Penurunan gaji/penghasilan usaha</i>	-6																						
<i>Mendapat tambahan upah/bonus</i>	-2	<i>Pekerjaan/usaha sampingan berhenti</i>	-7																						
<i>Mendapat pekerjaan/usaha sampingan</i>	-3	<i>Ada anggota keluarga yg berhenti bekerja/berusaha</i>	-8																						
<i>Mendapat hadiah/arisan/warisan</i>	-4	<i>Lainnya</i>	-9																						
<i>Lainnya</i>	-5																								
B. PERUBAHAN HARGA BARANG DAN JASA																									
<p>5. Bagaimana perubahan harga barang/jasa kebutuhan rumah tangga selama 3 bulan terakhir (April-Juni 2015) dibandingkan 3 bulan yang lalu (Januari-Maret 2015):</p> <p style="text-align: center;"> <i>Meningkat tajam (> 20%)</i> -1 <i>Relatif sama</i> -4 <i>Meningkat sedang (10-20%)</i> -2 <i>Menurun</i> -5 <i>Meningkat sedikit (< 10%)</i> -3 </p>	<input type="checkbox"/>																								

C. PENGELUARAN DAN KONSUMSI RUMAH TANGGA

6. Bagaimana volume/frekuensi konsumsi barang/jasa di bawah ini selama 3 bulan terakhir (April-Juni 2015) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (Januari-Maret 2015)

Kelompok Barang/Jasa	Meningkat	Tetap	Menurun
Perubahan Volume:			
1. Bahan makanan/minuman.	1	2	3
2. Makanan/minuman jadi, rokok, tembakau, dan makan di restoran/rumah makan.	1	2	3
3. Pakaian	1	2	3
4. Pembelian Pulsa HP	1	2	3
5. Pendidikan	1	2	3
Perubahan Frekuensi:			
6. Rekreasi/hiburan (nonton di bioskop, karaoke, ke tempat hiburan)	1	2	3
7. Akomodasi (hotel/penginapan)	1	2	3
8. Transportasi	1	2	3
9. Perawatan kesehatan dan kecantikan (gym, salon, spa, dll.)	1	2	3

7. Bagaimana total pengeluaran seluruh anggota rumah tangga selama 3 bulan terakhir (April-Juni 2015) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (Januari-Maret 2015):

Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3
 Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 9

8. Apakah penyebab utama total pengeluaran rumah tangga meningkat atau menurun pada Rincian 7 (lihat PILIHAN JAWABAN 2 di lembar berikut)

Lainnya (tuliskan)

9. Bagaimana perkiraan total pengeluaran seluruh anggota rumah tangga selama 3 bulan mendatang (Juli-September 2015) dibandingkan 3 bulan terakhir (April-Juni 2015):

Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3
 Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 11

10. Apakah penyebab utama perkiraan total pengeluaran rumah tangga meningkat atau menurun pada Rincian 9 (<i>lihat PILIHAN JAWABAN 2</i>) <i>Lainnya (tuliskan)</i>	<input type="checkbox"/>												
PILIHAN JAWABAN 2 (untuk Rincian Nomor 8 dan 10)													
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;"><u>Jawaban meningkat :</u></td> <td style="width: 50%; border: none;"><u>Jawaban menurun :</u></td> </tr> <tr> <td style="border: none;"><i>Peningkatan penghasilan</i> -1</td> <td style="border: none;"><i>Penurunan penghasilan</i> -6</td> </tr> <tr> <td style="border: none;"><i>Penurunan harga barang dan jasa</i> -2</td> <td style="border: none;"><i>Peningkatan harga barang dan jasa</i> -7</td> </tr> <tr> <td style="border: none;"><i>Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan terakhir</i> -3</td> <td style="border: none;"><i>Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan sebelumnya</i> -8</td> </tr> <tr> <td style="border: none;"><i>Sedang membutuhkan atau ada kebutuhan mendadak/darurat</i> -4</td> <td style="border: none;"><i>Melakukan penghematan</i> -9</td> </tr> <tr> <td style="border: none;"><i>Lainnya</i> -5</td> <td style="border: none;"><i>Lainnya</i> -10</td> </tr> </table>	<u>Jawaban meningkat :</u>	<u>Jawaban menurun :</u>	<i>Peningkatan penghasilan</i> -1	<i>Penurunan penghasilan</i> -6	<i>Penurunan harga barang dan jasa</i> -2	<i>Peningkatan harga barang dan jasa</i> -7	<i>Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan terakhir</i> -3	<i>Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan sebelumnya</i> -8	<i>Sedang membutuhkan atau ada kebutuhan mendadak/darurat</i> -4	<i>Melakukan penghematan</i> -9	<i>Lainnya</i> -5	<i>Lainnya</i> -10	
<u>Jawaban meningkat :</u>	<u>Jawaban menurun :</u>												
<i>Peningkatan penghasilan</i> -1	<i>Penurunan penghasilan</i> -6												
<i>Penurunan harga barang dan jasa</i> -2	<i>Peningkatan harga barang dan jasa</i> -7												
<i>Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan terakhir</i> -3	<i>Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan sebelumnya</i> -8												
<i>Sedang membutuhkan atau ada kebutuhan mendadak/darurat</i> -4	<i>Melakukan penghematan</i> -9												
<i>Lainnya</i> -5	<i>Lainnya</i> -10												
D. KONDISI KEUANGAN RUMAH TANGGA													
11. Gambaran kondisi keuangan rumah tangga Bapak/Ibu selama 3 bulan terakhir (April-Juni 2015): <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 80%;"><i>Menabung lebih banyak dibanding Triwulan sebelumnya</i></td> <td style="width: 20%; text-align: right;">-1</td> </tr> <tr> <td><i>Menabung relatif sama dibanding Triwulan sebelumnya</i></td> <td style="text-align: right;">-2</td> </tr> <tr> <td><i>Menabung lebih sedikit dibanding Triwulan sebelumnya</i></td> <td style="text-align: right;">-3</td> </tr> <tr> <td><i>Tidak dapat menabung sama sekali</i></td> <td style="text-align: right;">-4</td> </tr> <tr> <td><i>Mengambil tabungan</i></td> <td style="text-align: right;">-5</td> </tr> <tr> <td><i>Harus meminjam uang/menggadaikan barang</i></td> <td style="text-align: right;">-6</td> </tr> </table>	<i>Menabung lebih banyak dibanding Triwulan sebelumnya</i>	-1	<i>Menabung relatif sama dibanding Triwulan sebelumnya</i>	-2	<i>Menabung lebih sedikit dibanding Triwulan sebelumnya</i>	-3	<i>Tidak dapat menabung sama sekali</i>	-4	<i>Mengambil tabungan</i>	-5	<i>Harus meminjam uang/menggadaikan barang</i>	-6	<input type="checkbox"/>
<i>Menabung lebih banyak dibanding Triwulan sebelumnya</i>	-1												
<i>Menabung relatif sama dibanding Triwulan sebelumnya</i>	-2												
<i>Menabung lebih sedikit dibanding Triwulan sebelumnya</i>	-3												
<i>Tidak dapat menabung sama sekali</i>	-4												
<i>Mengambil tabungan</i>	-5												
<i>Harus meminjam uang/menggadaikan barang</i>	-6												
12. Bagaimana peluang rumah tangga Bapak/Ibu untuk menabung selama 3 bulan mendatang (Juli-September 2015): <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%;"><i>Sangat mungkin</i></td> <td style="width: 33%; text-align: center;">-1</td> <td style="width: 33%;"><i>Mungkin</i></td> <td style="width: 33%; text-align: center;">-2</td> <td style="width: 33%;"><i>Tidak mungkin</i></td> <td style="width: 33%; text-align: center;">-3</td> </tr> </table>	<i>Sangat mungkin</i>	-1	<i>Mungkin</i>	-2	<i>Tidak mungkin</i>	-3	<input type="checkbox"/>						
<i>Sangat mungkin</i>	-1	<i>Mungkin</i>	-2	<i>Tidak mungkin</i>	-3								
E. KETERSEDIAAN LAPANGAN PEKERJAAN													
13. Bagaimana ketersediaan lapangan pekerjaan (formal dan non formal) selama 3 bulan terakhir (April-Juni 2015) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (Januari-Maret 2015): <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%;"><i>Lebih banyak</i></td> <td style="width: 33%; text-align: center;">-1</td> <td style="width: 33%;"><i>Sama</i></td> <td style="width: 33%; text-align: center;">-2</td> <td style="width: 33%;"><i>Lebih sedikit</i></td> <td style="width: 33%; text-align: center;">-3</td> </tr> </table>	<i>Lebih banyak</i>	-1	<i>Sama</i>	-2	<i>Lebih sedikit</i>	-3	<input type="checkbox"/>						
<i>Lebih banyak</i>	-1	<i>Sama</i>	-2	<i>Lebih sedikit</i>	-3								
14. Bagaimana perkiraan ketersediaan lapangan pekerjaan (formal dan non formal) selama 3 bulan mendatang (Juli-September 2015) dibandingkan 3 bulan terakhir (April-Juni 2015): <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%;"><i>Lebih banyak</i></td> <td style="width: 33%; text-align: center;">-1</td> <td style="width: 33%;"><i>Sama</i></td> <td style="width: 33%; text-align: center;">-2</td> <td style="width: 33%;"><i>Lebih sedikit</i></td> <td style="width: 33%; text-align: center;">-3</td> </tr> </table>	<i>Lebih banyak</i>	-1	<i>Sama</i>	-2	<i>Lebih sedikit</i>	-3	<input type="checkbox"/>						
<i>Lebih banyak</i>	-1	<i>Sama</i>	-2	<i>Lebih sedikit</i>	-3								

F. PEMBELIAN BARANG TAHAN LAMA

15. Menurut Bapak/Ibu, apakah dalam 3 bulan terakhir (April-Juni 2015) merupakan waktu yang tepat bagi rumah tangga untuk membeli barang-barang tahan lama, seperti barang elektronik, peralatan rumah tangga, perhiasan logam/batu mulia, perabot meubelair, perangkat komunikasi, dan alat olahraga dan kesehatan:

- Ya, waktu yang tepat* -1
Tidak, bukan waktu yang tepat -2
Lainnya -3

16. Apakah Bapak/Ibu mempunyai rencana untuk membeli barang-barang tahan lama dan melakukan aktivitas di bawah ini selama 3 bulan mendatang (Juli-September 2015)

Kelompok Barang/Jasa	Ya -1 Tidak -2	Jika isian kolom 2 berkode 1, rencana sumber dana:	Jika kolom 2 berkode 2, alasan utama Bapak/ibu:
		<i>Tabungan</i> -1 <i>Pendapatan</i> -2 <i>Pinjaman</i> -3 <i>Pemberian</i> -4 <i>Belum Tahu</i> -5	Dana tidak ada -1 Tidak / belum butuh -2 Sudah memiliki -3
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Membeli barang elektronik (TV, DVD, komputer, dll.), perabot meubelair (kursi, lemari, tempat tidur, dll.), dan peralatan rumah tangga (kulkas, kompor gas, AC, mesin cuci, dll.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Membeli perhiasan logam/batu mulia (emas, permata, mutiara, dll.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Membeli perangkat komunikasi (HP, tablet, dll.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Merencanakan Rekreasi (ke luar kota/luar negeri termasuk menginap di hotel dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Merencanakan Pesta dan Hajatan (pernikahan, khitanan, ulang tahun, dll.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Membeli motor/mobil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Merenovasi rumah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Membeli rumah /tanah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

BLOK V. PENJELASAN RINGKAS

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

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

Catatan:

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

Contoh:

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

- ✓ Rincian 6: Volume/frekuensi konsumsi merupakan jumlah/frekuensi barang/jasa yang dikonsumsi oleh rumah tangga. Jika rumah tangga tidak mengkonsumsi selama periode waktu pencacahan jawabannya adalah "tetap".
- ✓ Rincian 7 s/d 10: Total pengeluaran seluruh anggota rumah tangga adalah seluruh nilai dari uang yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, baik kebutuhan pokok rumah tangga maupun untuk pembelian barang tahan lama atau pengeluaran besar lainnya.
- ✓ Rincian 11: Gambaran kondisi keuangan rumah tangga menunjukkan bagaimana kondisi keuangan rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Catatan:

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

BLOK V. PENJELASAN RINGKAS (lanjutan)

- ✓ Rincian 12: Peluang rumah tangga untuk menabung menunjukkan perkiraan responden terhadap kondisi keuangan rumah tangga dalam 3 bulan ke depan. Jika ada kemungkinan untuk menabung dapat diartikan bahwa rumah tangga memperkirakan pendapatan melebihi pengeluaran.
- ✓ Rincian 13 dan 14: Ketersediaan Lapangan Pekerjaan merupakan pengamatan responden mengenai ketersediaan lapangan pekerjaan baik formal maupun non formal melalui informasi langsung atau dari media. Lapangan pekerjaan yang dimaksud tidak hanya mencakup pekerjaan sebagai karyawan atau pegawai, juga termasuk kesempatan untuk berusaha.
- ✓ Rincian 15: Waktu yang tepat bagi rumah tangga untuk membeli barang tahan lama. Maksud dari rincian ini adalah untuk menggambarkan persepsi responden tentang kondisi perekonomian saat ini. Waktu tepat secara tidak langsung menggambarkan situasi perekonomian yang baik sehingga daya beli masyarakat juga baik.

BLOK VI. CATATAN

Lampiran 2. Trend Nilai Indeks Tendensi Konsumen Kini dan Indeks Tendensi Konsumen Mendatang, 2011 – 2015

Tahun	ITK Kini	ITK Mendatang
(1)	(2)	(3)
Tw I-2011	106,51	--
Tw II-2011	107,58	113,14
Tw III-2011	111,16	112,96
Tw IV-2011	107,24	110,36
Tw I-2012	107,99	106,72
Tw II-2012	108,15	108,05
Tw III-2012	111,87	111,01
Tw IV-2012	107,79	108,65
Tw I-2013	102,18	106,83
Tw II-2013	107,62	109,64
Tw III-2013	114,52	112,07
Tw IV-2013	108,57	108,73
Tw I-2014	103,71	106,92
Tw II-2014	110,85	107,78
Tw III-2014	114,21	116,45
Tw IV-2014	108,69	108,40
Tw I-2015	92,52	106,92
Tw II-2015	102,70	112,50
Tw III-2015	110,64	115,31
Tw IV-2015	--	104,64

Keterangan: --) belum dihitung

<https://sultra.bps.go.id>

DATA

MENCERDASKAN BANGSA



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI SULAWESI TENGGARA**

Jl. Boulevard No. 1 Kendari Sulawesi Tenggara; Telp: 0401-3135363

Fax: 0401-3122355; e-mail: bps7400@bps.go.id