

# INDEKS TENDENSI KONSUMEN *JAWA TENGAH 2015*



# INDEKS TENDENSI KONSUMEN *JAWA TENGAH 2015*



# INDEKS TENDENSI KONSUMEN

## JAWA TENGAH 2015

ISBN : 978-602-0916-69-9  
No. Publikasi : 33550.1602  
Katalog BPS : 9202003.33  
Ukuran Buku : 14,8 cm x 21 cm  
Jumlah Halaman : vi + 60 halaman

### **Naskah**

Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

### **Penyunting**

Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

### **Gambar Kulit**

Bidang Integrasi Pengolahan dan Diseminasi Statistik

### **Diterbitkan oleh**

© Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah

### **Dicetak oleh**

CV. Pelita

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

# KATA PENGANTAR

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

Sejak tahun 2011, Badan Pusat Statistik Jawa Tengah telah menyusun Indeks Tendensi Konsumen (ITK). ITK dihitung berdasarkan hasil Survei Tendensi Konsumen (STK) yang diintegrasikan dengan Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas). Sampel STK merupakan subsampel Sakernas, jumlah target sampel STK tahun 2015 sebanyak 1.560 responden tersebar di 19 kabupaten/kota.

Publikasi ITK 2015 ini merupakan publikasi yang ketiga. Dalam publikasi ini disajikan perkembangan ITK tahun 2013-2015 serta variabel-variabel pembentuknya. Kritik dan saran bagi penyempurnaan publikasi ini sangat diharapkan. Semoga publikasi ini bermanfaat.

Semarang, April 2016

 BADAN PUSAT STATISTIK  
PROVINSI JAWA TENGAH  
Kepala,



Dr. Margo Yuwono, S.Si, M.Si

# DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Katalog	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	v
Daftar Grafik	vi
Bab 1 Pendahuluan	3
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Tujuan	5
1.3 Cakupan	6
1.4 Sistematika	6
Bab 2 Metode Penghitungan	11
2.1 Cakupan Survei dan Jumlah Sampel	11
2.2 Kerangka Sampel	12
2.3 Desain Penarikan Sampel	12
2.4 Desain Penimbang	13
2.5 Data dan Keterangan yang Dikumpulkan	14
2.6 Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen	15
2.7 Prosedur Penghitungan Indeks	17
2.8 Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen	29
Bab 3 Hasil Penghitungan	33
3.1 Profil Rumah Tangga	33
3.2 Perkembangan Nilai ITK	38
3.3 Nilai ITK menurut Komponennya	42
3.4 ITK Mendatang	46
3.5 ITK Provinsi di Pulau Jawa	49
Bab 4 Kesimpulan	55
Lampiran	59



# DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Tahapan dan Penghitungan <i>Design Weight</i> STK 2015-2016	14
Tabel 2.2.	Pemberian Kode dan Skor Variabel Pendapatan, Perkiraan Pendapatan, dan Volume/Frekuensi Konsumsi Kelompok Barang/Jasa	20
Tabel 2.3	Pemberian Kode dan Skor Variabel Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga	21
Tabel 2.4	Pemberian Kode dan Skor Variabel Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi, dan Pesta/Hajatan	23
Tabel 3.1	Persentase Responden STK Menurut Pendapatan Rumah Tangga dan Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan, Triwulan I-IV 2015	35
Tabel 3.2	Persentase Rumah Tangga Responden STK Menurut Sumber Penghasilan Utama, Tahun 2015	37
Tabel 3.3	Persentase Kepala Rumah Tangga Responden STK Jawa Tengah Menurut Status Pekerjaan Utama, Tahun 2015	38
Tabel 3.4	Indeks Tendensi Konsumen Jawa Tengah Triwulan I-2012 Sampai dengan Triwulan IV- 2015	41
Tabel 3.5	Indeks Tendensi Konsumen dan Variabel Pembentuknya, Triwulan I – IV Tahun 2015	44
Tabel 3.6	Indeks Konsumsi Beberapa Komoditi, Triwulan I – IV Tahun 2015	45
Tabel 3.7	ITK Mendatang dan Variabel Pembentuknya Jawa Tengah, Triwulan I – IV Tahun 2015	47



# DAFTAR GRAFIK

Gambar 3.1.	Rumah Tangga STK Menurut Pendapatan rumah tangga, Tahun 2015	34
Gambar 3.2.	Indeks Tendensi Konsumen Jawa Tengah Triwulan I-2012 - Triwulan IV-2015	39
Gambar 3.3.	Perbandingan ITK Kini Triwulan I-2013 s.d Triwulan IV-2015 dan ITK Mendatang Jawa Tengah	48
Gambar 3.4.	Perkembangan ITK Provinsi-Provinsi di Jawa Triwulan I-2015 s.d. Triwulan IV-2015	49



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

# Bab 1

## Pendahuluan



# Bab1

## Pendahuluan



### 1. 1. Latar Belakang

Dalam menyusun perencanaan pembangunan perekonomian, pelaku ekonomi terutama pemerintah dan pengusaha sangat membutuhkan banyak informasi. Terlebih lagi informasi yang bersifat dini mengenai kondisi perekonomian terkini dan perkiraan di masa yang akan datang. Salah satu manfaat informasi bagi pemerintah adalah untuk perencanaan. Di pihak lain, dunia usaha memerlukan informasi untuk keperluan investasi atau ekspansi pasar. Dengan adanya informasi ini, berbagai pihak dapat mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengatasi keadaan supaya tidak menimbulkan kerugian.

Sejak tahun 1980-an BPS telah mengembangkan berbagai macam indikator yang berkaitan dengan sistem peringatan dini, diantaranya Indeks Indikator Pendahulu (*Index of Leading Indicator*). Selanjutnya, pada tahun 1995 telah dikembangkan dua macam indikator dini (*prompt indicator*) yang lain 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 dengan Indeks Tendensi Konsumen (ITK). ITB dan ITK dapat memberikan indikasi mengenai kondisi bisnis (perekonomian secara umum) dan ekonomi konsumen di Indonesia dalam jangka pendek. Penghitungan ITB baru terbatas pada wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek).

Penghitungan ITK dilakukan berdasarkan Survei Tendensi Konsumen (STK) triwulanan. Pada masa awal penghitungan, STK hanya dilaksanakan di wilayah Jabodetabek sehingga ITK yang dihasilkan lebih tepat dikatakan sebagai ITK Jabodetabek. Dalam perkembangan selanjutnya, pelaksanaan STK sejak Triwulan I-2011 diperluas ke seluruh provinsi dengan jumlah sampel sebanyak 10.865 rumah tangga. Tujuan memperluas sampel ini adalah untuk memperoleh ITK level nasional dan level provinsi. Bahkan, untuk meningkatkan akurasi ITK yang dihasilkan, jumlah

sampel rumahtangga sejak Triwulan I Tahun 2012 diperbanyak menjadi 14.232 responden. Mengingat pentingnya informasi yang dikandung dalam ITK, hasil ITK setiap triwulan dipublikasikan di berbagai media massa bersamaan dengan *press release* Produk Domestik Bruto (PDB).

Khusus Provinsi Jawa Tengah, penghitungan ITK dilakukan berdasarkan STK dengan target jumlah responden sebanyak 1.560 rumah tangga. Sedangkan pelaksanaan *press release* ITK Jawa Tengah sama dengan Nasional yaitu dilaksanakan pada setiap triwulan serentak dengan *press release* Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) triwulanan.

## 1.2. Tujuan

Publikasi ini secara umum menyajikan data dan analisis ITK Jawa Tengah triwulanan selama periode 2015-2016 yang dihasilkan dari STK. Secara khusus, penyusunan publikasi ini bertujuan untuk :

1. Memberikan informasi dini tentang perkembangan perekonomian dari sisi konsumen di Provinsi Jawa Tengah.
2. Memberikan perkiraan kondisi konsumen Provinsi Jawa Tengah pada tiga bulan mendatang.

### 1.3. Cakupan

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) dihasilkan melalui Survei Tendensi Konsumen (STK). STK di Provinsi Jawa Tengah dilakukan secara triwulanan yang dilaksanakan pada bulan Maret, Juni, September dan Desember tahun 2015. Sampel rumahtangga atau responden STK merupakan sub-sampel dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) khusus di daerah perkotaan. Sampel STK tersebar pada 19 (sembilan belas) kabupaten/kota yaitu Kabupaten Cilacap, Banyumas, Wonosobo, Klaten, Karanganyar, Kudus, Demak, Temanggung, Batang, Pekalongan, Pemalang, Tegal, Brebes dan Kota Magelang, Surakarta, Salatiga, Semarang, Pekalongan serta Tegal.

### 1.4. Sistematika

Penulisan buku ini dibagi ke dalam empat bab, yaitu :

1. Bab I Pendahuluan, yang terdiri dari : Latar Belakang, Tujuan, Cakupan dan Sistematika.
2. Bab II Metodologi Penghitungan, mencakup prosedur penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, dan interpretasi hasil Indeks Tendensi Konsumen.

3. Bab III. Hasil Penghitungan, mencakup hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen selama tahun 2015 beserta perkembangannya per triwulan.
4. Bab IV Kesimpulan, mencakup ringkasan indikator dini perekonomian secara umum dilihat dari perkembangan kondisi ekonomi rumah tangga (sisi konsumen) selama tahun 2015.

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





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

## Bab 2

# Metode Penghitungan



# Bab 2

## Metode Penghitungan



### 2.1. Cakupan Survei dan Jumlah Sampel

Cakupan survei adalah di beberapa kab/kota terpilih STK yang sudah diidentifikasi sebagai wilayah perkotaan. Jumlah sampel blok sensus sebanyak 156 blok dengan sampel rumah tangga 10 rumah tangga per blok sensus. Dengan kata lain terdapat 1.560 rumah tangga sampel STK.

Target populasi Survei Tendensi Konsumen adalah rumah tangga kelas menengah dan atas yang diidentifikasi sebagai unit populasi terbesar dalam melakukan aktifitas konsumsi sehari-hari. Untuk itu rancangan sampling dibuat sedemikian rupa, dengan tujuan dapat menggambarkan aktifitas konsumsi dimaksud.

## 2.2. Kerangka Sampel

Kerangka sampel blok sensus STK adalah daftar sampel blok sensus Susenas Maret 2015 daerah perkotaan di setiap Kab/Kota terpilih STK. Disamping itu untuk menggambarkan aktifitas 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.

## 2.3. Desain Penarikan Sampel

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, dan berdasarkan *implicit* stratifikasi tingkat pendidikan Kepala Rumah Tangga (KRT) hasil *updating*. Tingkat pendidikan kepala rumah tangga seperti halnya Susenas dibedakan 4 strata yaitu SD ke bawah, SMP, SMA dan 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 kegiatan STK Maret 2015 akan diperlakukan sebagai panel blok sensus dan panel rumah tangga pada triwulan 2 (Juni), triwulan 3 (September), dan triwulan 4 (Desember).

*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.*

## 2.4. Desain Penimbang

Rancangan penarikan sampel STK 2015 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 dan pembobotan dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 2.1. Tahapan dan Penghitungan *Design Weight* STK 2015-2016

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	$\frac{1}{M_{hi}^{up}}$	$\frac{\bar{m}}{M_{hi}^{up}}$

Sampling fraction :

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

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

## 2.5 Data dan Keterangan yang Dikumpulkan

Data yang dikumpulkan melalui kuesioner STK adalah data-data yang nantinya digunakan sebagai pembentuk Indeks Tendensi Konsumen. 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. Selain itu, dikumpulkan pula informasi “*luxury goods*” seperti rumah/tanah, mobil, TV dan komputer

Indeks Tendensi Konsumen juga terdiri dari dua jenis indeks yaitu Indeks Indikator Kini (IIK/*Current Indicator Index*) dan Indeks Indikator Mendatang (IIM/*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 untuk membeli barang-barang tahan lama pada periode tiga bulan mendatang.

## **2.6 Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen**

### **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

## 2.7 Prosedur Penghitungan Indeks

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

### 1. Penggolongan Pendapatan

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

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.

## 2. 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*.

#### **a. 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).

Tabel 2.2. 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

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

## b. 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 2.3.

Tabel 2.3. 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 brg/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 brg/jasa meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3).
- Jika konsumsi sekarang tetap (2) dan perubahan harga brg/jasa relatif sama (4) atau menurun (5).
- Skor -1, - Jika volume konsumsinya menurun dan perubahan harga brg/jasa relatif sama (4) atau menurun.
- Skor 0, - Jika konsumsi saat ini volumenya menurun (3) dan perubahan harga brg/jasa meningkat tinggi (1).
- Jika konsumsi saat ini volumenya tetap (2) dan perubahan harga brg/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 brg/jasa meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3).
- Jika konsumsi saat ini volumenya meningkat (1) dan perubahan harga brg/jasa relatif sama (4) atau menurun (5).
- Skor 1, - Jika konsumsi saat ini volumenya meningkat (1) dan perubahan harga brg/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 2.4. 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 rumahtangga 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).

### 3. 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:

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

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  $0 \leq I_{vg} \leq 200$

## 4. Penghitungan Indeks Indikator Kini dan Mendatang

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) terdiri dari Indeks Indikator Kini (IIK) dan Indeks Indikator Mendatang (IIM). Kedua indeks tersebut disusun secara terpisah. Masing-masing indeks indikator tersebut merupakan indeks rata-rata

tertimbang dari beberapa indeks variabel pembentuknya. Untuk menghitung Indeks Indikator Kini dan Indeks Indikator Mendatang digunakan rumus sebagai berikut:

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

dan

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

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 :  $0 \leq IIK/IIM \leq 200$ .

## 5. Penentuan Penimbang ( $w_i$ ).

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

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

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

Log sebagai berikut ketiga komponen tersebut dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

dimana :

IIK = Indeks Indikator Kini

PDK = Pendapatan seluruh anggota rumahtangga 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 rumahtangga 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 rumahtangga 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.

#### **B. Indeks Indikator Mendatang (IIM).**

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

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

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 rumahtangga 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.

## 2.8 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 dibandingkan pada triwulan sebelumnya (untuk Indeks Indikator Kini ) atau kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang meningkat dibandingkan pada triwulan berjalan (untuk Indeks Indikator Mendatang).
- b. **Sama dengan 100** : jumlah jawaban "meningkat" dan "menurun" adalah seimbang, artinya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan hampir sama dengan triwulan sebelumnya (untuk Indeks Indikator Kini) atau kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang sama dengan pada triwulan berjalan (untuk Indeks Indikator Mendatang).
- c. **Kurang dari 100** : jumlah jawaban "menurun" lebih besar dari jawaban "meningkat", artinya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan menurun dibandingkan keadaan triwulan sebelumnya (untuk Indeks Indikator Kini) atau kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang menurun dibandingkan pada triwulan berjalan (untuk Indeks Indikator Mendatang).



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

## **Bab 3**

# **Hasil Penghitungan**



# BAB 3

## Hasil Penghitungan

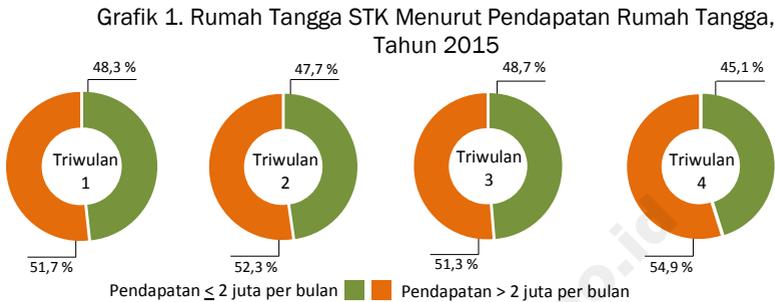


### 3.1. Profil Rumah Tangga

Pada tahun 2015 rata-rata *response rate* sampel STK Jawa Tengah setiap triwulan mencapai 97,08 persen. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, terjadi peningkatan *response rate* sebesar 2,13 poin. Peningkatan ini berindikasi positif karena berdampak pada kualitas ITK yang dihasilkan. Profil rumahtangga responden STK tahun 2015 dari sisi pendapatan, pendidikan dan pekerjaan akan diuraikan di bawah ini.

Sesuai dengan target sampel, rumah tangga STK berasal dari strata menengah dan tinggi. Sampel STK yang berpendapatan  $\geq 2$  juta rupiah sebanyak 51 sampai 55 persen, sedangkan

responden dengan pendapatan  $\leq 2$  juta sebanyak 45 sampai 49 persen (Tabel 3.1)



Pendidikan yang tinggi pada umumnya memiliki pendapatan yang tinggi pula, akan tetapi responden STK sebagian besar tergolong berpendidikan rendah. Lebih dari 58 persen rumah tangga berpendidikan SLTP ke bawah, yang berpendidikan setingkat SLTA berkisar antara 27 – 28 persen dan berpendidikan universitas kurang dari 15 persen. Struktur pendidikan kepala rumah tangga seperti ini terjadi setiap triwulan.

Sebagian besar kepala rumah tangga sampel STK memperoleh pendapatan/penghasilan dari berusaha/bekerja selebihnya merupakan penerima pendapatan. Persentase kepala rumah tangga penerima pendapatan berkisar antara 18 hingga 20 persen dari total rumah tangga sampel. Rumah tangga yang berpenghasilan dari penerima pendapatan ini

biasanya merupakan rumah tangga lansia atau anak kos yang menerima kiriman uang dari orang tuanya.

Tabel 3.1. Persentase Responden STK Menurut Pendapatan Rumah Tangga dan Pendidikan Tertinggi yang ditamatkan, Triwulan I - IV 2015

Karakteristik Responden	Triwulan			
	I	II	III	IV
Pendapatan Rumah Tangga				
≤ 2 Juta rupiah	48,30	47,70	48,67	45,09
> 2 Juta rupiah	51,70	52,30	51,33	54,91
Total	100,00	100,00	100,00	100,00
Pendidikan				
SLTP ke bawah	58,76	58,81	58,26	58,96
SLTA	27,39	27,11	28,10	27,69
Diploma I/II/III	4,25	4,01	3,60	3,72
DIV/ Sarjana	8,95	9,28	9,25	9,03
S2/ S3	0,65	0,79	0,80	0,60
Jumlah	100,00	100,00	100,00	100,00

Lapangan usaha yang menjadi pendapatan utama responden STK adalah perdagangan besar dan eceran, reparasi motor dan sepeda motor dengan porsi 16 hingga 17 persen. Industri pengolahan merupakan lapangan usaha yang memiliki persentase terbesar kedua setelah perdagangan dengan porsi antara 15 hingga 16 persen. Selanjutnya diikuti oleh pertanian, kehutanan dan perikanan dengan persentase

antara 9 hingga 10 persen. Selain ketiga kategori tersebut, kategori lapangan usaha yang lain memiliki persentase di bawah 10 persen, bahkan kategori pengadaan listrik, gas, pengadaan air, infokom dan real estate masing masing memiliki persentase kurang dari satu persen. Pola kategori pekerjaan yang demikian terjadi di sepanjang tahun 2015 walaupun ada pergeseran namun tidak signifikan (Tabel 3.2).

Dilihat dari status pekerjaan utama, lebih dari separuh kepala rumah tangga responden STK yang bekerja, merupakan buruh/karyawan/pegawai. Sisanya, sekitar 30 persen berusaha sendiri atau dibantu pekerja keluarga, 7-9 persen berusaha dibantu pekerja dibayar, serta sekitar 1 persen merupakan pekerja keluarga/pekerja tidak dibayar (Tabel 3.3).



Tabel 3.2 Persentase Rumah Tangga Responden STK Menurut Sumber Penghasilan Utama, Tahun 2015

Sumber Penghasilan Utama	Triwulan			
	I	II	III	IV
1. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	10,07	10,79	9,45	10,03
2. Pertambangan & Penggalian	0,26	0,20	0,40	0,27
3. Industri Pengolahan	16,01	16,12	16,44	15,60
4. Pengadaan Listrik, Gas	0,52	0,53	0,47	0,46
5. Pengadaan Air	0,26	0,33	0,40	0,33
6. Konstruksi	8,17	8,03	8,06	7,70
7. Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	17,32	16,05	16,18	16,60
8. Transportasi dan Pergudangan	3,59	3,75	4,13	4,12
9. Penyediaan Akomodasi dan penyediaan Makan Minum	4,31	4,34	4,86	4,91
10. Informasi dan Komunikasi	0,33	0,20	0,33	0,33
11. Jasa Keuangan	1,31	0,92	1,07	1,06
12. Real Estate	0,26	0,13	0,20	0,13
13. Jasa Perusahaan	1,05	0,92	0,87	1,20
14. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	4,05	3,95	4,33	4,12
15. Jasa Pendidikan	3,86	4,01	3,86	4,18
16. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1,18	1,25	1,33	1,20
17. Jasa Lainnya	9,08	9,08	7,79	8,43
18. Tidak bekerja/penerima pendapatan	18,37	19,41	19,84	19,32
<b>Jumlah</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Tabel 3.3. Persentase Kepala Rumah Tangga Responden STK Jawa Tengah Menurut Status Pekerjaan Utama, Tahun 2015

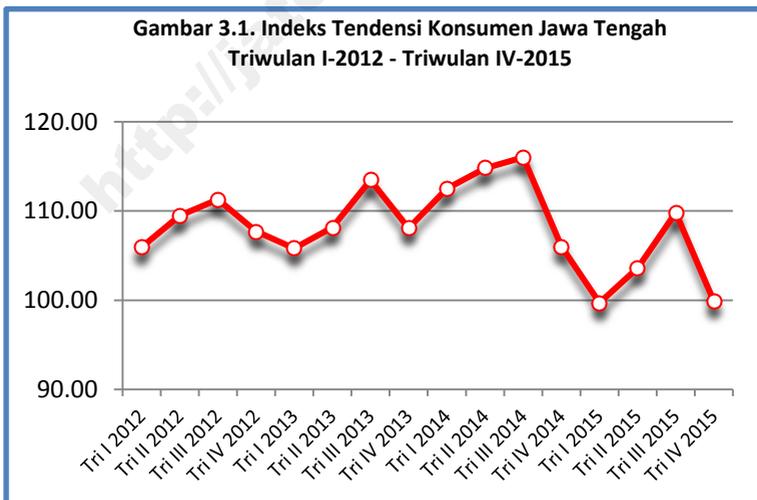
Status Pekerjaan Utama	Triwulan			
	I	II	III	IV
Berusaha Sendiri/ Dibantu Pekerja Keluarga	36,70	36,05	37,13	37,94
Berusaha Dibantu Pekerja Dibayar	7,77	9,38	7,89	8,48
Buruh/ Karyawan/ Pegawai	54,65	52,94	53,74	52,35
Pekerja Keluarga	0,88	1,63	1,25	1,23
<b>Jumlah</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

### 3.2. Perkembangan Nilai ITK

Kondisi ekonomi konsumen sangat dipengaruhi oleh kondisi bisnis pada tahun tersebut. Rumah tangga adalah penerima jasa faktor produksi, baik dari jasa tenaga kerja maupun faktor produksi lainnya yang sangat terkait dengan bisnis. Ketika kondisi bisnis melemah maka jasa yang diterima dari faktor produksi juga ikut terpengaruh. Ujungnya, daya beli rumah tangga selaku konsumen juga ikut terpengaruh.

Pada tahun 2015, kondisi perekonomian konsumen di Jawa Tengah pada setiap triwulannya berbeda-beda. Hal ini ditandai

dengan nilai ITK pada triwulan berjalan yang berfluktuasi, bahkan pada dua triwulan berada di bawah angka seratus (Gambar 3.1). Bila diamati lebih lanjut tingkat optimisme konsumen tahun 2015 mempunyai pola yang hampir sama dengan tahun sebelumnya yaitu meningkat pada Triwulan II dan III kemudian menurun pada dua triwulan berikutnya. Adanya perbedaan tingkat optimisme konsumen pada tiap triwulan dapat terjadi karena faktor musiman, baik karena perbedaan besaran peningkatan pendapatan maupun perbedaan skala dan intensitas momen yang menjadi pendorong meningkatnya konsumsi rumah tangga. Sebagai contoh, ITK tertinggi terjadi pada Triwulan III dipicu adanya peningkatan konsumsi rumah tangga karena puasa, hari Raya Idul Fitri dan Idul Adha.



Kondisi perekonomian Jawa Tengah sepanjang tahun 2015 menurut persepsi responden secara keseluruhan, optimismenya menurun dibandingkan tahun 2014. Tingkat optimisme pada masing-masing triwulan tidak lebih baik jika dibandingkan pada triwulan yang sama tahun sebelumnya. Bahkan pada triwulan pertama dan ke empat tahun 2015, responden pesimis memandang perekonomian dan mempersepsikan kondisi ekonomi menurun dibandingkan triwulan sebelumnya.

Menurunnya kondisi ekonomi pada triwulan pertama disebabkan oleh beberapa hal, yaitu kenaikan harga BBM pada Bulan Maret 2015. Kenaikan harga BBM mengakibatkan harga-harga menjadi naik terutama untuk tarif angkutan dalam kota serta beberapa harga pangan. Sebab lainnya dipengaruhi oleh melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dollar AS. Hal ini berdampak pada naiknya beberapa komoditas yang harganya tergantung dengan perubahan kurs dollar AS.

Pada triwulan II-2015, kondisi ekonomi konsumen membaik dibandingkan triwulan sebelumnya, ditunjukkan dengan nilai ITK sebesar 103,60. Membaiknya kondisi konsumen pada triwulan II-2015 didorong oleh adanya bulan Ramadhan yang dimulai pada pertengahan Juni 2015. Seperti tahun-tahun sebelumnya, konsumsi masyarakat naik pada saat bulan

Ramadhan. Akhir Ramadhan yang diikuti dengan hari raya Idul Fitri dan Idul Adha mempengaruhi meningkatnya konsumsi masyarakat pada triwulan III-2015 (nilai ITK sebesar 109,81). Meskipun pada triwulan II dan III 2015 kondisi ekonomi konsumen membaik jika dibandingkan triwulan sebelumnya, akan tetapi jika dibandingkan dengan triwulan yang sama pada tahun sebelumnya tingkat optimismenya menurun. Di duga hal tersebut di pengaruhi oleh semakin melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dollar AS. Bahkan pada triwulan III-2015, nilai tukar rupiah mencapai titik terendah selama tahun 2015 (mencapai 14.828 pada Bulan September 2015).

Tabel 3.4. Indeks Tendensi Konsumen Jawa Tengah Triwulan I - 2012 Sampai dengan Triwulan IV - 2015

Tahun	Triwulan			
	I	II	III	IV
2012	105,94	109,50	111,29	107,70
2013	105,81	108,14	113,46	108,08
2014	112,53	114,80	116,00	106,02
2015	99,71	103,60	109,81	99,87

Membbaiknya nilai tukar rupiah terhadap dollar disertai stabilnya harga BBM tidak membuat kondisi ekonomi pada triwulan IV-2015 ikut membaik. Bahkan pada triwulan

tersebut kondisi ekonomi menurut persepsi konsumen semakin menurun dibandingkan triwulan sebelumnya. Hal tersebut tercermin dari nilai ITK triwulan IV-2015 sebesar 99,87. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kenaikan konsumsi pada triwulan III-2015 cukup signifikan, bahkan kondisi ekonomi serta konsumsi masyarakat di tengah membaiknya kondisi ekonomi secara keseluruhan pada triwulan IV-2015 tidak mampu menandingi meningkatnya kondisi ekonomi serta konsumsi pada triwulan III-2015.

### **3.3. Nilai ITK Menurut Komponennya**

Kondisi ekonomi konsumen di setiap triwulan berfluktuatif dibandingkan triwulan sebelumnya, bahkan pada triwulan satu dan empat mengalami penurunan. Berdasarkan variabel pembentuk ITK (Tabel 3.5), yang menyebabkan penurunan kondisi ekonomi konsumen pada triwulan satu dan empat adalah variabel pendapatan rumah tangga. Pendapatan rumahtangga pada triwulan I-2015 menurun hingga mencapai angka 95,38, sementara itu penurunan pendapatan pada triwulan IV-2015 mencapai angka 99,94. Penurunan pendapatan pada triwulan I-2015 dipicu oleh pemutusan hubungan kerja (PHK) yang dilakukan oleh beberapa perusahaan mulai bulan Januari hingga Maret 2015. Melemahnya nilai tukar rupiah ikut menjadi penyebab

beberapa perusahaan yang bahan bakunya tergantung dari impor terpaksa membuat strategi survival untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan, salah satunya dengan PHK karyawan.

Selain pada triwulan I-2015, penurunan pendapatan juga terjadi pada triwulan IV-2015. Terlepas dari kondisi ekonomi yang belum stabil, penurunan pendapatan terjadi karena pada triwulan sebelumnya (triwulan III-2015) pendapatan rumah tangga meningkat cukup signifikan dengan adanya tunjangan hari raya (THR), peningkatan omset usaha serta gaji ke-13 bagi PNS yang diterima pada Bulan Juli 2015.

Naik turunnya harga BBM serta tidak stabilnya nilai tukar rupiah selama tahun 2015 mengakibatkan tidak stabilnya harga berbagai komoditas kebutuhan rumah tangga termasuk makanan. Akan tetapi inflasi yang terjadi akibat kenaikan tersebut sepertinya kurang mempengaruhi konsumsi rumah tangga terhadap makanan. Hal tersebut tercermin dari nilai pengaruh inflasi terhadap konsumsi makanan yang selalu di atas angka 100 pada setiap triwulannya. Bahkan pada triwulan I-2015 nilai indeksinya cukup tinggi yaitu sebesar 106,89, kemudian menurun di setiap triwulan hingga terkecil terjadi pada triwulan IV-2015 sebesar 101,67 (Tabel 3.5).

Tabel 3.5. Indeks Tendensi Konsumen dan Variabel Pembentuknya, Triwulan I - IV Tahun 2015

Variabel	Triwulan			
	I	II	III	IV
<b>Nilai ITK Kini</b>	99,71	103,60	109,81	99,87
1. Pendapatan Ruta Kini	95,38	102,24	112,73	99,94
2. Pengaruh Inflasi Terhadap Konsumsi Makanan	106,89	103,43	103,86	101,67
3. Konsumsi Makanan & Non Makanan	100,92	107,08	110,42	97,41

Berkaitan dengan pendapatan rumah tangga yang berkurang pada triwulan I-2015, ternyata tidak mempengaruhi konsumsi makanan dan non makanan karena secara umum relatif stabil dibandingkan triwulan sebelumnya. Hal tersebut ditunjukkan dengan indeks nilai konsumsi makanan & non makanan berkisar di angka 100 (100,92). Akan tetapi, jika di cermati lebih lanjut, konsumen mempertahankan konsumsi makanan pada triwulan I-2015, dan mengurangi konsumsi beberapa komoditas non makanan seperti pakaian rekreasi/hiburan serta akomodasi.

Sedikit berbeda dengan kondisi pendapatan rumahtangga pada triwulan I-2015, penurunan pendapatan pada triwulan IV-2015 berakibat menurunnya konsumsi makanan & non makanan. Pada triwulan IV-2015, selain mengurangi konsumsi

pakaian, rekreasi serta akomodasi, konsumen juga mengurangi pembelian makanan jadi serta biaya perawatan kesehatan dan kecantikan.

Tabel 3.6. Indeks Konsumsi beberapa Komoditi, Triwulan I - IV Tahun 2015

Komoditi	Triwulan			
	I	II	III	IV
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>Indeks Makanan</b>	<b>110,84</b>	<b>126,65</b>	<b>129,84</b>	<b>100,16</b>
Bahan makanan	116,47	132,91	133,94	101,93
Makanan jadi	105,21	120,39	125,74	98,38
<b>Indeks Non Makanan</b>	<b>97,61</b>	<b>101,48</b>	<b>104,88</b>	<b>96,63</b>
Pakaian	95,12	110,50	136,63	80,25
Komunikasi (Pembelian pulsa HP)	108,27	106,19	106,10	104,60
Rekreasi/ hiburan	84,22	87,06	90,77	89,39
Akomodasi (hotel/penginapan)	86,10	83,68	82,74	88,57
Transportasi	109,62	112,80	116,58	106,99
Perawatan kesehatan dan kecantikan	102,34	95,37	92,52	99,40
<b>Total</b>	<b>100,92</b>	<b>107,08</b>	<b>110,42</b>	<b>97,41</b>

Bahan makanan dan transportasi merupakan kebutuhan pokok, konsumsi kedua komoditas tersebut selalu mengalami peningkatan pada setiap triwulan. Selain kedua komoditas tersebut, rupanya pembelian pulsa HP sudah menjadi

kebutuhan pokok konsumen, hal tersebut terlihat konsumsi untuk pembelian pulsa HP yang selalu mengalami peningkatan, ditandai dengan nilai indeks konsumsi untuk pembelian pulsa HP selalu di atas angka 100 (Tabel 3.6).

### 3.4 ITK Mendatang

ITK Mendatang merupakan indikator yang dibuat dengan tujuan untuk menggambarkan kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang atau tiga bulan setelah triwulan berjalan. Indikator ini disusun dengan menggunakan dua variabel pembentuk yaitu indeks pendapatan mendatang dan indeks rencana pembelian barang tahan lama.

Responden memperkirakan kondisi perekonomian mendatang berdasarkan kondisi pada triwulan berjalan dan pengalaman triwulan yang sama pada tahun sebelumnya. Seperti pada tahun sebelumnya, pada saat triwulan II responden memperkirakan kondisi perekonomian triwulan mendatang (Triwulan III) paling optimis dibanding triwulan lainnya dengan nilai 113,68. Perkiraan responden ini sesuai kenyataan di mana telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya bahwa kondisi perekonomian paling optimis pada saat triwulan III namun indeksnya tidak seoptimis perkiraan yaitu 109,81.

Pada triwulan IV-2015 kondisi ekonomi diprediksi paling tidak optimis atau bahkan menurun dibandingkan triwulan lainnya. Seperti tahun – tahun sebelumnya prediksi untuk triwulan IV-2015 hampir selalu tepat karena pada triwulan III-2015 terjadi perayaan besar hari Raya Idul Fitri. Pada saat tersebut konsumen banyak membelanjakan uangnya untuk konsumsi makanan, transportasi, pakaian, akomodasi yang berimbas pada turunnya ekonomi di triwulan berikutnya.

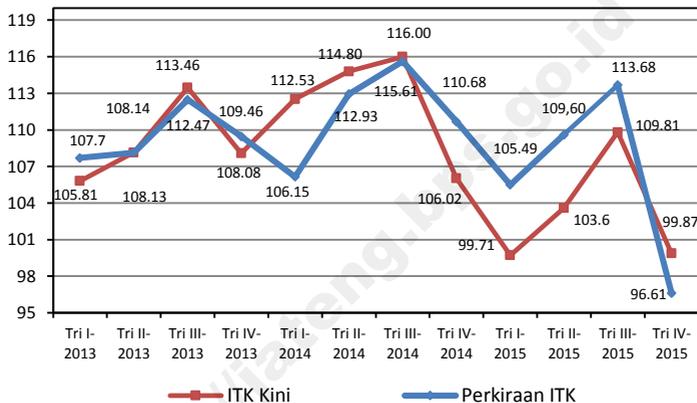
Tabel 3.7. ITK Mendatang dan Variabel Pembentuknya Jawa Tengah, Triwulan I – IV Tahun 2015

Variabel	Triwulan			
	I	II	III	IV
<b>Nilai ITK Mendatang</b>	109,60	113,68	96,61	106,92
1. Pendapatan Ruta Mendatang	117,77	120,45	96,52	111,87
2. Rencana Pembelian Barang Tahan Lama	95,26	101,78	96,75	98,23

Berdasarkan variabel pembentuknya, pendapatan rumah tangga diperkirakan paling optimis pada Triwulan III dengan indeks 120,45. Begitu juga untuk optimisme tertinggi untuk rencana pembelian barang tahan lama terjadi pada triwulan III dengan nilai indeks 101,78. Optimisme akan rencana pembelian barang tahan lama, rekreasi dan pesta/hajatan hanya terjadi pada triwulan III. Untuk triwulan I, II dan IV,

variabel tersebut diperkirakan menurun. Hal tersebut dikarenakan nilai tukar rupiah tidak stabil yang mengakibatkan konsumen mengesampingkan konsumsi yang bersifat tersier atau lebih mengutamakan konsumsi kebutuhan pokok terlebih dahulu.

**Gambar 3.2. Perbandingan ITK Kini Triwulan I-2013 s.d Triwulan IV-2015 dan ITK Mendatang Jawa Tengah**

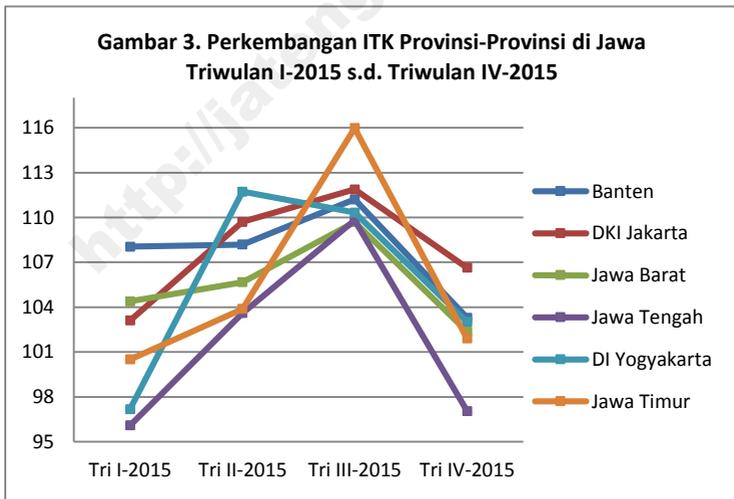


Namun demikian, ada ketidaktepatan responden dalam memberikan jawaban dan kekurangjelian petugas dalam menggali informasi yang menyebabkan indikator ITK Mendatang menjadi sedikit meleset untuk memperkirakan kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang. Gambar 3.2 di atas memperlihatkan perbandingan antara ITK Mendatang yang dihasilkan pada triwulan sebelumnya dengan ITK Kini yang dihasilkan pada triwulan berjalan. Pada gambar

tersebut terlihat bahwa pada saat Triwulan 1 digambarkan nilai ITK riil dan perkiraan dari triwulan IV cenderung berbeda yang kemudian akan semakin selaras hingga perkiraan triwulan IV-2015 mendekati riil.

### 3.5 ITK Provinsi di Pulau Jawa

Gambaran perkembangan perekonomian triwulanan menurut responden di provinsi-provinsi Pulau Jawa pada tahun 2015 secara umum mempunyai pola yang sama antar provinsi. Pada Triwulan I tingkat optimisme rendah kemudian meningkat dan mencapai optimis yang paling tinggi pada Triwulan III kemudian menurun lagi pada Triwulan IV.



Provinsi Jawa Timur memiliki nilai ITK yang cukup fluktuatif di setiap triwulannya. Pada triwulan I nilai ITK Jawa Timur masih di atas DIY dan Jawa Tengah, kemudian naik di triwulan kedua, dan melesat naik di triwulan III menjadi paling tinggi dibandingkan 6 provinsi lainnya. Pada triwulan IV, Jawa Timur mengalami penurunan ekonomi yang cukup tajam menurut konsumen walaupun tingkat optimismenya masih di atas Jawa Tengah.

Jawa Tengah memiliki nilai ITK terendah pada setiap triwulan jika dibandingkan provinsi lain di Jawa. Akan tetapi, pada triwulan III sedikit lebih optimis jika dibandingkan Provinsi Jawa Barat.

Provinsi Jawa Barat dan Banten memiliki pola nilai ITK yang hampir sama di setiap triwulannya meskipun Provinsi Banten lebih optimis dibandingkan Jawa Barat. Pola nilai ITK pada kedua provinsi ini sedikit naik pada triwulan II, naik lagi pada triwulan III, kemudian turun pada triwulan IV tetapi tidak terlalu tajam.

Provinsi Banten pada Triwulan I memiliki optimisme yang sangat tinggi terhadap triwulan sebelumnya yang kemudian turun pada triwulan II, sedikit naik pada Triwulan III dan pada akhirnya turun kembali hingga indeks ITK-nya mendekati daerah lain.



Perkembangan nilai ITK pada setiap triwulannya di Provinsi DI Yogyakarta cukup menarik. Jika di provinsi lain nilai ITK tertinggi di triwulan III, maka di Provinsi DI Yogyakarta mengalami penurunan nilai ITK pada triwulan tersebut. Pola yang terjadi adalah nilai ITK triwulan II-2015 naik cukup tajam, kemudian sedikit menurun di triwulan III-2015 dan kemudian menurun lagi di triwulan IV-2015. Hal tersebut terjadi karena DI Yogyakarta merupakan kota pelajar, dimana banyak mahasiswa dari berbagai daerah berkumpul di provinsi tersebut untuk menimba ilmu. Pada triwulan II yang bersamaan dengan tahun ajaran baru, maka kondisi ekonominya sangat optimis karena banyak mahasiswa/pelajar baru yang berdatangan dan biasanya masih diantar oleh keluarganya. Adanya kunjungan pada triwulan tersebut menggiatkan roda perekonomian di berbagai kategori yang berdampak pada meningkatnya konsumsi berbagai komoditi seperti makanan, pakaian, transportasi dan lain-lain. Sementara di triwulan III, mahasiswa/pelajar dari luar kota kembali ke kampung halamannya untuk merayakan hari raya, sehingga mengakibatkan roda perekonomian tidak seoptimis triwulan sebelumnya.



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

## **Bab 4**

# **Kesimpulan**



# Bab 4

## Kesimpulan



1. Rata-rata *response rate* sampel STK Jawa Tengah setiap triwulan mencapai 97,08 persen, meningkat sebesar 2,13 poin dibandingkan triwulan sebelumnya.
2. Profil rumah tangga sampel (responden) STK setiap triwulan, lebih dari separuh berpendidikan SLTP ke bawah (58,26 – 58,96 persen). Responden sampel STK tersebar di masing-masing kategori. Sebagian besar berstatus sebagai buruh/karyawan/ pegawai (52,35 - 54,65 persen). Responden terbesar berada pada kategori perdagangan (16,05 – 17,32 persen).
3. Kondisi perekonomian Jawa Tengah setiap triwulan berfluktuasi. Pada triwulan I dan IV mengalami penurunan

yang ditandai dengan nilai ITK di bawah 100, sedangkan triwulan lainnya mengalami peningkatan.

4. Gambaran tingkat optimisme konsumen triwulanan selama tiga tahun (tahun 2013-2015) mempunyai pola yang sama yaitu mulai meningkat pada triwulan II dan III kemudian menurun pada triwulan IV dan I, dan paling optimis pada triwulan III.
5. Jawa Tengah merupakan provinsi dengan nilai ITK terendah di Jawa selama Tahun 2015. Secara umum, provinsi di Jawa memiliki pola nilai ITK yang sama pada setiap triwulannya. Akan tetapi, DI Yogyakarta merupakan provinsi dengan pola nilai ITK yang berbeda dengan provinsi lainnya di Jawa karena pada triwulan III peningkatan kondisi ekonominya tidak seoptimis triwulan sebelumnya.



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

**Lampiran**



**BLOK VI.**  
**PERKIRAAN EKONOMI RUMAH TANGGA MENDATANG**

2a. Jika jawaban Rincian 1 Blok VI sebelumnya meniadak, **alasan utama** jawaban Bapak/Ibu?

Akan ada kenaikan gaji/pendapatan/ bonus/onses usaha -1

Akan ada pekerjaan/usaha sampingan -2

Ada anggota rumah tangga yang akan memperoleh pekerjaan -3

Lainnya (.....) -4

2b. Jika jawaban Rincian 1 Blok VI sebelumnya menurut, **alasan utama** jawaban Bapak/Ibu?

Akan ada penurunan gaji/pendapatan/bonus/onses usaha -1

Akan berhenti dari pekerjaan/usaha sampingan -2

Ada anggota rumah tangga yang akan berhenti bekerja -3

Lainnya (.....) -4

3. Bagaimana **perkiraan jumlah tabungan seluruh anggota rumah tangga** Bapak/Ibu selama 3 bulan mendatang (April–Juni 2014):

Menurun -0 Tetap -1 Meningkat -2

4. Dalam periode 3 bulan mendatang (April–Juni 2014), apakah Bapak/Ibu mempunyai rencana untuk melakukan beberapa kegiatan/aktivitas berikut:

	(A)	(B)	(C)	(D)
Jenis Kegiatan/Aktivitas	Ya -1	Tidak -2		
Yang Akan Direncanakan				
1. Membeli barang elektronik (TV, DVD, komputer dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Melakukan perjalanan (dalam dan luar kota) untuk liburan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Membeli perangkat komunikasi (HP, Tablet/lapd, notebook dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Membeli perahu/ melabak (kursi, lemari, tempat tidur dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Membeli peralatan rumah tangga (AC, kulkas, mesin cuci, kompor gas)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Membeli/mengganti sepeda motor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Membeli/mengganti mobil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Merencanakan rekreasi (keluar kota/negeri termasuk menginap di hotel dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Merencanakan pesta/hajat/an (pernikahan, khitanan, ulang tahun, dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Membeli tamah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Membeli rumah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**BLOK VII.**  
**SURVEI TENDENSI KONSUMEN 2014**

Triwulan  1

**BLOK I. PENGENALAN TEMPAT**

1. Provinsi

2. Kabupaten/Kota \*)

3. Kecamatan

4. Desa/Kelurahan \*)

5. Klasifikasi Desa/Kelurahan \*)  
1. Perkotaan   
2. Perdesaan

6. Nomor Kode Sampil

7. Nomor Urut sampil

8. Nama Kepala Rumah Tangga

\*) Coret yang tidak perlu.

**BLOK II. RINGKASAN**

1. Jumlah Anggota Rumah tangga

2. Jumlah Anggota Rumah tangga yang berumur 10 tahun ke atas

**BLOK III. KETERANGAN PETUGAS**

Kode Pencacah:

Nama Pencacah/No. HP: Tanggal:

Tanda tangan: Tanda tangan:

Nama Pengawas/No. HP: Tanggal:

Tanda tangan: Tanda tangan:



# DATA

MENCERDASKAN BANGSA



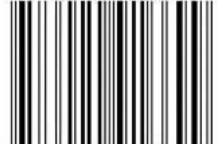
**BADAN PUSAT STATISTIK  
PROVINSI JAWA TENGAH**

Jl. Pahlawan No.6 Semarang 50241

Telp. 024-8412802 - 8412804, fax 024-8311195

<http://jateng.bps.go.id>, e-mail : [jateng@bps.go.id](mailto:jateng@bps.go.id)

ISBN 978-602-0916-69-9



9 786020 916699