

LABEL SEMENTARA SENSUS BARANG 2014			
Ruang	ID	Lokasi	Petugas
B2106	123.1212 2212-1	HBB	NPS

INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI JAWA TIMUR TAHUN 2012

DATA
MENCERDASKAN BANGSA



123 9202003
330
3500000 2012
3-B-3-3
BADAN PUSAT STATISTIK



BADAN PUSAT STATISTIK PROVINSI JAWA TIMUR
Jl. Raya Kendangsari Industri No. 43-44 Surabaya
Telp. (031) 8439343 (Hunting) Fax. (031) 8494007, 8471143
E-mail : bps3500@mallhost.bps.go.id



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI JAWA TIMUR**



PELAYANAN STATISTIK TERPADU
BADAN PUSAT STATISTIK

TGL. TERIMA : 17 - 12 - 2012

NO. INDIK : 129.1212.2217

DISKUSI : :

EKSEMPLAR KE : 1/1

**INDEKS TENDENSI KONSUMEN
PROVINSI JAWA TIMUR
TAHUN 2012**



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI JAWA TIMUR**

**INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI JAWA TIMUR
TAHUN 2012**

ISBN : 9772.0893.82124

Katalog BPS : 9202001.35

No Publikasi : 35553.1101

Ukuran buku : 17 cm x 23 cm

Naskah :
Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Gambar Kulit :
Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Diterbitkan oleh :
BPS Provinsi Jawa Timur

Dicetak oleh :

KATA PENGANTAR

Informasi dini, khususnya dalam bidang ekonomi, merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting bagi semua pihak. Informasi dini tersebut sangat diperlukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat konsumen, karena mampu memberikan sinyal awal mengenai perubahan kondisi perekonomian beberapa bulan mendatang.

Publikasi “Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Jawa Timur 2012” ini merupakan publikasi yang menyajikan indikator dini berupa Indeks Tendensi Konsumen berdasarkan hasil Survei Tendensi Konsumen triwulanan tahun 2012. Dari hasil survei ini diperoleh Indeks Tendensi Konsumen triwulan berjalan dan memberikan sinyal awal tentang perekonomian triwulan mendatang. Pada publikasi ini juga dilengkapi dengan metodologi penghitungan Indeks Tendensi Konsumen untuk mempermudah pemahaman kepada pengguna data.

Pada akhirnya, publikasi ini diharapkan dapat digunakan sebagai indikator dini dalam mengevaluasi pembangunan ekonomi di Jawa Timur, dan kritik serta saran bagi penyempurnaan publikasi ini sangat diperlukan sebagai bahan koreksi untuk publikasi yang akan datang.

Surabaya, November 2012
BPS Provinsi Jawa Timur
Kepala,



Irlan Indrocahyo, S.E., M.Si.
NIP. 19530805 197703 1 001

TIM PENYUSUN

Penanggung Jawab : Setiyowati, SE, MT.

Editor : Setiyowati, SE. MT.

Penulis : Mochamad Sonhaji, BSc. MSc.

Pengolah Data : 1. Mochamad Sonhaji, BSc. MSc.
2. Chusnul Chotimah, SST.
3. Nila Oktaria Widayanti, SST.
4. Baiq Irfa Noer Hamidah, S.Si

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
1. Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan	2
1.3. Cakupan Penelitian	2
1.4. Sistematika Penulisan	3
2. Kajian Literatur	5
2.1. <i>Consumer Sentiment Index (Michigan Universtiy)</i>	5
2.2. <i>Consumer Confidence Index (The Conference Universtiy)</i>	7
3. Metodologi Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen	11
3.1. Tahapan Pelaksanaan	11
3.2. Prosedur Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen	13
3.3. Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen	26

4. Hasil Penghitungan ITK 2012	29
4.1. Indeks Tendensi Konsumen Jawa Timur Tahun 2012	29
4.2. Perbandingan dengan Nasional dan Provinsi-provinsi di Jawa	46
4.3. Karakteristik Responden Survei Tendensi Konsumen Provinsi Jawa Timur	49

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Blok Sensus Terpilih Sampel ITK Provinsi Jawa Timur	55
Lampiran 2 ITK Seluruh Provinsi dan Nasional Tahun 2012	68
Lampiran 3 Kuesioner Survei Tendensi Konsumen Triwulan 3 – 2012	72

DAFTAR PUSTAKA	75
----------------	----

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Timur dalam mengulas ekonomi regional sebagian besar menyajikan data yang bersifat kuantitatif, antara lain data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), inflasi, nilai tukar petani (NTP), nilai tukar nelayan (NTN), statistik ekspor – impor, statistik industri besar sedang, statistik pariwisata, statistik ketenagakerjaan dan lain-lain. Meskipun data-data tersebut sudah tersedia dengan baik dan semakin dijaga kevaliditasannya, masih dirasakan perlu ketersediaan data bersifat kualitatif yang mendukung data-data yang bersifat kuantitatif. Ketersediaan data yang bersifat kualitatif itu akan semakin menjelaskan latar belakang (*reasoning*) kondisi data kuantitatif yang telah diperoleh. Pengguna data akan lebih mudah memahami dan terbantu sehingga dalam mengelaborasi data menjadi lebih terarah dan tidak sesat dalam membaca data.

Salah satu data kualitatif yang dihitung BPS Jawa Timur adalah Indeks Tendensi Konsumen (ITK). ITK disusun untuk menyempurnakan rilis data statistik triwulanan yang sebelumnya hanya terbatas pada data PDRB dan ketenagakerjaan. ITK diperoleh dari Survei Tendensi Konsumen (STK) yang merupakan survei mengenai perilaku konsumsi rumah tangga dengan variabel

pertanyaan berupa persepsi rumahtangga (bersifat kualitatif) tentang kondisi ekonominya. Diharapkan dari Berita Resmi Statistik (BRS) ITK ini, dapat menjelaskan *reasoning* penyajian BRS PDRB dan ketenagakerjaan. Indeks ini disajikan triwulanan untuk menggambarkan kondisi ekonomi dari sisi konsumen pada triwulan berjalan dan perkiraan pada triwulan mendatang.

1.2. Tujuan

Tujuan penyusunan Indeks Tendensi Konsumen adalah:

- a. Memberikan informasi terkini triwulan berjalan tentang perkembangan perekonomian dari sisi konsumen; dan
- b. Memberikan perkiraan kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang.

1.3. Cakupan Penelitian

Indeks Tendensi Konsumen dihitung dari hasil Survei Tendensi Konsumen (STK) yang dilakukan setiap triwulan bersamaan dengan pelaksanaan Survei Tenaga Kerja Nasional (Sakernas). Unit pencacahan STK di Jawa Timur adalah rumahtangga di perkotaan sebanyak 1.790 rumahtangga yang tersebar dalam 179 Blok Sensus (BS), dan merupakan subset dari

sampel Sakernas. Dengan demikian rumahtangga yang terkena sampel Sakerna sekaligus adalah sampel ITK.

Pelaksanaan STK di Jawa Timur dilakukan di 20 kabupaten/kota meliputi: Kabupaten Tulungagung, Kabupaten Blitar, Kabupaten Kediri, Kabupaten Malang, Kabupaten Jember, Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Pasuruan, Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Jombang, Kabupaten Magetan, Kabupaten Gresik, Kabupaten Sumenep, Kota Kediri, Kota Blitar, Kota Malang, Kota Probolinggo, Kota Pasuruan, Kota Mojokerto, Kota Madiun dan Kota Surabaya.

1.4. Sistematika Penulisan

Penulisan buku ini dibagi ke dalam 4 (empat) bab sebagai berikut:

1. Bab 1 Pendahuluan, yang membahas tentang latar belakang, tujuan, cakupan penelitian dan sistematika penulisan;
2. Bab 2 Kajian Literatur, yang membahas suatu penelitian yang berkaitan dengan Indeks Tendensi Konsumen;
3. Bab 3 Metodologi Penelitian, yang membahas metodologi penghitungan Indeks Tendensi Konsumen;

4. Bab 4 Hasil Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen
Tahun 2012.

www.bps.go.id

2. Kajian Literatur

2.1. *Consumer Sentiment Index (Michigan University)*

Michigan *University* di Amerika Serikat memperkenalkan suatu indeks yang serupa dengan Indeks Tendensi Bisnis¹ tetapi dengan pendekatan konsumen atau rumahtangga. Indeks tersebut dinamakan Indeks Sentimen Konsumen (*Consumer Sentiment Index*) atau disingkat CSI. Indeks Sentimen Konsumen diperoleh melalui Survei Sentimen Konsumen yang dilakukan oleh Lembaga Penelitian di Michigan *University*, Amerika Serikat. Survei ini dilakukan setiap bulan dan merupakan cara untuk memantau kondisi perekonomian khususnya dari sisi konsumen. Tujuan utama dari penyusunan indeks ini adalah untuk kepentingan investasi.

Indeks Sentimen Konsumen disusun sebagai pembanding dari *Purchasing Managers Index* (PMI) atau Indeks Pembelanjaan Perusahaan yang memantau kondisi bisnis khususnya dari sisi pasar bursa. Informasi dari pasar bursa tentunya dapat memberikan gambaran tingkat transaksi pembelanjaan perusahaan untuk saham di pasar modal. Tingkat transaksi dalam

¹ Indeks yang digunakan untuk mengetahui perkembangan dunia bisnis. Sampai saat ini penghitungan indeks ini dilakukan oleh BPS RI kerjasama dengan Bank Indonesia dan terbatas pada level Nasional saja

pasar bursa merupakan salah satu indikator pendahulu (*leading indicators*) dari kondisi perekonomian suatu negara. 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 penyusunan PMI antara lain: belanja perusahaan terhadap saham, pembelian barang tahan lama dan total penjualan kendaraan mobil. Dua variabel terakhir menunjukkan bahwa semakin tinggi volumenya, semakin tinggi pula permintaan akan barang tahan lama dan mobil. Akibatnya, suplai barang dari produsen juga meningkat yang tentunya akan memberikan dampak pada peningkatan kesempatan kerja. Di lain pihak, permintaan akan barang tahan lama dan kendaraan juga merupakan gambaran dari konsumsi rumahtangga.

Dari uraian di atas terlihat bahwa PMI merupakan ukuran kuantitatif sedangkan CSI merupakan ukuran kualitatif. Secara kualitatif, informasi dari pengusaha mengenai belanja barang dan jasa perusahaan seperti iklan dan jasa konsultasi dapat memberikan gambaran mengenai tingkat sentimen perusahaan terhadap bisnisnya. Hal ini sejalan dengan sikap konsumen terhadap konsumsi rumahtangganya. Peningkatan konsumsi rumahtangga akan mendorong pertumbuhan ekonomi.

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

2.2. *Consumer Confidence Index (The Conference Board)*

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

Interpretasi dari indeks ini adalah bahwa bila IKK meningkat mengindikasikan konsumsi/belanja konsumen juga meningkat. Akibatnya perusahaan akan meningkatkan produksinya yang disebabkan oleh meningkatnya permintaan.

Dampak lain, tingkat permintaan kredit ke Bank meningkat. Dengan meningkatnya konsumsi rumahtangga, maka pemerintah dapat mengantisipasi akan adanya kenaikan pajak pendapatan yang diperoleh dari naiknya konsumen rumahtangga. Sebaliknya bila IKK menurun, maka konsumsi rumahtangga 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 kontraksi perekonomian makro.

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

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

Setiap variabel 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* sebagai berikut:

$$I_{vit} = \frac{(TS_t:n_t)}{(TS_0:n_0)} \times 100\%$$

dimana:

I_{vit} = indeks variabel terpilih ke-i pada triwulan ke-t;

TS_t = total skor setiap variabel ke-i dari seluruh responden pada triwulan ke-t;

TS_0 = total skor setiap variabel ke-i dari seluruh responden pada triwulan dasar;

n_t = jumlah responden pada triwulan ke-t;

n_0 = jumlah responden pada triwulan dasar.

Besarnya indeks menunjukkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap kondisi perekonomian pada periode tertentu terhadap kondisi perekonomian pada periode pembandingnya. Apabila pertumbuhan indeks kurang dari 5 persen, maka kepercayaan konsumen cenderung tetap atau stagnan, tetapi bila pertumbuhan lebih dari 5 persen maka kepercayaan konsumen meningkat dibanding periode pembandingnya. Sebagai contoh, Indeks Kepercayaan Konsumen pada Triwulan 1 – 2011 sebesar 135,85 dan Indeks Kepercayaan Konsumen pada Triwulan 2 – 2011 sebesar 140,50. Artinya, pada Triwulan 2 – 2011 kepercayaan konsumen tumbuh sebesar 3,42 persen atau tidak mengalami kenaikan yang berarti dibanding Triwulan 1 –2011.

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

Kelebihan dari survei ini adalah:

1. Pertanyaan sederhana dan bersifat kualitatif sehingga lebih mudah dalam pengumpulan datanya;
2. Salah satu indikator ekonomi yang cukup akurat untuk melihat kondisi perekonomian jangka pendek.

Kelemahan dari survei ini adalah:

1. Karena merupakan data kualitatif maka hanya dapat digunakan untuk keperluan perencanaan;
2. IKK sulit untuk memprediksi atau meramalkan kondisi ke depan karena tidak ada ukuran yang pasti.

3. Metodologi Penghitungan

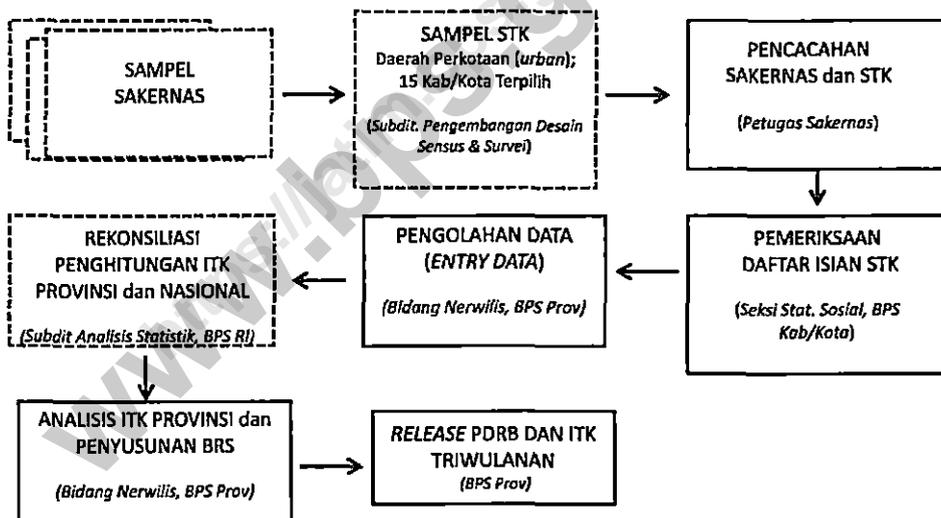
Indeks Tendensi Konsumen

3.1. Tahapan Pelaksanaan

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) diperoleh dari Survei Tendensi Konsumen (STK). Sampel rumahtangga yang digunakan untuk STK ini berasal dari subset sampel Sakernas panel. Subdirektorat Pengembangan Desain, Sensus dan Survei Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (BPS RI) telah mengambil sampel kabupaten/kota terpilih untuk Provinsi Jawa Timur sebanyak 20 kabupaten/kota terpilih meliputi: Kabupaten Tulungagung, Kabupaten Blitar, Kabupaten Kediri, Kabupaten Malang, Kabupaten Jember, Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Pasuruan, Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Jombang, Kabupaten Magetan, Kabupaten Gresik, Kabupaten Sumenep, Kota Kediri, Kota Blitar, Kota Malang, Kota Probolinggo, Kota Pasuruan, Kota Mojokerto, Kota Madiun dan Kota Surabaya. Total rumahtangga terpilih dari 20 kabupaten/kota terpilih tersebut adalah sebanyak 1.790 rumahtangga yang tersebar dalam 179 Blok Sensus (BS) terpilih. Keseluruhan BS terpilih adalah yang berkategori perkotaan.

Petugas pencacah pada setiap triwulannya melakukan pencacahan Sakernas dan STK sekaligus. Hasil dari pencacahan tersebut akan mengalami proses pemeriksaan (validasi) oleh Kasi Statistik Sosial BPS kabupaten/kota, dan selanjutnya dokumen pencacahan dikirimkan ke BPS Provinsi Jawa Timur untuk dientry dan diolah di Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik.

Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan STK



Hasil entry selanjutnya dikirimkan ke BPS RI pada Subdirektorat Analisis Statistik untuk direkonsiliasi menjadi data final penghitungan Indeks Tendensi Konsumen dan selanjutnya dikembalikan ke BPS provinsi untuk dianalisis menjadi Berita

Resmi Statistik ITK. Rilis BRS ITK ini bersamaan dengan rilis PDRB Triwulanan dan ketenaga kerjaan.

3.2. Prosedur Penghitungan Indeks Tendensi

Konsumen

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) adalah indeks yang menggambarkan kondisi ekonomi konsumen triwulan berjalan dan perkiraan pada triwulan mendatang. Secara umum, indeks ini adalah persepsi konsumen mengenai kondisi perekonomian rumahtangganya. Informasi yang dikumpulkan meliputi informasi pembelian komoditi makanan meliputi ikan, daging ternak, daging unggas, telur, susu, sayur-sayuran, tahu-tempe, buah-buahan, gula pasir, mie instant dan rokok; serta komoditi non makanan yang meliputi: pengeluaran listrik, air, telepon dan pulsa HP, bahan bakar untuk memasak, surat kabar, kesehatan, pendidikan, transportasi, rekreasi dan pakaian. Selain itu untuk menghitung ITK mendatang dikumpulkan informasi rencana pembelian barang tahan lama mengikuti: TV, VCD, DVD, Radio Tape, Komputer, Mebelair, Kompor Gas, Oven, Kulkas, Mesin Cuci, AC, HP, perhiasan dan kendaraan bermotor. Selain itu dikumpulkan pula informasi kondisi keuangan (pendapatan) dan tabungan.

Indeks Tendensi Konsumen yang diperoleh dari hasil Survei Tendensi Konsumen terdiri dari dua jenis macam indeks

yaitu Indeks Indikator Kini (*Current Indicator Index*) dan Indeks Indikator Mendatang (*Future Indicator Index*). Indeks Indikator Kini merupakan indeks komposit dari beberapa variabel yang dapat mengidentifikasi kondisi keuangan konsumen pada saat triwulan berjalan (saat survei) dibandingkan dengan periode triwulan sebelumnya. Sedangkan Indeks Indikator Mendatang merupakan indeks komposit dari beberapa variabel yang dapat mengidentifikasi rencana rumahtangga untuk pembelian barang-barang tahan lama pada periode triwulan mendatang.

Komponen variabel Indeks Indikator Kini adalah sebagai berikut:

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

Komponen variabel Indeks Indikator Mendatang adalah sebagai berikut:

- a. Pendapatan seluruh anggota keluarga pada periode tiga bulan mendatang; dan

- b. Rencana pembelian barang-barang tahan lama untuk tiga bulan yang akan datang.

Tahapan penghitungan ITK adalah sebagai berikut:

1. Melakukan penghitungan indeks masing-masing variabel:
 - a. Tanpa penimbang, yaitu:
 - i. Pendapatan anggota rumahtangga kini, diperoleh dari isian kuesioner STK Blok V rincian 1;
 - ii. Pengaruh kenaikan harga terhadap konsumsi makanan sehari-hari, diperoleh dari isian kuesioner STK Blok V rincian 4;
 - iii. Perkiraan pendapatan rumahtangga mendatang, diperoleh dari isian kuesioner STK Blok VI rincian 1.
 - b. Menggunakan penimbang, yaitu:
 - i. Volume konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan dari isian Blok V rincian 5 dan 8;
 - ii. Rencana pembelian barang tahan lama, dari isian Blok VI rincian 2.
2. Melakukan penghitungan indeks komposit, baik untuk Indeks Indikator Kini dan Indeks Indikator Mendatang.

3. Melakukan Validasi terhadap data-data yang masih belum akurat.

Secara umum, untuk mendapatkan indeks setiap variabel, dihitung dengan menggunakan rumus *Diffusion Index* seperti yang digunakan oleh *The Conference Board* (1990). Penghitungannya yaitu dengan membagi total skor dengan jumlah responden dikalikan 100, atau secara matematis dinotasikan:

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

dimana:

Iv_i = indeks variabel terpilih ke-i;

TS = total skor variabel ke-i dari seluruh responden;

n = jumlah responden.

Nilai indeks dengan menggunakan rumus di atas berkisar 0 – 200.

Gambar 3.1 Contoh penghitungan variabel pendapatan rumahtangga

Kode isian (V_1)	Jumlah jawaban (n)	Total Skor (TS) = $\sum (n \cdot V_1)$
0	15	0
1	20	20
2	35	70
Jumlah	70	90
Indeks $V_1 = TS/n \cdot 100$		$= 90 / 70 \cdot 100 =$
		128,57

Beberapa variabel lainnya menggunakan penimbang yaitu pada penghitungan indeks makanan dan non makanan, serta indeks rencana pembelian barang tahan lama. Sebelum diindekskan, variabel volume konsumsi komoditi makanan dan non makanan diberikan skor dengan cara sebagai berikut:

1. Tidak mengkonsumsi atau berkode 1 diberi skor 1;
2. Lebih sedikit atau berkode 2 diberi skor 0;
3. Sama atau tetap yang berkode 3 diberi skor 1;
4. Lebih banyak atau berkode 4 diberi skor 2.

Selanjutnya dilakukan penghitungan indeks komoditi sebagaimana penghitungan indeks variabel tanpa penimbang

terlebih dahulu untuk masing-masing komoditi. Sebagai ilustrasi akan diberikan contoh penghitungan untuk suatu komoditi.

Gambar 3.2. Contoh penghitungan indeks variabel makanan dan non makanan

Kode isian (Komoditi i)	Skor	Jumlah jawaban (n)	Total Skor (TS) = $\sum (n \cdot K_i)$
1	1	15	15
2	0	10	0
3	1	20	20
4	2	25	50
Jumlah		70	85
Indeks $V_i =$ $TS/n \cdot 100$		$= 85 / 70$ $\cdot 100 =$	121,43

Setelah itu dihitung indeks konsumsi makanan dan non makanan yang memakai penimbang masing-masing komoditi, atau bisa dinotasikan dalam bentuk rumus sebagai berikut:

$$IK_{MN} = \frac{\sum_i W_i IK_i}{W_i}$$

dimana:

IK_{MN} = Indeks konsumsi makanan dan non makanan;

IK_i = Indeks masing-masing komoditi makanan dan non makanan;

W_i = penimbang masing-masing komoditi makanan

dan non makanan.

Gambar 3.3 Contoh Penghitungan Indeks Konsumsi Makanan

Komoditi	Indeks (IK)	Penimbang (W)	IK*W
Ikan	110	8,60	946
Daging sapi dll	90	0,51	46
Daging unggas	100	2,13	213
.			
.			
Pakaian	90	6,34	571
$\Sigma (IK*W)$			10.364
Indeks komoditi makanan = $\Sigma(IK*W)/100$			103,64

Penentuan penimbang dalam penghitungan ITK berbeda baik untuk Indeks Indikator Kini (IIK) maupun Indeks Indikator Mendatang (IIM). Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa komponen penyusunan IIK terdiri atas pendapatan seluruh anggota keluarga tiga bulan terakhir, pengaruh kenaikan harga-harga terhadap konsumsi rumahtangga, dan volume konsumsi beberapa komoditi. Penimbang untuk ketiga komponen itu dihitung melalui fungsi *Double Log* yang dinotasikan sebagai berikut:

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

dimana:

IIK = Indeks Indikator Kini;

PDK = Pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada saat ini;

KH = Pengaruh kenaikan harga terhadap konsumsi makanan sehari-hari;

KK = Konsumsi beberapa komoditi saat ini;

$\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ = Estimasi parameter fungsi Double Log.

α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada saat ini terhadap IIK, α_2 mengindikasikan elastisitas pengaruh kenaikan harga terhadap konsumsi rumahtangga sehari-hari terhadap IIK, dan α_3 mengindikasikan elastisitas konsumsi beberapa komoditi saat ini terhadap IIK. Sebagai contoh, apabila dalam fungsi *Double Log* diperoleh α_1 sebesar 0,300, α_2 sebesar 0,250 dan α_3 sebesar 0,450 maka masing-masing penimbang untuk komponen IIK adalah sebagai berikut:

- i. Pendapatan seluruh anggota rumahtangga riil pada saat ini adalah 0,300;

- ii. Pengaruh kenaikan harga terhadap konsumsi makanan sehari-hari sebesar 0,250; dan
- iii. Konsumsi beberapa komoditi saat ini sebesar 0,450.

Sedangkan untuk indeks rencana pembelian barang tahan lama adalah sebagai berikut:

Mula-mula memberikan skor 1 bila terdapat tanda cek (✓) dan memberikan skor 0 bila tidak terdapat tanda cek (✓);

Menjumlahkan masing-masing kolom dengan memberikan notasi:

1. X = rencana membeli;
2. Y = rencana menggadaikan/menjual;
3. Memberikan skor dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Jika $X = 0$ dan $Y = 0$ maka diberi nilai skor = 1;
 - b. Jika $X = 0$ dan $Y \geq 1$ maka diberi nilai skor = 0;
 - c. Jika $X \geq 1$ maka diberi skor = $1 + (\text{Proporsi tertimbang dibagi Maksimal Proporsi Provinsi})$.Sebagai penimbang masing-masing komoditi barang tahan lama diperoleh dari hasil Survei Biaya Hidup (SBH)

Gambar 3. 4 Contoh Pemberian Skor

Jenis barang tahan lama	WSBH	isian	WSBH * isian
1. TV, VCD, DVD, Radio, Tape/Compo	0,126939	1	0,126939
2. Komputer	0,045905	1	0,045905
3. Mebelair (kursi, lemari, tempat tidur, dll)	0,103960	0	0
4. Kompor gas/tabung gas	0,010321	0	0
5. Oven/Microwave	0,015195	0	0
6. Kulkas	0,056417	0	0
7. Mesin cuci	0,053322	0	0
8. AC	0,017761	0	0
9. HP	0,204957	0	0
10. Perhiasan berharga (emas, berlian, dll)	0,048814	0	0
11. Kendaraan bermotor	0,316408	1	0,316408
Proporsi Tertimbang (PT) = $\sum(\text{WSBH} * \text{isian})$			0,489252

Misalkan diketahui bahwa maksimal Proporsi Tertimbang adalah 0,8 maka skor dari penghitungan di atas adalah

$$1 + (0,48952/0,85) = 1,575.$$

Setelah mendapatkan nilai skornya, maka dihitung nilai indeks rencana pembelian barang tahan lama yang merupakan rata-rata dari skor yang diperoleh, persis sama dengan cara penghitungan indeks variabel tanpa penimbang.

Penimbang untuk komponen Indeks Indikator Mendatang (IIM) juga diperoleh dari fungsi *Double Log* yang dinotasikan sebagai berikut:

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

dimana:

IIM = Indeks Indikator Mendatang;

PDM = Pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada triwulan mendatang;

RTH = Rencana pembelian barang-barang tahan lama;

$\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2$ = Estimasi parameter fungsi *Double Log*.

α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada triwulan mendatang terhadap IIM, α_2 mengindikasikan elastisitas rencana pembelian barang-barang tahan lama terhadap IIM. Sebagai contoh, apabila dalam fungsi *Double Log* diperoleh α_1 sebesar 0,730 dan α_2 sebesar 0,270, maka: penimbang pendapatan seluruh anggota rumahtangga riil pada triwulan mendatang adalah 0,730 dan rencana pembelian barang-barang tahan lama sebesar 0,270.

Selanjutnya dihitung Indeks Tendensi Konsumen Kini yang merupakan rata-rata tertimbang dari 3 Indeks Indikator Kini sebagaimana gambar berikut.

Gambar 3.5 Contoh Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen Kini

Variabel	Indeks (IK)	Penimbang (W)	IK * W
Pendapatan Kini	128,57	0,53	68,14
Pengaruh inflasi terhadap konsumsi makanan	105,14	0,26	27,34
Konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan	102,15	0,21	21,45
Indeks Tendensi Konsumen Kini			116,93

ITK Kini sebesar 116,93 mengartikan bahwa terdapat optimisme tingkat konsumen masyarakat dalam mengkonsumsi barang dan jasa pada periode tersebut (triwulan berjalan) yang lebih baik daripada triwulan sebelumnya, atau mempunyai arti psikologis adanya optimisme 1,1693 kali dibanding triwulan sebelumnya.

Sedangkan Indeks Tendensi Konsumen Mendatang adalah rata-rata tertimbang dari 2 Indeks Indikator Mendatang yang penghitungannya dijabarkan sebagaimana gambar berikut.

Gambar 3.6 Contoh Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen Mendatang

Variabel	Indeks (IK)	Penimbang (W)	IK*W
Pendapatan Mendatang	110,25	0,73	80,48
Rencana Pembelian Barang Tahan Lama	105,47	0,27	28,48
Indeks Tendensi Konsumen Mendatang			108,65

Pada tahap terakhir dilakukan validasi, apabila ditemukan:

1. Ketidak konsistenan antar variabel pembentuk;
2. Nilai indeks yang terlalu tinggi atau terlalu rendah;
3. Nilai indeks yang berlawanan dengan kondisi umum ekonomi konsumen seperti inflasi dan konsumsi rumah tangga; serta
4. Nilai indeks yang berlawanan dengan faktor musiman.

3.3. Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen

Cara membaca Indeks Tendensi Konsumen adalah sebagai berikut:

a. Indeks Indikator Kini

- $100 < I < 200$: jumlah jawaban “meningkat” lebih besar dari jawaban “menurun” artinya kondisi perekonomian pada triwulan berjalan meningkat dibanding periode triwulan sebelumnya.
- $I = 100$: jumlah jawaban “meningkat” dan “menurun” adalah seimbang artinya kondisi perekonomian pada triwulan berjalan hampir sama dengan triwulan sebelumnya.
- $I < 100$: jumlah jawaban “menurun” lebih besar dari jawaban “meningkat” artinya kondisi perekonomian pada triwulan berjalan menurun dibanding keadaan triwulan sebelumnya.

b. Indeks Indikator Mendatang

- $100 < I < 200$: jumlah jawaban “meningkat” lebih besar dari jawaban “menurun” artinya para konsumen optimis bahwa kondisi perekonomian pada triwulan mendatang

diduga akan meningkat jika dibandingkan dengan triwulan berjalan.

- $I = 100$: jumlah jawaban “meningkat” dan “menurun” adalah seimbang artinya kondisi perekonomian pada triwulan mendatang hampir sama dengan triwulan berjalan.
- $I < 100$: jumlah jawaban “menurun” lebih besar dari jawaban “meningkat” artinya kondisi perekonomian pada triwulan mendatang diduga menurun dibanding keadaan triwulan berjalan.

Indeks Indikator Kini diinterpretasikan sebagai Indeks Tendensi Konsumen pada triwulan berjalan, sedangkan Indeks Indikator Mendatang diinterpretasikan sebagai angka perkiraan Indeks Tendensi Konsumen pada triwulan mendatang. Sebagai contoh, Survei Tendensi Konsumen yang dilakukan pada Triwulan 3 – 2011 menghasilkan IIK sebesar 110,55 dan IIM sebesar 107,33. Hal ini mengartikan bahwa Indeks Tendensi Konsumen untuk Triwulan 3 – 2011 sebesar 110,55 atau tingkat optimisme konsumen pada Triwulan 3 – 2011 lebih baik dibanding Triwulan 2 – 2011. Sedangkan Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Mendatang atau Triwulan 4 – 2011 adalah sebesar 107,33 yang mengartikan bahwa tingkat optimisme konsumen masih baik dibanding Triwulan 3 – 2011.

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

www.bps.go.id

4. HASIL PENGHITUNGAN ITK JAWA TIMUR

4.1. Indeks Tendensi Konsumen Jawa Timur

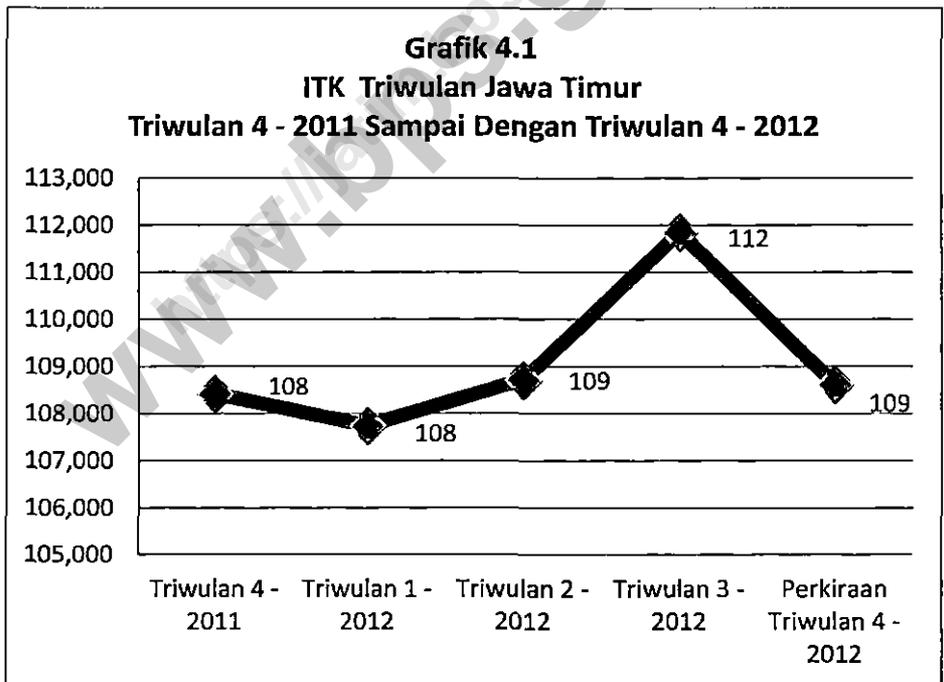
Triwulan 4 – 2011 Hingga Triwulan 4 – 2012

4.1.1. Indeks Tendensi Konsumen Triwulan 4 – 2011

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Jawa Timur pada Triwulan 4 – 2011 sebesar 108,42 sedikit lebih rendah dibandingkan Triwulan 3 – 2011 yang sebesar 110,55. Tingkat optimisme konsumen pada Triwulan 4 – 2011 tidak setinggi ITK Triwulan 3 – 2011. Melambatnya ITK ini sangat wajar, karena pengaruh faktor musiman yang terjadi pada Triwulan 4 – 2011 yaitu Hari Raya Idul Adha, Natal dan Tahun Baru tidak sebesar pengaruhnya seperti yang terjadi di Triwulan 3 – 2011 (Ramadhan dan Idul Fitri). Walaupun demikian, ITK Triwulan 4 – 2011 masih bisa dipertahankan di atas angka 100 dan lebih tinggi dibanding perkiraan sebelumnya sebesar 107,33.

Di penghujung akhir 2011, sempat terjadi kekhawatiran krisis ekonomi dampak dari efek berantai krisis utang Eropa dan Amerika. Pada umumnya krisis finansial itu mempengaruhi banyak negara di dunia dan membuat pasar ekonomi mengalami penurunan tajam pada posisi fiskal, tetapi Indonesia tetap

menunjukkan kinerja ekonomi yang kuat termasuk Jawa Timur yang merupakan pendukung ekonomi Nasional kedua terbesar setelah DKI Jakarta. Kondisi ini tampak dari pergerakan ITK Jawa Timur yang bergerak stabil selalu berada di atas nilai 100. Hal itu juga dapat dilihat dari optimisme penduduk Jawa Timur terhadap pendapatannya, yang tampak dari nilai Indeks Pendapatan pada Triwulan 4 – 2011 sebesar 109,97 sedikit lebih tinggi dibanding Triwulan 3 – 2011 yang sebesar 109,36.



Sumber: BPS RI

Sementara dua komponen pembentuk ITK lainnya juga mempunyai persepsi tingkat optimisme yang lebih baik dibanding triwulan sebelumnya, tetapi mengalami perlambatan atau bisa dikatakan tingkat optimisnya tidak setinggi triwulan sebelumnya. Indeks kaitan inflasi dengan konsumsi sehari-hari pada Triwulan 4 – 2011 sebesar 111,02 lebih rendah dibanding Triwulan 3 – 2011 sebesar 114,76. Sedangkan indeks tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan tercatat sebesar 101,29 atau lebih rendah 7,09 poin dibanding triwulan sebelumnya yang mencapai 108,38. Walaupun demikian indeks-indeks tersebut yang bernilai di atas 100 mengindikasikan bahwa perekonomian Jawa Timur pada Triwulan 4 – 2011 relatif cukup bergairah, karena masyarakat dengan optimis mampu membelanjakan pendapatannya untuk membeli barang-barang dan jasa tanpa begitu terpengaruh terhadap kenaikan harga suatu barang dan jasa yang terjadi. Hal ini cukup menggembirakan karena situasi perekonomian sempat terusik dengan adanya isu pengaruh krisis eksternal yaitu krisis finansial di Eropa dan isu kenaikan harga BBM premium yang diduga bisa berdampak negatif terhadap perekonomian Nasional.

Jika dirinci lebih lanjut, komponen makanan yang mempunyai tingkat optimisme lebih baik adalah konsumsi pada daging sapi (113,60), telur (103,48), sayur-sayuran (114,13) dan tahu tempe (108,45). Sementara komponen makanan lainnya

mempunyai indeks di bawah angka 100, dan terendah pada konsumsi mie sebesar 61,74. Secara umum, komponen makanan mempunyai indeks pada Triwulan 4 – 2011 sebesar 94,32 atau tidak seoptimis triwulan sebelumnya yang mencapai 105,88.

Tabel 4.1
Komponen ITK Triwulan 4 – 2011
Sampai Dengan Triwulan 3 - Tahun 2012
Provinsi Jawa Timur

Uraian	Trw 4 - 2011	Trw 1 - 2012	Trw 2 - 2012	Trw 3 - 2012
Pendapatan rumah tangga saat ini	109,97	107,79	108,29	110,83
Kaitan inflasi dengan konsumsi sehari-hari	111,02	115,63	112,80	117,77
Tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan	101,29	97,79	104,63	106,98
ITK	108,42	107,74	108,71	111,85

Sumber: BPS RI

Pada komponen non makanan, komoditi yang mempunyai tingkat optimisme yang tertinggi adalah pada kelompok transportasi dengan indeks sebesar 114,07 diikuti listrik, air dan telepon (113,44), perumahan (112,02), bahan bakar (111,64), pulsa HP (108,61) dan pendidikan (106,01). Tingkat optimisme

konsumen terendah tercatat pada kelompok kesehatan dengan indeks sebesar 80,11.

Tabel 4.2
Indeks Komponen Makanan dan Non Makanan
Triwulan 4 – 2011 - Triwulan 3 – 2012
Provinsi Jawa Timur

Komoditas	Trw 4 - 2011	Trw 1 - 2012	Trw 2 - 2012	Trw 3 - 2012
Ikan	85,44	95,91	107,07	108,91
Daging Sapi	113,60	91,24	106,79	94,09
Daging Unggas	95,56	92,22	108,10	102,15
Telur	103,48	97,88	100,50	106,57
Susu	91,58	97,37	97,28	100,52
Sayur	114,13	112,96	109,67	122,60
Tahu Tempe	108,45	113,06	111,41	109,93
Buah-buahan	73,93	108,41	96,22	102,31
Gula	92,26	99,49	95,12	108,83
Mie	61,74	106,99	108,30	79,92
Rokok	91,99	92,06	97,16	92,42
Indeks Makanan	94,32	102,46	103,03	104,72
Listrik, air dan telpon	113,44	108,39	108,36	115,29
Pulsa HP	108,61	104,83	102,38	111,53
Bahan bakar	111,64	99,01	99,67	109,10
Koran	92,28	92,37	94,09	93,99
Perumahan	112,02	104,89	104,15	111,75
Kesehatan	80,11	83,68	106,00	83,90
Pendidikan	106,01	109,51	109,57	119,25
Transportasi	114,07	104,27	102,79	110,65
Rekreasi	81,50	86,65	97,59	104,29
Pakaian	99,02	69,63	112,74	131,28
Indeks Non Makanan	105,91	96,57	104,96	107,76

Sumber: BPS RI

Pada komponen non makanan ini, secara keseluruhan mempunyai indeks 105,91 sedikit melambat dibanding Triwulan 3 – 2011 yang mencapai 110,41.

4.1.2. Indeks Tendensi Konsumen Triwulan 1 – 2012

Pada Triwulan 1 – 2012 ITK Jawa Timur tercatat sebesar 107,74 lebih rendah dibanding Triwulan 4 – 2011 yang sebesar 108,42. Rendahnya tingkat optimisme konsumen pada Triwulan 1 – 2012 ini diduga selain telah berakhirnya masa musiman (Natal dan Tahun Baru), juga akibat pengaruh isu adanya rencana kebijakan Pemerintah untuk menaikkan BBM yang nantinya dikhawatirkan berdampak terhadap kenaikan barang dan jasa lainnya. Isu kebijakan kenaikan BBM ini muncul karena Pemerintah sudah sangat terbebani dengan semakin membengkaknya subsidi BBM, sementara kebutuhan BBM dalam negeri semakin meningkat dan harga BBM sangat tergantung pada harga minyak dunia yang pada beberapa bulan terakhir cenderung tidak stabil. Padahal kebijakan ini walaupun disetujui DPR, baru efektif pada bulan April 2012. Namun demikian, secara tidak langsung, diduga isu kenaikan BBM tersebut sedikit memberikan dampak psikologis terhadap tingkat konsumsi masyarakat Jawa Timur dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

Dari geliat ekonomi yang terjadi, tingkat optimisme konsumen yang terjadi pada Triwulan 1 – 2012 sebesar 107,74 ini, sedikit lebih rendah dibandingkan angka yang pernah diperkirakan untuk periode itu sebesar 107,78. Telah berakhirnya masa musiman (Natal dan Tahun Baru) dan dampak psikologis melemahnya tingkat konsumsi akibat adanya isu kebijakan Pemerintah menaikkan harga BBM, diduga menyebabkan menurunnya indeks tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan dari 101,29 pada Triwulan 4 – 2011 menjadi 97,79 pada Triwulan 1 – 2012. Meskipun demikian, indeks pendapatan rumahtangga pada Triwulan 1 – 2012 tercatat masih di atas 100 yaitu sebesar 107,79. Masyarakat Jawa Timur masih memandang optimis pendapatannya di Triwulan 1 – 2012, walaupun tidak seoptimis Triwulan 4 – 2011 yang pada periode itu biasanya terdapat pemberian tambahan insentif pendapatan dari berkah musiman (Natal dan Tahun Baru) dan dari insentif keuntungan atau laba perusahaan akhir tahun untuk pekerja.

Sementara, inflasi yang terjadi selama Triwulan 1 – 2012 (Januari – Maret) cukup rendah yaitu sebesar 0,69 persen, telah memberikan dampak positif terhadap indeks kaitan inflasi dengan konsumsi sehari-hari. Tercatat indeks kaitan inflasi pada Triwulan 1 – 2012 sebesar 115,63 merupakan lebih baik tingkat psikologisnya dibanding Triwulan 4 – 2011.

Pada kelompok makanan, komoditi sayur, tahu tempe, buah-buahan dan mie instant mempunyai indeks di atas 100. Beberapa komoditi pada Triwulan 1 – 2012 mempunyai tingkat optimisme lebih baik dibanding triwulan sebelumnya yaitu ikan, susu, tahu tempe, buah-buahan, gula, mie instant dan rokok. Tingkat optimisme konsumen pada kelompok makanan terbaik tercatat pada komoditi tahu tempe dengan indeks sebesar 113,06, diikuti sayur sebesar 112,96, buah-buahan sebesar 108,41 dan mie instant 106,99. Sedangkan tingkat optimisme konsumen pada kelompok makanan terendah adalah pada komoditi daging sapi, daging unggas dan rokok dengan indeks masing-masing sebesar 91,24, 92,22 dan 92,06. Secara keseluruhan tingkat optimisme konsumen kelompok makanan pada Triwulan 1 – 2012 sebesar 102,46.

Pada kelompok bukan makanan, indeks tingkat optimisme konsumennya pada Triwulan 1 – 2012 tercatat sebesar 96,57. Indeks tendensi konsumen untuk kelompok komoditi pendidikan sebesar 109,51 merupakan tertinggi di antara kelompok non makanan seiring meningkatnya permintaan jasa bimbingan belajar dalam menghadapi ujian nasional untuk jenjang SD, SMP dan SMU. Kelompok komoditi listrik, air dan telepon menempati tingkat optimisme konsumen tertinggi kedua dengan indeks sebesar 108,39. Pada triwulan ini, masyarakat dimanjakan dengan tontonan menarik acara-acara olahraga dunia dari TV-TV Swasta,

antara lain GP1, F1, Liga Champions, dan liga-liga sepakbola Eropa yang sudah mendekati akhir musim. Derby-derby klub-klub atas di liga-liga sepakbola Eropa sangat diminati untuk ditonton secara langsung oleh masyarakat hingga larut malam. Kesemua itu merupakan daya dorong indeks konsumen pada komoditi listrik. Indeks yang tertinggi selanjutnya adalah kelompok pulsa HP (104,83) dan kelompok transportasi (104,27). Sedangkan tingkat optimisme kelompok komoditi bahan bakar, koran, kesehatan, rekreasi, dan pakaian berada di bawah 100.

4.1.3. Indeks Tendensi Konsumen Triwulan 2 – 2012

Pada Triwulan 2 – 2012 Indeks Tendensi Konsumen Jawa Timur sebesar 108,71 lebih tinggi dibanding Triwulan 1 – 2012. Meningkatnya tingkat persepsi konsumen Triwulan 2 – 2012 ini disebabkan relatif stabilnya harga barang dan jasa selama Triwulan 2. Inflasi Jawa Timur sampai dengan bulan Juni relatif rendah yaitu sebesar 1,58 persen. Selama Triwulan 2 – 2012, inflasi yang terjadi selama periode tersebut selalu di bawah 1 persen masing-masing 0,16 persen (April), 0,15 persen (Mei) dan 0,58 persen (Juni). Optimisme konsumen juga terangkat oleh masa liburan sekolah dan sajian tayangan langsung perhelatan sepakbola Piala Eropa 2012 yang terjadi di akhir Triwulan 2 (Juni). Selain itu, tidak sedikit masyarakat Jawa Timur yang mempunyai

kebiasaan memperbaiki rumah untuk menyambut datangnya bulan Ramadhan yang jatuh pada bulan Juli, dapat mempengaruhi peningkatan konsumsi rumahtangga.

Seluruh komponen pembentuk ITK Triwulan 2 – 2012 bernilai di atas 100, masing-masing adalah indeks pendapatan rumahtangga saat ini sebesar 108,29, indeks kaitan inflasi dengan konsumsi sehari-hari sebesar 112,80, dan indeks tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan sebesar 104,63. Selama periode Triwulan 1 – 2012 dan Triwulan 2 – 2012 komponen indeks pendapatan rumahtangga saat ini dan indeks kaitan inflasi dengan konsumsi sehari-hari selalu di atas 100. Ini menunjukkan bahwa terdapat optimisme adanya kenaikan pendapatan di kalangan masyarakat Jawa Timur dan mengindikasikan inflasi yang terjadi relatif stabil, sehingga tidak begitu berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat. Secara makro, kestabilan harga dan barang di suatu daerah memegang peran sangat penting terhadap kestabilan tingkat konsumen masyarakat di daerah itu. Kestabilan inflasi perlu dijaga agar daya beli masyarakat bisa terjaga dan ekonomi bisa bergerak secara dinamis.

Pada komponen indeks tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan terjadi peningkatan optimisme konsumen dari semula sebesar 97,79 pada Triwulan 1

– 2012 menjadi 104,63 pada Triwulan 2 – 2012 atau meningkat 6,84 poin.

Jika dilihat dari indeks tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan, pada kelompok makanan terjadi peningkatan optimisme konsumen pada beberapa komoditi yang semula pada Triwulan 1 – 2012 mempunyai indeks di bawah 100, pada Triwulan 2 – 2012 mencapai di atas 100. Komoditi-komoditi itu meliputi ikan, daging sapi, daging unggas dan telur. Capaian indeks tertinggi masih ditempati oleh konsumsi tahu tempe dengan indeks sebesar 111,41, sedangkan indeks terendah tercatat pada konsumsi gula dengan indeks sebesar 95,12. Secara keseluruhan pada kelompok makanan, indeks pada Triwulan 2 – 2012 mencapai 103,03 atau lebih tinggi 0,57 poin dibanding triwulan sebelumnya.

Pada kelompok bukan makanan, tercatat komponen listrik, air dan telepon mempunyai indeks sebesar 108,36, tertinggi kedua setelah komponen pendidikan. Diduga konsumsi penggunaan listrik di Triwulan 2 – 2012 cukup tinggi, karena pada bulan Juni masyarakat banyak yang memanfaatkan tontonan pesta sepakbola Piala Eropa 2012 di televisi. Ulasan berita sepak bola di media-media cetak juga sangat diminati oleh sebagian penggila sepakbola. Kondisi ini tampak dari indeks konsumsi koran sebesar 94,09 lebih baik daripada triwulan sebelumnya yang mencapai 92,37.

Persiapan untuk ujian nasional dan masuknya tahun ajaran baru di tahun 2012 mampu mendorong indeks pendidikan, yang pada Triwulan 2 ini mencapai 109,57, tertinggi dibanding komponen lainnya pada kelompok bukan makanan.

Sementara, musim liburan sekolah di bulan Juni secara nyata telah mendorong peningkatan pada indeks rekreasi dari 86,65 pada Triwulan 1 – 2012 menjadi 97,59 pada Triwulan 2 – 2012 atau naik 10,94 poin. Musim liburan tersebut secara tidak langsung mendorong tingkat optimisme konsumsi pada komoditi pakaian dengan indeks sebesar 112,74, jauh lebih baik daripada triwulan sebelumnya yang mencapai 69,63. Secara keseluruhan, capaian indeks konsumsi non makanan pada Triwulan 2 – 2012 melebihi 100 atau sebesar 104,96, lebih baik dari triwulan sebelumnya yang mencapai 96,57.

4.1.4. Indeks Tendensi Konsumen Triwulan 3 – 2012

Tingkat optimisme konsumen masyarakat Jawa Timur pada Triwulan 3 – 2012 lebih baik dibanding triwulan sebelumnya. ITK pada Triwulan 3 – 2012 tercatat sebesar 111,85 lebih tinggi daripada Triwulan 2 – 2012 yang sebesar 108,71. Meningkatnya tingkat optimisme konsumen masyarakat Jawa Timur pada Triwulan 3 – 2012 didorong oleh faktor musiman yaitu liburan sekolah, tahun ajaran baru, datangnya bulan Ramadhan dan hari

raya Idul Fitri yang jatuh pada Triwulan 3. Umumnya, selama bulan Ramadhan dan menyambut hari Raya Idul Fitri, masyarakat cenderung lebih konsumtif di banding hari-hari lainnya. Budaya membeli baju baru, kuliner, rekreasi, memperbaiki rumah, bagi-bagi uang lebaran dan silaturahmi pada masa itu meramaikan geliat perekonomian hampir di seluruh kegiatan ekonomi.

Kondisi ini didukung oleh naiknya pendapatan pekerja yang berasal dari THR (tunjangan hari raya), gaji ke-13 untuk PNS (pegawai negeri sipil), dan naiknya pendapatan kalangan produsen karena meningkatnya permintaan dari kalangan konsumen. Selain itu, kondisi ini juga didukung oleh banyaknya perang diskon dikalangan pedagang terutama komoditi sandang dan kebutuhan rumahtangga menyambut lebaran.

Keunikan dari fenomena musiman Ramadhan dan Hari Raya itu adalah adanya usaha dari sisi konsumen untuk menggunakan pengeluarannya, meskipun harga-harga barang dan jasa mengalami kenaikan (inflasi) akibat meningkatnya permintaan konsumen. Contoh nyata adanya peningkatan pengeluaran konsumsi pada masa itu adalah melonjaknya jumlah pengguna angkutan umum baik darat, laut dan udara yang dimanfaatkan konsumen untuk mudik (pulang kampung), dan ramainya pusat-pusat perbelanjaan. Pada masa musiman ini, konsumen menganggap inflasi yang terjadi seolah-olah tidak menjadi kendala berarti, dan meyakini bahwa pengeluaran untuk

menyambut bulan Ramadhan dan hari raya Idul Fitri adalah suatu hal yang wajar. Potret sosial budaya konsumtif tersebut divisualisasikan oleh indeks kaitan inflasi pada Triwulan 3 – 2012 sebesar 117,77 lebih tinggi daripada indeks komponen tersebut pada Triwulan 2 – 2012 yang mencapai 112,80. Kondisi ini juga diperjelas dengan melihat indeks tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan pada Triwulan 3 – 2012 yang mencapai 106,98 lebih baik dari triwulan sebelumnya yang mencapai 104,63.

Budaya konsumtif ini juga didorong dari naiknya pendapatan masyarakat yang tercermin dari indeks pendapatan rumahtangga pada Triwulan 3 – 2012 sebesar 110,83, merupakan tertinggi dibanding Triwulan 1 – 2012 dan Triwulan 2 – 2012.

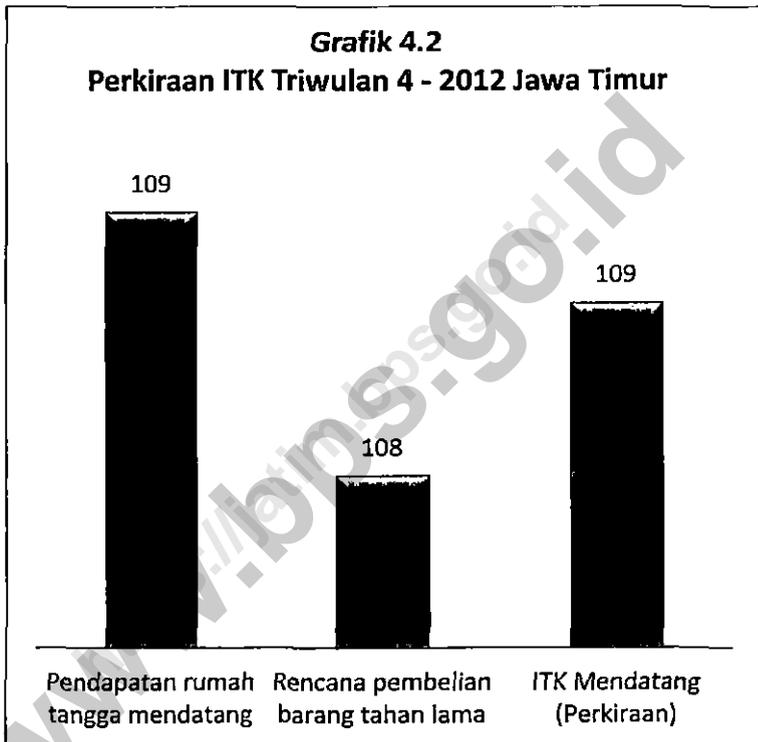
Jika dirinci lebih lanjut, kecuali daging sapi, mie dan rokok, semua komponen makanan mempunyai indeks di atas 100 yang mengindikasikan bahwa sebagian besar terdapat kenaikan konsumsi makanan. Kelompok sayur-sayuran tercatat mempunyai indeks tertinggi sebesar 122,60, dan terendah tercatat pada konsumsi mie dengan indeks sebesar 79,92. Secara keseluruhan dari pengeluaran kelompok makanan, indeks makanan pada Triwulan 3 – 2012 sebesar 104,72, merupakan terbaik dibanding empat triwulan sebelumnya. Ini juga membuktikan bahwa konsumsi makanan pada masa musiman Ramadhan dan Idul Fitri cukup besar.

Sedangkan untuk komponen non makanan, kecuali pengeluaran untuk koran dan kesehatan, seluruh pengeluaran kelompok non makanan lainnya mengalami peningkatan. Pengeluaran untuk konsumsi pakaian tercatat sebesar 131,28, tertinggi dibanding kelompok pengeluaran non makanan lainnya. Bahkan jika dibandingkan kelompok pengeluaran secara umum termasuk makanan, indeks konsumsi pakaian ini masih lebih baik. Budaya membeli baju baru untuk keluarga sendiri maupun hadiah lebaran untuk orang lain dalam menyambut lebaran diduga sebagai pendorong utama tingginya indeks ini. Secara umum, kelompok non makanan pada Triwulan 3 – 2012 mencapai 107,76, merupakan tingkat optimisme mengkonsumsi barang non makanan yang terbaik selama empat triwulan terakhir. Secara detail tingkat optimisme konsumen dalam mengkonsumsi makanan dan non makanan ditunjukkan oleh indeks-indeks pada tabel berikut ini.

4.1.5. Indeks Tendensi Konsumen Triwulan 4 – 2012 (Perkiraan)

Sementara, ITK Jawa Timur pada Triwulan 4 – 2012 diperkirakan mencapai 108,62 atau lebih rendah dibanding ITK Triwulan 3 – 2012. Sedikit menurunnya indeks ini dikarenakan geliat ekonomi pada Triwulan 4 – 2012 dengan masa musiman

berupa Natal dan Tahun Baru, mempunyai pengaruh yang tidak sebesar masa musiman Ramadhan dan Idul Fitri.



Sumber: BPS RI

Selain itu, penambahan pendapatan baik yang berasal dari meningkatnya nilai omset bagi produsen diduga tidak seramai triwulan sebelumnya. Kondisi ini terpotret dari indeks pendapatan Triwulan 4 – 2012 yang diperkirakan sebesar 108,94 lebih rendah daripada Triwulan 3 – 2012 yang mencapai 110,83. Walaupun demikian, perkiraan capaian indeks pendapatan yang di atas 100

itu mengindikasikan bahwa masih dirasakan adanya optimisme masyarakat terhadap pendapatannya. Optimisme adanya penambahan pendapatan dari sebagian masyarakat ini diduga berasal dari insentif atau bonus akhir tahun. Sedangkan indeks rencana pembelian barang tahan lama juga diperkirakan cukup baik dengan indeks sebesar 108,01.

www.bps.go.id

4.2. Perbandingan dengan Nasional dan Provinsi-provinsi di Jawa

Tingkat optimisme konsumen di Jawa Timur pada Triwulan 4 – 2011 (108,42) sedikit lebih rendah dibanding Nasional (108,44) atau mempunyai selisih 0,02 poin. Dari 6 provinsi di Jawa, ITK Jawa Timur pada Triwulan 4 – 2011 (108,42) menempati posisi keempat setelah DKI Jakarta (111,27), DI Yogyakarta (110,02) dan Banten (108,96). Jawa Timur bersama Jawa Barat (108,07) dan Jawa Tengah (107,40) menempati posisi dibawah Nasional.

Pada Triwulan 1 – 2012 Indeks tendensi konsumen di Jawa Timur sebesar 107,74 relatif lebih tinggi dibanding Nasional yang mencapai 106,54 atau mempunyai selisih 1,20 poin. Dari 6 provinsi di Jawa, ITK Jawa Timur pada Triwulan 1 – 2012 (107,74) menempati posisi ketiga setelah DKI Jakarta (110,23) dan DI Yogyakarta (109,71). ITK terendah terendah tercatat di Jawa Tengah dengan capaian sebesar 105,94.

Pada Triwulan 2 – 2012, persepsi masyarakat terhadap tingkat optimisme konsumen di Jawa Timur (108,71) sedikit lebih rendah dibanding Nasional yang mencapai 108,77 atau mempunyai selisih 0,06 poin.

Dibandingkan dengan provinsi-provinsi lainnya di Pulau Jawa, Jawa Timur pada Triwulan 2 – 2012 mempunyai tingkat

optimisme konsumen terendah meskipun kondisinya lebih baik daripada triwulan sebelumnya (di atas 100). Data tersebut bukan berarti menunjukkan kondisi perekonomian di Jawa Timur lebih buruk dari provinsi lainnya, tetapi perspektif tingkat optimisme konsumen masyarakat Jawa Timur tidak seoptimis masyarakat provinsi lainnya. ITK ini bersifat kualitatif sehingga memungkinkan hasil yang demikian. Pada Triwulan 2 – 2012 ini, ITK tertinggi tercatat di DKI Jakarta sebesar 111,48.

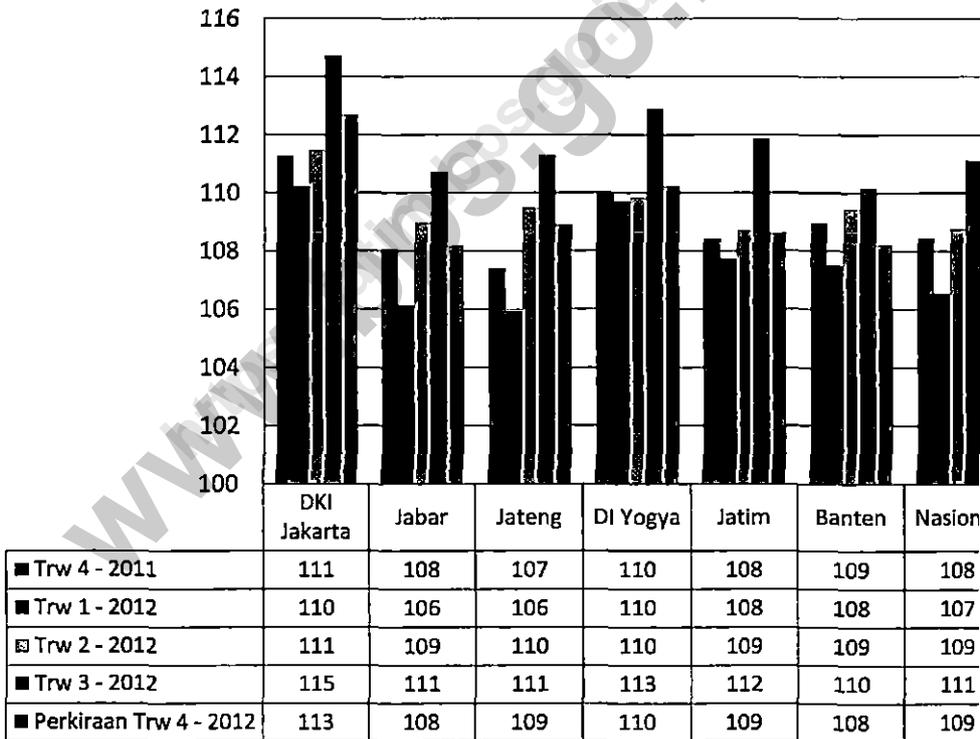
Dibandingkan dengan ITK Nasional, ITK Jawa Timur pada Triwulan 3 – 2012 (111,85) sedikit lebih baik dibanding Nasional yang mencapai 111,12. Dengan demikian tingkat optimisme konsumen masyarakat Jawa Timur lebih baik daripada Nasional. Sedangkan perkiraan ITK Jawa Timur Triwulan 4 – 2012 sebesar 108,62 tidak seoptimis ITK Nasional yang diperkirakan mencapai 109,28.

Dari seluruh provinsi-provinsi di Jawa, ITK Triwulan 3 – 2012 Jawa Timur menempati posisi ketiga di bawah DKI Jakarta (114,72) dan DI Yogyakarta (112,90). Sedangkan ITK terendah tercatat di Banten sebesar 110,15. Secara umum perekonomian provinsi-provinsi di Jawa cukup dinamis dengan capaian ITK pada Triwulan 3 – 2012 di atas 110.

Pada Triwulan 4 – 2012, perkiraan ITK Jawa Timur sebesar 108,62, menempati posisi keempat di bawah DKI Jakarta (112,69), DI Yogyakarta (110,23) dan Jawa Tengah (108,91). Pada periode

yang sama Jawa Barat diperkirakan mempunyai ITK sebesar 108,18, merupakan terendah dibanding provinsi –provinsi lainnya di Jawa.

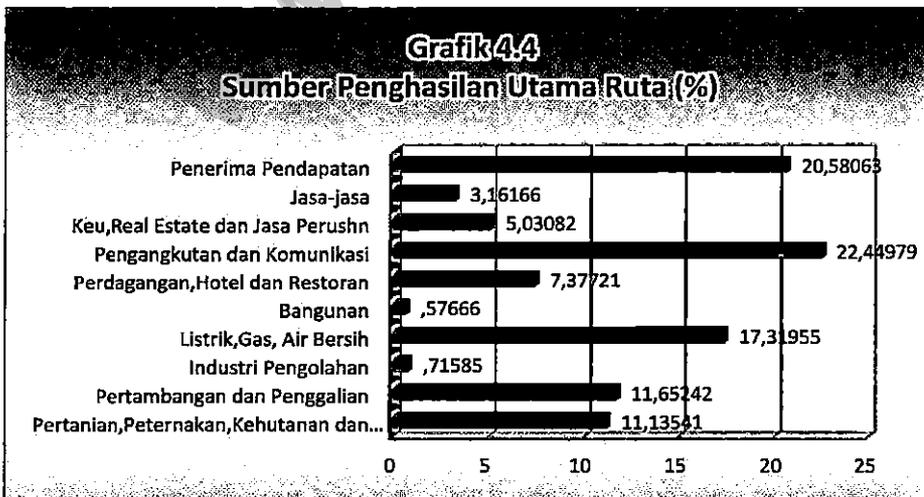
Grafik 4.3
ITK Triwulanan Provinsi-provinsi di Jawa dan Nasional
Triwulan 4 - 2011 Sampai Dengan Triwulan 4 - 2012



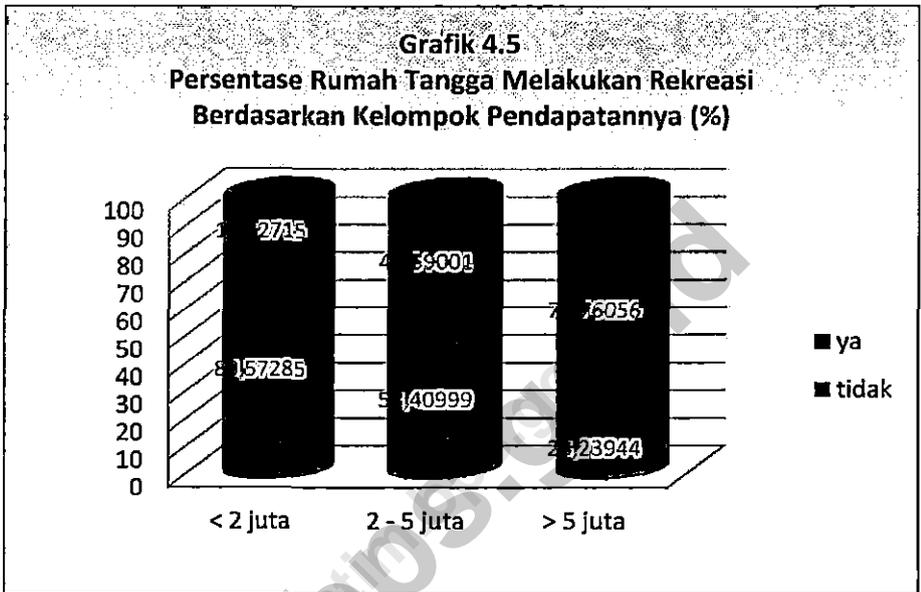
Sumber: BPS RI

4.3 Karakteristik Responden Survei Tendensi Konsumen Provinsi Jawa Timur

Karakteristik responden Survei Tendensi Konsumen Provinsi Jawa Timur 2012 menurut jenis lapangan usaha berdasarkan pendapatan utama tercatat terbanyak di sektor pengangkutan dan komunikasi sebesar 22,45 persen, diikuti rumahtangga dengan pendapatan utama dari penerima pendapatan sebesar 20,58 persen, dan sumber penghasilan utama dari sektor listrik, gas dan air bersih sebesar 17,32 persen. Sedangkan terendah adalah rumahtangga dengan pendapatan utama dari sektor bangunan sebesar 0,58 persen diikuti rumah tangga dengan sumber penghasilan utama dari sektor industri pengolahan sebesar 0,72 persen.



Sumber : BPS Provinsi Jawa Timur



Sumber : BPS Provinsi Jawa Timur

Jika dilihat dari pola konsumsinya, cukup menarik diamati pola konsumsi rumahtangga terhadap rekreasi dan perhiasan. Berdasarkan rata-rata pendapatan sebulan, pada kelompok rumahtangga dengan rata-rata pendapatan sebulan kurang dari 2 juta rupiah terdapat sebanyak 19,43 persen rumah tangga yang menggunakan pendapatannya untuk keperluan rekreasi sebagai salah satu konsumsi rumahtangganya. Bagi rumahtangga berpendapatan kurang dari 2 juta rupiah, rekreasi adalah kebutuhan sekunder (non prioritas) atau bersifat pilihan. Pada kelompok rumahtangga berpendapatan mulai 2 sampai dengan 5 juta rupiah, persentase rumahtangga yang melakukan rekreasi

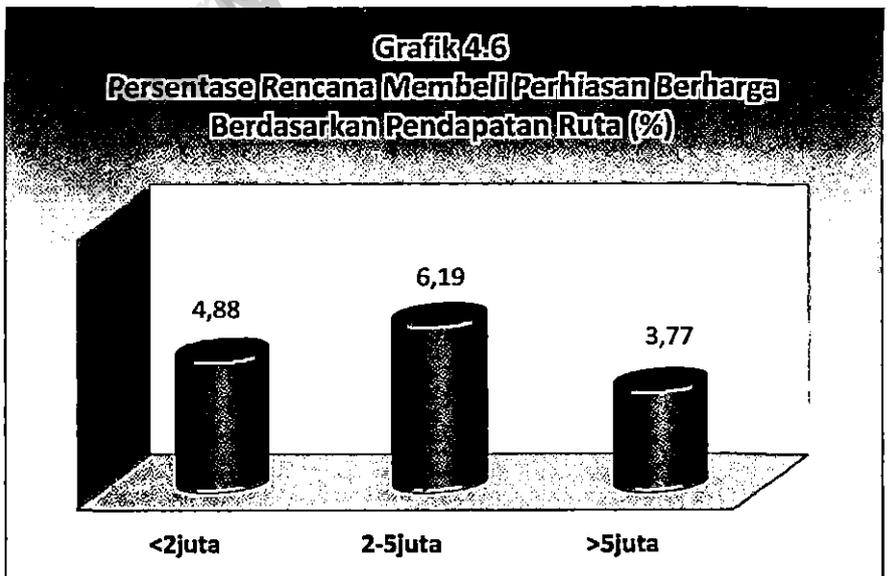
pada saat *weekend* atau musim-musim liburan lebih banyak daripada yang berpendapatan kurang dari 2 juta rupiah, dengan persentase sebanyak 41,59 persen.

Begitu pula pada rumahtangga yang berpendapatan di atas 5 juta rupiah menganggap konsumsi rekreasi adalah salah satu kebutuhan penting rumahtangga. Terbukti bahwa sebanyak 76,76 persen rumah tangga berpendapatan 5 juta rupiah ke atas memanfaatkan rekreasi sebagai salah satu konsumsi rumahtangganya, merupakan terbanyak dibanding kelompok rumahtangga lainnya.

Bisa ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi rata-rata pendapatan rumahtangga sebulan semakin besar pilihan rumahtangga untuk menggunakan pola konsumsi khususnya non makanan seperti rekreasi. Bagi rumahtangga berpendapatan menengah ke atas, komoditi rekreasi dianggap sebagai suatu kebutuhan "*basic*" yang harus dipenuhi sebagaimana pemenuhan kebutuhan pokok lainnya.

Fenomena menarik lainnya yang bisa diukur dari hasil Survei Tendensi Konsumen adalah bagaimana masyarakat Jawa Timur dalam menyikapi kenaikan pendapatannya terhadap pembelian perhiasan. Dari seluruh rumahtangga yang pendapatannya mengalami kenaikan, sebanyak 4,88 persen rumahtangga dari kelompok rata-rata berpendapatan kurang dari

2 juta rupiah merencanakan akan membeli perhiasan berharga seperti emas dan berlian. Pada kelompok rumahtangga dengan rata-rata pendapatan mulai 2 hingga 5 juta rupiah terdapat 6,19 persen rumahtangga yang berencana membeli perhiasan berharga, lebih tinggi dari kelompok rumahtangga berpendapatan 2 juta rupiah ke bawah. Menariknya, pada kelompok rumahtangga dengan pendapatan di atas 5 juta rupiah, yang merencanakan membeli perhiasan berharga hanya sebesar 3,77 persen. Diduga pada kelompok rumahtangga dengan pendapatan di atas 5 juta rupiah, cenderung lebih tertarik memanfaatkan kenaikan pendapatannya untuk berinventasi di bidang lain seperti properti (rumah, apartemen, tanah, gedung) atau kendaraan roda empat.



Sumber : BPS Provinsi Jawa Timur

Hal menarik selanjutnya yang bisa diperoleh dari Survei Tendensi Konsumen adalah bagaimana melihat perubahan pola konsumsi terkait dengan adanya kenaikan harga kebutuhan pokok. Dari seluruh responden yang telah disurvei, sekitar 85,79 persen rumahtangga mengatakan bahwa terjadi inflasi kenaikan harga kebutuhan makanan sehari-hari. Dalam menyikapi kenaikan harga atau inflasi itu, pada kelompok rumahtangga dengan pendapatan rata-rata sebulan kurang dari 2 juta rupiah, terdapat sebanyak 64,26 persen rumahtangga yang menyikapi dari kenaikan harga kebutuhan pokok dengan mengurangi konsumsi makanan sehari-hari baik itu dengan mengurangi jumlah/kuantum barang yang dikonsumsinya atau dengan cara mengurangi mutunya.

Pada kelompok rumahtangga dengan pendapatan mulai 2 sampai 5 juta rupiah, persentase rumahtangga yang melakukan hal yang sama turun menjadi sebesar 41,83 persen. Begitu pula pada kelompok rumahtangga dengan pendapatan diatas 5 juta rupiah menurun menjadi sekitar 20,83 persen. Dengan demikian dampak inflasi semakin terasa pada kelompok berpendapatan rendah, sebaliknya pada kelompok rumahtangga yang memiliki pendapatan menengah ke atas tertolong oleh besar pendapatan

yang dimiliki dan tetap berusaha mempertahankan kuantitas dan kualitas kebutuhan pokok yang dikonsumsi.

Pemerintah Daerah harus selalu sigap terhadap lonjakan inflasi, karena data membuktikan bahwa pengaruh inflasi sangat membebani kelompok rumah tangga yang berpendapatan rendah. Walaupun demikian, pada beberapa bulan terakhir, inflasi yang terjadi di Jawa Timur cukup terkendali sehingga dampak dari kenaikan inflasi tidak begitu berpengaruh pada daya beli masyarakat Jawa Timur yang ditunjukkan dari angka Indeks Tendensi Konsumen dari sisi indeks pengaruh inflasi yang cenderung membaik dari beberapa triwulan terakhir.

LAMPIRAN

www.nips.go.id

Lampiran 1.

**DAFTAR SAMPEL BLOK SENSUS
SURVEI TENDENSI KONSUMEN 2012**

Kode			Nama			NBS	NKS	Jumlah Target Ruta
Kab	Kec	Desa	Kab	Kec	Desa			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
3504			TULUNGAGUNG					
	040		CAMPUR DARAT					
		001			NGENTRONG	001	4514602	10
	060		KALIDAWIR					
		016			TANJUNG	009	3510706	10
	090		NGUNUT					
		011			KALIWUNGU	007	1501507	10
		014			SUMBEREJO KULON	014	2504306	10
	120		TULUNGAGUNG					
		014			KENAYAN	008	1520504	10
	130		KEDUNGGWARU					
		018			NGUJANG	008	2525905	10
	160		KAUMAN					
		008			KALANGBRET	005	3529304	10

3505		BLITAR			
	090	TALUN			
		004	BENDOSEWU	013	1500104 10
	160	GARUM			
		001	POJOK	006	1515904 10
		003	GARUM	007	4513007 10
	190	PONGGOK			
		004	KAWEDUSAN	009	2519305 10
	200	SRENGAT			
		013	BAGELENAN	006	2502007 10
	210	WONODADI			
		008	TAWANGREJO	002	3509305 10
3506		KEDIRI			
	030	NGADILUWIH			
		008	DUKUH	016	1501605 10
	040	KRAS			
		016	JAMBEAN	004	1517004 10
	060	KANDAT			
		007	TEGALAN	013	3510506 10
		011	BLABAK	020	2520604 10
	120	KEPUNG			
		010	DAMARWULAN	029	4512507 10
	140	PARE			
		007	PELEM	020	3526505 10

141	BADAS				
008	BLARU	001	2505106	10	
220	GROGOL				
006	DATENGAN	012	4534005	10	
3507	MALANG				
020	KALIPARE				
006	KALIPARE	034	4552404	10	
040	BANTUR				
005	BANTUR	031	2507506	10	
130	BULULAWANG				
011	LUMBANGSARI	009	3521005	10	
160	KEPANJEN				
012	DILEM	015	3546704	10	
180	KROMENGAN				
005	KROMENGAN	001	1564005	10	
250	PAKIS				
014	MANGLIAWAN	028	2540305	10	
270	LAWANG				
009	TURIREJO	004	1501105	10	
280	SINGOSARI				
004	WATUGEDE	024	4527006	10	
290	KARANGPLOSO				
006	GIRIMOYO	006	1535203	10	

3509		JEMBER			
	020	GUMUK MAS			
	002	MAYANGAN	019	1503705	10
	070	SILO			
	006	SEMPOLAN	035	3518105	10
	130	BALUNG			
	005	BALUNG KIDUL	014	3541607	10
	006	BALUNG LOR	050	4521704	10
	006	BALUNG LOR	068	1554005	10
	720	SUMBERSARI			
	004	KEBONSARI	066	2507404	10
	004	KEBONSARI	078	2536307	10
	730	PATRANG			
	002	JEMBER LOR	016	1527306	10
	004	BARATAN	017	4546205	10
3510		BANYUWANGI			
	011	SILIRAGUNG			
	002	SILIRAGUNG	021	4540007	10
	030	PURWOHARJO			
	006	PURWOHARJO	027	4519105	10
	070	GAMBIRAN			
	009	GAMBIRAN	015	2507704	10
	090	KALIBARU			
	006	KAJARHARJO	007	3513707	10
	140	SINGOJURUH			

	002	SINGOJURUH	030	1527805	10
180		BANYUWANGI			
	003	KEBALENAN	018	1547406	10
	010	SINGONEGARAN	010	2530006	10
200		KALIPURO			
	007	KETAPANG	015	3535905	10
	007	KETAPANG	043	1502905	10
3514		PASURUAN			
	010	PURWODADI			
	006	PAREREJO	005	4534204	10
	007	SENTUL	013	4515305	10
130		GEMPOL			
	006	NGERONG	023	2522205	10
	008	KARANGREJO	021	1501606	10
150		BANGIL			
	002	KIDUL DALEM	024	1519406	10
	003	POGAR	015	2504407	10
190		GONDANG WETAN			
	001	TEBAS	005	3529606	10
220		GRATI			
	013	RANU KLINDUNGAN	011	3513205	10
3515		SIDOARJO			
	050	JABON			
	002	TROMPOASRI	014	1553905	10
	060	TANGGULANGIN			

015	KALITENGAH	004	2582804	10
070	CANDI			
023	SEPANDE	018	3514005	10
090	WONOAYU			
009	PLOSO	009	2560004	10
011	WONOAYU	011	1579405	10
100	SUKODONO			
006	PEKARUNGAN	022	3544206	10
110	SIDOARJO			
005	SIDOKARE	003	1500706	10
018	MAGERSARI	040	4549503	10
019	JATI	028	4524406	10
120	BUDURAN			
006	SIDOMULYO	007	2535205	10
130	SEDATI			
002	PEPE	004	4574405	10
140	WARU			
015	JANTI	019	2509605	10
160	TAMAN			
006	BRINGINBENDO	023	1533004	10
3517	JOMBANG			
010	BANDAR KEDUNG MULYO			
010	TINGGAR	011	2509703	10
020	PERAK			

	013	CANGKRINGRANDU	009	3532805	10
060		MOJOWARNO			
	008	GONDEK	015	4534905	10
090		MOJOAGUNG			
	001	KEDUNGLUMPANG	014	4516905	10
120		PETERONGAN			
	004	MANCAR	007	1503105	10
130		JOMBANG			
	011	DENANYAR	010	2527104	10
	012	JOMBANG	016	1524705	10
	019	BANJAR DOWO	003	3511506	10
3520		MAGETAN			
060		MAGETAN			
	013	CANDIREJO	004	1513306	10
	014	SELOSARI	002	4509405	10
	019	TAMBRAN	002	2515306	10
	023	SUKOWINANGUN	002	1500605	10
061		NGARIBOYO			
	010	SUMBERDUKUN	002	2501905	10
110		MAOSPATI			
	001	SUGIHWARAS	012	3503504	10
3525		GRESIK			
020		DRIYOREJO			
	004	BAMBE	039	3525705	10
	013	MOJOSARIREJO	009	1518406	10

040		MENGANTI			
	008	LABAN	010	2506005	10
	014	DOMAS	011	4514406	10
050		CERME			
	003	SUKOANYAR	002	2520705	10
060		BENJENG			
	014	KLAMPOK	011	1501205	10
090		KEBOMAS			
	018	KEMBANGAN	026	4527707	10
	020	RANDUAGUNG	024	3507805	10
3529		SUMENEP			
	010	PRAGAAN			
	010	PRAGAAN LAOK	017	4509907	10
	070	KOTA SUMENEP			
	016	KARANGDUAK	001	2500806	10
	016	KARANGDUAK	004	1500804	10
	071	BATUAN			
	005	BATUAN	009	3504405	10
3571		KEDIRI			
	010	MOJOROTO			
	001	POJOK	019	1500403	10
	006	LIRBOYO	002	2501903	10
	009	SUKORAME	015	3502803	10
	010	BUJEL	001	4509905	10
	010	BUJEL	016	1505004	10
	012	GAYAM	006	2510303	10
	014	DERMO	005	3512205	10

	020	KOTA KEDIRI			
	002	REJOMULYO	005	4506803	10
	015	BALOWERTI	017	1504507	10
	030	PESANTREN			
	013	PAKUNDEN	016	2507705	10
3572		BLITAR			
	010	SUKOREJO			
	006	PAKUNDEN	003	1501606	10
	006	PAKUNDEN	013	2505505	10
	020	KEPANJENKIDUL			
	001	KEPANJENKIDUL	004	3503904	10
	007	NGADIREJO	003	4500204	10
	007	NGADIREJO	011	1502105	10
	030	SANANWETAN			
	005	SANANWETAN	036	2504906	10
	006	BENDOGERIT	005	3503206	10
	006	BENDOGERIT	008	4506304	10
3573		MALANG			
	010	KEDUNGKANDANG			
	005	BURING	027	1530705	10
	007	KOTALAMA	042	2500905	10
	020	SUKUN			
	005	BANDUNGREJOSARI	016	3500206	10
	009	TANJUNGREJO	012	4527704	10
	010	PISANG CANDI	019	1525605	10

040	BLIMBING					
	002	POLEHAN	037	2520806	10	
050	LOWOKWARU					
	001	MERJOSARI	006	3509905	10	
	002	DINOYO	034	4519604	10	
	003	SUMBERSARI	025	1515804	10	
	005	JATIMULYO	024	2516702	10	
	007	TULUSREJO	025	3536904	10	
	009	TUNJUNGSEKAR	012	4533605	10	
	012	TLOGOMAS	017	1508005	10	
3574	PROBOLINGGO					
	010	KADEMANGAN				
		008	TRIWUNG LOR	006	3508405	10
		008	TRIWUNG LOR	017	2506705	10
	011	KEDOPOK				
		001	SUMBER WETAN	011	1506005	10
		005	JREBENG WETAN	001	3503703	10
		006	JREBENG LOR	003	1501204	10
		006	JREBENG LOR	024	4509106	10
	030	MAYANGAN				
		009	SUKABUMI	009	1510905	10
	031	KANIGARAN				
		002	KANIGARAN	052	4504204	10
		005	KEBONSARI KULON	003	2501906	10
3575	PASURUAN					
	010	GADINGREJO				
		001	KRAPYAKREJO	023	1504904	10
		005	KARANGANYAR	007	2501406	10

	005	KARANGANYAR	013	3505406	10
	020	PURWOREJO			
	001	POHJENTREK	023	4502306	10
	003	TEMBOKREJO	009	1508606	10
	004	PURUTREJO	018	2500605	10
	005	KEBONAGUNG	015	3507904	10
	030	BUGULKIDUL			
	012	MANDARANREJO	003	4503704	10
3576		MOJOKERTO			
	010	PRAJURIT KULON			
	002	KRANGGAN	016	1503305	10
	003	MIJI	009	2506704	10
	004	PRAJURIT KULON	012	3505405	10
	008	PULOREJO	012	4501606	10
	020	MAGERSARI			
	008	GEDONGAN	007	1501206	10
	009	MAGERSARI	018	2500104	10
	010	WATES	028	3502606	10
	010	WATES	036	4504506	10
3577		MADIUN			
	010	MANGU HARJO			
	002	NAMBANGAN LOR	013	1501204	10
	004	PANGONGANGAN	004	2509205	10
	004	PANGONGANGAN	010	3507504	10
	005	WINONGO	014	4500604	10
	006	MADIUN LOR	019	1503404	10
	007	PATIHAN	007	2506407	10
	008	NGEGONG	007	3508005	10

020	TAMAN				
007	TAMAN	025	4505605	10	
030	KARTOHARJO				
006	REJOMULYO	011	1504206	10	
3578	SURABAYA				
030	GAYUNGAN				
002	MENANGGAL	022	1504107	10	
003	GAYUNGAN	007	2544906	10	
040	WONOCOLO				
004	BENDUL MERISI	027	3500504	10	
070	RUNGKUT				
001	RUNGKUT KIDUL	007	4581104	10	
080	SUKOLILO				
003	MEDOKAN SEMAMPIR	011	1560405	10	
090	MULYOREJO				
005	DUKUH SUTOREJO	028	2578303	10	
110	WONOKROMO				
004	NGAGELREJO	077	3534806	10	
120	DUKUH PAKIS				
004	DUKUH KUPANG	031	4566805	10	
130	WIYUNG				
003	WIYUNG	013	1587602	10	
004	JAJAR TUNGGAL	021	2557505	10	

140		LAKARSANTRI			
	005	JERUK	018	3553305	10
170		SAWAHAN			
	002	PUTAT JAYA	029	4509504	10
	005	PETEMON	044	1536305	10
180		TEGALSARI			
	004	WONOREJO	042	2515004	10
210		KENJERAN			
	006	SIDOTOPO WETAN	124	3526504	10
240		PABEAN CANTIAN			
	005	PERAK UTARA	064	4502304	10
260		KREMBANGAN			
	002	MOROKREMBANGAN	038	1503905	10
281		PAKAL			
	001	BABAT JERAWAT	063	2568405	10
	002	PAKAL	003	3522408	10
<hr/>					
JUMLAH BS					179
<hr/>					
JUMLAH RUTA					1790
<hr/>					

**Lampiran 2. ITK Seluruh Provinsi dan Nasional
Tahun 2011 - 2012**

Provinsi	2011			
	Trw 1	Trw 2	Trw 3	Trw 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Aceh	101,06	105,04	107,44	105,34
Sumut	102,69	106,26	109,57	107,92
Sumbang	100,22	104,17	108,70	107,48
Riau	100,10	106,39	112,28	108,44
Jambi	102,22	105,11	110,15	106,96
Sumsel	102,77	105,35	108,96	107,31
Bengkulu	97,70	104,48	109,60	106,48
Lampung	100,24	104,60	109,69	107,84
Babel	103,89	107,47	110,69	108,32
Kepri	99,41	104,77	108,43	109,39
DKI	105,55	109,90	113,46	111,27
Jabar	101,12	106,46	109,33	108,07
Jateng	100,06	105,53	110,86	107,40
DI Yogya	102,79	105,64	111,91	110,02
Jatim	102,58	107,33	110,55	108,42
Banten	101,66	107,40	111,01	108,96
Bali	103,18	107,07	111,96	111,38
NTB	101,21	104,15	110,26	106,33
NTT	99,70	103,55	105,78	107,40
Kalbar	101,40	105,15	112,63	109,98
Kalteng	106,00	107,42	109,84	109,03
Kalsel	105,12	106,62	111,47	107,09
Kaltim	108,75	110,07	114,44	108,77
Sulut	101,17	106,87	110,10	113,07
Sulteng	100,23	105,90	110,09	107,36
Sulsel	112,31	114,57	113,46	111,24

Sultra	106,51	107,58	111,16	107,24
Gorontalo	103,39	107,01	108,60	106,44
Sulbar	105,59	106,69	109,58	107,37
Maluku	100,46	104,10	109,23	110,68
Malut	100,89	105,30	110,35	106,63
Papua Barat	101,47	106,31	109,22	109,95
Papua	98,47	105,53	107,26	109,02
Nasional	102,42	106,36	110,24	108,44

Provinsi	2012			
	Trw 1	Trw 2	Trw 3	Perkiraan Trw 4
	(1)	(6)	(7)	(8)
Aceh	102,33	106,73	107,21	105,42
Sumut	106,65	108,50	109,49	106,83
Sumbar	106,70	109,86	112,04	108,92
Riau	109,87	110,11	112,29	110,37
Jambi	103,37	106,45	109,14	107,27
Sumsel	107,38	108,13	111,11	108,05
Bengkulu	105,82	109,52	111,65	107,1
Lampung	103,43	106,87	108,32	106,62
Babel	105,38	109,65	110,91	110,82
Kepri	107,80	108,23	110,78	110,82
DKI	110,23	111,48	114,72	112,69
Jabar	106,14	108,98	110,72	108,18
Jateng	105,94	109,50	111,29	108,91
DI Yogya	109,71	109,85	112,9	110,23
Jatim	107,74	108,71	111,85	108,62
Banten	107,51	109,47	110,15	108,24
Bali	107,99	108,68	114,92	114,85
NTB	103,98	108,94	111,95	109,11
NTT	103,89	105,68	107,11	107,54
Kalbar	107,47	109,62	111,7	108,74
Kalteng	106,72	108,73	110,76	108,87
Kalsel	108,76	109,51	110,93	107,49
Kaltim	108,80	110,63	115,23	112,41
Sulut	106,73	108,62	113,08	112,64
Sulteng	105,26	110,47	111,18	111,14
Sulsel	107,01	109,72	112,84	109,22
Sultra	107,99	108,15	111,87	108,65
Gorontalo	108,12	109,51	110,38	109,07

Sulbar	106,00	109,29	111,8	109,26
Maluku	106,83	109,81	110,45	112,75
Malut	107,82	108,61	111,69	109,38
Papua Barat	105,52	105,45	108,24	106,35
Papua	104,96	105,87	108,17	109,53
Nasional	106,66	108,77	111,12	109,28

www.bps.go.id

Lampiran 3. Kuesioner Survei Tendensi Konsumen 2012



REPUBLIK INDONESIA
BADAN PUSAT STATISTIK

SURVEI TENDENSI KONSUMEN 2012

Tm.wulan

RAHASIA

PERHATIAN

1. Tujuan survei ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai situasi bisnis dan perekonomian secara umum menurut pendapat konsumen.
2. Hasil survei ini akan digunakan untuk bahan penyusunan Indeks Tendensi Konsumen (ITK), yang sangat bermanfaat untuk pemerintah maupun dunia usaha.
3. Kewajiban memberikan keterangan dan kerahasiaan data yang diberikan dijamin oleh Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1997 tentang Statistik.
4. Survei ini tidak ada hubungannya dengan pajak.

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 Blok sensus		
7	Nomor kode sampel		<input type="checkbox"/>
8	Nomor unit sampel rumah tangga (SAKSI-DSRT BLOK III)		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
9	Nama kepala rumah tangga		

II. RINGKASAN

1.	Jumlah Anggota Rumah Tangga	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2.	Jumlah Anggota Rumah Tangga Yang Berumur 10 Tahun Ke Atas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

III. KETERANGAN PETUGAS

1.	A. Kode Pencacah	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
	B. No. HP Pencacah	<input type="checkbox"/>	
2.	Nama Pencacah	Tanggal Pencacahan	Tanda Tangan
3.	A. Nama Pengawas	Tanggal Pemeriksaan	Tanda Tangan
	B. No. HP Pengawas	<input type="checkbox"/>	

Blok IV.

Keterangan Umum Rumah Tangga

1. Pendidikan terakhir kepala rumah tangga:				<input type="checkbox"/>
SD ke bawah	-1	Akademik	-1	
SLTP	-2	Sarjana	-5	
SLTA	-3	Pascasarjana	-6	
2. Sumber penghasilan utama rumah tangga:				<input type="checkbox"/>
Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan	-1			
Pertambangan dan Penggalian	-2			
Industri Pengolahan	-3			
Udang, Gas, Air Panas	-4			
Bangunan	-5			
Perdagangan, Hotel, dan Restoran	-6			
Pengangkutan dan Komunikasi	-7			
Keuangan, Real Estate, dan Jasa Persewaan	-8			
Jasa-Jasa	-9			
Penennas Pendapatan	-0			
3. Status pekerjaan utama (jika bukan 2 bulan kode 0):				<input type="checkbox"/>
Buruh	-1			
Buruh/Karyawan/Pegawai	-2			
4. Rata-rata pendapatan rumah tangga selama sebulan:				<input type="checkbox"/>
<3 juta rupiah	-1			
2 juta s/d 5 juta rupiah	-2			
> 5 juta rupiah	-3			

BLOK V.

Kondisi Ekonomi Rumah Tangga Saat Ini

1. Bagaimana pendapatan seluruh anggota rumah tangga Bapak/Ibu selama 2 bulan terakhir (Januari-Februari 2012) dibandingkan 2 bulan sebelumnya (November-Desember 2011)?				<input type="checkbox"/>
Menurun	-0			
Sama	-1			
Meningkat	-2			
2. Bagaimana tabungan seluruh anggota rumah tangga Bapak/Ibu selama 2 bulan terakhir (Januari-Februari 2012) dibandingkan 2 bulan sebelumnya (November-Desember 2011)?				<input type="checkbox"/>
Menurun	-0			
Sama	-1			
Meningkat	-2			
3. Apakah dalam 2 bulan terakhir (Januari-Februari 2012) terjadi kenaikan harga kebutuhan makanan sehari-hari?				<input type="checkbox"/>
Ya	-1	Tidak	-2	
4. Jika ya, apakah kenaikan harga berpengaruh terhadap konsumsi makanan sehari-hari rumah tangga ini?				<input type="checkbox"/>
Sangat mengurangi (jumlah/mutu)	-0			
Sedikit mengurangi (jumlah/mutu)	-1			
Tidak berpengaruh	-2			

5. Volume konsumsi beberapa komoditi makanan selama 2 bulan terakhir (Januari-Februari 2012) dibandingkan 2 bulan sebelumnya (November-Desember 2011):

Komoditi Makanan	Tidak Mengonsumsi	Lebih Sedikit	Sama	Lebih Banyak	
1. Ikan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. Daging (sapi, kambing, babi, dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. Daging Unggas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. Telur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5. Susu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6. Sayur-sayuran	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7. Tahu dan Tempe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8. Buah-buahan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9. Gula pasir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10. Me Instan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11. Rokok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6. Apakah dalam 2 bulan terakhir (Januari-Februari 2012) terjadi kenaikan harga kebutuhan non makanan sehari-hari?				<input type="checkbox"/>	
Ya	-1	Tidak	-2		
7. Jika ya, apakah kenaikan harga berpengaruh terhadap konsumsi non makanan sehari-hari untuk rumah tangga ini?				<input type="checkbox"/>	
Sangat mengurangi (jumlah/mutu)	-0				
Sedikit mengurangi (jumlah/mutu)	-1				
Tidak berpengaruh	-2				
8. Volume konsumsi beberapa komoditi non makanan selama 2 bulan terakhir (Januari-Februari 2012) dibandingkan 2 bulan sebelumnya (November-Desember 2011):				<input type="checkbox"/>	
Komoditi Non Makanan	Tidak Mengonsumsi	Lebih Sedikit	Sama		Lebih Banyak
1. Listrik, air dan telepon rumah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
2. Ponsel HP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
3. Bahan bakar untuk memasak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
4. Surat kabar/majalah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
5. Kesehatan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
6. Pendidikan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
7. Transportasi (bersin dan ongkos angkutan)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
8. Rekreasi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
9. Pakelan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

BLOK VI.
Perkiraan Ekonomi Rumah Tangga Mendatang

1. Bagaimana perkiraan pendapatan seluruh anggota rumah tangga Bapak/Ibu pada periode April-Juni 2012?			<input type="checkbox"/>
Menurun	-0		
Sama	-1		
Meningkat	-2		

2. Dalam periode April-Juni 2012 apakah mempunyai rencana untuk membeli barang-barang tahan lama berikut :

Jenis Barang	Rencana untuk membeli	Rencana untuk mengabaikan/mengajukan/mengajukan kembali untuk membeli barang baru	Kepemilikan barang tahan lama (kolom 1)	
			Punya -1 Tidak Punya -0	Jika Punya, apakah telah direvisi lebih dari 5 tahun
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. TV, VCD, DVD, Radio, Tape/Compa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Komputer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Mebelair (kursi, lemari, tempat tidur dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Kompor gas/tabung gas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Oven/microwave	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Kulkas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Mesin cuci	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. AC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. HP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Perlengkapan bertanaga (emas, berlian, dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Kendaraan bermotor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Petunjuk pengisian:

- Beri tanda ingkaran pada jawaban yang sesuai dan berikan kodanya ke dalam kotak di sebelah kanan. Khusus untuk Blok V Rindan 5 (konsumsi makanan), Rindan 8 (konsumsi non makanan), dan Blok VI Rindan 2 (rencana pembelian barang tahan lama) jawaban diberikan dengan mengisikan tanda cek (✓) pada kotak yang disediakan dan harus ditanyakan satu persatu seluruh komoditi.
- Blok V Rindan 5 dan Rindan 8: setiap komoditi harus terisi satu tanda cek (✓) pada setiap barisnya.
- Blok VI Rindan 2:
 - Setiap jenis barang dapat terisi tanda cek (✓) pada kolom (2), (3), dan (5) dengan mengisian pada kolom (1).
 - Jika kolom (3) dan (5) terisi tanda cek (✓) maka kolom (4) harus berkode 1.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik, 2005, *Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen*, Jakarta.

The Confence Board, 1990, *A montly Report from the Consumer Research Confidence Survey*, The Confence Board.

BPS Provinsi Jawa Timur, 2011, *Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Jawa Timur 2011*, Surabaya.