

INDEKS TENDENSI KONSUMEN KALIMANTAN TENGAH 2015

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



INDEKS TENDENSI KONSUMEN KALIMANTAN TENGAH 2015

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



INDEKS TENDENSI KONSUMEN KALIMANTAN TENGAH 2015

ISSN : 2089-5984
Nomor Publikasi : 62550.1507
Katalog BPS : 9202003.62

Ukuran Buku : 15 cm x 21 cm
Halaman : ix + 54 halaman

Naskah :

Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Tim Penyusun Naskah:

Penanggung Jawab Umum : Sukardi
Penanggung Jawab Teknis : Maria Wahyu Utami
Penyusun : Mertha Endah Ervina
Penyunting : Anandari

Gambar Kulit dan Tata Letak:

Koordinator : Bob Setiabudi
Tata Letak : Yoga Sasmita
Vina Natalia
Gambar Kulit : Eddy Surahman

Diterbitkan Oleh :

©Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Tengah

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

KATA PENGANTAR

Publikasi Indeks Tendensi Konsumen Kalimantan Tengah 2015 ini merupakan penerbitan kelima sejalan dengan dimulainya penghitungan Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Kalimantan Tengah. Publikasi ini berisi hasil penghitungan dan analisis Indeks Tendensi Konsumen Triwulanan tahun 2015. Indeks Tendensi Konsumen merupakan salah satu informasi tentang perkembangan ekonomi menurut persepsi konsumen dan sinyal awal mengenai perkiraan kondisi ekonomi secara triwulanan. Informasi ini diharapkan dapat membantu pemerintah daerah, dunia usaha dan *stakeholders* dalam menyikapi dan menentukan kebijakan untuk mendorong perkembangan ekonomi di Kalimantan Tengah.

Kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyusunan publikasi ini disampaikan penghargaan dan terima kasih. Kritik dan saran yang konstruktif kami nantikan demi perbaikan dan penyempurnaan pada penerbitan publikasi yang sama periode berikutnya.

Akhirnya, semoga informasi yang disajikan pada buku ini bermanfaat bagi semua pihak dalam upaya membangun Provinsi Kalimantan Tengah.

Palangka Raya, Desember 2015

Badan Pusat Statistik
Provinsi Kalimantan Tengah
Kepala,

Dr. Ir. Sukardi, M.Si

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan.....	2
1.3. Cakupan Penelitian	2
1.4. Sistematika Penulisan	3
BAB II KAJIAN LITERATUR	5
2.1. <i>Consumer Sentiment Index</i> (CSI).....	5
2.2. <i>Consumer Confidence Index</i> (CCI)	6
2.3. Survei Konsumen (Bank Indonesia)	9
BAB III METODOLOGI PENGHITUNGAN	11
3.1. Cakupan Survei dan Jumlah Sampel	11
3.2. Kerangka Sampel	12
3.3. Desain Penarikan Sampel	12
3.4. Kriteria Responden	13
3.5. <i>Design Weight</i>	14
3.6. Data dan Keterangan yang Dikumpulkan.....	15
3.7. Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen.....	16
3.8. Prosedur Penghitungan Indeks	17
3.9. Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen	28

BAB IV	HASIL PENGHITUNGAN INDEKS TENDENSI KONSUMEN	29
4.1	Profil Rumah Tangga Tahun 2014	29
4.2	Komponen Variabel Indeks Indikator Kini.....	32
BAB V	KESIMPULAN	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN KUESIONER	47

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.5.1. Tahapan dan Penghitungan <i>Design Weight</i> STK 2015-2016	14
Tabel 3.8.1. Pemberian Kode dan Skor Variabel Pendapatan, Perkiraan Pendapatan, dan Volume/Frekuensi Konsumsi Kelompok Barang/Jasa	19
Tabel 3.8.2. Pemberian Kode dan Skor Variabel Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga	20
Tabel 3.8.3. Pemberian Kode dan Skor Variabel Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi, dan Pesta/Hajatan	22
Tabel 4.1.1. Persentase Kepala Rumah Tangga Responden Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan, Triwulan IV 2014 s.d. Triwulan III 2015	29
Tabel 4.1.2. Persentase Kepala Rumah Tangga Responden Menurut Sektor Pekerjaan/Usaha dan Periode Waktu (Triwulan), 2014-2015	30
Tabel 4.1.3. Persentase Kepala Rumah Tangga Responden Menurut Status Pekerjaan Utama dan Periode Waktu (Triwulan), 2014-2015	31
Tabel 4.1.4. Persentase Responden Menurut Rata-Rata Pendapatan Seluruh Anggota Rumah Tangga Selama Sebulan dan Periode Waktu (Triwulan), 2014-2015	32
Tabel 4.2.1. Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Menurut Variabel Pembentuknya Triwulan IV-2015	40

Tabel 4.2.2. Indeks Tendensi Konsumen Triwulan IV Tahun 2014,
Triwulan I–III Tahun 2015 dan Perkiraan Indeks
Tendensi Konsumen Triwulan IV Tahun 2015 42

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.2.1. Indeks Tendensi Konsumen, 2012 - 2015.....	33
Gambar 4.2.2. Indeks Pendapatan Rumah Tangga Kini, 2012 - 2015.....	35
Gambar 4.2.3. Indeks Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi, 2012 - 2015.....	36
Gambar 4.2.4. Indeks Tingkat Konsumsi, 2012 - 2015.....	37
Gambar 4.2.5. Indeks Tingkat Konsumsi Makanan dan Non Makanan, 2015.....	38
Gambar 4.2.6. Perbandingan Regional Indeks Tendensi Konsumen, 2015.....	41

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam menjalankan roda perekonomian, pelaku ekonomi khususnya pemerintah dan pengusaha sangat membutuhkan banyak informasi. Terlebih lagi informasi yang sifatnya dini tentang kondisi perekonomian terkini dan perkiraan di masa yang akan datang. Pemerintah memerlukan informasi tersebut diantaranya untuk perencanaan, sedangkan dunia usaha diantaranya untuk keperluan investasi atau ekspansi pasar. Dengan adanya informasi dini, berbagai pihak dapat mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengatasi keadaan tertentu agar tidak menimbulkan kerugian.

Untuk mendapatkan informasi dini tentang perekonomian BPS RI sejak tahun 1980-an telah melaksanakan Survei Tendensi Konsumen (STK) di wilayah Jabodetabek, tetapi sejak Triwulan I-2011 pelaksanaan STK diperluas diseluruh provinsi dengan jumlah sampel 10.865 rumah tangga. Responden STK merupakan sub-sampel dari Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) khusus di daerah perkotaan. Pemilihan sampel dilakukan secara panel antar triwulan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai perubahan persepsi konsumen antar waktu. Dengan adanya perluasan sampel, nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK) dapat disajikan sampai level provinsi. Upaya ini diharapkan mampu memenuhi kebutuhan data yang semakin beragam hingga tingkat regional (spasial antar provinsi).

Seiring dengan apa yang dilakukan oleh BPS RI, BPS Provinsi Kalimantan Tengah juga telah melakukan STK sejak

triwulan I tahun 2011 dan hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen (ITK) telah dipublikasikan melalui berbagai media massa bersamaan dengan “*press release*” Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) setiap triwulan.

1.2. Tujuan

Tujuan penyusunan ITK adalah:

- Memberikan informasi dini tentang perkembangan perekonomian dari sisi konsumen Di Provinsi Kalimantan Tengah.
- Memberikan perkiraan kondisi konsumen tiga bulan mendatang di Provinsi Kalimantan Tengah.

1.3. Cakupan Penelitian

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) dihasilkan melalui Survei Tendensi Konsumen (STK). STK di Provinsi Kalimantan Tengah dilakukan secara triwulanan yang dilaksanakan pada bulan Maret, Juni, September, dan Desember tahun 2015. 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, informasi pemilihan blok sensus Susenas daerah perkotaan terpilih sudah mempertimbangkan “*Wealth Index*” dengan memilih blok sensus yang berkategori “Menengah dan Tinggi”. Sampel rumah tangga STK hanya akan ditentukan pada Triwulan I-2015 dan selanjutnya dicacah secara panel pada triwulan berikutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan buku ini dibagi ke dalam 4 (empat) bab, yaitu:

1. Bab I Pendahuluan, yang terdiri dari : Latar Belakang, Tujuan, Cakupan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.
2. Bab II Kajian Literatur, menyajikan berbagai penelitian yang pernah dilakukan mengenai Indeks Tendensi Konsumen.
3. Bab III Metodologi Penghitungan, menyajikan Cakupan Survei, Jumlah Sampel, Desain Penarikan Sampel, Kriteria Responden, *Design Weight*, Data/Keterangan Yang Dikumpulkan, Variabel Pembentuk Indeks, Prosedur Penghitungan Indeks, dan Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen.
4. Bab IV Hasil Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, menyajikan hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen selama tahun 2015 beserta perkembangannya per triwulan.
5. Bab V Kesimpulan, menyajikan ringkasan indikator dini perekonomian secara umum dilihat dari perkembangan kondisi ekonomi rumah tangga (sisi konsumen) selama tahun 2015.

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1. Consumer Sentiment Index (CSI)

Michigan University di Amerika Serikat memperkenalkan suatu indeks yang serupa dengan indeks tendensi bisnis namun dengan pendekatan konsumen/rumah tangga. Indeks tersebut dinamakan Indeks Sentimen Konsumen (*Consumer Sentiment Index=CSI*). Indeks Sentimen Konsumen diperoleh melalui Survei Sentimen Konsumen yang dilakukan oleh Lembaga Penelitian di *Michigan University*, Amerika Serikat. Survei ini dilakukan setiap bulan dan 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 pembandingan 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 pasar bursa merupakan salah satu Indikator Pendahulu (*Leading Indicator*) 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 menyusun PMI antara lain: belanja perusahaan terhadap saham, pembelian barang tahan lama dan total penjualan kendaraan mobil. Dua variabel terakhir menunjukkan bahwa semakin tinggi

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

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

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*. *The Conference Board* telah melakukan penghitungan 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 rumah tangga, maka pemerintah dapat mengantisipasi akan adanya kenaikan pajak pendapatan yang diperoleh dari naiknya konsumsi rumah tangga. Sebaliknya bila IKK menurun, maka konsumsi rumah tangga juga menurun yang berarti permintaan akan produk juga menurun. Hal ini akan mengakibatkan turunnya suplai dari perusahaan baik dari sektor industri manufaktur, konstruksi, dan lain-lain. Kondisi ini akan mengakibatkan kondisi perekonomian mengalami kontraksi.

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

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

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 *Diffussion Index*. Besarnya indeks menunjukkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap

kondisi perekonomian pada periode tertentu terhadap periode pembandingnya. Apabila pertumbuhan indeks kurang dari 5 persen, maka kepercayaan konsumen cenderung tetap atau *stagnant*, tetapi bila pertumbuhan lebih dari 5 persen maka kepercayaan konsumen meningkat dibanding periode pembandingnya.

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

Kelebihan dari survei ini adalah :

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

Kelemahan dari survei ini adalah :

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

2.3. Survei Konsumen (Bank Indonesia)

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

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

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

BAB III

METODOLOGI PENGHITUNGAN

Informasi dini mengenai perekonomian juga dapat dianalisis melalui Indeks Tendensi Konsumen (ITK) yang diperoleh melalui Survei Tendensi Konsumen (STK). Survei ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai situasi bisnis dan perekonomian secara umum yang dapat digambarkan dari kondisi ekonomi para konsumen sebagai pelaku konsumsi terhadap produk-produk barang dan jasa yang dihasilkan dalam perekonomian.

Berdasarkan evaluasi rangkaian kegiatan pelaksanaan Indeks Tendensi Konsumen selama tahun 2011-2014, perlu ada perbaikan secara menyeluruh baik dari metodologi pemilihan blok sensus dan responden, kuesioner, pelaksanaan lapangan Survei Tendensi Konsumen, metode penghitungan, mekanisme pengolahan data, serta rekonsiliasi data provinsi dan nasional. Penyempurnaan tersebut dilakukan dalam rangka untuk memperbaiki kualitas hasil dari Indeks Tendensi Konsumen, sehingga informasi yang dihasilkan diharapkan dapat menggambarkan kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan maupun prediksi pada triwulan mendatang. Dengan demikian, mulai Triwulan I-2015 dilakukan penyempurnaan penyusunan Indeks Tendensi Konsumen secara menyeluruh.

3.1. Cakupan Survei dan Jumlah Sampel

Cakupan survei adalah di beberapa Kab/Kota terpilih STK yang sudah diidentifikasi sebagai wilayah perkotaan. Jumlah sampel blok sensus di Kalimantan Tengah adalah 20 dengan sampel rumah tangga per blok sensus adalah 10 rumah tangga. Dengan demikian target sampel STK per triwulan adalah 200 rumah tangga, sedangkan target sampel STK per triwulan di seluruh Indonesia (33 provinsi) adalah 14.600 rumah tangga.

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.

3.2. 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.

3.3. 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 KRT hasil updating. Dimana tingkat pendidikan kepala rumah tangga seperti halnya Susenas dibedakan 4 strata : <SD, SMP, SMA, Perguruan Tinggi (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.

3.4. Kriteria Responden

Responden dari STK atau *eligible* responden adalah Kepala Rumah Tangga atau pasangannya, seperti Suami atau Istri. Petugas pendataan lapangan diharapkan dapat melakukan kunjungan ulang dengan membuat janji ketemu terlebih dahulu jika kepala rumah tangga atau pasangannya tidak dapat diwawancarai pada kunjungan pertama. Tidak diperbolehkan melakukan wawancara kepada anggota rumah tangga yang lain, seperti anak, famili lain, atau pembantu rumah tangga/sopir. Pemilihan responden harus kepala rumah tangga atau pasangannya agar pertanyaan-pertanyaan terkait kondisi pendapatan, keuangan, pengeluaran, rencana pembelian barang-barang tahan lama di tingkat rumah tangga dan pertanyaan-pertanyaan lain yang erat kaitannya dengan keputusan/aktivitas rumah tangga dapat dijawab dengan lengkap dan tepat sesuai gambaran yang sebenarnya.

Kasus non respon hanya diperkenankan untuk kasus:

- Rumah tangga sudah pindah setelah pelaksanaan updating dan bangunan tempat tinggal tersebut sekarang dalam kondisi kosong atau tidak berpenghuni.

- Seluruh *eligible* responden sakit atau tidak dapat diwawancarai karena alasan kesehatan atau mengalami gangguan kejiwaan.
- Seluruh *eligible* responden pergi dan belum kembali dalam waktu pencacahan.

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

3.5. Design Weight

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 3.5.1. Tahapan dan Penghitungan *Design Weight* STK 2015-2016

Tahap/ Phase	Unit	Jumlah unit strata <i>h</i>		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 replac- ement	$\frac{Z_{hi}}{Z_h}$	$n'_h \frac{Z_{hi}}{Z_h}$
		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 : $W = \frac{Z_h M_{hi}^{up}}{n_h Z_{hi} \bar{m}}$

3.6. 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. Disamping itu dikumpulkan pula informasi "*luxury goods*" seperti rumah/tanah, mobil, TV, komputer, dan lain-lain.

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

3.7 Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen

1. 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/minuman, makanan/minuman jadi, rokok, tembakau, dan makan 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.

2. 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, dll.)

- Membeli/mengganti sepeda motor
- Membeli/mengganti mobil
- Rekreasi (ke luar kota/luar negeri, termasuk menginap di hotel, dll.)
- Merencanakan pesta/hajatan (pernikahan, khitanan, ulang tahun, dll.)
- Merenovasi rumah
- Membeli rumah/tanah

3.8. Prosedur Penghitungan Indeks

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

1. Penggolongan Pendapatan

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

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

pendapatan dua kategori yang lain tentunya berada diatas 2,25 juta rupiah per bulan.

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).

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

Tabel 3.8.1 Pemberian Kode dan Skor Variabel Pendapatan, Perkiraan Pendapatan, dan Volume/Frekuensi Konsumsi Kelompok Barang/Jasa

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

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 3.8.2.

Tabel 3.8.2. Pemberian Kode dan Skor Variabel Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga

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

Keterangan :

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

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

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

- Skor 0, - Jika konsumsi saat ini volumenya menurun (3) dan perubahan harga barang/jasa meningkat tinggi (1).
- Jika konsumsi saat ini volumenya tetap (2) dan perubahan harga barang/jasa meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3).
 - Jika konsumsi saat ini volumenya meningkat (1) dan perubahan harga relatif sama (4) atau menurun (5).
- Skor $\frac{1}{2}$, - Jika konsumsi saat ini volumenya tetap (2) dan perubahan harga barang/jasa meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3).
- Jika konsumsi saat ini volumenya meningkat (1) dan perubahan harga barang/jasa relatif sama (4) atau menurun (5).
- Skor 1, - Jika konsumsi saat ini volumenya meningkat (1) dan perubahan harga barang/jasa meningkat tinggi (1).

Dengan cara dan dasar pemikiran yang sama pemberian skor dapat dilakukan pada variabel rencana pemberian barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan. Perilaku rumah tangga dalam rencana pembelian barang tahan lama dipengaruhi oleh sumber dana yang dimiliki dan kondisi keuangan rumah tangga dalam 3 bulan terakhir. Pemberian skor tersebut secara rinci disajikan pada Tabel 3.8.3.

Tabel 3.8.3. Pemberian Kode dan Skor Variabel Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi, dan Pesta/Hajatan

Interaksi		Pembelian barang-barang tahan lama *) serta aktivitas rekreasi dan hajatan/pesta (kode di kuesioner)			
		Punya rencana (1)		Tidak Punya rencana (2)	
		Sumber Dana (1-4)	Sumber Dana (5)	Alasan Utama (1)	Alasan Utama (2)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Kondisi keuangan rumah tangga selama 3 bulan terakhir (kode di kuesioner)	Menabung lebih banyak atau sama dengan triwulan sebelumnya (1) / menabung lebih sedikit dengan triwulan sebelumnya (2)	1	0	-1	1
	Tidak dapat menabung sama sekali (3)	1	0	-1	0
	Mengambil tabungan (4)/ 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 rumah tangga (kode 1 atau 2).
 - Jika punya rencana membeli, sumber dana (kode 1-4), dan gambaran kondisi keuangan rumah tangga (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:

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

dan

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

dimana:

w_l = penimbang variabel/komponen IIK

w_m = penimbang variabel/komponen IIM

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

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

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

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 rumah tangga pada triwulan berjalan

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

KK = Konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan

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

Besaran α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga terhadap IIK, α_2 mengindikasikan elastisitas pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari terhadap IIK, dan α_3 mengindikasikan elastisitas konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan saat ini terhadap IIK. Series data yang digunakan untuk menghitung penimbang adalah data Triwulan I-1990 sampai dengan Triwulan 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 :

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

dimana :

IIM = Indeks Indikator Mendatang

PDM = Pendapatan seluruh anggota rumahtangga.

RTH = Rencana pembelian barang-barang tahan lama

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

Besaran α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada triwulan mendatang terhadap IIM dan α_2 mengindikasikan elastisitas rencana pembelian barang-barang tahan lama terhadap IIM. Sebagaimana IIK, series data yang digunakan untuk menghitung penimbang IIM juga menggunakan series data Triwulan I-1990 sampai dengan Triwulan III-2015.

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

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

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

3.9. Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen

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

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

BAB IV
HASIL PENGHITUNGAN
INDEKS TENDENSI KONSUMEN

4.1 Profil Rumah Tangga Tahun 2014

Indeks Tendensi Konsumen dihitung untuk memperkirakan pergerakan perekonomian berdasarkan informasi konsumen (rumah tangga). Indeks Tendensi Konsumen (ITK) dihitung dari hasil Survei Tendensi Konsumen (STK). Pelaksanaan Survei Tendensi Konsumen bersamaan waktunya dengan Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) yang dilaksanakan setiap 3 bulan sekali dalam setahun.

Tabel 4.1.1 Persentase Kepala Rumah Tangga Responden Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan, Triwulan IV 2014 s.d. Triwulan III 2015

Karakteristik Responden	Triwulan IV-2014	Triwulan I-2015	Triwulan II-2015	Triwulan III-2015
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
SLTP Ke Bawah	53,44	48,48	49,47	51,58
SLTA	38,63	37,88	37,24	33,69
Akademi	3,70	1,52	1,06	1,05
S1/S2/S3	4,23	12,12	12,23	13,68
Pendidikan	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: Diolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2015

Berdasarkan tingkat pendidikannya, setiap jenjang pendidikan terwakili, dan sebagian besar kepala rumah tangga responden Survei Tendensi Konsumen (STK) 2015 berpendidikan SLTP kebawah dan SLTA. Namun ada kecenderungan penurunan pada persentase kepala rumah

tangga dengan pendidikan tinggi akibat perubahan responden terpilih dalam STK.

Tabel 4.1.2 Persentase Kepala Rumah Tangga Responden Menurut Sektor Pekerjaan/Usaha dan Periode Waktu (Triwulan), 2014-2015

Sektor Pekerjaan/Usaha	Triwulan IV-2014	Triwulan I-2015	Triwulan II-2015	Triwulan III-2015
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Primer	13,76	19,19	18,08	17,37
Sekunder	13,76	14,14	13,30	15,79
Tersier	55,55	51,52	53,19	52,10
Penerima Pendapatan	16,93	15,15	15,43	14,74
Jumlah	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: Diolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2015

Dilihat dari jenis pekerjaan responden selama triwulan I-2015 sampai dengan triwulan III-2015, sebagian besar kepala rumah tangga responden bekerja di lapangan usaha tersier (perdagangan, hotel, restoran, angkutan, komunikasi, keuangan, persewaan, jasa-jasa). Kemudian diikuti oleh persentase kepala rumah tangga responden yang bekerja di sektor primer (pertanian dan pertambangan) dan sektor sekunder (industri pengolahan; listrik, gas dan air; dan konstruksi).

Sampel Survei Tenaga Kerja (STK) yang merupakan penduduk di perkotaan sangat mempengaruhi kondisi ketenagakerjaan tersebut. Penduduk di perkotaan biasanya cenderung lebih banyak yang bekerja di sektor tersier dibandingkan sektor primer. Berbeda dengan penduduk perdesaan yang identik dengan pekerjaan di sektor pertanian. Hal tersebut tercermin dari lapangan usaha kepala rumah

tangga responden STK yang sebagian besar bekerja di sektor tersier.

Tabel 4.1.3 Persentase Kepala Rumah Tangga Responden Menurut Status Pekerjaan Utama dan Periode Waktu (Triwulan), 2014-2015

Status Pekerjaan	Triwulan IV-2014	Triwulan I-2015	Triwulan II-2015	Triwulan III-2015
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Berusaha	40,74	42,93	44,15	42,10
Buruh/Pekerja	42,33	41,41	40,43	42,11
Pekerja Keluarga	-	0,51	-	1,05
Penerima Pendapatan	16,93	15,15	15,42	14,74
Jumlah	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: Diolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2015

Dilihat dari status pekerjaan utama kepala rumah tangga pada triwulan I tahun 2015 hingga triwulan III tahun 2015, sebagian besar adalah berusaha baik berusaha sendiri, berusaha dibantu pekerja keluarga, maupun berusaha dibantu pekerja dibayar yaitu berkisar 42-44 persen, sedangkan yang merupakan buruh atau pegawai berkisar diantara 40-42 persen.

Berdasarkan rata-rata pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama sebulan, sebagian besar responden memiliki pendapatan rata-rata di atas 2 juta rupiah. Sedangkan yang memiliki pendapatan rata-rata di bawah 2 juta rupiah berkisar 23 – 27 persen dari total responden (Tabel 4.1.4).

Tabel 4.1.4 Persentase Responden Menurut Rata-Rata Pendapatan Seluruh Anggota Rumah Tangga Selama Sebulan dan Periode Waktu (Triwulan), 2014-2015

Status Pekerjaan	Triwulan IV-2014	Triwulan I-2015	Triwulan II-2015	Triwulan III-2015
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
< 2 juta rupiah	27,51	25,25	26,06	23,68
≥ 2 juta rupiah	72,49	74,75	73,94	76,32
Jumlah	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: Diolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2015

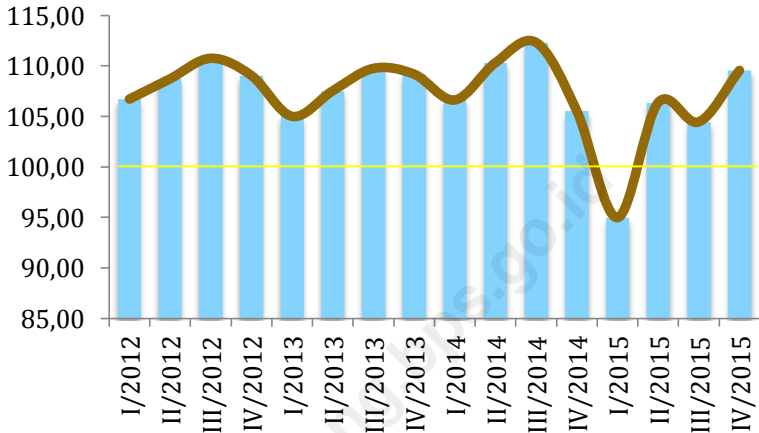
4.2 Komponen Variabel Indeks Indikator Kini

Secara umum kondisi perekonomian Kalimantan Tengah pada triwulan berjalan cenderung lebih baik dan meningkat dibandingkan dengan triwulan sebelumnya. Jika dibandingkan antar triwulan, ITK triwulanan cenderung meningkat. Hal ini memberikan gambaran adanya peningkatan optimisme masyarakat terhadap kondisi ekonomi triwulan yang sedang berjalan.

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Provinsi Kalimantan Tengah pada triwulan I-2015 menunjukkan nilai dibawah 100. Nilai ITK pada triwulan I-2015 sebesar 94,98, besaran indeks ini memberikan gambaran kondisi ekonomi konsumen pada triwulan I-2015 cenderung menurun dari triwulan sebelumnya. Kondisi ekonomi konsumen yang menurun pada triwulan pertama tahun 2015 dipengaruhi oleh berkurangnya pendapatan rumah tangga bila dibandingkan dengan periode Oktober sampai dengan Desember 2014. Pada periode tersebut pendapatan rumah tangga memang cenderung lebih besar dikarenakan adanya momen natal dan tahun baru yang biasanya

berimbang pada meningkatnya omset perdagangan dan adanya pemberian bonus akhir tahun bagi karyawan.

Gambar 4.2.1. Indeks Tendensi Konsumen, 2012 - 2015



Sumber: Diolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2012-2015

Catatan : Data Triwulan IV-2015 merupakan angka perkiraan

Pada triwulan II-2015, masyarakat menilai kondisi ekonomi pada periode ini lebih baik dibanding periode Januari sampai dengan Maret 2015. Masyarakat yang baik secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam aktivitas ekonomi ini, merasa lebih optimis terhadap perekonomian. Keadaan ini tercermin dari ITK triwulan II-2015 (106,37) yang lebih tinggi dari pada ITK triwulan sebelumnya (94,98).

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, masyarakat berpandangan bahwa kondisi perekonomian triwulan berjalan selalu lebih baik. Mereka menilai bahwa kondisi ekonomi triwulan kedua selalu lebih baik dibandingkan triwulan pertama, dan kondisi ekonomi triwulan ketiga lebih baik dari triwulan kedua dan seterusnya. Pola ini terus tercermin dalam tiga tahun terakhir. Namun bila dilihat tingkat optimismenya, masyarakat

memberikan pendapat yang berbeda, yakni ada kecenderungan penurunan optimisme pada triwulan keempat dibandingkan triwulan ketiga. Tapi, pola tersebut tidak terlihat pada tahun 2015, kecenderungan penurunan optimisme justru terjadi pada triwulan ketiga.

4.2.1 Indeks Pendapatan Rumah Tangga Kini

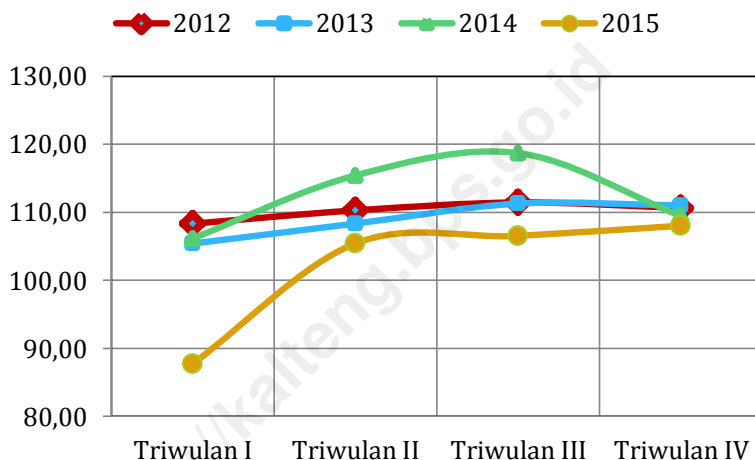
Seperti kita ketahui bersama, salah satu komponen pembentuk Indeks Tendensi Konsumen adalah indeks pendapatan rumah tangga. Rumah tangga sebagai bagian masyarakat/konsumen memberikan kontribusi yang besar dalam kegiatan ekonomi. Kondisi pendapatan rumah tangga secara langsung akan mempengaruhi pola konsumsi rumah tangga.

Indeks tingkat pendapatan rumah tangga dalam kurun empat tahun terakhir selalu berada di atas 100 dan memiliki pola yang meningkat. Hal tersebut menggambarkan bahwa pada tiap triwulannya masyarakat Kalimantan Tengah menganggap pendapatan rumah tangganya semakin meningkat dan semakin baik. Hal tersebut pula yang membuat persepsi masyarakat tentang kondisi ekonomi konsumen juga meningkat menjadi lebih optimis pada tiap triwulannya. Kecuali pada triwulan I-2015, dimana pendapatan rumah tangga dianggap mengalami penurunan.

Tahun 2012, masyarakat selalu menganggap bahwa tingkat pendapatan rumah tangga mereka selalu meningkat tiap triwulannya. Namun demikian, terjadi penurunan optimisme terhadap tingkat pendapatannya pada triwulan keempat tahun 2012. Pola serupa juga terjadi pada tahun 2013 dan tahun 2014. Tingkat pendapatan dan optimismenya cenderung meningkat tiap triwulannya sampai triwulan ketiga, kemudian optimisme

terhadap tingkat pendapatan akan menurun pada triwulan keempat. Sedangkan pada tahun 2015, mulai triwulan kedua sampai dengan triwulan keempat 2015 tingkat pendapatan dan optimismenya selalu mengalami peningkatan.

Gambar 4.2.2. Indeks Pendapatan Rumah Tangga Kini, 2012 - 2015



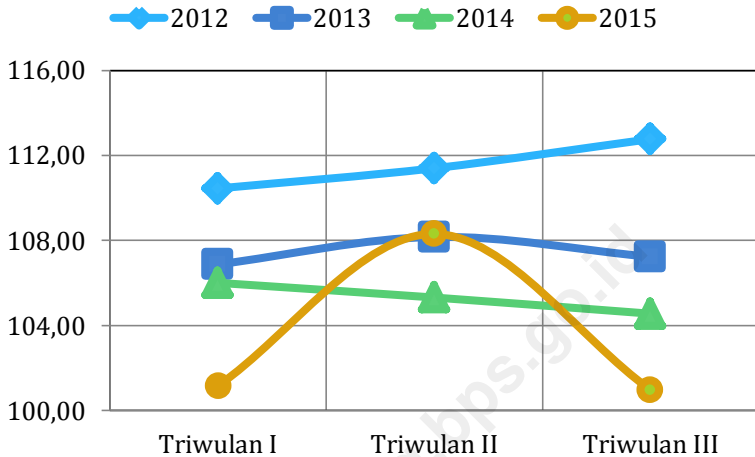
Sumber: Diolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2012-2015

Catatan : Data Triwulan IV-2015 merupakan angka perkiraan

4.2.2 Indeks Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga

Inflasi pada dasarnya adalah proses meningkatnya harga-harga. Definisi lain mengatakan bahwa inflasi adalah terjadinya kenaikan tingkat harga konsumen dan/atau menurunnya nilai uang. Dengan kata lain inflasi adalah sesuatu yang menjadi lebih mahal harganya. Dengan semakin meningkatnya harga tentunya akan mempengaruhi pola dan tingkat konsumsi masyarakat. Yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana inflasi akan berpengaruh kuat terhadap tingkat konsumsi masyarakat.

Gambar 4.2.3. Indeks Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi, 2012 - 2015



Sumber: Diolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2012-2015

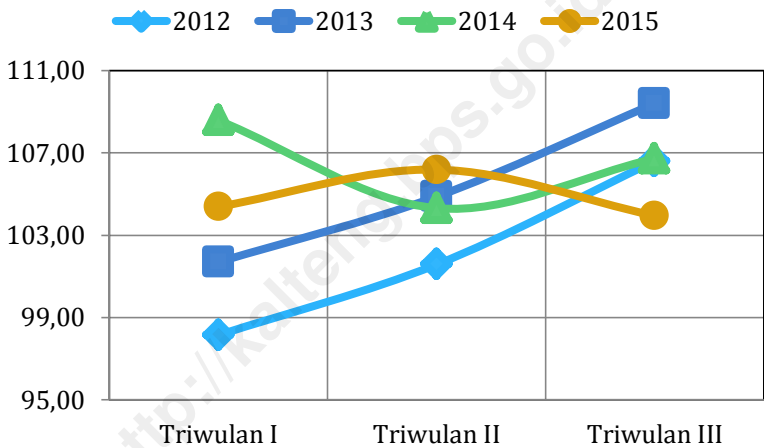
Indeks pengaruh inflasi terhadap konsumsi makanan rumah tangga di Kalimantan Tengah selama 3 (tiga) triwulan pertama pada tahun 2015 bernilai di atas 100. Hal ini menunjukkan bahwa inflasi yang terjadi pada harga-harga makanan sehari-hari kurang mempengaruhi konsumsi rumah tangga.

Jika dibandingkan dengan indeks pengaruh inflasi pada tahun 2014, indeks yang terbentuk di tahun 2015 memiliki pola yang berbeda. Namun sebenarnya persepsi masyarakat terhadap pengaruh inflasi yang terjadi antar tahun memiliki kesamaan, yaitu inflasi yang terjadi kurang mempengaruhi konsumsi makanan rumah tangga. Dimana nilai indeks pengaruh inflasi terhadap konsumsi makanan pada triwulan I, II, dan III tahun 2015, berturut-turut adalah 101,17, 108,31, dan 100,97.

4.2.3 Indeks Tingkat Konsumsi

Selain tingkat pendapatan dan pengaruh inflasi, komponen tingkat konsumsi masyarakat juga berpengaruh terhadap kondisi ekonomi, khususnya ekonomi rumah tangga. Ketiga komponen ini saling mempengaruhi satu-sama lain dalam menggambarkan kondisi ekonomi pada suatu waktu.

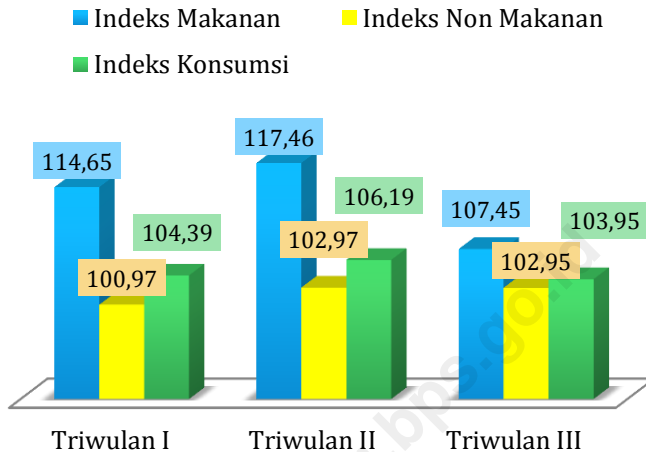
Gambar 4.2.4. Indeks Tingkat Konsumsi, 2012 - 2015



Sumber: Diolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2012-2015

Indeks tingkat konsumsi makanan dan non-makanan pada 3 (tiga) triwulan pertama selama tahun 2012 sampai 2015 menunjukkan nilai yang cenderung meningkat. Namun indeks tingkat konsumsi triwulan pertama tahun 2012 dibawah angka 100. Kondisi ini menggambarkan bahwa keadaan tingkat konsumsi di awal tahun pada tahun 2012 tidak sebaik tahun 2013, 2014 dan 2015. Dari gambar di atas, terlihat bahwa pola tingkat konsumsi pada tahun 2015 cukup fluktuatif, dimana terjadi peningkatan tingkat konsumsi rumah tangga pada triwulan kedua.

Gambar 4.2.5. Indeks Tingkat Konsumsi Makanan dan Non Makanan, 2015



Sumber: Diolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2015

Nilai indeks konsumsi makanan dan non-makanan pada triwulan I-2015 yang sebesar 104,39 menunjukkan bahwa konsumsi makanan dan non-makanan yang dilakukan masyarakat cenderung meningkat dibandingkan triwulan sebelumnya (triwulan IV-2014). Peningkatan konsumsi ini disertai dengan peningkatan indeks pengaruh inflasi terhadap konsumsi makanan dan penurunan indeks pendapatan. Meskipun pendapatan menurun, konsumsi masyarakat masih meningkat. Hal ini didukung kondisi pada triwulan I 2015 yang cenderung mengalami deflasi 0,05 persen, sementara pada triwulan IV 2014 cenderung mengalami inflasi 3,37 persen.

Secara keseluruhan, terjadi peningkatan konsumsi yang cukup signifikan pada tiap triwulan berjalan baik pada konsumsi makanan maupun konsumsi non-makanan. Pada triwulan I-2015 hingga triwulan III-2015 peningkatan konsumsi makanan lebih

tinggi dibandingkan peningkatan konsumsi non-makanan. Pada triwulan kedua, untuk tingkat konsumsi non-makanan terjadi peningkatan dibandingkan triwulan I-2015. Hal ini wajar karena pada periode tersebut terdapat masa kenaikan sekolah, pendaftaran siswa baru dan liburan sekolah sehingga konsumsi non-makanan meningkat dibanding triwulan sebelumnya.

Pada triwulan ketiga, volume makanan dan non-makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat sama-sama meningkat dikarenakan terdapat momen bulan puasa dan lebaran. Peningkatan indeks konsumsi makanan dan indeks konsumsi non-makanan memang tidak sebanyak triwulan II-2015, hal itu dikarenakan peningkatan indeks konsumsi sudah berlangsung dari triwulan-triwulan sebelumnya.

4.2.4 Komponen Variabel Indeks Indikator Mendatang

Selain melihat kondisi ekonomi yang sedang berjalan, prospek kondisi ekonomi mendatang juga perlu diperhatikan. Pemerintah, dunia usaha dan masyarakat memerlukan sinyal awal yang memberikan gambaran prospek kondisi ekonomi beberapa waktu ke depan. Dalam analisis ini, kita akan melihat bagaimana masyarakat dari sisi konsumen memperkirakan atau memberikan gambaran kondisi ekonomi satu triwulan kedepan.

Masyarakat memperkirakan kondisi ekonomi triwulan keempat tahun 2015 lebih baik dibandingkan dengan triwulan ketiga tahun 2015. Pandangan masyarakat yang memperkirakan kondisi ekonomi kedepan membaik didukung dengan perkiraan pendapatan rumah tangga mendatang yang meningkat cukup tinggi serta adanya rencana pembelian barang-barang tahan lama.

Tabel 4.2.1 Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Menurut Variabel Pembentuknya Triwulan IV-2015

Variabel Pembentuk	Perkiraan ITK Triwulan IV 2015
(1)	(2)
Perkiraan pendapatan rumah tangga mendatang	108,02
Rencana pembelian barang-barang tahan lama (TV, VCD/DVD <i>player</i> , Radio, <i>Tape/Compo</i> , komputer, HP, mebelair, kompor/tabung gas, kulkas, mesin cuci, oven/ <i>microwave</i> , AC, perhiasan berharga, kendaraan bermotor)	112,22
Indeks Tendensi Konsumen	109,56

Sumber: Diolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2015

Kondisi ekonomi pada triwulan mendatang diperkirakan membaik dan tingkat optimisme konsumen terhadap kondisi perekonomian triwulan mendatang diperkirakan akan lebih tinggi dibandingkan triwulan III-2015. Hal ini ditunjukkan dengan nilai ITK triwulan IV-2015 yang masih di atas 100 dan lebih tinggi dibandingkan nilai ITK triwulan sebelumnya (nilai ITK triwulan III-2015 sebesar 104,46).

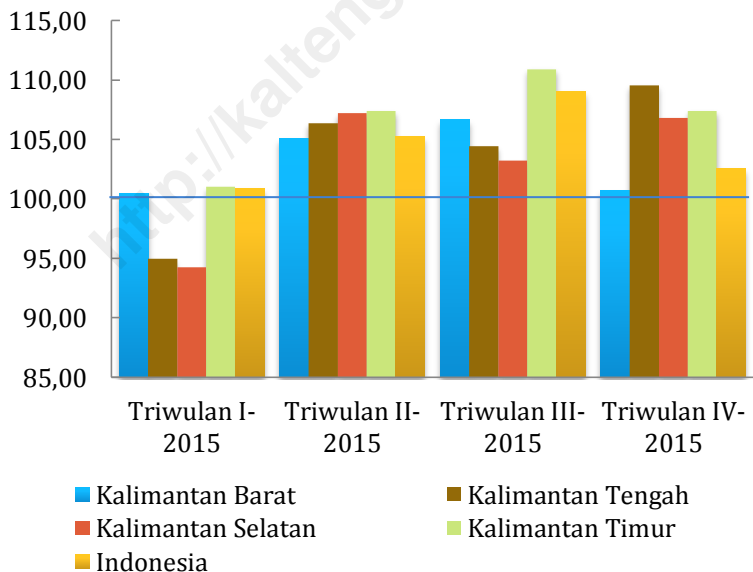
4.2.5 Perbandingan Regional

Indeks Tendensi Konsumen pada tahun 2015 di kawasan Kalimantan secara keseluruhan dapat dilihat bahwa nilainya di atas 100 kecuali pada triwulan I-2015, nilai Indeks Tendensi Konsumen menunjukkan nilai di bawah 100, yaitu di Kalimantan Tengah dan Kalimantan Selatan. Hal ini menunjukkan kondisi perekonomian konsumen pada triwulan berjalan hampir selalu lebih baik dibandingkan dengan triwulan sebelumnya.

Masyarakat di wilayah Kalimantan pada umumnya beranggapan bahwa kondisi perekonomian di wilayahnya semakin kedepan semakin membaik.

Secara nasional juga, tingkat optimisme masyarakat selalu meningkat dari triwulan pertama hingga triwulan ketiga tahun 2015. Namun ketika menatap kondisi ekonomi mendatang yakni triwulan terakhir tahun 2015, masyarakat sebagai konsumen memperkirakan adanya kecenderungan penurunan tingkat optimisme pada kondisi ekonomi. Meskipun dalam perjalanan tiga triwulan sebelumnya cenderung lebih optimis terhadap kondisi ekonomi sebelumnya.

Gambar 4.2.6. Perbandingan Regional Indeks Tendensi Konsumen, 2015



Sumber: Diolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2015

Catatan : Data Triwulan IV-2015 merupakan angka perkiraan

Hal di atas terjadi juga pada masyarakat Kalimantan Barat dan Kalimantan Timur. Kedua provinsi tersebut

memandang perekonomian di daerah selalu membaik dari triwulan pertama hingga triwulan ketiga tahun 2015. Meskipun untuk triwulan IV-2015, tingkat kepercayaan masyarakat di kedua provinsi dalam memperkirakan geliat ekonomi pada triwulan IV-2015 cenderung menurun.

Lain halnya dengan yang terjadi di Kalimantan Tengah dan Kalimantan Selatan. Masyarakat di daerah ini selalu memberikan persepsi yang positif terhadap keadaan perekonomian. Tingkat optimismenya juga selalu meningkat pada tiap triwulannya, hanya pada triwulan III-2015 tingkat optimismenya mengalami sedikit penurunan. Namun dalam memperkirakan kondisi perekonomian mendatang, tingkat optimisme masyarakat Kalimantan Tengah dan Kalimantan Selatan meningkat tidak seperti kedua provinsi lainnya.

Tabel 4.2.2 Indeks Tendensi Konsumen Triwulan IV Tahun 2014, Triwulan I–III Tahun 2015 dan Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan IV Tahun 2015

Provinsi	Triwulan IV-2014	Triwulan I-2015	Triwulan II-2015	Triwulan III-2015	Triwulan IV-2015
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Kalimantan Barat	107,29	100,44	105,05	106,68	100,71
Kalimantan Tengah	105,54	94,98	106,37	104,46	109,56
Kalimantan Selatan	103,32	94,25	107,21	103,25	106,80
Kalimantan Timur	111,73	101,03	107,40	110,92	107,42
Indonesia	107,62	100,87	105,22	109,00	102,57

Sumber: Diolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2014-2015

BAB V

KESIMPULAN

Secara umum kondisi perekonomian Kalimantan Tengah pada triwulan berjalan membaik dan meningkat dibandingkan dengan triwulan sebelumnya. Jika dibandingkan antar triwulan, ITK triwulanan cenderung meningkat. Hal ini memberikan gambaran adanya peningkatan optimisme masyarakat terhadap kondisi ekonomi triwulanan.

Persepsi dan optimisme masyarakat Kalimantan Tengah dalam memberikan pandangan kondisi ekonomi yang terus membaik didukung dengan meningkatnya indeks pendapatan rumah tangga kini, tingkat inflasi yang kurang berpengaruh terhadap konsumsi masyarakat serta peningkatan indeks konsumsi makanan dan non-makanan pada triwulan berjalan tahun 2015. Masyarakat Kalimantan Tengah juga memperkirakan kondisi perekonomian triwulan mendatang (triwulan IV-2015) di daerah ini membaik dengan tingkat optimisme masyarakatnya yang cenderung meningkat dibandingkan triwulan sebelumnya. Hal ini didukung dengan perkiraan meningkatnya pendapatan rumah tangga mendatang dan rencana pembelian barang tahan lama.

Secara regional, dalam menatap kondisi ekonomi mendatang yakni triwulan keempat tahun 2015, masyarakat di Kalimantan Tengah dan Kalimantan Selatan tingkat optimismenya semakin meningkat, sedangkan di Kalimantan Barat dan Kalimantan Timur cenderung menurun tingkat optimismenya. Demikian pula yang terjadi di level nasional, tingkat optimisme cenderung menurun pada triwulan IV-2015.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, 1976-1991, *Indikator Pendahulu di Indonesia*, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2009, *Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2008*, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 1996, *Studi Pendahuluan Penyusunan Sistem Pemantauan beberapa Indikator Dini*, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 1997, *Studi Pendahuluan Penyusunan Sistem Pemantauan beberapa Indikator Dini*, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 1998, *Sistem Pemantauan beberapa Indikator Dini: Dalam Rangka Pengembangan Sistem Monitoring Ekonomi Makro Jangka Pendek*, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2000, *Sistem Pemantauan Beberapa Indikator Dini Ringkasan Metodologi 2000*, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2001, *Indikator Fundamental Ekonomi Indonesia*, Jakarta.
- James Medoff dan Ronald Sellers, *Labor's Capital, Business Confidence, and The Market for Loanable Funds*, Oktober 2004
- The Conference Board, 1990, *A monthly Report from the Consumer Research Confidence Survey*, The Conference Board

The background is a blue-tinted image of a document. A pen is shown writing on the paper, with a line graph visible. The graph has several peaks and valleys. A red horizontal line is drawn across the middle of the page.

LAMPIRAN KUESIONER



REPUBLIK INDONESIA
BADAN PUSAT STATISTIK

SURVEI TENDENSI KONSUMEN 2015

RAHASIA

Triwulan III-2015

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

*) Coret yang tidak perlu

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

BLOK III. INFORMASI UMUM RESPONDEN

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

BLOK IV. PERSEPSI TERHADAP KONDISI EKONOMI																									
A. PENDAPATAN RUMAH TANGGA																									
<p>1. Bagaimana pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama 3 bulan terakhir (Juli-September 2015) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (April-Juni 2015)</p> <p>Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3</p> <p>Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 3</p>	<input type="checkbox"/>																								
<p>2. Apakah penyebab utama pendapatan meningkat atau menurun pada Rincian 1 (lihat PILIHAN JAWABAN 1)</p> <p>Lainnya (tuliskan)</p>	<input type="checkbox"/>																								
<p>3. Bagaimana perkiraan pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama 3 bulan mendatang (Oktober-Desember 2015) dibandingkan 3 bulan terakhir (Juli-September 2015):</p> <p>Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3</p> <p>Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 5</p>	<input type="checkbox"/>																								
<p>4. Apakah penyebab utama perkiraan pendapatan meningkat atau menurun pada Rincian 3 (lihat PILIHAN JAWABAN 1)</p> <p>Lainnya (tuliskan)</p>	<input type="checkbox"/>																								
<p>PILIHAN JAWABAN 1 (untuk Rincian 2 dan 4)</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td colspan="2"><u>Jawaban meningkat:</u></td> <td colspan="2"><u>Jawaban menurun :</u></td> </tr> <tr> <td>Peningkatan gaji/penghasilan usaha</td> <td style="text-align: center;">-1</td> <td>Penurunan gaji/penghasilan usaha</td> <td style="text-align: center;">-6</td> </tr> <tr> <td>Mendapat tambahan upah/bonus</td> <td style="text-align: center;">-2</td> <td>Pekerjaan/usaha sampingan berhenti</td> <td style="text-align: center;">-7</td> </tr> <tr> <td>Mendapat pekerjaan/usaha sampingan</td> <td style="text-align: center;">-3</td> <td>Ada anggota keluarga yg berhenti bekerja/berusaha</td> <td style="text-align: center;">-8</td> </tr> <tr> <td>Mendapat hadiah/arisan/warisan</td> <td style="text-align: center;">-4</td> <td>Lainnya</td> <td style="text-align: center;">-9</td> </tr> <tr> <td>Lainnya</td> <td style="text-align: center;">-5</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		<u>Jawaban meningkat:</u>		<u>Jawaban menurun :</u>		Peningkatan gaji/penghasilan usaha	-1	Penurunan gaji/penghasilan usaha	-6	Mendapat tambahan upah/bonus	-2	Pekerjaan/usaha sampingan berhenti	-7	Mendapat pekerjaan/usaha sampingan	-3	Ada anggota keluarga yg berhenti bekerja/berusaha	-8	Mendapat hadiah/arisan/warisan	-4	Lainnya	-9	Lainnya	-5		
<u>Jawaban meningkat:</u>		<u>Jawaban menurun :</u>																							
Peningkatan gaji/penghasilan usaha	-1	Penurunan gaji/penghasilan usaha	-6																						
Mendapat tambahan upah/bonus	-2	Pekerjaan/usaha sampingan berhenti	-7																						
Mendapat pekerjaan/usaha sampingan	-3	Ada anggota keluarga yg berhenti bekerja/berusaha	-8																						
Mendapat hadiah/arisan/warisan	-4	Lainnya	-9																						
Lainnya	-5																								
B. PERUBAHAN HARGA BARANG DAN JASA																									
<p>5. Bagaimana perubahan harga barang/jasa kebutuhan rumah tangga selama 3 bulan terakhir (Juli-September 2015) dibandingkan 3 bulan yang lalu (April-Juni 2015):</p> <p>Meningkat tajam (> 20%) -1 Relatif sama -4</p> <p>Meningkat sedang (10-20%) -2 Menurun -5</p> <p>Meningkat sedikit (<10%) -3</p>	<input type="checkbox"/>																								

C. PENGELUARAN DAN KONSUMSI RUMAH TANGGA

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

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

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

Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3

Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 9

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

Lainnya (tuliskan)

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

Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3

Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 11

10. Apakah penyebab utama perkiraan total pengeluaran rumah tangga meningkat atau menurun pada Rincian 9 (lihat PILIHAN JAWABAN 2)		<input type="checkbox"/>			
Lainnya (tuliskan)					
PILIHAN JAWABAN 2 (untuk Rincian Nomor 8 dan 10)					
<u>Jawaban meningkat :</u>		<u>Jawaban menurun :</u>			
Peningkatan penghasilan	-1	Penurunan penghasilan	-6		
Peningkatan harga barang dan jasa	-2	Penurunan harga barang dan jasa	-7		
Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan terakhir	-3	Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan sebelumnya	-8		
Sedang membutuhkan atau ada kebutuhan mendadak/darurat	-4	Melakukan penghematan	-9		
Lainnya	-5	Lainnya	-10		
D. KONDISI KEUANGAN RUMAH TANGGA					
11. Gambaran kondisi keuangan rumah tangga Bapak/Ibu selama 3 bulan terakhir (Juli-September 2015):		<input type="checkbox"/>			
Menabung lebih banyak dibanding Triwulan sebelumnya	-1				
Menabung relatif sama dibanding Triwulan sebelumnya	-2				
Menabung lebih sedikit dibanding Triwulan sebelumnya	-3				
Tidak dapat menabung sama sekali	-4				
Mengambil tabungan	-5				
Harus meminjam uang/menggadaikan barang	-6				
12. Bagaimana peluang rumah tangga Bapak/Ibu untuk menabung selama 3 bulan mendatang (Oktober-Desember 2015):		<input type="checkbox"/>			
Sangat mungkin	-1	Mungkin	-2	Tidak mungkin	-3
E. KETERSEDIAAN LAPANGAN PEKERJAAN					
13. Bagaimana ketersediaan lapangan pekerjaan (formal dan non formal) selama 3 bulan terakhir (Juli-September 2015) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (April-Juni 2015):		<input type="checkbox"/>			
Lebih banyak	-1	Sama	-2	Lebih sedikit	-3
14. Bagaimana perkiraan ketersediaan lapangan pekerjaan (formal dan non formal) selama 3 bulan mendatang (Oktober-Desember 2015) dibandingkan 3 bulan terakhir (Juli-September 2015):		<input type="checkbox"/>			
Lebih banyak	-1	Sama	-2	Lebih sedikit	-3

F. PEMBELIAN BARANG TAHAN LAMA

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

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

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

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

DATA

MENCERDASKAN BANGSA



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI KALIMANTAN TENGAH**

Jl. Kapten Piere Tendean No. 06, Palangka Raya, 73112
Telp (0536) 3228105, Faks (0536) 3221380, Email : bps6200@bps.go.id
Homepage : <http://kalteng.bps.go.id>

ISSN 2089-5984

