

# INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI RIAU

# 2018



**BADAN PUSAT STATISTIK  
PROVINSI RIAU**

# INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI RIAU

# 2018

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



**BADAN PUSAT STATISTIK  
PROVINSI RIAU**

**INDEKS TENDENSI KONSUMEN  
PROVINSI RIAU  
2018**

ISBN : 978-602-17820-0-2  
No. Publikasi : 14550.1605  
Katalog BPS : 9202001.14  
Ukuran Buku : 14,8 cm x 21 cm  
Jumlah Halaman : 53 halaman + viii halaman

Naskah  
Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Diterbitkan Oleh  
Badan Pusat Statistik Provinsi Riau

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

**INDEKS TENDENSI KONSUMEN  
PROVINSI RIAU  
2018**

Pengarah : Ir. Aden Gultom, M.M.

Editor : Urip Widiyantoro, S.Si.  
Fitri Hariyanti, S.S.T., M.M.

Penulis : Oldestia Vianny, S.S.T., M.Si.

Penyiapan Draf : Oldestia Vianny, S.S.T., M.Si.

Gambar Kulit : Ferdian Fadly, S.S.T.

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

## KATA PENGANTAR

Informasi dini tentang kondisi perekonomian dapat diketahui melalui sistem pemantauan indikator dini yang dikembangkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), salah satunya adalah Indeks Tendensi Konsumen (ITK). ITK diperoleh melalui Survei Tendensi Konsumen (STK) di beberapa kabupaten/kota yang terpilih sebagai sampel. BPS Provinsi Riau telah melaksanakan STK secara triwulanan sejak 2011, hingga sekarang telah memasuki tahun kedelapan.

Publikasi “Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Riau 2018” ini memuat metodologi dan analisis ringkas hasil penghitungan ITK triwulan I-III 2018 dan perkiraan ITK triwulan IV 2018.

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi baik saat pelaksanaan lapangan maupun dalam penyusunan publikasi ini. Kami mengharapkan masukan demi penerbitan selanjutnya yang lebih baik.

**Pekanbaru, Desember 2018**  
**Kepala BPS Provinsi Riau**

**Aden Gultom**

# DAFTAR ISI

	halaman
<b>KATA PENGANTAR</b>	iii
<b>DAFTAR ISI</b>	v
<b>DAFTAR TABEL</b>	vii
<b>DAFTAR GRAFIK</b>	viii
<b>Bab 1 Pendahuluan</b>	
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Tujuan	4
1.3 Cakupan Penelitian	4
1.4 Sistematika Penulisan	5
<b>Bab 2 Kajian Literatur</b>	
2.1 Perkembangan Survei Konsumen	9
2.2 Indeks Sentimen Konsumen ( <i>Consumer Sentiment Index</i> )	11
2.3 Indeks Kepercayaan Konsumen ( <i>Consumer Confidence Index</i> )	12
<b>Bab 3 Metodologi Penghitungan</b>	
3.1 Cakupan Survei dan Jumlah Sampel	17
3.2 Kerangka Sampel	17
3.3 Desain Penarikan Sampel	17
3.4 Kriteria Responden	18
3.5 Rancangan Pembobotan ( <i>Design Weight</i> )	20
3.6 Data dan Keterangan yang Dikumpulkan	21

3.7 Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen	22
3.8 Prosedur Penghitungan Indeks	23
3.9 Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen	34
<b>Bab 4 Indeks Tendensi Konsumen 2018</b>	
4.1 Indeks Tendensi Konsumen 2018	39
4.2 Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan IV-2018	42
4.3 Perbandingan Regional	43
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	45
<b>LAMPIRAN</b>	47

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel</b>	
3.1 Tahapan dan Penghitungan <i>Design Weight</i> STK 2018	20
3.2 Pemberian Kode dan Skor Variabel Pendapatan, Perkiraan Pendapatan dan Volume/Frekuensi Konsumsi Kelompok Barang/Jasa	26
3.3 Pemberian Kode dan Skor Variabel Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga	27
3.4 Pemberian Kode dan Skor Variabel Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi, dan Pesta/Hajatan	29
4.1 Indeks Tendensi Konsumen 2018 Provinsi Se-Sumatera dan Nasional	44

## DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik	
4.1 Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Provinsi Riau 2014-2018	39
4.2 Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Provinsi Riau Menurut Variabel Pembentuknya	41
4.3 Perkiraan ITK Provinsi Riau Triwulan IV 2018 Menurut Variabel Pembentuknya	42

# BAB 1

## PENDAHULUAN

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



### 1.1. Latar Belakang

Informasi dini tentang kondisi perekonomian regional terkini sangat diperlukan oleh berbagai pihak, baik pemerintah maupun dunia usaha. Pemerintah memerlukan informasi tersebut sebagai bahan evaluasi dan perencanaan, sedangkan bagi dunia usaha digunakan untuk keperluan investasi atau ekspansi pasar. Ketersediaan data sangat memungkinkan berbagai pihak untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan dalam mengatasi perubahan keadaan supaya tidak menimbulkan kerugian.

Sejak tahun 1980-an, BPS telah mengembangkan berbagai macam indikator yang berkaitan dengan sistem peringatan dini, salah satu diantaranya adalah Indeks Indikator Pendahulu (*Index of Leading Indicator*). Sejak tahun 1995, BPS juga telah mengembangkan dua macam indikator dini (*prompt indicator*) yang saling melengkapi. Kedua indikator tersebut adalah Indeks Tendensi Bisnis (ITB) yang berkaitan dengan perkembangan kegiatan bisnis dari sisi produsen dan Indeks Tendensi Konsumen (ITK) yang menggambarkan persepsi dan kondisi konsumen. ITB dan ITK digunakan untuk mengetahui gambaran mengenai kondisi bisnis dan perekonomian di Indonesia dalam jangka pendek (triwulanan).

Penghitungan ITK di level provinsi mulai dilakukan sejak triwulan I tahun 2011. Pengumpulan data pokok yang digunakan dalam penghitungan ITK dilakukan melalui Survei Tendensi Konsumen (STK) yang waktu pengumpulan datanya



dilakukan secara berkala setiap triwulan. Sementara penyajian hasil penghitungan ITK triwulanan telah dipublikasikan dalam bentuk Berita Resmi Statistik (BRS) ke berbagai kalangan termasuk media massa melalui kegiatan “*press release*” triwulanan yang bersamaan waktunya dengan BRS Pertumbuhan Ekonomi.

## **1.2. Tujuan**

Tujuan penyusunan ITK adalah:

1. Memberikan informasi dini tentang perkembangan perekonomian dari sisi konsumen dan gambaran mengenai derajat optimisme konsumen pada triwulan berjalan.
2. Memberikan perkiraan kondisi konsumen tiga bulan (triwulan) mendatang.

## **1.3. Cakupan Penelitian**

Indeks Tendensi Konsumen dihitung dari hasil STK yang dilakukan tiap triwulan. Sejak tahun 2011, STK dilakukan di 33 provinsi dengan sampel Rumah Tangga yang merupakan subsampel dari Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) khusus di daerah perkotaan. Namun sejak tahun 2015, sampel STK merupakan subsampel dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) khusus di daerah perkotaan. Pemilihan sampel dilakukan secara panel antartriwulan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai perubahan persepsi konsumen antarwaktu. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Maret, Juni, September, dan Desember.

Jumlah sampel tahun 2018 untuk Provinsi Riau sebanyak 320 rumah tangga setiap triwulan. Pelaksanaan STK Provinsi Riau dilakukan di daerah perkotaan di 6 wilayah kabupaten/kota, yaitu Kabupaten Kuantan Singingi, Kabupaten Indragiri Hilir, Kabupaten Bengkalis, Kabupaten Rokan Hilir, Kota Pekanbaru, dan Kota Dumai.

#### **1.4. Sistematika Penulisan**

Penulisan publikasi ini dibagi ke dalam (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 Indeks Tendensi Konsumen, menyajikan prosedur penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, dan interpretasi hasil Indeks Tendensi Konsumen.
4. Bab IV Indeks Tendensi Konsumen 2018, menyajikan hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen selama tahun 2018, dan perkembangannya pada periode triwulan I, II, III, dan perkiraan triwulan IV.



# BAB 2

## KAJIAN LITERATUR

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



## 2.1 Perkembangan Survei Konsumen

Untuk menggambarkan kondisi perekonomian nasional secara umum, istilah kepercayaan konsumen (*consumer confidence*) maupun sentimen konsumen (*consumer sentiment*) cukup populer dan sering dikutip oleh pejabat pemerintah, media massa, dan konsumen sendiri. Pengukuran kepercayaan maupun sentimen konsumen mulai diperkenalkan sejak era 1940-an oleh George Katona dari Universitas Michigan Amerika Serikat sebagai sarana untuk memasukkan harapan/ekspektasi dari konsumen dalam model pengeluaran/konsumsi dan perilaku menabung.

Katona menyatakan bahwa konsumsi atau belanja konsumen tergantung pada dua hal, yakni kemampuan (*ability*) dan kemauan (*willingness*) untuk membeli. Ketika konsumen merasa optimis, mereka akan meningkatkan pengeluaran untuk berbelanja dan pada saat pesimis maka mereka akan mengurangi pengeluaran belanja dan meningkatkan tabungan sebagai bentuk antisipasi terhadap kondisi yang tidak diinginkan.

Untuk mengetahui persepsi maupun ekspektasi konsumen terhadap situasi perekonomian terkini dilakukan pendekatan melalui survei konsumen (*surveys of consumers*). Pusat penelitian survei di Universitas Michigan Amerika Serikat merilis survei konsumen pertama kali pada tahun

1946 yang menekankan pada aspek pengaruh penting pengeluaran konsumen dan pengambilan keputusan dalam konsumsi terhadap arah perekonomian nasional. Ukuran yang dihasilkan dari survei tersebut disebut Indeks Ekspektasi Konsumen. Indeks ini terbukti menjadi indikator yang cukup akurat yang mampu menentukan masa depan perekonomian Amerika Serikat karena indikator tersebut mampu menangkap atau merangkum fenomena maupun meramalkan perubahan yang terjadi dalam perekonomian nasional.

Indeks Ekspektasi Konsumen fokus pada tiga bidang pokok yaitu bagaimana konsumen melihat prospek keuangan mereka sendiri; bagaimana mereka melihat prospek ekonomi secara keseluruhan dalam jangka pendek; dan pandangan konsumen terhadap perekonomian dalam jangka panjang. Survei dilaksanakan secara periodik setiap bulan dan secara statistik dirancang untuk mewakili rumah tangga di seluruh wilayah Amerika Serikat. Kuesioner yang digunakan dalam wawancara mencakup beberapa item pertanyaan terkait dengan sentimen/tendensi konsumen pribadi yakni keuangan pribadi, persepsi tentang situasi/kondisi bisnis secara umum dan kondisi konsumsi/pengeluaran untuk pembelian barang dan jasa. Beberapa item pertanyaan tersebut dalam perkembangannya dijadikan sebagai dasar dalam penyusunan Indeks Kepercayaan Konsumen (*Consumers Confidence Index*) dan Indeks Sentimen Konsumen (*Consumer Sentiment Index*).

## 2.2 Indeks Sentimen Konsumen (*Consumer Sentiment Index*)

Indeks Sentimen Konsumen (*Consumer Sentiment Index=CSI*) diperoleh melalui pendekatan Survei Sentimen Konsumen yang dilakukan setiap bulan, dan tujuan utama dari penyusunan indeks ini adalah untuk kepentingan investasi. Indeks Sentimen Konsumen disusun sebagai pembandingan dari *Purchasing Managers Index (PMI)* atau Indeks Pembelanjaan Perusahaan yang memantau kondisi bisnis khususnya dari sisi pasar bursa. Nilai indeks PMI diinterpretasikan sebagai berikut: nilai indeks di bawah 50 mengindikasikan kondisi perekonomian mengalami kontraksi, sedangkan di atas 50 menandakan kondisi perekonomian mengalami ekspansi.

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

Pada dasarnya 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.

### 2.3 Indeks Kepercayaan Konsumen (*Consumer Confidence Index*)

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

Interpretasi dari indeks ini adalah apabila IKK meningkat mengindikasikan konsumsi/belanja konsumen juga meningkat. Akibatnya, dari sisi penawaran perusahaan

akan meningkatkan produksinya yang disebabkan oleh meningkatnya permintaan. Dampak lain adalah meningkatnya konsumsi rumah tangga sehingga tingkat permintaan kredit ke bank meningkat. Dengan demikian pemerintah dapat mengantisipasi akan adanya kenaikan pajak pendapatan yang diperoleh dari naiknya konsumsi rumah tangga. Sebaliknya bila IKK menurun, maka konsumsi rumah tangga juga menurun yang berarti permintaan akan produk juga menurun. Hal ini akan mengakibatkan turunnya suplai dari perusahaan baik dari lapangan usaha industri manufaktur, konstruksi, dan lain-lain. Kondisi ini akan mengakibatkan kondisi perekonomian mengalami kontraksi.

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

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

Setiap variabel di atas 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, yaitu kondisi bisnis saat ini dan kondisi lapangan pekerjaan saat ini. Sedangkan Indeks Kepercayaan Konsumen Mendatang merupakan komposit dari 3 variabel: kondisi bisnis 6 bulan mendatang, kondisi lapangan pekerjaan 6 bulan mendatang, dan jumlah pendapatan seluruh anggota keluarga selama 6 bulan mendatang.

# BAB 3

## METODOLOGI PENGHITUNGAN

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



### 3.1 Cakupan Survei dan Jumlah Sampel

Cakupan survei adalah di beberapa kabupaten/kota terpilih STK yang sudah diidentifikasi sebagai wilayah perkotaan. Jumlah sampel blok sensus adalah 32 dengan sampel rumah tangga per blok sensus adalah 10 rumah tangga. Dengan demikian target sampel STK per triwulan di Provinsi Riau adalah 320 rumah tangga.

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

### 3.2 Kerangka Sampel

Kerangka sampel blok sensus STK adalah daftar sampel blok sensus Susenas Maret 2018 daerah perkotaan di setiap kabupaten/kota terpilih STK. Disamping itu untuk menggambarkan aktivitas kegiatan konsumsi terbesar maka populasi blok sensus yang dijadikan kerangka sampel berasal dari blok sensus Susenas perkotaan yang berasal dari **Strata Wealth Index** menengah dan tinggi.

### 3.3. Desain Penarikan Sampel

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 pemutakhiran (*updating*). Dimana tingkat pendidikan kepala rumah tangga seperti halnya Susenas dibedakan 4 strata: <Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), dan 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 2018 (triwulan I) akan diperlakukan sebagai panel blok sensus dan panel rumah tangga pada triwulan II (Juni), triwulan III (September), dan triwulan IV (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 yang merupakan *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 nonrespons hanya diperkenankan untuk kasus:

- Rumah tangga sudah pindah setelah pelaksanaan pemutakhiran (*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 Rancangan Pembobotan (*Design Weight*)

Rancangan penarikan sampel STK 2018 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 dimulai dari rancangan sampel blok sensus Susenas yang digunakan sendiri sebagai kerangka sampel. Skema penarikan sampel dan pembobotan dapat digambarkan sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Tahapan dan Penghitungan *Design Weight* STK 2018**

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

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 komoditas-komoditas yang dikategorikan sebagai “*normal goods*”. Komoditas pada kelompok makanan seperti ikan, daging, telur, susu, buah-buahan, dan lain-lain. Sedangkan komoditas kelompok nonmakanan terdiri dari pakaian, biaya perumahan, biaya pendidikan, transportasi, biaya kesehatan, rekreasi, pesta atau hajatan, dan lain-lain. Disamping itu dikumpulkan pula informasi “*luxury goods*” seperti rumah/tanah, mobil, TV, dan komputer.

Indeks Tendensi Konsumen juga terdiri dari dua jenis indeks yaitu Indeks Indikator Kini (*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 rumah tangga (konsumen) dan rencana membeli untuk membeli barang-barang tahan lama pada periode tiga bulan mendatang.

### 3.7 Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen

#### A. Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen Kini (ITK Kini)

- a) Pendapatan seluruh anggota keluarga pada periode 3 (tiga) bulan terakhir.
- b) Pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi.
- c) Volume konsumsi beberapa komoditas makanan dan nonmakanan:
  - Makanan: bahan makanan dan makanan jadi di restoran/ rumah makan.
  - Bukan Makanan: pakaian, tas, sepatu, pembelian pulsa, pendidikan, perawatan kesehatan, kecantikan (*gym*, salon, Spa, dan lain-lain), rekreasi/hiburan (nonton di bioskop, karaoke, atau ke tempat hiburan), akomodasi (hotel/ penginapan), transportasi/angkutan, dan komunikasi.

#### B. Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen Mendatang (ITK Mendatang)

- a) Pendapatan seluruh anggota keluarga.
- b) Rencana pembelian barang-barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan:
  - Elektronik (TV, DVD, komputer, dan lain-lain)
  - Perhiasan logam dan batu mulia (emas, permata, mutiara, dan lain-lain)

- Perangkat komunikasi (HP, tablet/IPAD, notebook, dan lain-lain)
- Perabot meubelair (kursi, lemari, tempat tidur, dan lain-lain)
- Peralatan rumah tangga (AC, kulkas, mesin cuci, kompor gas)
- Membeli/mengganti sepeda motor
- Membeli/mengganti mobil
- Rekreasi (ke luar kota/luar negeri, termasuk menginap di hotel)
- Merencanakan pesta/hajatan (pernikahan, khitanan, ulang tahun, dan lain-lain)
- Merenovasi rumah
- Membeli rumah/tanah

### 3. 8 Prosedur Penghitungan Indeks

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

#### A. Penggolongan Pendapatan

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

Pengelompokan pendapatan rumah tangga ini berdasarkan kelompok pendapatan rumah tangga dari hasil Susenas.

## B. Pemberian Skor Jawaban

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

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

## C. Pemberian Kode dan Skor Variabel/Komponen Tunggal

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

- 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 3.2 Pemberian Kode dan Skor Variabel Pendapatan, Perkiraan Pendapatan, dan Volume/Frekuensi Konsumsi Kelompok Barang/Jasa**

No.	Variabel	Pilihan dan Kode di kuesioner	Skor	
			Lama (Total Skor)	Baru ( <i>Net Balance</i> )
(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

**D. 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 3.3.

**Tabel 3.3 Pemberian Kode dan Skor Variabel Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga**

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

Keterangan:

- Skor  $-\frac{1}{2}$  - Jika konsumsi sekarang menurun (3) dan perubahan harga barang/jasa meningkat sedang (2) dan 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) dan 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)
- dan 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 3.4.

**Tabel 3.4. Pemberian Kode dan Skor Variabel Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi, dan Pesta/Hajatan**

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

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

Keterangan:

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

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

### E. 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:

$$IIK = \sum_{l=1}^3 w_l \cdot (I_{vt \text{ atau } vg})_l \quad \text{dan} \quad IIM = \sum_{m=1}^2 w_m \cdot (I_{vt \text{ atau } vg})_m$$

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

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

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

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

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

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

dimana:

- IIK = Indeks Indikator Kini  
PD = Pendapatan seluruh anggota rumah tangga pada triwulan berjalan  
KH = Pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari  
KK = Konsumsi beberapa komoditas makanan dan bukan makanan  
 $\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$  = Estimasi parameter fungsi *double log*

Besaran  $\alpha_1$  mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumah tangga terhadap IIK,  $\alpha_2$  mengindikasikan elastisitas pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari terhadap IIK, dan  $\alpha_3$  mengindikasikan elastisitas konsumsi beberapa komoditas makanan dan bukan makanan saat ini terhadap IIK. *Series* data yang digunakan untuk menghitung penimbang adalah:

- 1) Pendapatan seluruh anggota rumah tangga.
- 2) Pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari.
- 3) Volume konsumsi beberapa komoditas makanan dan bukan Makanan.

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 rumah tangga.

RTH = Rencana pembelian barang-barang tahan lama

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

Besaran  $\alpha_1$  mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumah tangga pada triwulan mendatang terhadap IIM dan  $\alpha_2$  mengindikasikan elastisitas rencana pembelian barang-barang tahan lama terhadap IIM. Sebagaimana IIK, series data yang digunakan untuk menghitung penimbang IIM juga menggunakan *series* data Triwulan I-1990 sampai dengan Triwulan III-2018.

Sebagai contoh, hasil penghitungan penimbang pada Triwulan III-2018 untuk masing-masing komponen IIM adalah:

- 1) Pendapatan seluruh anggota rumah tangga.
- 2) Rencana pembelian barang-barang tahan lama.

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 triwulan sebelumnya (untuk Indeks Indikator Kini) atau kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang meningkat dibanding 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 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 triwulan sebelumnya

(untuk Indeks Indikator Kini) atau kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang menurun dibanding triwulan berjalan (untuk Indeks Indikator Mendatang).

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

# BAB 4

## INDEKS TENDENSI KONSUMEN 2018

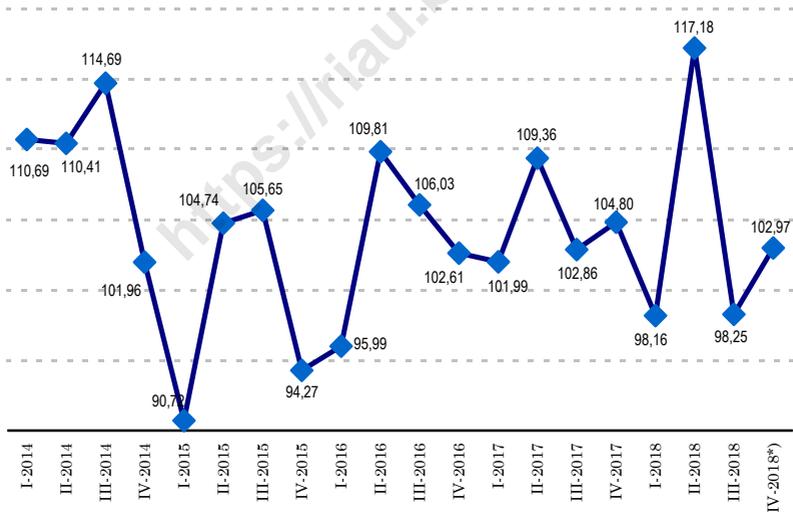
<https://riau.bps.go.id>



#### 4.1 Indeks Tendensi Konsumen (ITK) 2018

Secara umum masyarakat di Provinsi Riau berpandangan optimis dalam mempersepsikan kondisi perekonomian regional. Hal ini ditunjukkan oleh ITK provinsi Riau selama periode 2014-2018 cenderung selalu optimis atau bernilai lebih dari 100, kecuali pada triwulan I-2015, triwulan IV-2015, triwulan I-2016, triwulan I-2018 dan triwulan III-2018. Pada triwulan tersebut, masyarakat memberikan persepsi pesimis terhadap perekonomian Riau.

Grafik 4.1. Indeks Tendensi Konsumen (ITK)  
Provinsi Riau, 2014 - 2018



Keterangan: \*) perkiraan ITK Triwulan IV 2018

ITK triwulan I tahun 2018 sebesar 98,16 hal ini menunjukkan bahwa kondisi ekonomi konsumen pesimis dibandingkan triwulan sebelumnya (104,80). Pada triwulan I-2018 pesimisme konsumen atas kondisi ekonomi didukung oleh

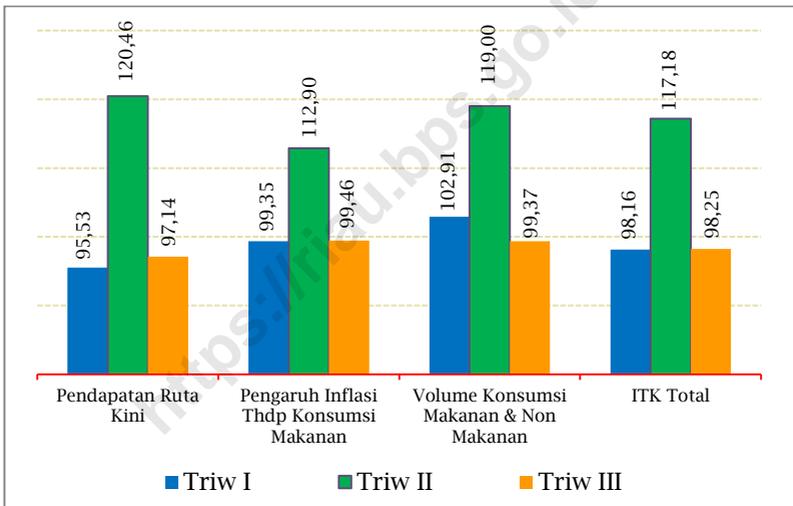
dua komponen pembentuk ITK yaitu indeks pendapatan rumah tangga kini (95,53) dan indeks pengaruh inflasi terhadap total pengeluaran rumah tangga (99,35). Sedangkan untuk indeks volume konsumsi barang dan jasa optimis pada triwulan I-2018 sebesar 102,91.

Persepsi konsumen atas kondisi ekonomi triwulan II-2018 sebesar 117,18 menunjukkan bahwa kondisi ekonomi konsumen optimis, lebih baik dibandingkan triwulan sebelumnya. Optimisme konsumen tercermin di setiap komponen pembentuk ITK triwulan II-2018 yaitu pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi dengan indeks 112,90; tingkat konsumsi makanan dan bukan makanan dengan indeks 119,00; dan indeks pendapatan rumah tangga kini (120,46). Jika dilihat dari variabel pembentuk ITK, peningkatan optimisme kondisi ekonomi konsumen disebabkan oleh aktivitas ekonomi yang banyak mengalami pergerakan. Selain itu, pada triwulan II-2018 ada faktor musiman yang dapat meningkatkan konsumsi rumah tangga seperti perayaan hari keagamaan (ramadhan dan idulfitri).

Pada triwulan II-2018 komponen tingkat konsumsi rumah tangga optimis baik pada komoditas kelompok makanan maupun kelompok nonmakanan. Peningkatan konsumsi makanan terjadi di komoditas bahan makanan (indeks 128,02) dan komoditas makanan jadi di restoran/rumah makan (indeks 132,36). Tingkat konsumsi nonmakanan juga cenderung optimis pada triwulan II-2018. Indeks ini didukung seluruh komoditas pembentuknya seperti komoditas konsumsi untuk perawatan kesehatan/kecantikan (101,62), akomodasi (102,39), pendidikan (105,39), hiburan/rekreasi (indeks 114,98), transportasi (116,94), pembelian pulsa (130,91), dan pakaian (138,42).

Pada triwulan III tahun 2018, perkembangan ekonomi Riau pesimis dalam pandangan konsumen dengan nilai ITK sebesar 98,25. Artinya kondisi ekonomi konsumen menurun, tidak sebaik kondisi triwulan sebelumnya.

Grafik 4.2. Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Provinsi Riau Menurut Variabel Pembentuknya (Triwulan I 2018 s.d. III-2018)



Pesimisme konsumen atas kondisi ekonomi triwulan III-2018 didukung oleh semua komponen pembentuk ITK, terutama indeks pendapatan rumah tangga kini sebesar 97,14 yang tingkat optimismenya menurun dibanding triwulan sebelumnya (120,46). Selain itu, pesimisme ITK triwulan III-2018 juga didukung oleh indeks volume konsumsi barang dan jasa sebesar 99,37, sementara indeks pengaruh inflasi terhadap total pengeluaran rumah tangga pesimis sebesar 99,46.

## 4.2 Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan IV - 2018

Persepsi konsumen tetap optimis dalam memperkirakan perekonomian pada triwulan IV-2018 mendatang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai ITK pada triwulan IV-2018 yang diperkirakan sebesar 102,97. Artinya kondisi ekonomi konsumen triwulan akan datang (triwulan IV-2018) diperkirakan optimis dibandingkan triwulan III-2018.

Optimisme ini tercermin dari variabel pembentuk ITK pada triwulan mendatang (triwulan IV-2018), seperti indeks pendapatan mendatang sebesar 106,95 yang berarti bahwa konsumen meyakini akan ada perbaikan pendapatan pada triwulan mendatang, meskipun indeks pembelian barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan pesimis (95,99).

Grafik 4.3. Perkiraan ITK Provinsi Riau Triwulan IV-2018 Menurut Variabel Pembentuknya



### **4.3 Perbandingan Regional**

Kondisi perekonomian seluruh provinsi di Pulau Sumatera pada triwulan I-2018 cenderung meningkat dalam pandangan konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai ITK yang optimis di hampir semua provinsi kecuali Sumatera Barat, Riau, dan Lampung. Tingkat optimisme tertinggi terjadi di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung (110,51), diikuti oleh Jambi dan Kepulauan Riau masing-masing sebesar 107,40 dan 104,22.

Sementara itu, pada triwulan II-2018 persepsi konsumen terhadap perekonomian di Sumatera meningkat, dengan nilai ITK yang optimis di semua provinsi. Tingkat optimisme tertinggi terjadi di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung (126,89), sedangkan tingkat optimisme terkecil terjadi di Provinsi Riau, dengan nilai ITK sebesar 117,18.

Indeks Tendensi Konsumen di Provinsi Riau Triwulan III-2018 sebesar 98,25, sejalan dengan kondisi ekonomi Sumatera. Persepsi konsumen terhadap perekonomian Riau triwulan III-2018 pesimis. Sedangkan persepsi konsumen mengenai kondisi ekonomi nasional optimis, ditunjukkan dengan angka indeks sebesar 101,23. Jika dilihat secara spasial pulau Sumatera, Provinsi Aceh merupakan provinsi paling optimis dibandingkan provinsi lainnya, dengan nilai indeks sebesar 107,23 atau lebih tinggi dibandingkan ITK Nasional. Sementara Provinsi Sumatera Barat memiliki optimisme terendah di Pulau Sumatera dengan nilai ITK sebesar 95,39.

Perkiraan konsumen terhadap melambatnya kondisi ekonomi pada triwulan IV-2018 dibandingkan triwulan III-2018 terjadi hampir di seluruh provinsi di Sumatera. Provinsi Riau diperkirakan akan menjadi provinsi yang paling optimis di

Sumatera dengan ITK sebesar 102,97 namun lebih rendah dibandingkan ITK nasional. Demikian pula optimisme konsumen di Provinsi Kepulauan Riau pada triwulan IV-2018 diperkirakan indeksinya mencapai 101,45, tertinggi kedua di Sumatera setelah Provinsi Riau. Secara keseluruhan, optimisme konsumen provinsi lain di Sumatera terhadap perekonomian pada triwulan mendatang diperkirakan lebih rendah dari optimisme nasional. Sementara tingkat optimisme Provinsi Lampung diperkirakan paling rendah di Sumatera yaitu sebesar 92,07.

Tabel 4.1. Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Se-Sumatera dan Nasional Tahun 2018

No.	Provinsi	ITK Triw I-2018	ITK Triw II-2018	ITK Triw III-2018	Perkiraan ITK Triw IV-2018
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Aceh	101,23 (5)	124,61 (6)	107,23 (1)	100,42 (3)
2.	Sumatera Utara	101,22 (6)	125,05 (3)	97,16 (7)	100,12 (4)
3.	Sumatera Barat	97,48 (9)	120,64 (9)	95,39 (10)	96,55 (7)
<b>4.</b>	<b>R i a u</b>	<b>98,16 (8)</b>	<b>117,18 (10)</b>	<b>98,25 (5)</b>	<b>102,97 (1)</b>
5.	J a m b i	107,40 (2)	123,88 (7)	95,61 (9)	97,95 (6)
6.	Sumatera Selatan	102,30 (4)	125,06 (2)	103,35 (3)	98,89 (5)
7.	Bengkulu	100,81 (7)	124,86 (4)	98,03 (6)	92,23 (9)
8.	Lampung	97,08 (10)	124,71 (5)	102,19 (4)	92,07 (10)
9.	Kep. Bangka Belitung	110,51 (1)	126,89 (1)	97,03 (8)	93,78 (8)
10.	Kep. R i a u	104,22 (3)	122,78 (8)	105,01 (2)	101,45 (2)
<b>Indonesia</b>		<b>103,83</b>	<b>125,43</b>	<b>101,23</b>	<b>103,29</b>

## DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik, 2017, *Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Riau*, Pekanbaru.

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

# LAMPIRAN

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



Lampiran 1. Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2018  
Menurut Variabel Pembentuknya

Variabel Pembentuk	Triwulan		
	I	II	III
(1)	(2)	(3)	(4)
Pendapatan rumah tangga kini	95,53	120,46	97,14
Pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi	99,35	112,90	99,46
Tingkat konsumsi bahan makanan, makanan jadi di restoran/ rumah makan, dan bukan makanan (pakaian, perumahan, pendidikan, transportasi, komunikasi, kesehatan, dan rekreasi)	102,91	119,00	99,37
<b>Indeks Tendensi Konsumen</b>	98,16	117,18	98,25

Lampiran 2. Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan IV-2018 Menurut Variabel Pembentuknya

Variabel Pembentuk	Perkiraan ITK Triw IV - 2018
(1)	(2)
Perkiraan pendapatan rumah tangga mendatang	106,95
Rencana pembelian barang tahan lama (elektronik, perhiasan, perangkat komunikasi, meubelair, peralatan rumah tangga, kendaraan bermotor, tanah, rumah), rekreasi, dan pesta/hajatan	95,99
<b>Indeks Tendensi Konsumen</b>	<b>102,97</b>

Lampiran 3. Indeks Tingkat Konsumsi Menurut Komoditas  
Makanan dan Nonmakanan Tahun 2018

Konsumsi	Triwulan		
	I	II	III
(1)	(2)	(3)	(4)
<b>Tingkat Konsumsi</b>	<b>102,91</b>	<b>119,00</b>	<b>99,37</b>
- Makanan	117,44	130,19	98,31
- Nonmakanan	98,95	115,81	99,67
Bahan Makanan	124,06	128,02	97,27
Makanan Jadi	110,82	132,36	99,35
Pakaian	96,93	138,42	90,06
Pulsa HP	110,85	130,91	94,85
Pendidikan	117,36	105,39	113,64
Hiburan	82,21	114,98	96,80
Akomodasi	82,12	102,39	112,42
Transportasi	110,09	116,94	104,68
Perawatan Kesehatan/Kecantikan	93,09	101,62	85,26

## Lampiran 4. Perkembangan Nilai ITK Tahun 2014- 2018

Tahun	Indeks Tendensi Konsumen Triwulan			
	I	II	III	IV
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2014	110,69	110,41	114,69	101,96
2015	90,72	104,74	105,65	94,27
2016	95,99	109,81	106,03	102,61
2017	101,99	109,36	102,86	104,80
2018	98,16	117,18	98,25	102,97 <sup>*)</sup>

Keterangan: <sup>\*)</sup> Perkiraan

## Lampiran 5. Daftar Sampel STK Tahun 2018

KAB	KEC	DESA	NAMA DESA	Banyak Blok Sensus Sampel
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
01	030	015	Beringin Taluk	1
		026	Sungai Jering	1
03	020	003	Pulau Kijang	2
	060	003	Tembilahan Hilir	1
	060	006	Sungai Beringin	1
08	010	017	Balik Alam	1
	010	021	Air Jamban	1
	010	025	Pematang Pudu	1
	010	031	Simpang Padang	1
	040	011	Rimba Sekampung	1
	040	014	Damon	1
09	020	014	Bagan Batu	1
	020	032	Bagan Batu Kota	1
	040	013	Bagan Hulu	1
	040	016	Bagan Barat	1
71	010	007	Tuah Karya	2
	011	002	Tampan	1
	020	004	Tengkerang Selatan	1
	020	007	Tengkerang Utara	1
	021	003	Maharatu	1
	021	004	Sidomulyo Timur	1
	022	004	Tenayan Raya	1
	040	003	Sukamulia	1
	080	009	Sri Meranti	1
	081	005	Limbangan Baru	1
73	020	005	Pangkalan Sesai	1
	021	002	Bukit Timah	1
	021	005	Ratu Sima	1
	030	003	Teluk Binjai	1
	031	001	Rimba Sekampung	1
JUMLAH				32



# DATA

MENCERDASKAN BANGSA



**BADAN PUSAT STATISTIK  
PROVINSI RIAU**

Jalan Pattimura No.12, Pekanbaru 28131  
Telp. (0761) 23042 - 21336, Fax. (0761) 21336  
Homepage://riau.bps.go.id, Email:bps1400@bps.go.id