

INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI SULAWESI TENGAH 2016



INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI SULAWESI TENGAH 2016





INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI SULAWESI TENGAH 2016

ISBN : 978-602-1385-50-0
No Publikasi : 72550.1702
Katalog : 9202003.72
Ukuran Buku : 14,8 cm x 21 cm
Jumlah Halaman : x + 60 halaman
Naskah : Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik
Penyunting : Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik
Gambar Kover : Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik
Diterbitkan oleh : © Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tengah
Dicetak oleh : UD RIO

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

TIM PENYUSUN

Pengarah

Ir. Faizal Anwar, MT

Editor

Sukadana Sufii, S.Si, M.E

Penyusun

I Ketut Dibia SE

Hafidlotut Daroini, SST

Desain Cover

Hafidlotut Daroini, SST

Desain Layout

Hafidlotut Daroini, SST



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



KATA PENGANTAR



Informasi dini, khususnya di bidang perekonomian merupakan suatu kebutuhan yang penting sekali baik bagi pemerintah, swasta, maupun masyarakat, karena mampu memberikan sinyal awal mengenai kondisi perekonomian terkini dan periode mendatang. Indikator dini yang dapat memberikan gambaran perkembangan perekonomian dari sisi konsumen adalah Indeks Tendensi Konsumen (ITK), yang informasi/datanya diolah dari hasil Survei Tendensi Konsumen (STK).

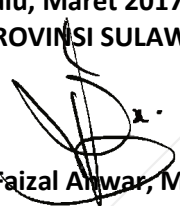
Pengumpulan data STK dilaksanakan secara triwulanan dengan sampel responden rumah tangga yang mewakili wilayah perkotaan di Sulawesi Tengah. Publikasi Indeks Tendensi Konsumen Sulawesi Tengah Tahun 2016/2017 berisikan data-data kondisi konsumen tahun 2016 yang dirinci secara triwulanan serta perkiraan triwulan I 2017.

Dalam publikasi ini dilengkapi pula kajian literatur, metodologi penghitungan ITK dan kajian hasil penghitungannya per triwulan serta kesimpulan. Publikasi ini diharapkan dapat membantu pemerintah daerah, dunia usaha, dan pemangku kebijakan lainnya dalam menyikapi dan menentukan kebijakan untuk mendorong perkembangan ekonomi di Sulawesi Tengah.

Kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyusunan publikasi ini disampaikan penghargaan dan terima kasih.

Palu, Maret 2017

KEPALA BPS PROVINSI SULAWESI TENGAH



Ir. Faizal Anwar, MT

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



DAFTAR ISI

Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
BAB 1 Indeks Tendensi Konsumen sebagai <i>Early Waning Indicator</i>	1
Latar Belakang	3
Tujuan	5
Perkembangan Survei Tendensi	5
BAB 2 Mengukur Tendensi Konsumen	9
Indeks Sentimen Konsumen (Consumer Sentiment Index)	11
Indeks Kepercayaan Konsumen (IKK)	12
Survei Konsumen	15
BAB 3 Metodologi Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen	17
Indeks Tendensi Konsumen	19
Prosedur Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen	22
Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen	31
BAB 4 Tingkat Optimisme Konsumen Sulawesi Tengah 2016	33
Profil Rumah Tangga Responden ITK	35
Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen Sulawesi Tengah 2016	41
Nilai Indeks Tendensi Konsumen 2016 Menurut Komponen	43
Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I-2017	45
BAB 5 Kesimpulan	47
Lampiran Kuesioner	51

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



DAFTAR TABEL



Tabel 3.1	Pemberian Kode dan Skor Variabel Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga	24
Tabel 3.2	Pemberian Kode dan Skor Variabel Pembelian Barang Tahan Lama dan Kondisi Keuangan Rumah Tangga Selama 3 Bulan	26
Tabel 4.1	Persentase Rumah Tangga Sampel Menurut Pendapatan Tahun 2016	36
Tabel 4.2	Persentase Kepala Rumah Tangga Sampel Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2016	37
Tabel 4.3	Persentase Kepala Rumah Tangga Sampel Menurut Kelompok Pendapatan dan Tingkat Pendidikan Tahun 2016	38
Tabel 4.4	Persentase Kepala Rumah Tangga Sampel Menurut Lapangan Usaha Rumahtangga Tahun 2016	40
Tabel 4.5	Persentase Kepala Rumah Tangga Sampel Menurut Status Pekerjaan Utama Tahun 2016	41
Tabel 4.6	Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan I s.d. Triwulan IV-2016	42
Tabel 4.7	Nilai Indeks Tendensi Konsumen Per Triwulan Menurut Variabel Pembentuknya Tahun 2016	44
Tabel 4.8	Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I-2017 Menurut Variabel Pembentuknya	46

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



Bab

1

**Indeks Tendensi Konsumen
Sebagai *Early Warning Indicator***

<http://sulfeng.blogspot.co.id>

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



Indeks Tendensi Konsumen Sebagai *Early Warning Indicator*



Latar Belakang

Informasi tentang kondisi perekonomian terkini sangat diperlukan oleh pemerintah maupun dunia usaha. Pemerintah memerlukan informasi tersebut diantaranya untuk perencanaan, sedangkan dunia usaha memerlukannya untuk keperluan investasi atau ekspansi pasar. Dengan adanya informasi tersebut, berbagai pihak dapat mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengatasi perubahan keadaan ekonomi ditinjau dari tingkat konsumsi masyarakat agar tidak menimbulkan kerugian.

Sejak tahun 1980-an, BPS telah mengembangkan berbagai macam indikator yang berkaitan dengan sistem peringatan dini, di antaranya adalah Indeks Indikator Pendahulu (*Index of Leading Indicator*). Sejak tahun 1995, di samping Indeks Indikator Pendahulu, BPS telah mengembangkan indikator dini (*prompt indicator*) yang lain yang saling melengkapi, yaitu indikator yang berkaitan dengan perkembangan kegiatan yang berkaitan dengan kondisi konsumen yang disebut Indeks Tendensi Konsumen (ITK). ITK dapat menggambarkan kondisi perekonomian dalam jangka pendek (triwulanan).

ITK ini dapat menjadi salah satu *early warning indicators* yang bisa memprediksi adanya naik dan turunnya aktivitas perekonomian. Ketika *confidence* meningkat, konsumen akan membelanjakan uangnya. Hal ini mengindikasikan ekonomi yang sehat. Sebaliknya, ketika *confidence* menurun, konsumen akan lebih banyak menabung dari pada membelanjakan uangnya, menandakan perekonomian dalam masalah.

Hasil penghitungan ITK yang dihitung BPS ini telah dipublikasikan melalui berbagai media massa bersamaan dengan “*press release*” Produk Domestik Regional Bruto setiap triwulan.

Metode penyusunan ITK mengalami penyempurnaan dari waktu ke waktu. Adapun perbaikan terbaru yaitu dari sisi penghitungan dan proses pengolahan data. Sejak triwulan I-2015 telah dilakukan perbaikan metode penghitungan ITK dengan mnegkaji kembali literatur yang dijadikan sebagai referensi, yaitu *The Conference Board* dan *Michigan Index*. Penyempurnaan yang dilakukan adalah pemberian skor variabel/komponen indeks untuk penghitungan total skor kepada pemberian skor untuk penghitungan “*net balance*”. Sementara itu, untuk proses pengolahan data, sejak triwulan II-2016 entri data STK telah dilakukan secara online oleh BPS Kabupaten/Kota.

Tujuan

Tujuan penyusunan ITK ini yaitu memberikan informasi dini tentang perkembangan perekonomian jangka pendek dari sisi konsumen. Informasi yang diberikan tidak hanya kondisi ekonomi triwulan berjalan, akan tetapi juga perkiraan kondisi ekonomi konsumen pada triwulan yang akan datang.

Untuk melihat kondisi perekonomian dari sisi konsumen, BPS menggunakan pendekatan melalui pendapatan rumah tangga, pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi, dan volume konsumsi. Sementara itu, untuk memprediksi kondisi perekonomian konsumen pada triwulan yang akan datang digunakan pendekatan perkiraan pendapatan rumah tangga dan rencana pembelian barang tahan lama.

Perkembangan Survei Tendensi Konsumen

Pada tahun 1995-1998 pengumpulan data STK dilakukan setiap empat bulan sekali dalam satu tahun, yaitu Mei, September, dan Januari. Adapun rumah tangga yang masuk dalam sampel yaitu rumah tangga berpenghasilan menengah ke atas sebanyak 250 rumah tangga dan terbatas hanya di wilayah Jabodetabek. Selanjutnya, periode 1999-2004 pengumpulan data STK dilakukan secara triwulanan (tiga bulan sekali) dalam satu tahun yang dilakukan pada bulan April, Juli, Oktober, dan Januari. Selain itu, jumlah sampel juga bertambah menjadi 500 rumah

tangga kelas menengah ke atas dan tetap terbatas pada wilayah Jabodetabek. Pengumpulan data STK yang terbatas di wilayah Jabodetabek ini terus berlanjut hingga periode 2005-2010 dengan jumlah sampel sebesar 1.000-.5000 rumah tangga.

Cakupan STK menjadi seluruh provinsi di Indonesia mulai dilakukan pada tahun 2011 dengan cakupan sampel rumah tangga perkotaan. Perluasan tersebut bertujuan untuk menyajikan ITK sampai level provinsi. Jumlah sampel rumah tangga di 33 provinsi mencapai 11.180 rumah tangga setiap triwulan. Pemilihan sampel dilakukan secara panel antar triwulan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai perubahan persepsi konsumen antar waktu. Adapun sampel yang dipilih merupakan sub sampel dari Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) khusus di wilayah perkotaan.

Pada tahun 2012, jumlah sampel STK di 33 provinsi ini kembali ditambah menjadi 14.600 rumah tangga di setiap triwulannya. Kemudian, sejak tahun 2015, sampel rumah tangga STK diambil dari sub sampel Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) khusus di wilayah perkotaan yang diklasifikasikan ke dalam "*strata wealth Index*" menengah dan tinggi. Selain itu, pemilihan sampel ini juga mempertimbangkan tingkat pendidikan kepala rumah tangga secara proporsional.

Di Sulawesi Tengah, Survei Tendensi Konsumen Tahun 2016 dilaksanakan dengan jumlah sampel sebanyak 160 rumah tangga yang tersebar di Kabupaten Tolitoli, Buol, Parigi Moutong, dan Kota Palu. Pemilihan sampel dilakukan secara panel antar triwulan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai perubahan persepsi konsumen antar waktu.

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

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



Mengukur Tendensi Konsumen

Bab

2

<http://sulfeng-abdullah.go.id>

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



Mengukur Tendensi Konsumen



Indeks Sentimen Konsumen (*Consumer Sentiment Index*)

Michigan University di Amerika Serikat menyajikan Indeks Sentimen Konsumen (*Consumer Sentiment Index*=CSI). Indeks Sentimen Konsumen diperoleh melalui Survei Sentimen Konsumen yang dilakukan oleh Lembaga Penelitian di Michigan University, Amerika Serikat. Survei ini dilakukan setiap bulan, dan tujuan utama dari penyusunan indeks ini adalah untuk kepentingan investasi. Indeks Sentimen Konsumen disusun sebagai pembanding dari *Purchasing Managers Index* (PMI) atau Indeks Pembelanjaan Perusahaan yang memantau kondisi bisnis khususnya dari sisi pasar bursa.

Nilai indeks PMI 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 kendaraan. 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 mobil 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.

Indeks Kepercayaan Konsumen (IKK)

Indeks Kepercayaan Konsumen (IKK) atau *Consumer Confidence Index* (CCI) 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 bahwa bila IKK meningkat mengindikasikan konsumsi/belanja konsumen juga meningkat. Akibatnya, dari sisi penawaran perusahaan akan meningkatkan produksinya yang disebabkan oleh meningkatnya permintaan. Dampak lain, meningkatnya konsumsi rumah tangga membuat tingkat permintaan kredit ke bank meningkat. Dengan demikian, 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 kontraksinya kondisi perekonomian.

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

1. Kondisi bisnis saat ini
2. Kondisi bisnis 6 bulan mendatang
3. Kondisi lapangan pekerjaan saat ini
4. Kondisi lapangan pekerjaan 6 bulan mendatang

-
5. Jumlah pendapatan seluruh anggota keluarga selama 6 bulan mendatang

Setiap variabel 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.

IKK 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 IKK mendatang merupakan komposit dari 3 variabel, yaitu kondisi bisnis 6 bulan mendatang, kondisi lapangan pekerjaan 6 bulan mendatang dan jumlah pendapatan seluruh anggota keluarga selama 6 bulan mendatang.

Survei Konsumen

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

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 Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) dari Bank Indonesia, adalah jika indeks di atas 100 berarti optimis, dan sebaliknya jika indeks dibawah 100 berarti pesimis.

Metodologi Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen

Bab

3

<http://sulfeng.blogspot.co.id>

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



Indeks Tendensi Konsumen

Indeks Tendensi Konsumen adalah indikator perkembangan ekonomi terkini melalui Survei Tendensi Konsumen (STJ) yang dilakukan secara triwulanan. Survei ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai situasi bisnis dan perekonomian secara umum menurut pendapat konsumen yang didasarkan pada persepsi konsumen mengenai kondisi bisnis dan perekonomian. Informasi yang dikumpulkan meliputi rencana pembelian beberapa komoditi kategori “*normal goods*” seperti daging, ikan, susu, buah-buahan untuk konsumsi makanan, dan komoditi pakaian, biaya perumahan, biaya pendidikan, transportasi, biaya kesehatan, dan rekreasi untuk komoditi bukan makanan. Di samping itu dikumpulkan pula informasi “*luxury goods*” seperti, sepeda motor, AC, TV, komputer serta informasi mengenai kondisi pendapatan dan tabungan. 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 keuangan konsumen pada saat triwulan berjalan (saat survei) dibandingkan periode triwulan sebelumnya. Sedangkan Indeks Indikator Mendatang merupakan indeks

komposit dari beberapa variabel yang dapat mengidentifikasi rencana rumahtangga untuk membeli barang-barang tahan lama pada periode tiga bulan mendatang. Komponen variabel Indeks Indikator Kini adalah sebagai berikut:

- a. Pendapatan seluruh anggota keluarga 3 (tiga) bulan terakhir;
- b. Pengaruh kenaikan harga-harga (inflasi) terhadap konsumsi sehari-hari;
- c. Volume konsumsi beberapa komoditi saat ini jika dibandingkan dengan keadaan periode 3 bulan yang lalu (daging, ikan, susu, buah-buahan, pakaian, penggunaan listrik, telepon & air, keperluan sekolah, transportasi, pemeliharaan kesehatan dan rekreasi).

Komponen variabel Indeks Indikator Mendatang adalah sebagai berikut:

- a. Pendapatan seluruh anggota keluarga pada periode 3 bulan yang akan datang; dan
- b. Rencana pembelian barang-barang tahan lama untuk periode 3 bulan yang akan datang (televisi, CD/VCD player/compo, lemari es, mesin cuci, oven listrik/microwave, AC, Computer, Meubel/lemari/meja kursi, tempat tidur/bed, sepeda motor).

Di Sulawesi Tengah, Survei Tendensi Konsumen Tahun 2016 dilaksanakan dengan jumlah sampel sebanyak 160 rumah tangga yang

tersebar di Kabupaten Tolitoli, Buol, Parigi Moutong, dan Kota Palu. Pemilihan sampel dilakukan secara panel antar triwulan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai perubahan persepsi konsumen antar waktu. Responden STK ini dipilih pada strata blok sensus kategori sedang dan tinggi berdasarkan *wealth index* dan merupakan sub sampel dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) khusus di daerah perkotaan.

Setiap rumah tangga sampel akan terkategori sebagai rumah tangga dengan golongan pendapatan rendah (kurang dari dua juta rupiah) dan berpendapatan tinggi (dua juta rupiah ke atas). Penggolongan tersebut digunakan sebagai dasar pemberian penimbang/bobot yang berbeda dalam perhitungan indeks. Dasar pengelompokan pendapatan rumah tangga ini didasarkan pada penelitian terhadap data 254 data sampel SUSENAS. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diperoleh tiga kelompok rumah tangga berdasarkan tingkat ekonomi, yaitu rumah tangga ekonomi atas, rumah tangga ekonomi menengah, dan rumah tangga ekonomi bawah. Rata-rata pendapatan rumah tangga yang masuk kategori rumah tangga ekonomi bawah berkisar antara 2 juta rupiah sampai 2,25 juta rupiah per bulan, sedangkan pendapatan dua kategori di atasnya berada di atas 2,25 juta rupiah.

Responden STK yaitu kepala rumah tangga atau pasangannya pada rumah tangga kelas menengah dan atas. Tujuan pemilihan

responden harus kepala rumah tangga atau pasangannya agar pertanyaan-pertanyaan terkait kondisi pendapatan, keuangan, pengeluaran, rencana pembelian barang-barang tahan lama, dan pertanyaan-pertanyaan lain yang erat kaitannya dengan aktivitas rumah tangga dapat dijawab dengan lengkap dan tepat sesuai dengan gambaran yang sebenarnya.

Prosedur Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen

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

a. Pemberian skor jawaban

Pemberian skor jawaban dengan penyempurnaan metode yang mulai diterapkan pada 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. Selanjutnya, variabel/komponen

interaksi yaitu pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi dan rencana pembelian barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan.

Setiap variabel/komponen tunggal tersebut diberi skor 1 (satu) untuk jawaban “meningkat”, skor 0 (nol) untuk jawaban “tetap”, dan skor -1 (minus satu) untuk jawaban “menurun”. Dengan demikian, dari seluruh jawaban responden, penghitungan indeks variabel hanya akan mempertimbangkan jawaban yang meningkat dan menurun saja.

Pemberian skor juga dilakukan pada variabel/komponen interaksi. Pada variabel pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi 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 variabel/komponen interaksi secara dirinci disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1
Pemberian Kode dan Skor Variabel Pengaruh Inflasi Terhadap
Tingkat Konsumsi Rumah Tangga

Interaksi		Volume Konsumsi		
		Meningkat (1)	Tetap (2)	Menurun (3)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Perubahan harga barang/jasa kebutuhan rumah tangga	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 $-\frac{1}{2}$ apabila:

- Konsumsi periode berjalan menurun (3) dan perubahan harga barang/jasa meningkat sedang (2) dan meningkat sedikit (3)
- Konsumsi periode berjalan tetap (2) dan perubahan harga barang/jasa relatif sama (4) atau menurun (5)

✓ Skor -1, apabila

- Konsumsi periode berjalan menurun (3) dan perubahan harga barang/jasa relatif sama (4) atau menurun (5)

✓ Skor 0, apabila

- Konsumsi periode berjalan menurun (3) dan perubahan harga barang/jasa meningkat tinggi (1)
- Konsumsi periode berjalan tetap (2) dan perubahan harga barang/jasa meningkat sedang (2) dan meningkat sedikit (3)
- Konsumsi saat ini meningkat (1) dan perubahan harga relatif sama (4) atau menurun (5)

✓ Skor $\frac{1}{2}$ apabila

- Konsumsi periode berjalan tetap (2) dan perubahan harga barang/jasa meningkat tinggi (1)
- Konsumsi periode berjalan meningkat dan harga perubahan harga barang/jasa meningkat sedang (2) dan meningkat sedikit (3)

✓ Skor 1 apabila

- Konsumsi periode berjalan meningkat (1) dan perubahan harga barang/jasa meningkat tinggi (1)

Selanjutnya, dengan pola yang sama, pemberian skor juga dilakukan pada variabel rencana pembelian barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan. Kecenderungan rumah tangga untuk membeli barang tahan lama dipengaruhi oleh sumber dana yang dimiliki dan kondisi keuangan rumah tangga dalam tiga bulan terakhir. Pemberian kode dan

skor variabel pembelian barang tahan lama dan kondisi keuangan rumah tangga selama 3 bulan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.2
Pemberian Kode dan Skor Variabel Pembelian Barang Tahan Lama dan Kondisi Keuangan Rumah Tangga Selama 3 Bulan

Interaksi		Pembelian Barang-Barang Tahan Lama serta Aktivitas Rekreasi dan Hajatan/Pesta			
		Punya Rencana		Tidak Punya Rencana	
		Sumber Dana Berkode 1-4	Sumber Dana Berkode 5	Alasan Utama Berkode 1	Alasan Utama Berkode 2
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Kondisi Keuangan rumah tangga selama tiga bulan terakhir	Menabung lebih banyak atau sama dengan triwulan sebelumnya (1) atau menabung lebih sedikit dengan triwulan sebelumnya (2)	1	0	-1	1
	Tidak dapat menabung sama sekali (3)	1	0	-1	0
	Mengambil tabungan (4) atau harus meminjam uang/menggadaikan barang (5)	1	0	-1	-1

b. Penentuan Penimbang

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

b.1. 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 terhadap konsumsi makanan sehari-hari
KK	= Konsumsi beberapa komoditi
$\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$	= Estimasi parameter fungsi double log

Besaran α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumah tangga terhadap IIK, α_2 mengindikasikan elastisitas pengaruh kenaikan harga terhadap konsumsi makanan sehari-hari terhadap IIK,

dan α_3 mengindikasikan elastisitas konsumsi beberapa komoditi saat ini terhadap IIK.

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.2. 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. Dengan 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 pada triwulan mendatang.
RTH	= Rencana pembelian barang-barang tahan lama
$\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2$	= Estimasi parameter fungsi <i>double log</i>

Besaran α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumah tangga pada triwulan mendatang terhadap IIK dan α_2 mengindikasikan elastisitas rencana pembelian barang-barang tahan lama terhadap IIK.

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.

c. Penghitungan Indeks Variabel

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

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

dimana :

- Iv_i = indeks variabel terpilih ke- t
- 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

Adapun nilai indeks di atas besarnya berkisar antara 0 – 200.

Indeks Gabungan:

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

Dimana:

Iv_g = indeks gabungan

I_{vt} = indeks variabel tunggal

n_{vt} = jumlah variabel tunggal

Adapun nilai indeks gabungan di atas besarnya berkisar antara 0 – 200

d. Penghitungan Indeks Indikator Kini dan Mendatang

Penghitungan Indeks Rata-rata Tertimbang untuk masing-masing indikator dilakukan setelah diperoleh indeks untuk masing-masing variabel yang diperoleh pada tahap di atas. 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 yang telah diperoleh sebelumnya. Adapun penghitungan IIK ataupun IIM diperoleh dengan menghitung jumlah dari hasil kali indeks variabel dengan komponen penimbangannya, yang dirumuskan sebagai berikut:

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

$$IIM = \sum_{m=1}^3 w_m (I_{vt \text{ atau } vg})_m$$

dimana :

IIK	=	Indeks Indikator Kini
IMI	=	Indeks Indikator Mendatang
w_l	=	penimbang variabel/komponen IIK
w_m	=	penimbang variabel/komponen IIM
l	=	1,2,3 (variabel/komponen IIK)
m	=	1,2,3 (variabel/komponen IIM)

Range untuk IIK/IIM adalah : $0 \leq IKK \text{ atau } IIM \leq 200$

Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen

a) Indeks Indikator Kini

- ✓ $100 < I < 200 \rightarrow$ jumlah jawaban "meningkat" lebih besar dari jawaban "menurun" artinya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan meningkat dibanding periode triwulan sebelumnya
- ✓ $I = 100 \rightarrow$ jumlah jawaban "meningkat" dan "menurun" adalah seimbang, artinya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan hampir sama dengan triwulan sebelumnya

- ✓ $I < 100 \rightarrow$ jumlah jawaban "menurun" lebih besar dari jawaban "meningkat", artinya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan menurun dibanding keadaan triwulan sebelumnya.

b) Indeks Indikator Mendatang

- ✓ $100 < I < 200 \rightarrow$ jumlah jawaban "meningkat" lebih besar dari jawaban "menurun", artinya para konsumen optimis bahwa kondisi perekonomiannya pada triwulan mendatang meningkat jika dibandingkan dengan triwulan berjalan.
- ✓ $I = 100 \rightarrow$ jumlah jawaban "meningkat" dan "menurun" adalah seimbang, artinya para konsumen beranggapan bahwa kondisi perekonomiannya pada triwulan mendatang hampir sama dengan triwulan berjalan.
- ✓ $I < 100 \rightarrow$ jumlah jawaban "menurun" lebih besar dari jawaban "meningkat", artinya para konsumen beranggapan bahwa kondisi perekonomiannya pada triwulan mendatang menurun dibandingkan triwulan berjalan.

Indeks Indikator Kini diinterpretasikan sebagai Indeks Tendensi Konsumen pada triwulan berjalan dan Indeks Indikator Mendatang sebagai angka perkiraan Indeks Tendensi Konsumen pada triwulan mendatang.

**Tingkat Optimisme Konsumen
Sulawesi Tengah 2016**

Bab

4

<http://suleng.go.id>

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



Tingkat Optimisme Konsumen Sulawesi Tengah 2016

Profil Rumah Tangga Responden ITK

Indeks Tendensi Kosumen (ITK) dihitung dari hasil Survei Tendensi Kosumen (STK) yang dilaksanakan setiap 3 bulan sekali dalam setahun. Di Provinsi Sulawesi Tengah sampel responden berasal dari Kota Palu, Kabupaten Parigi Moutong, Kabupaten Buol, dan Kabupaten Tolitoli dengan jumlah sampel setiap triwulannya sebanyak 160 rumah tangga.

Berdasarkan hasil STK tahun 2016, pada triwulan I sebagian besar rumah tangga sampel memiliki pendapatan antara Rp2-2,9 juta, sedangkan pada triwulan II berada pada *range* antara Rp3-3,9 juta. Selanjutnya, pada triwulan III dan IV rumah tangga sampel memiliki pendapatan antara Rp5-9,99 juta (Tabel 4.1). Sesuai dengan target responden STK yang berasal dari golongan menengah ke atas, maka dapat dilihat pada karakteristik rumah tangga sampel STK ini didominasi oleh rumah tangga yang memiliki pendapatan di atas dua juta rupiah.

Tabel 4.1
Persentase Rumah Tangga Sampel Menurut Pendapatan Tahun 2016

Pendapatan (Rp)	Triwulan			
	I-2016	II-2016	III-2016	IV-2016
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
< 2 Juta	14,10	10,84	12,83	11,43
2-2,9 Juta	23,08	21,94	16,61	16,39
3-3,9 Juta	21,01	24,14	17,11	19,30
4-4,9 Juta	14,93	11,74	12,62	14,25
5-9,9 Juta	23,03	20,21	25,71	26,60
≥ 10 Juta	3,86	11,13	15,11	12,02
Jumlah	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Konsumen 2016

Secara umum nilai pendapatan setiap orang tidak terlepas dengan kemampuan daya beli yang dimiliki oleh orang yang bersangkutan. Oleh karena itu, salah satu indikator untuk mengukur kemampuan tersebut adalah dengan pendekatan tingkat pendidikan yang pernah ditamatkan. Sebagian besar kepala rumah tangga sampel STK 2016 berpendidikan SMA dan S1/DIV. Banyaknya kepala rumah tangga sampel yang berpendidikan SMA sebanyak 39-46 persen, sedangkan yang berpendidikan S1/DIV sebanyak 16-21 persen (Tabel 4.2).

Tabel 4.2
Persentase Kepala Rumah Tangga Sampel Menurut Tingkat Pendidikan
Tahun 2016

Tingkat Pendidikan (Rp)	Triwulan			
	I-2016	II-2016	III-2016	IV-2016
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
SMP ke bawah	29,11	27,82	27,01	26,91
SMA	39,52	44,25	43,17	45,79
DI/II/III	5,18	3,12	2,48	2,60
S1/DIV	20,27	16,67	20,53	20,78
S2/S3	5,93	8,15	6,81	3,92
Jumlah	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Konsumen 2016

Apabila dicermati menurut tingkat pendapatan kepala rumah tangga dengan besaran di bawah dua juta rupiah, dapat diketahui bahwa komposisi ini lebih didominasi oleh kepala rumah tangga yang berpendidikan SMP ke bawah. Pada kelompok kepala rumah tangga dengan tingkat pendapatan di bawah dua juta rupiah ini juga hampir tidak terdapat kepala rumah tangga yang berpendidikan tinggi, hanya pada triwulan IV yang sebanyak 0,45% (Tabel 4.3). Hal ini secara tidak langsung dapat menggambarkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka akan berpeluang untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.

Tabel 4.3
Persentase Kepala Rumah Tangga Sampel Menurut Kelompok
Pendapatan dan Tingkat Pendidikan Tahun 2016

Pendapatan	Tingkat Pendidikan	Triwulan			
		I-2016	II-2016	III-2016	IV-2016
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<2 juta	SMP ke bawah	8,51	5,95	5,50	5,79
	SMA	5,59	4,89	7,33	5,19
	S1/DIV	-	-	-	0,45
2 juta ke atas	SMP ke bawah	20,60	21,86	21,51	21,12
	SMA	33,93	39,37	35,84	40,60
	DI/II/III	5,18	3,12	2,48	2,60
	S1/DIV	20,27	16,67	20,53	20,33
	S2/S3	5,93	8,15	6,81	3,92
Jumlah		100	100	100	100

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Konsumen 2016

Berdasarkan lapangan usaha, sebagian besar rumah tangga sampel merupakan rumah tangga dengan kepala rumah tangga yang tidak bekerja/penerima pendapatan, seperti rumah tangga indekos atau rumah tangga yang memiliki kepala keluarga yang bekerja di luar dan tidak menjadi anggota rumah tangga yang bersangkutan. Selebihnya, tersebar hampir di seluruh lapangan usaha. Adapun lapangan usaha yang banyak ditekuni oleh kepala rumah tangga sampel STK yaitu kategori Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil

dan Sepeda Motor dan kategori Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib.

Banyaknya kepala rumah tangga sampel yang bekerja pada lapangan usaha Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor sekitar 15-18 persen, sedangkan pada lapangan usaha Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib sebanyak 17-20 persen. Sebaliknya, lapangan usaha yang paling sedikit, bahkan tidak ada, yang diusahakan oleh kepala rumah tangga sampel STK yaitu kategori pengadaan air (Tabel 4.4).

Tabel 4.4
Persentase Kepala Rumah Tangga Sampel Menurut Lapangan Usaha
Rumahtangga Tahun 2016

Lapangan Usaha	Triwulan			
	I-2016	II-2016	III-2016	IV-2016
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	11,78	6,73	6,61	6,08
2. Pertambangan dan Penggalian	0,85	0,00	0,00	0,00
3. Industri Pengolahan	0,54	2,93	4,01	6,12
4. Pengadaan Listrik, Gas	0,99	1,22	1,29	1,23
5. Pengadaan Air	0,00	0,00	0,00	0,00
6. Konstruksi	7,59	6,84	5,28	7,78
7. Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor	17,33	15,24	17,58	15,26
8. Transportasi dan Pergudangan	2,44	4,64	3,87	2,79
9. Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minums	3,40	4,17	5,33	4,78
10. Informasi dan Komunikasi	0,81	0,93	0,00	0,00
11. Jasa Keuangan	3,83	0,86	1,55	1,84
12. Real Estate	0,00	0,93	0,93	0,00
13. Jasa Perusahaan	2,86	0,00	0,00	0,00
14. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	7,61	19,01	18,07	16,26
15. Jasa Pendidikan	9,07	8,72	8,55	9,19
16. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	3,09	0,53	1,60	1,46
17. Jasa lainnya	12,24	6,35	8,39	5,60
18. Tidak bekerja/penerima pendapatan	15,57	20,92	16,42	21,08
Jumlah	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Konsumen 2016

Selanjutnya, dari status pekerjaan utama yang diusahakan kepala rumah tangga sampel, sebagian besar merupakan buruh/karyawan yang besarnya lebih dari 50 persen. Sementara itu, persentase terendah yaitu pekerja keluarga yang hanya 0-1,8 persen (Tabel 4.5).

Tabel 4.5
Persentase Kepala Rumah Tangga Sampel Menurut Status Pekerjaan Utama Tahun 2016

Lapangan Usaha	Triwulan			
	I-2016	II-2016	III-2016	IV-2016
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Sendiri	36,63	31,37	30,61	32,10
Usaha Dibantu Pekerja Dibayar	12,07	9,97	10,07	8,48
Buruh/ Karyawan	50,66	58,66	57,53	58,05
Pekerja Keluarga	0,64	0,00	1,80	1,36
Jumlah	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Konsumen 2016

Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen Sulawesi Tengah 2016

Kondisi ekonomi rumah tangga di Sulawesi Tengah pada periode triwulan I – IV 2016 cukup baik dan relatif optimis. Membaiknya kondisi ekonomi rumah tangga ditandai dengan nilai ITK yang selalu berada di atas 100 sepanjang 2016. Namun, nilai ITK ini mengalami penurunan dari triwulan I hingga triwulan IV. Kondisi ini mencerminkan optimisme

rumah tangga terhadap perekonomian mengalami penurunan di setiap triwulan.

Tabel 4.6
Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan I s.d. Triwulan IV-2016

Triwulan	ITK
(1)	(2)
I	107,58
II	105,34
III	104,50
IV	103,06

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Konsumen 2016

Apabila dilihat menurut nilai ITK triwulanan pada tahun 2016, tingkat optimisme ekonomi konsumen di Sulawesi Tengah tertinggi terjadi pada triwulan I-2016 yang mencapai 107,58. Sebaliknya, periode terendah yaitu pada triwulan IV-2016 (nilai indeks 103,06).

Pada Triwulan I-2016 ITK Sulawesi Tengah mencapai 107,58, meningkat dibandingkan triwulan sebelumnya (Nilai ITK Triwulan IV-2015 sebesar 103,85). Tingginya nilai ITK pada triwulan I ini menunjukkan adanya optimisme yang tinggi terhadap perekonomian di awal tahun 2016. Selanjutnya, pada triwulan II-2016 nilai ITK sebesar 105,34, artinya kondisi ekonomi konsumen juga membaik meskipun dengan tingkat optimisme yang lebih rendah dibandingkan triwulan I-2016, direpresentasikan dari tingkat indeks triwulan II-2016 yang lebih

rendah dari triwulan sebelumnya. Hal yang sama juga terjadi pada triwulan III-2016 (nilai indeks 104,50), dan triwulan IV-2016 (103,06), namun tingkat optimisme ekonomi konsumen pada triwulan IV-2016 sedikit melambat (Tabel 4.5). Nilai indeks triwulan III-2016 sebesar 104,50 yang lebih tinggi dari triwulan IV-2016 ini mencerminkan tingkat optimisme konsumen pada triwulan IV-2016 tidak setinggi triwulan sebelumnya. Kondisi ini terutama disebabkan adanya beberapa momen yang menyebabkan konsumsi masyarakat lebih tinggi di triwulan III-2016, karena pengaruh hari raya Idul Fitri pada bulan Juli 2016 dan Idul Adha pada September 2016.

Nilai Indeks Tendensi Konsumen 2016 Menurut Komponen

Kondisi ekonomi konsumen di Sulawesi Tengah sepanjang Tahun 2016 cukup baik. Konsumen sejak triwulan I-IV Tahun 2016 merasa optimis. Hal tersebut terlihat dari nilai ITK yang berada di atas 100 sepanjang tahun.

Selama Tahun 2016 menurut variabel pembentuk ITK, nilai indeks pendapatan rumah tangga cenderung berfluktuasi, tertinggi terjadi pada Triwulan I-2016 yaitu sebesar 106,44, kemudian menurun di Triwulan II-2016 sebesar 101,04 dan Triwulan III- 2016 sebesar 101,05. Optimisme pendapatan di triwulan IV-2016 meningkat menjadi 104,97 (Tabel 4.6).

Pengaruh inflasi terhadap konsumsi rumah tangga terlihat tinggi triwulan I-2016 mencapai 109,53. Namun, angka tersebut terus menurun hingga triwulan IV-2016. Nilai indeks pengaruh inflasi terhadap konsumsi rumah tangga pada triwulan II-2016 yaitu sebesar 106,22, kemudian triwulan III-2016 sebesar 99,45 dan Triwulan IV- 2016 sebesar 97,09. Optimisme konsumen ini dipengaruhi oleh inflasi Kota Palu yang relatif rendah sepanjang tahun 2016.

Tabel 4.7
Nilai Indeks Tendensi Konsumen Per Triwulan Menurut Variabel
Pembentuknya Tahun 2016

Variabel	Triwulan			
	I	II	III	IV
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Pendapatan rumah tangga	106,44	101,04	101,95	104,97
2. Pengaruh Inflasi terhadap konsumsi rumah tangga	109,53	106,22	99,45	97,09
3. Tingkat Konsumsi beberapa komoditi makanan (daging ,ikan, susu, buah-buahan) dan bukan makanan (pakaian,perumahan, pendidikan, transportasi, kesehatan, dan rekreasi)	107,85	114,46	116,97	106,06

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Konsumen 2016

Variabel pembentuk ITK berikutnya yaitu tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan. Tingkat konsumsi komoditi makanan dan bukan makanan pada Tahun 2016 berfluktuasi.

Pada Triwulan I nilai indeks komponen tersebut sebesar 107,85. Selanjutnya pada triwulan II angka tersebut meningkat menjadi 114,46 dan kembali meningkat pada Triwulan III hingga menjadi 116,97. Namun, pada periode triwulan berikutnya turun menjadi 106,06.

Tingginya indeks konsumsi komoditi makanan dan bukan makanan pada triwulan III ini terutama disebabkan adanya beberapa momen yang menyebabkan konsumsi masyarakat lebih tinggi di triwulan III-2016 yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu hari raya Idul Fitri pada bulan Juli 2016 dan Idul Adha pada September 2016.

Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I-2017

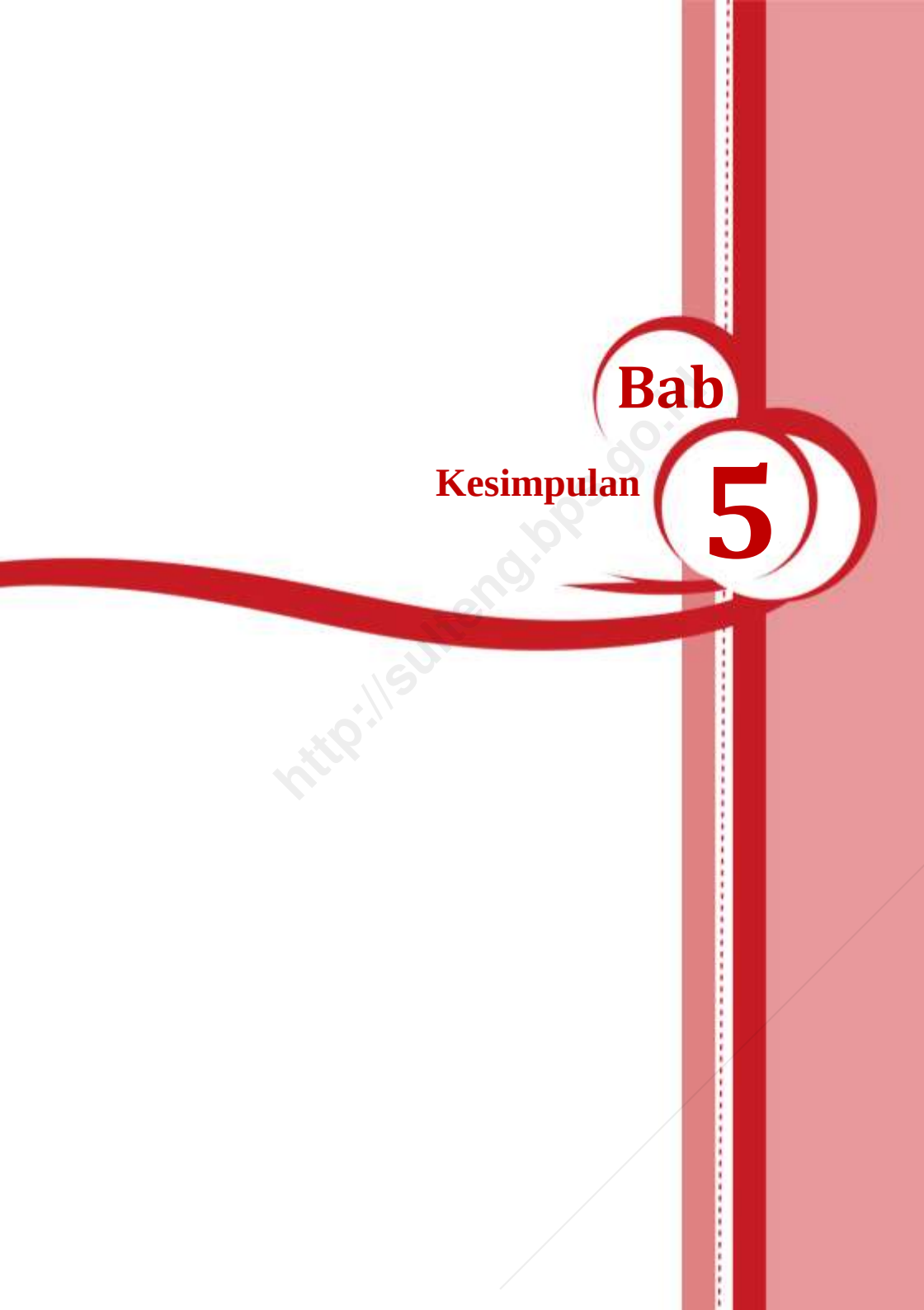
Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Sulawesi Tengah pada Triwulan I-2017 sebesar 110,14 (Tabel 4.8). Artinya kondisi ekonomi konsumen diperkirakan meningkat, dengan tingkat optimisme konsumen lebih tinggi bila dibandingkan dengan optimisme konsumen Triwulan IV-2016 (nilai indeks 103,06).

Tabel 4.8
Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I-2017
Menurut Variabel Pembentuknya

Variabel Pembentuk	ITK
(1)	(2)
Perkiraan pendapatan rumah tangga mendatang	107,29
Rencana pembelian barang-barang tahan lama (TV, VCD/DVD player, Radio, Tape/Compo, komputer, HP, mebelair kulkas, mesin cuci, AC, perhiasan berharga, kendaraan bermotor)	115,13
Indeks Tendensi Konsumen	110,14

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Konsumen 2016

Hal yang mendorong tetap membaiknya nilai ITK Triwulan I-2017 adalah indeks perkiraan tingkat pendapatan rumah tangga yang tinggi hingga mencapai 107,29, dan juga tingginya rencana pembelian barang tahan lama yang mengalami peningkatan dengan nilai indeks yang mencapai 115,13.

A decorative red ribbon graphic that starts from the left edge, loops around the text, and extends towards the right edge. It features a thick red ribbon with a white dashed line running down its center. The ribbon forms a large loop that encircles the chapter number '5'.

Bab

Kesimpulan

5

<http://sulfeng.blogspot.go>

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



Kesimpulan

Sebagaimana pembahasan hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen (ITK) pada bagian sebelumnya, beberapa poin penting yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Jumlah sampel rumah tangga STK Sulawesi Tengah setiap triwulannya sama yaitu 160 rumahtangga, dengan tingkat respon rata-rata 93,13 persen
2. Sampel STK Sulawesi Tengah setiap triwulan selama tahun 2016 didominasi oleh rumah tangga dengan kepala rumah tangga yang berpendidikan SMA sebanyak 39-46 persen
3. Berdasarkan lapangan usaha utama kepala rumah tangga, responden STK Sulawesi Tengah didominasi kepala rumah tangga yang tidak bekerja/penerima pendapatan. Sementara kepala rumah tangga yang bekerja sebagian besar bekerja pada lapangan usaha Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor dan kategori Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib
4. Status pekerjaan utama kepala rumah tangga responden STK Sulawesi Tengah sebagai besar merupakan buruh/karyawan yang besarnya lebih dari 50 persen. Sebaliknya, persentase terendah yaitu pekerja keluarga yang hanya 0-1,8 persen

-
5. Perkembangan nilai ITK triwulan I sampai dengan triwulan IV 2016 di Sulawesi Tengah bergerak mulai 107,58 pada triwulan I; 105,34 triwulan II; 104,50 triwulan III; dan 103,06 pada triwulan IV
 6. Berdasarkan variabel pembentuk nilai ITK, hampir semua komponen pembentuk mengalami tren penurunan dari triwulan I hingga triwulan IV.
 7. Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Sulawesi Tengah pada triwulan I-2017 sebesar 110,14
 8. Peningkatan ITK Triwulan I-2017 dipicu oleh perkiraan meningkatnya indeks pendapatan rumah tangga menjadi 107,29 dan indeks rencana pembelian barang tanah lama, rekreasi, dan pesta/hajatan meningkat menjadi 115,13.

Lampiran Kuesioner

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

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





REPUBLIK INDONESIA
BADAN PUSAT STATISTIK

SURVEI TENDENSI KONSUMEN 2016

RAHASIA

Triwulan I-2016

BLOK I. PENGENALAN TEMPAT		
1. Provinsi		
2. Kabupaten/Kota*)		
3. Kecamatan		
4. Desa/Kelurahan*)		
5. Klasifikasi Desa/Kelurahan*)	1. Perkotaan 2. Perdesaan	
6. Nomor Kode Sampel		
7. Nomor Urut Sampel		
8. Nama Kepala Rumah Tangga		
9. Jumlah Anggota Rumah		
10. Keterangan Hasil Pencacahan	1. Berhasil diwawancarai 2. Rute Pengganti di Bangunan Sensus yang sama 3. Bangunan Sensus Kosong atau Berubah	

*) Coret yang tidak perlu

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

BLOK III. INFORMASI UMUM RESPONDEN

Keterangan Responden

1. Status responden:

Kepala rumah tangga -1 Istri/suami -2

☐

2. Jenis kelamin responden:

Laki-laki -1 Perempuan -2

☐

3. Umur responden:

< 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:

SLTP kebawah -1 Diploma I/II/III -3 S2/S3 -5
SLTA -2 Diploma IV/S1 -4

☐

Keterangan Rumah Tangga

5. Lapangan pekerjaan kepala rumah tangga:(tuliskan)

☐ ☐

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 R. 7)

6. Status Pekerjaan Kepala Rumah Tangga:

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

☐ ☐

8. Rata-rata pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama sebulan:

< 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

1. Bagaimana pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama Triwulan I-2016 dibandingkan Triwulan IV-2015:

Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3

Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 3

☐

2. Apakah penyebab utama pendapatan meningkat atau menurun pada Rincian 1 (lihat PILIHAN JAWABAN 1)

Lainnya (tuliskan)

☐

3. Bagaimana perkiraan pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama Triwulan II-2016 dibandingkan Triwulan I-2016:

Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3

Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 5

☐

4. Apakah penyebab utama perkiraan pendapatan meningkat atau menurun pada Rincian 3 (lihat PILIHAN JAWABAN 1)

Lainnya (tuliskan)

☐

PILIHAN JAWABAN 1 (untuk Rincian 2 dan 4)

Jawaban meningkat:

Peningkatan gaji/penghasilan usaha -1
Mendapat tambahan upah/bonus -2
Mendapat pekerjaan/usaha sampingan -3
Mendapat hadiah/arisan/warisan -4
Lainnya -5

Jawaban menurun :

Penurunan gaji/penghasilan usaha -6
Pekerjaan/usaha sampingan berhenti -7
Ada anggota keluarga yg berhenti bekerja/berusaha -8
Lainnya -9

B. PERUBAHAN HARGA BARANG DAN JASA

5. Bagaimana perubahan harga barang/jasa kebutuhan rumah tangga selama Triwulan I-2016 dibandingkan Triwulan IV-2015:

Meningkat tajam (> 20%) -1 Relatif sama -4
Meningkat sedang (10-20%) -2 Menurun -5
Meningkat sedikit (<10%) -3

☐

C. PENGELUARAN DAN KONSUMSI RUMAH TANGGA

6. Bagaimana **volume/frekuensi konsumsi barang/jasa** di bawah ini selama **Triwulan I-2016** dibandingkan **Triwulan IV-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 **Triwulan I-2016** dibandingkan **Triwulan IV-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 **Triwulan II-2016** dibandingkan **Triwulan I-2016**:

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*)

Lainnya (tuliskan)

☐

PILIHAN JAWABAN 2 (untuk Rincian Nomor 8 dan 10)

Jawaban meningkat :

Peningkatan penghasilan -1
Peningkatan harga barang dan jasa -2
Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan terakhir -3
Sedang membutuhkan atau ada kebutuhan mendadak/darurat -4
Lainnya -5

Jawaban menurun :

Penurunan penghasilan -6
Penurunan harga barang dan jasa -7
Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan sebelumnya -8
Melakukan penghematan -9
Lainnya -10

D. KONDISI KEUANGAN RUMAH TANGGA

11. Gambaran **kondisi keuangan** rumah tangga Bapak/Ibu selama **Triwulan I-2016**:

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 **Triwulan II-2016** mendatang:

Sangat mungkin -1 Mungkin -2 Tidak mungkin -3

☐

E. KETERSEDIAAN LAPANGAN PEKERJAAN

13. Bagaimana **ketersediaan lapangan pekerjaan** (formal dan non formal) selama **Triwulan I-2016** dibandingkan **Triwulan IV-2015**:

Lebih banyak -1 Sama -2 Lebih sedikit -3

☐

14. Bagaimana **perkiraan ketersediaan lapangan pekerjaan** (formal dan non formal) selama **Triwulan II-2016** dibandingkan **Triwulan I-2016**:

Lebih banyak -1 Sama -2 Lebih sedikit -3

☐

F. PEMBELIAN BARANG TAHAN LAMA

15. Menurut Bapak/Ibu, apakah dalam **Triwulan I-2016** 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 **Triwulan II-2016**

Kelompok Barang/Jasa	Ya -1 Tidak -2	Jika isian kolom 2 berkode 1, rencana sumber dana:	Jika kolom 2 berkode 2, alasan utama Bapak/Ibu:
		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)
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.)	☐	☐	☐
2. Membeli perhiasan logam/batu mulia (emas, permata, mutiara, dll.)	☐	☐	☐
3. Membeli perangkat komunikasi (HP, tablet, dll.)	☐	☐	☐
4. Merencanakan Rekreasi (ke luar kota/luar negeri termasuk menginap di hotel dll)	☐	☐	☐
5. Merencanakan Pesta dan Hajatan (pernikahan, khitanan, ulang tahun, dll.)	☐	☐	☐
6. Membeli motor/mobil	☐	☐	☐
7. Merenovasi rumah	☐	☐	☐
8. Membeli rumah /tanah	☐	☐	☐

BLOK V. PENJELASAN RINGKAS

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

- ✓ **Rincian 1 s/d 4: Pendapatan Rumah Tangga** adalah total pendapatan seluruh anggota rumah tangga yang merupakan penjumlahan dari semua pendapatan yang diperoleh seluruh anggota rumah tangga, termasuk bonus, THR, insentif, dan lain-lain. Termasuk didalamnya adalah transfer dari pihak lain, mendapat arisan, warisan, dan hadiah.

- ✓ **Rincian 5: Perubahan harga** merupakan perubahan harga barang/jasa secara umum, bukan beberapa komoditi utama saja.

Catatan:

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

Contoh:

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

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

Catatan:

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

BLOK V. PENJELASAN RINGKAS (lanjutan)

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

Maksud dari rincian ini adalah untuk menggambarkan persepsi responden tentang kondisi perekonomian saat ini. Waktu tepat secara tidak langsung menggambarkan situasi perekonomian yang baik sehingga daya beli masyarakat juga baik.

- ✓ **Rincian 16: Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi, dan Pesta/Hajatan.**

Pertanyaan harus diajukan setiap rincian kelompok barang tahan lama dan melakukan aktivitas (rekreasi dan pesta/hajatan) yang ditanyakan dari kolom 2

BLOK VI. CATATAN

DATA

MENCERDASKAN BANGSA



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI SULAWESI TENGAH**

Jl. Prof. Moh. Yamin No. 48 Palu 94114
Telp. (0451) 483610, 483611, Fax (0451) 483612
website: <http://sulteng.bps.go.id>; email: bps7200@bps.go.id

ISBN 978-602-1385-50-0



9 786021 385500