

353000

LABEL SEMENTARA
SENSUS BARANG 2011

53 24

Ruang	ID	Lokasi	Petugas
B2106	123.002.0001-1	HB33	NPS

INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI JAWA TIMUR TAHUN 2011

DATA
MENCERDASKAN BANGSA



123
330
9202001
3500000
3-HB-1-3
Badan Pusat Statistik




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



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI JAWA TIMUR**

3/2012

1

		PERPUSTAKAAN BADAN PUSAT STATISTIK	
KODE BUKU	NO. INDUK	: 123.0112.0044	
	NO ENTRI	: ✓	
	PROCESH	:	
	EKSEKPIAR	: 1	ORRI 1
	PETUGAS	:	

www.bps.go.id

Katalog BPS : 9202001.35

**INDEKS TENDENSI KONSUMEN
PROVINSI JAWA TIMUR
TAHUN 2011**



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI JAWA TIMUR**

INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI JAWA TIMUR TAHUN 2011

ISBN : 2089 - 3825
Katalog BPS : 9202001.35
No Publikasi : 35553.1101
Ukuran buku : 17 cm x 23 cm
Jumlah halaman : 57 + iv halaman

Naskah :
Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Gambar Kulit :
Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Diterbitkan oleh :
BPS Provinsi Jawa Timur

Dicetak oleh :
CV. Gita Sarana Electrindo

TIM PENYUSUN

Penanggung Jawab : Setiyowati, SE, MT.

Editor : Setiyowati, SE. MT.

Penulis : Mochamad Sonhaji, BSc. MSc.

Pengolah Data : 1. Mochamad Sonhaji, BSc. MSc.
2. Chusnul Chotimah, SST.
3. Nila Oktaria Widayanti, SST.

www.bps.go.id

KATA PENGANTAR

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

Sejak tahun 2011, Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur telah mengembangkan pemantauan indikator dini melalui penghitungan Indeks Tendensi Konsumen berdasarkan hasil Survei Tendensi Konsumen yang dilakukan setiap triwulan. Dari hasil survei ini diperoleh Indeks Tendensi Konsumen triwulan berjalan dan triwulan mendatang yang dapat digunakan untuk melihat prediksi arah pengeluaran dari sisi konsumsi.

Publikasi ini menjelaskan metodologi dan hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen tahun 2011. Diharapkan dengan publikasi ini dapat menambah perbendaharaan data yang telah ada dan dapat menggambarkan penggunaan indikator dini dalam mengevaluasi pembangunan ekonomi di Jawa Timur. Kritik dan saran bagi penyempurnaan publikasi ini sangat diharapkan sebagai bahan koreksi untuk publikasi yang akan datang.

Surabaya, November 2011

BPS Provinsi Jawa Timur

Kepala,



Irlan Indrocahyo, S.E., M.Si.

NIP. 19530805 197703 1 001

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
1. Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan	2
1.3. Cakupan Penelitian	2
1.4. Sistematika Penulisan	3
2. Kajian Literatur	5
2.1. <i>Consumer Sentiment Index (Michigan Universtiy)</i>	5
2.2. <i>Consumer Confidence Index (The Conference Universtiy)</i>	7
3. Metodologi Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen	11
3.1. Tahapan Pelaksanaan	11
3.2. Prosedur Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen	13
3.3. Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen	25

4. Hasil Penghitungan ITK 2011

4.1. Indeks Tendensi Konsumen Jawa Timur Tahun 2011

4.2. Perbandingan dengan Nasional dan Provinsi-provinsi di Jawa

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Blok Sensus Terpilih Sampel ITK
Provinsi Jawa Timur

Lampiran 2 ITK Seluruh Provinsi dan Nasional Tahun 2011

Lampiran 3 Kuesioner Survei Tendensi Konsumen
Triwulan 3 – 2011

DAFTAR PUSTAKA

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

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

Mulai tahun 2011, BPS Jawa Timur melakukan pertama kalinya penghitungan Indeks Tendensi Konsumen (ITK) untuk penyempurnaan rilis data statistik triwulanan yang sebelumnya hanya terbatas pada rilis data PDRB dan ketenagakerjaan. ITK diperoleh dari Survei Tendensi Konsumen (STK) yang merupakan

survei mengenai perilaku konsumsi rumahtangga dengan variabel pertanyaan berupa persepsi rumahtangga (bersifat kualitatif) tentang kondisi ekonominya. Diharapkan dari Berita Resmi Statistik (BRS) ITK dapat mendukung penyajian BRS PDRB dan ketenagakerjaan. Indeks ini menggambarkan kondisi ekonomi dari sisi konsumen pada triwulan berjalan dan perkiraan pada triwulan mendatang.

1.2. Tujuan

Tujuan penyusunan Indeks Tendensi Konsumen adalah:

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

1.3. Cakupan Penelitian

Indeks Tendensi Konsumen dihitung dari hasil Survei Tendensi Konsumen (STK) yang dilakukan setiap triwulan bersamaan dengan pelaksanaan Survei Tenaga Kerja Nasional (Sakernas). Unit pencacahan STK di Jawa Timur adalah rumahtangga di perkotaan sebanyak 1.440 rumahtangga yang tersebar dalam 144 Blok Sensus (BS), dan merupakan subset dari

sample Sakernas. Dengan demikian rumahtangga yang terkena sampel STK sekaligus adalah sampel Sakernas.

Pelaksanaan STK di Jawa Timur dilakukan di 15 kabupaten/kota meliputi: Kabupaten Tulungagung, Kabupaten Blitar, Kabupaten Kediri, Kabupaten Malang, Kabupaten Jember, Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Jombang, Kabupaten Magetan, Kabupaten Gresik, Kota Kediri, Kota Malang, Kota Probolinggo, Kota Madiun dan Kota Surabaya.

1.4. Sistematika Penulisan

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

1. Bab 1 Pendahuluan, yang membahas tentang latar belakang, tujuan, cakupan penelitian dan sistematika penulisan;
2. Bab 2 Kajian Literatur, yang membahas suatu penelitian yang berkaitan dengan Indeks Tendensi Konsumen;
3. Bab 3 Metodologi Penelitian, yang membahas metodologi penghitungan Indeks Tendensi Konsumen;
4. Bab 4 Hasil Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2011.

2. Kajian Literatur

2.1. *Consumer Sentiment Index (Michigan University)*

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

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

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

pasar bursa merupakan salah satu indikator pendahulu (*leading indicators*) dari kondisi perekonomian suatu negara. Nilai indeks PMI diinterpretasikan sebagai berikut: nilai indeks di bawah 50 mengindikasikan kondisi perekonomian mengalami kontraksi, sedangkan di atas 50 menandakan kondisi perekonomian mengalami ekspansi.

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

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

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

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

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

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

Dampak lain, tingkat permintaan kredit ke Bank meningkat. Dengan meningkatnya konsumsi rumahtangga, maka pemerintah dapat mengantisipasi akan adanya kenaikan pajak pendapatan yang diperoleh dari naiknya konsumen rumahtangga. Sebaliknya bila IKK menurun, maka konsumsi rumahtangga juga menurun yang berarti permintaan akan produk juga menurun. Hal ini akan mengakibatkan turunnya suplai dari perusahaan baik dari sektor industri manufaktur, konstruksi dan lain-lain. Kondisi ini akan mengakibatkan kontraksi perekonomian makro.

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

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

Setiap variabel mempunyai jawaban positif (meningkat) dan negatif (menurun). Jawaban meningkat diberi skor 1 dan menurun diberi skor 0. Untuk penghitungan nilai indeks masing-masing variabel digunakan rumus *Diffusion Index* sebagai berikut:

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

dimana:

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

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

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

n_t = jumlah responden pada triwulan ke-t;

n_0 = jumlah responden pada triwulan dasar.

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

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

Kelebihan dari survei ini adalah:

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

Kelemahan dari survei ini adalah:

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

3. Metodologi Penghitungan

Indeks Tendensi Konsumen

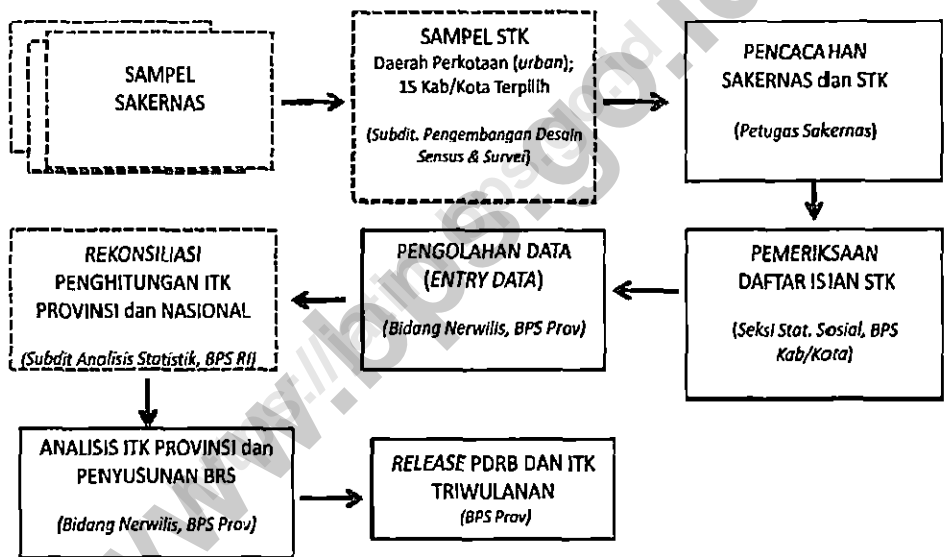
3.1. Tahapan Pelaksanaan

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) diperoleh dari Survei Tendensi Konsumen (STK). Sampel rumahtangga yang digunakan untuk STK ini berasal dari subset sampel Sakernas panel. Subdirektorat Pengembangan Desain, Sensus dan Survei Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (BPS RI) telah mengambil sampel kabupaten/kota terpilih seluruh Indonesia sebanyak 132 kabupaten/kota. Untuk wilayah Jawa Timur terpilih 15 kabupaten/kota meliputi: Kabupaten Tulungagung, Kabupaten Blitar, Kabupaten Kediri, Kabupaten Malang, Kabupaten Jember, Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Jombang, Kabupaten Magetan, Kabupaten Gresik, Kota Kediri, Kota Malang, Kota Probolinggo, Kota Madiun dan Kota Surabaya. Total rumahtangga terpilih dari 15 kabupaten/kota terpilih tersebut adalah sebanyak 1.440 rumahtangga yang tersebar dalam 144 Blok Sensus (BS) terpilih. Keseluruhan BS terpilih adalah yang berkategori perkotaan.

Petugas pencacah pada setiap triwulannya melakukan pencacahan Sakernas dan STK sekaligus. Hasil dari pencacahan

tersebut akan mengalami proses pemeriksaan (validasi) oleh Kasi Statistik Sosial BPS kabupaten/kota, dan selanjutnya dokumen pencacahan dikirimkan ke BPS Provinsi Jawa Timur untuk dientry dan diolah di Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik.

Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan STK



Hasil entry selanjutnya dikirimkan ke BPS RI pada Subdirektorat Analisis Statistik untuk direkonsiliasi menjadi data final penghitungan Indeks Tendensi Konsumen dan selanjutnya dikembalikan ke BPS provinsi untuk dianalisis menjadi Berita Resmi Statistik ITK. Rilis BRS ITK ini bersamaan dengan rilis PDRB Triwulanan dan ketenaga kerjaan.

3.2. Prosedur Penghitungan Indeks Tendensi

Konsumen

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

Indeks Tendensi Konsumen yang diperoleh dari hasil Survei Tendensi Konsumen terdiri dari dua jenis macam indeks yaitu Indeks Indikator Kini (*Current Indicator Index*) dan Indeks Indikator Mendatang (*Future Indicator Index*). Indeks Indikator

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

Komponen variabel Indeks Indikator Kini adalah sebagai berikut:

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

Komponen variabel Indeks Indikator Mendatang adalah sebagai berikut:

- a. Pendapatan seluruh anggota keluarga pada periode tiga bulan mendatang; dan
- b. Rencana pembelian barang-barang tahan lama untuk tiga bulan yang akan datang.

Tahapan penghitungan ITK adalah sebagai berikut:

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

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

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

dimana:

Iv_i = indeks variabel terpilih ke- i ;

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

n = jumlah responden.

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

Gambar 3.1 Contoh penghitungan variabel pendapatan rumahtangga

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

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

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

Selanjutnya dilakukan penghitungan indeks komoditi sebagaimana penghitungan indeks variabel tanpa penimbang terlebih dahulu untuk masing-masing komoditi. Sebagai ilustrasi akan diberikan contoh penghitungan untuk suatu komoditi.

Gambar 3.2. Contoh penghitungan indeks variabel makanan dan non makanan

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

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

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

dimana:

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

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

W_i = penimbang masing-masing komoditi makanan dan non makanan.

Gambar 3.3 Contoh Penghitungan Indeks Konsumsi Makanan

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

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

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

dimana:

IIK = Indeks Indikator Kini;

PDK = Pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada saat ini;

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

KK = Konsumsi beberapa komoditi saat ini;

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

α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada saat ini terhadap IIK, α_2 mengindikasikan elastisitas pengaruh kenaikan harga terhadap

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

- i. Pendapatan seluruh anggota rumahtangga riil pada saat ini adalah 0,300;
- ii. Pengaruh kenaikan harga terhadap konsumsi makanan sehari-hari sebesar 0,250; dan
- iii. Konsumsi beberapa komoditi saat ini sebesar 0,450.

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

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

Menjumlahkan masing-masing kolom dengan memberikan notasi:

1. X = rencana membeli;
2. Y = rencana menggadaikan/menjual;
3. Memberikan skor dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $X = 0$ dan $Y = 0$ maka diberi nilai skor = 1;
- b. Jika $X = 0$ dan $Y \geq 1$ maka diberi nilai skor = 0;
- c. Jika $X \geq 1$ maka diberi skor = $1 +$ (Proporsi tertimbang dibagi Maksimal Proporsi Provinsi).
Sebagai penimbang masing-masing komoditi barang tahan lama diperoleh dari hasil Survei Biaya Hidup (SBH)

Gambar 3. 4 Contoh Pemberian Skor

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

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

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

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

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

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

dimana:

IIM = Indeks Indikator Mendatang;

PDM = Pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada triwulan mendatang;

RTH = Rencana pembelian barang-barang tahan lama;

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

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

pada triwulan mendatang adalah 0,700 dan rencana pembelian barang-barang tahan lama sebesar 0,270.

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

Gambar 3.5 Contoh Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen Kini

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

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

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

Gambar 3.6 Contoh Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen Mendatang

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

Pada tahap terakhir dilakukan validasi, apabila ditemukan:

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

3.3. Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen

Cara membaca Indeks Tendensi Konsumen adalah sebagai berikut:

a. Indeks Indikator Kini

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

b. Indeks Indikator Mendatang

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

sangat meningkat jika dibandingkan dengan triwulan berjalan.

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

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

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

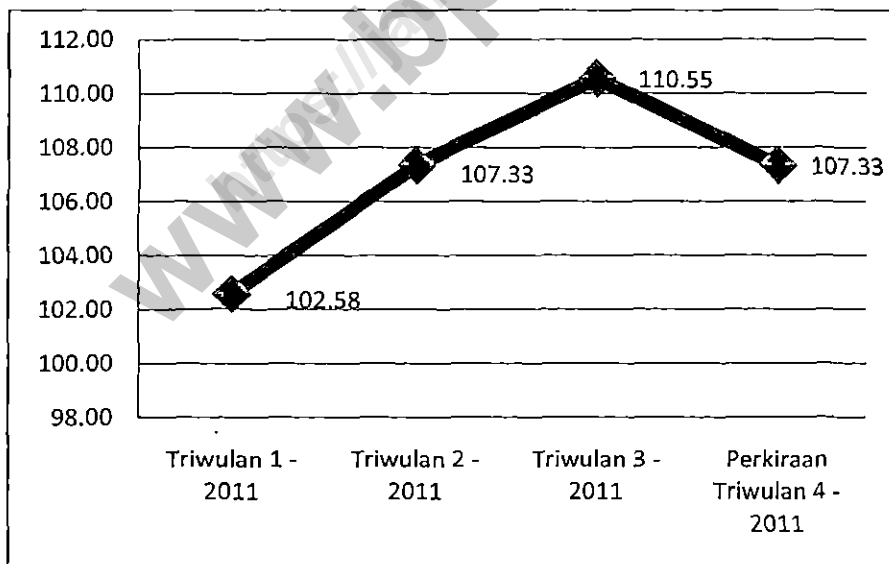
www.bps.go.id

4. HASIL PENGHITUNGAN ITK 2011

4.1. Indeks Tendensi Konsumen Jawa Timur Tahun 2011

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Jawa Timur pada Triwulan 1 – 2011 sebesar 102,58 artinya tingkat optimisme konsumen di Jawa Timur pada Triwulan 1 – 2011 lebih baik dibandingkan kondisi pada Triwulan 4 – 2010.

Gambar 4.1 ITK Jawa Timur Triwulanan Tahun 2011



Sumber: BPS RI

Adanya kenaikan pendapatan yang diterima rumahtangga terutama yang berpendapatan Rp. 2 juta ke atas di Jawa Timur mendongkrak ITK Triwulan 1 - 2011 komponen indeks pendapatan rumahtangga saat ini di Jawa Timur sebesar 106,32, lebih baik dibanding komponen lainnya yang masing-masing sebesar 99,23 (indeks kaitan inflasi dengan konsumsi makanan sehari-hari) dan 97,25 (indeks tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan). Salah satu pendorong kenaikan indeks pendapatan ini adalah adanya kenaikan gaji Pegawai Negeri Sipil (PNS) di tahun 2011, yang secara tidak langsung menyebabkan ekonomi secara makro semakin bergairah.

Tabel 4.1 Komponen ITK Jawa Timur Triwulan 1 – 3 Tahun 2011

Uraian	Triwulan 1 - 2011	Triwulan 2 - 2011	Triwulan 3 - 2011
Pendapatan rumahtangga saat ini	106,32	111,71	109,36
Kaitan inflasi dengan konsumsi sehari-hari	99,23	105,47	114,76
Tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan	97,25	98,56	108,38
ITK	102,58	107,33	110,55

Sumber: BPS RI

Tabel 4.2 Indeks Komoditi Makanan dan Non Makanan
Triwulan 1 – 3 Tahun 2011

Komoditas	Trw 1 - 2011	Trw 2 - 2011	Trw 3 - 2011
Ikan	83,42	86,45	108,30
Daging Sapi	73,38	76,41	102,39
Daging Unggas	79,55	77,34	104,00
Telur	89,19	90,54	107,74
Susu	92,34	93,02	112,21
Sayur	107,46	115,14	132,58
Tahu Tempe	104,85	109,35	114,64
Buah-buahan	75,14	77,54	102,21
Gula	92,39	90,53	100,27
Mie	68,99	69,30	57,44
Rokok	91,95	91,60	85,82
Indeks Makanan		91,84	105,88
Listrik, air dan telpon	109,56	111,08	110,98
Pulsa HP	105,29	107,50	119,54
Bahan bakar	97,14	100,14	119,76
Koran	89,14	90,55	87,56
Perumahan		108,78	112,72
Kesehatan	85,81	80,49	71,92
Pendidikan	109,98	110,84	116,99
Transportasi	105,63	110,03	122,16
Rekreasi	87,73	90,31	84,13
Pakaian	80,76	81,66	127,21
Indeks Non Makanan		103,15	110,41

Sumber: BPS RI

Dilihat dari jenis komoditi yang dikonsumsi rumahtangga di Jawa Timur pada Triwulan 1 – 2011, terbanyak pada sayur-

sayuran dan tahu tempe. Indeks pada kedua komoditi itu di atas 100 atau masing-masing sebesar 107,46 (sayur-sayuran) dan 104,85 (tahu tempe). Sedangkan untuk jenis makanan lainnya indeksnya di bawah 100 atau bisa dikatakan bahwa konsumsinya lebih sedikit dibanding Triwulan 4 – 2010.

Kondisi ini bisa dimaklumi karena pada Triwulan 4 – 2010 adalah *masa-masa musiman* (hari besar agama, liburan dan tahun baru), yang konsumsi barang-barang makanan pada saat itu cukup tinggi, dan konsumsi barang-barang tersebut kembali normal pada triwulan selanjutnya (Triwulan 1 – 2011). Pengurangan jenis komoditi yang dikonsumsi dibanding Triwulan 4 – 2010 terbanyak pada kelompok daging sapi, daging unggas dan buah-buahan. Ketiga jenis komoditi tersebut mempunyai indeks pada Triwulan 1 – 2011 di bawah angka 80.

Pada konsumsi barang non makanan, empat kelompok yaitu kelompok listrik, air dan telepon, kelompok pulsa HP, kelompok pendidikan dan kelompok transportasi pada Triwulan 1 – 2011 mempunyai indeks di atas 100. Dengan demikian keempat kelompok barang non makanan tersebut, konsumsinya lebih banyak dibanding Triwulan 4 – 2010. Indeks tertinggi tercatat pada kelompok pendidikan sebesar 109,98 diikuti kelompok listrik, air dan telepon sebesar 109,56. Sementara kelompok pakaian tercatat mempunyai indeks terendah sebesar 80,76.

Di Triwulan 2 – 2011 ITK Jawa Timur tercatat sebesar 107,33 kembali meningkat dibanding ITK Triwulan 1 – 2011. Kondisi ini didukung oleh peningkatan indeks pendapatan, indeks kaitan inflasi dan indeks tingkat konsumen terhadap makanan dan non makanan yang hampir terjadi di seluruh komponen pendukung ITK. Beberapa hal yang dianggap sebagai pendorong tingkat optimisme konsumen masyarakat diantaranya stabilnya inflasi, cairnya gaji ke-13 untuk PNS, persiapan ujian akhir dan kenaikan kelas serta ujian masuk perguruan tinggi.

Indeks pendapatan rumah tangga mengalami kenaikan dari 106,32 pada Triwulan 1 – 2011 menjadi 111,71 pada Triwulan 2 – 2011 atau naik 5,39 poin. Geliat ekonomi yang cukup baik di Jawa Timur telah memberikan insentif kepada pelaku ekonomi dalam peningkatan pendapatannya. Khusus bagi Pegawai Negeri Sipil, TNI dan Polri beserta pensiunan, Pemerintah telah menyetujui pencairan gaji ke-13 dengan maksud membantu anak-anak mereka berkaitan sudah memasuki musim ujian akhir dan kenaikan kelas.

Sementara, relatif stabilnya harga-harga selama Triwulan 2 – 2011, juga mendorong optimisme masyarakat dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Kondisi itu tampak dari meningkatnya indeks pada komponen kaitan inflasi dari 99,23 (Triwulan 1 – 2011) menjadi 105,47 (Triwulan 2 – 2011) atau naik

6,24 poin. Sedangkan tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan mengalami peningkatan indeks dari 97,25 (Triwulan 1 – 2011) menjadi 98,56 (Triwulan 2 – 2011). Kecuali komponen daging unggas, gula, rokok dan kesehatan, semua komponen makanan dan non makanan mengalami peningkatan indeks, tertinggi di komoditi sayur. Pada kelompok makanan, sayur dan tahu tempe merupakan komoditi yang mempunyai tingkat konsumen yang lebih baik dibanding makanan lainnya. Sedangkan pada kelompok non makanan, tingkat konsumen yang lebih baik daripada triwulan sebelumnya meliputi pembayaran rekening listrik, air dan telepon, pembelian pulsa HP, bahan bakar, keperluan pendidikan dan transportasi.

Memasuki Triwulan 3 – 2011, ITK Jawa Timur tercatat sebesar 110,55 lebih baik daripada Triwulan 2 – 2011 (107,33). Seperti yang telah diduga sebelumnya, naiknya tingkat optimisme konsumen masyarakat Jawa Timur didorong oleh faktor musiman datangnya bulan Ramadhan dan hari raya Idul Fitri yang jatuh pada Triwulan 3 atau tepatnya di bulan Agustus 2011. Menjelang hingga akhir dari masa musiman itu, masyarakat cenderung lebih konsumtif di banding hari-hari lainnya. Kondisi ini didukung oleh adanya kenaikan pendapatan pekerja yang berasal dari THR (tunjangan hari raya), gaji ke-13 untuk PNS (pegawai negeri sipil), naiknya pendapatan kalangan produsen, maraknya discount

harga diberbagai pasar modern menyambut kedatangan momen itu dan liburan sekolah.

Keunikan dari fenomena musiman bulan Ramadhan dan Hari Raya Idul Fitri itu, adanya usaha dari sisi konsumen untuk menggunakan pengeluaran konsumsinya, meskipun harga-harga barang dan jasa mengalami kenaikan (inflasi) akibat meningkatnya permintaan konsumen. Pengguna angkutan umum baik darat, laut dan udara melonjak saat musim-musim mudik (pulang kampung), walaupun harga tiket angkutan naik signifikan, dan hampir semua pusat-pusat perbelanjaan ramai dikunjungi pembeli. Pada masa musiman ini, konsumen menganggap inflasi yang terjadi tidak menjadi kendala berarti dan seolah-olah pengeluaran untuk menyambut bulan Ramadhan dan hari raya Idul Fitri adalah suatu hal yang wajar. Potret sosial budaya konsumtif tersebut divisualisasikan oleh indeks kaitan inflasi pada Triwulan 3 – 2011 sebesar 114,76 jauh lebih tinggi daripada indeks komponen tersebut pada Triwulan 2 – 2011 yang mencapai 105,47. Kondisi ini juga tampak jelas dengan melihat indeks tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan pada Triwulan 3 – 2011 yang mencapai 108,38, jauh lebih baik dibanding dua triwulan sebelumnya yang hanya mencapai angka di bawah 100.

Budaya konsumtif ini juga didorong dari naiknya pendapatan masyarakat, yang tercermin dari indeks pendapatan

rumah tangga pada Triwulan 3 – 2011 sebesar 109,36. Nilai di atas 100 itu mengartikan bahwa pendapatan masyarakat umumnya dirasakan lebih baik dibanding triwulan sebelumnya.

Jika dirinci lebih lanjut, kecuali mie dan rokok, semua komponen makanan mempunyai indeks di atas 100 yang mengindikasikan bahwa sebagian besar terdapat kenaikan konsumsi makanan. Indeks Makanan tercatat sebesar 105,88 pada Triwulan 3 – 2011, lebih tinggi dibanding triwulan sebelumnya yang mencapai 91,84. Sedangkan untuk komponen non makanan, kecuali pengeluaran untuk koran, kesehatan dan rekreasi, diindikasikan bahwa pengeluaran non makanan lainnya mengalami peningkatan. Pada komponen non makanan, tercatat bahwa pakaian mempunyai indeks tertinggi yaitu sebesar 127,21. Budaya hari raya identik dengan beli baju baru, tidak terbantahnya dari hasil survei ini. Secara umum indeks non makanan pada Triwulan 3 – 2011 ini tercatat sebesar 110,41, lebih baik dibanding Triwulan 2 – 2011 (103,15).

Sementara, perkiraan ITK Triwulan 4 – 2011 adalah sebesar 107,33 sedikit melemah dibanding Triwulan 3 – 2011. Perkiraan melemahnya indeks pada Triwulan 4 – 2011, diduga karena sudah mulai kembali normalnya pengeluaran masyarakat sebagaimana sebelum datangnya bulan Ramadhan dan Idul Fitri. Meskipun terjadi fenomena musiman Hari Raya Idul Adha, Natal

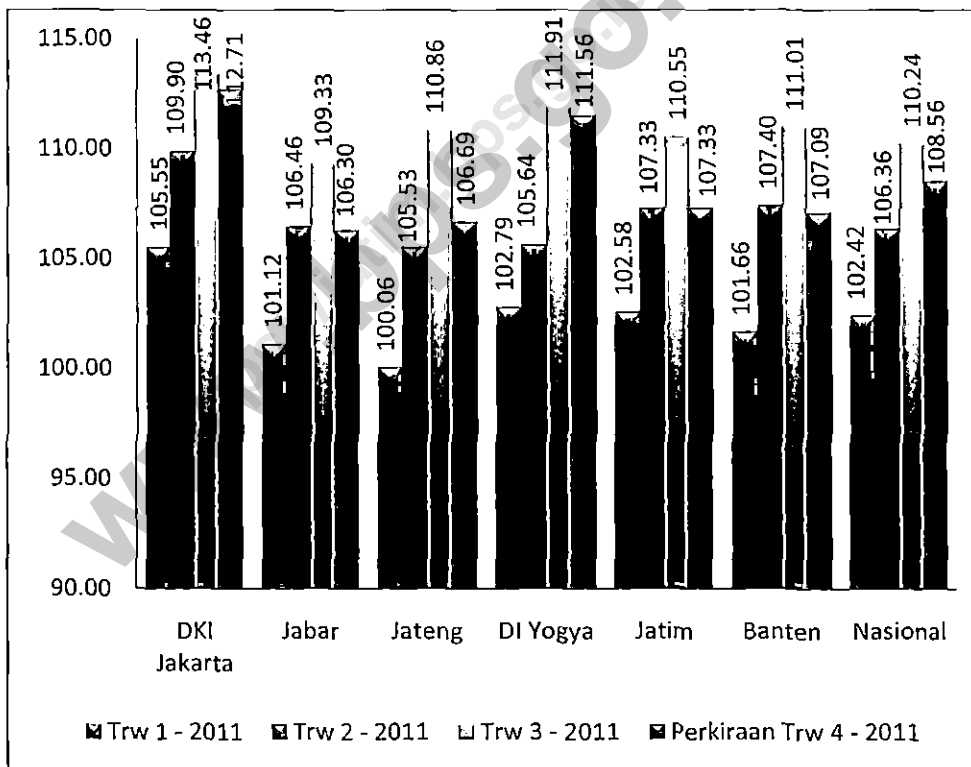
dan Tahun Baru, kondisi musimannya tidak sekuat bulan Ramadhan dan hari Raya Idul Fitri. Selain itu, penambahan pendapatan baik yang berasal dari meningkatnya nilai omset bagi produsen tidak seramai triwulan sebelumnya, dan penambahan pendapatan semacam tunjangan hari raya bagi buruh/karyawan sudah tidak ada lagi. Walaupun demikian masih dirasakan adanya optimisme masyarakat terhadap pendapatan dan rencana pembelian barang tahan lama. Ini dikarenakan adanya harapan adanya musiman Idul Adha, Natal dan Tahun Baru. Indeks pendapatan pada Triwulan 4 – 2011 diperkirakan sebesar 109,85 dengan indeks rencana pembelian barang tahan lama sebesar 102,12, kedua indeks ini bernilai di atas 100.

4.2. Perbandingan Dengan Nasional dan Provinsi-provinsi di Jawa

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Kini Jawa Timur pada Triwulan 1 – 2011 sebesar 102,58 lebih tinggi dibanding Nasional yang sebesar 102,42. Pada Triwulan 2 – 2011 tingkat optimisme konsumen Jawa Timur juga lebih baik dibanding Nasional. Hal ini tampak dari ITK Jatim sebesar 107,33 lebih tinggi dibanding Nasional yang mencapai 106,36. Kondisi ini berlanjut pada Triwulan 3 – 2011, tingkat optimisme konsumen Jawa Timur sedikit lebih baik dibanding Nasional. Hal ini tampak dari ITK

Jatim yang sebesar 110,55 lebih tinggi dibanding Nasional yang mempunyai ITK sebesar 110,24. Tetapi perkiraan ITK Triwulan 4 – 2011 Jawa Timur (107,33) tidak seoptimis ITK Nasional yang diperkirakan sebesar 108,56.

Gambar 4.2 Indek Tendensi Konsumen Provinsi-provinsi di Jawa Dan Nasional Tahun 2011



Sumber: BPS RI

Seluruh provinsi di Jawa mempunyai ITK Triwulan 1 – 2011 di atas angka 100. Dengan demikian seluruh provinsi di

Jawa, memiliki optimisme terhadap konsumsi barang/jasa selama Triwulan 1 – 2011 dibanding Triwulan 4 – 2010. Provinsi Jawa Timur mempunyai ITK Kini Triwulan 1 – 2011 sebesar 102,58 menempati posisi ketiga di bawah DKI Jakarta (105,55) dan DI Yogyakarta (102,79). Posisi keempat ditempati Provinsi Banten dengan ITK Kini sebesar 101,66 diikuti Jawa Barat (101,12) dan Jawa Tengah (100,06).

Dari seluruh provinsi-provinsi di Jawa yang dihitung ITKnya, secara umum ITK Triwulan 2 – 2011 lebih baik dibanding Triwulan 1 – 2011. Pada Triwulan 2 – 2011, Jawa Timur menempati posisi ketiga dibawah DKI Jakarta (109,90) dan Banten (107,40). Sedangkan Jawa Tengah menempati posisi terakhir dengan ITK sebesar 105,53. DKI Jakarta menempati posisi teratas karena mempunyai optimisme dalam mengonsumsi barang dan jasa lebih baik dari provinsi di Jawa lainnya. Sementara Jawa Tengah mempunyai ITK terendah karena indeks pendapatan dan indeks konsumsi makanan dan non makanan relatif lebih rendah daripada beberapa provinsi lainnya.

Pada Triwulan 3 – 2011 ITK Jawa Timur menempati posisi kelima dibawah DKI Jakarta (113,46), DI Yogya (111,91), Banten (111,01), dan Jawa Tengah (110,86). Jawa Tengah yang pada dua triwulan sebelumnya tidak seoptimis Jawa Timur, pada Triwulan 3 – 2011 ini mempunyai tingkat optimisme konsumen yang sedikit

lebih baik daripada Jawa Timur. Sedangkan untuk Triwulan 4 – 2011, Jawa Timur memandang lebih optimis kondisi perekonomiannya, dengan perkiraan ITK sebesar 107,33 atau menempati posisi ketiga di bawah DKI Jakarta (112,71) dan DI Yogya (111,56).

www.bps.go.id

LAMPIRAN

www.bps.go.id

Lampiran 1.

Daftar Blok Sensus Terpilih Sampel ITK Provinsi Jawa Timur

	Kabupaten/Kota	Kecamatan Desa/Kelurahan	Nomor		Target Sampel Rumahtangga
			BS	NKS	
	(1)		(3)	(4)	(5)
[04]	TULUNGAGUNG				
[040]	CAMPUR DARAT				
	[001] NGENTRONG		001B	4514602	10
[060]	KALIDAWIR				
	[016] TANJUNG		009B	3510706	10
[090]	NGUNUT				
	[011] KALIWUNGU		007B	1501507	10
	[014] SUMBEREJO KULON		014B	2504306	10
[120]	TULUNGAGUNG				
	[014] KENAYAN		008B	1520504	10
[130]	KEDUNGGWARU				
	[018] NGUJANG		008B	2525905	10
[160]	KAUMAN				
	[008] KALANGBRET		005B	3529304	10
[05]	BLITAR				
[090]	TALUN				
	[004] BENDOSEWU		013B	1500104	10
[160]	GARUM				
	[001] POJOK		006B	1515904	10
	[003] GARUM		007B	4513007	10
[190]	PONGGOK				
	[004] KAWEDUSAN		009B	2519305	10
[200]	SRENGAT				

	[013]	BAGELENAN	006B	2502007	10
[210]		WONODADI			
	[008]	TAWANGREJO	002B	3509305	10
[06]		KEDIRI			
	[030]	NGADILUWIH			
	[008]	DUKUH	016B	1501605	10
[040]		KRAS			
	[016]	JAMBEAN	004B	1517004	10
[060]		KANDAT			
	[007]	TEGALAN	013B	3510506	10
	[011]	BLABAK	020B	2520604	10
[120]		KEPUNG			
	[010]	DAMARWULAN	029B	4512507	10
[140]		PARE			
	[007]	PELEM	020B	3526505	10
[141]		BADAS			
	[008]	BLARU	001B	2505106	10
[220]		GROGOL			
	[006]	DATENGAN	012B	4534005	10
[07]		MALANG			
	[020]	KALIPARE			
	[006]	KALIPARE	034B	4552404	10
[040]		BANTUR			
	[005]	BANTUR	031B	2507506	10
[130]		BULULAWANG			
	[011]	LUMBANGSARI	009B	3521005	10
[160]		KEPANJEN			
	[012]	DILEM	015B	3546704	10
[180]		KROMENGAN			
	[005]	KROMENGAN	001B	1564005	10
[250]		PAKIS			
	[014]	MANGLIAWAN	028B	2540305	10

[270]	LAWANG					
	[009]	TURIREJO	004B	1501105	10	
[280]	SINGOSARI					
	[004]	WATUGEDE	024B	4527006	10	
[290]	KARANGPLOSO					
	[006]	GIRIMOYO	006B	1535203	10	
[09]	JEMBER					
	[020]	GUMUK MAS				
		[002]	MAYANGAN	019B	1503705	10
[070]	SILO					
	[006]	SEMPOLAN	035B	3518105	10	
[130]	BALUNG					
	[005]	BALUNG KIDUL	014B	3541607	10	
	[006]	BALUNG LOR	050B	4521704	10	
			068B	1554005	10	
[720]	SUMBERSARI					
	[004]	KEBONSARI	066B	2507404	10	
			078B	2536307	10	
[730]	PATRANG					
	[002]	JEMBER LOR	016B	1527306	10	
	[004]	BARATAN	017B	4546205	10	
[10]	BANYUWANGI					
	[011]	SILIRAGUNG				
		[002]	SILIRAGUNG	021B	4540007	10
[030]	PURWOHARJO					
	[006]	PURWOHARJO	027B	4519105	10	
[070]	GAMBIRAN					
	[009]	GAMBIRAN	015B	2507704	10	
[090]	KALIBARU					
	[006]	KAJARHARJO	007B	3513707	10	
[140]	SINGOJURUH					
	[002]	SINGOJURUH	030B	1527805	10	

[180]	BANYUWANGI				
	[003]	KEBALENAN	018B	1547406	10
	[010]	SINGONEGARAN	010B	2530006	10
[200]	KALIPURO				
	[007]	KETAPANG	015B	3535905	10
			043B	1502905	10
[15]	SIDOARJO				
	[050]	JABON			
	[002]	TROMPOASRI	014B	1553905	10
[060]	TANGGULANGIN				
	[015]	KALITENGAH	004B	2582804	10
[070]	CANDI				
	[023]	SEPANDE	018B	3514005	10
[090]	WONOAYU				
	[009]	PLOSO	009B	2560004	10
	[011]	WONOAYU	011B	1579405	10
[100]	SUKODONO				
	[006]	PEKARUNGAN	022B	3544206	10
[110]	SIDOARJO				
	[005]	SIDOKARE	003B	1500706	10
	[018]	MAGERSARI	040B	4549503	10
	[019]	JATI	028B	4524406	10
[120]	BUDURAN				
	[006]	SIDOMULYO	007B	2535205	10
[130]	SEDATI				
	[002]	PEPE	004B	4574405	10
[140]	WARU				
	[015]	JANTI	019B	2509605	10
[160]	TAMAN				
	[006]	BRINGINBENDO	023B	1533004	10
	[021]	WONOCOLO	023B	3564809	10
[17]	JOMBANG				
	[010]	BANDAR KEDUNG MULYO			

	[010]	TINGGAR	011B	2509703	10
[020]		PERAK			
	[013]	CANGKRINGRANDU	009B	3532805	10
[060]		MOJOWARNO			
	[008]	GONDEK	015B	4534905	10
[090]		MOJOAGUNG			
	[001]	KEDUNGLUMPANG	014B	4516905	10
[120]		PETERONGAN			
	[004]	MANCAR	007B	1503105	10
[130]		JOMBANG			
	[011]	DENANYAR	010B	2527104	10
	[012]	JOMBANG	016B	1524705	10
	[019]	BANJAR DOWO	003B	3511506	10
[20]		MAGETAN			
	[060]	MAGETAN			
	[013]	CANDIREJO	004B	1513306	10
	[014]	SELOSARI	002B	4509405	10
	[019]	TAMBRAN	002B	2515306	10
	[023]	SUKOWINANGUN	002B	1500605	10
[061]		NGARIBOYO			
	[010]	SUMBERDUKUN	002B	2501905	10
[110]		MAOSPATI			
	[001]	SUGIHWARAS	012B	3503504	10
[25]		GRESIK			
	[020]	DRIYOREJO			
	[004]	BAMBE	039B	3525705	10
	[013]	MOJOSARIREJO	009B	1518406	10
[040]		MENGANTI			
	[008]	LABAN	010B	2506005	10
	[014]	DOMAS	011B	4514406	10
[050]		CERME			
	[003]	SUKOANYAR	002B	2520705	10
[060]		BENJENG			
	[014]	KLAMPOK	011B	1501205	10

	[090]	KEBOMAS			
		[018]	KEMBANGAN	026B	4527707 10
		[020]	RANDUAGUNG	024B	3507805 10
[71]		KEDIRI			
	[010]	MOJOROTO			
		[001]	POJOK	019B	1500403 10
	[010]	MOJOROTO			
		[006]	LIRBOYO	002B	2501903 10
		[009]	SUKORAME	015B	3502803 10
		[010]	BUJEL	001B	4509905 10
				016B	1505004 10
		[012]	GAYAM	006B	2510303 10
		[014]	DERMO	005B	3512205 10
	[020]	KOTA KEDIRI			
		[002]	REJOMULYO	005B	4506803 10
		[015]	BALOWERTI	017B	1504507 10
	[030]	PESANTREN			
		[013]	PAKUNDEN	016B	2507705 10
[73]		MALANG			
	[010]	KEDUNGKANDANG			
		[005]	BURING	027B	1530705 10
		[007]	KOTALAMA	042B	2500905 10
	[020]	SUKUN			
		[005]	BANDUNGREJOSARI	016B	3500206 10
		[009]	TANJUNGREJO	012B	4527704 10
		[010]	PISANG CANDI	019B	1525605 10
	[040]	BLIMBING			
		[002]	POLEHAN	037B	2520806 10
	[050]	LOWOKWARU			
		[001]	MERJOSARI	006B	3509905 10
		[002]	DINOYO	034B	4519604 10
		[003]	SUMBERSARI	025B	1515804 10
		[005]	JATIMULYO	024B	2516702 10
		[007]	TULUSREJO	025B	3536904 10

	[009]	TUNJUNGSEKAR	012B	4533605	10
	[012]	TLOGOMAS	017B	1508005	10
[74]	PROBOLINGGO				
	[010]	KADEMANGAN			
	[008]	TRIWUNG LOR	006B	3508405	10
			017B	2506705	10
	[011]	KEDOPOK			
	[001]	SUMBER WETAN	011B	1506005	10
	[005]	JREBENG WETAN	001B	3503703	10
	[006]	JREBENG LOR	003B	1501204	10
			024B	4509106	10
	[030]	MAYANGAN			
	[009]	SUKABUMI	009B	1510905	10
	[031]	KANIGARAN			
	[002]	KANIGARAN	052B	4504204	10
	[005]	KEBONSARI KULON	003B	2501906	10
[77]	MADIUN				
	[010]	MANGU HARJO			
	[002]	NAMBANGAN LOR	013B	1501204	10
	[004]	PANGONGANGAN	004B	2509205	10
			010B	3507504	10
	[005]	WINONGO	014B	4500604	10
	[006]	MADIUN LOR	019B	1503404	10
	[007]	PATIHAN	007B	2506407	10
	[008]	NGEGONG	007B	3508005	10
	[020]	TAMAN			
	[007]	TAMAN	025B	4505605	10
	[030]	KARTOHARJO			
	[006]	REJOMULYO	011B	1504206	10
[78]	SURABAYA				
	[030]	GAYUNGAN			
	[002]	MENANGGAL	022B	1504107	10
	[003]	GAYUNGAN	007B	2544906	10
	[040]	WONOCOLO			

	[004]	BENDUL MERISI	027B	3500504	10
[070]		RUNGKUT			
	[001]	RUNGKUT KIDUL	007B	4581104	10
[080]		SUKOLILO			
		MEDOKAN			
	[003]	SEMAMPIR	011B	1560405	10
[090]		MULYOREJO			
	[005]	DUKUH SUTOREJO	028B	2578303	10
[110]		WONOKROMO			
	[004]	NGAGELREJO	077B	3534806	10
[120]		DUKUH PAKIS			
	[004]	DUKUH KUPANG	031B	4566805	10
[130]		WIYUNG			
	[003]	WIYUNG	013B	1587602	10
	[004]	JAJAR TUNGGAL	021B	2557505	10
[140]		LAKARSANTRI			
	[005]	JERUK	018B	3553305	10
[170]		SAWAHAN			
	[002]	PUTAT JAYA	029B	4509504	10
	[005]	PETEMON	044B	1536305	10
[180]		TEGALSARI			
	[004]	WONOREJO	042B	2515004	10
[210]		KENJERAN			
	[006]	SIDOTOPO WETAN	124B	3526504	10
[240]		PABEAN CANTIAN			
	[005]	PERAK UTARA	064B	4502304	10
[260]		KREMBANGAN			
	[002]	MOROKREMBANGAN	038B	1503905	10
[281]		PAKAL			
	[001]	BABAT JERAWAT	063B	2568405	10
	[002]	PAKAL	003B	3522408	10

Lampiran 2. ITK Seluruh Provinsi dan Nasional Tahun 2011

Provinsi	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Perkiraan Triwulan 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Aceh	101,06	105,04	107,44	105,19
Sumut	102,69	106,26	109,57	108,98
Sumbar	100,22	104,17	108,70	104,50
Riau	100,10	106,39	112,28	105,67
Jambi	102,22	105,11	110,15	107,91
Sumsel	102,77	105,35	108,96	106,94
Bengkulu	97,70	104,48	109,60	106,32
Lampung	100,24	104,60	109,69	107,53
Babel	103,89	107,47	110,69	108,98
Kepri	99,41	104,77	108,43	108,41
DKI	105,55	109,90	113,46	112,71
Jabar	101,12	106,46	109,33	106,30
Jateng	100,06	105,53	110,86	106,69
DI Yogya	102,79	105,64	111,91	111,56
Jatim	102,58	107,33	110,55	107,33
Banten	101,66	107,40	111,01	107,09
Bali	103,18	107,07	111,96	114,22
NTB	101,21	104,15	110,26	104,54
NTT	99,70	103,55	105,78	108,16
Kalbar	101,40	105,15	112,63	111,29
Kalteng	106,00	107,42	109,84	110,75
Kalsel	105,12	106,62	111,47	107,27
Kaltim	108,75	110,07	114,44	109,37
Sulut	101,17	106,87	110,10	115,21
Sulteng	100,23	105,90	110,09	107,25
Sulsel	112,31	114,57	113,46	114,02
Sultra	106,51	107,58	111,16	110,36
Gorontalo	103,39	107,01	108,60	108,47
Sulbar	105,59	106,69	109,58	105,79

Maluku	100,46	104,10	109,23	111,47
Malut	100,89	105,30	110,35	106,17
Papua Barat	101,47	106,31	109,22	105,91
Papua	98,47	105,53	107,26	110,23
Nasional	102,42	106,36	110,24	108,56

Lampiran 3. Kuesiner Survei Tendensi Konsumen

Triwulan 3 – 2011



REPUBLIK INDONESIA
DADAN PUSAT STATISTIK

SURVEI TENDENSI KONSUMEN 2011

Triwulan

RAHASIA

PERHATIAN

1. Tujuan survei ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai situasi bisnis dan perekonomian secara umum menurut pendapat konsumen.
2. Hasil survei ini akan digunakan untuk bahan penyusunan Indeks Tendensi Konsumen (ITK), yang sangat bermanfaat untuk pemerintah maupun dunia usaha.
3. Kewajiban memberikan keterangan dan kerahasiaan data yang diberikan dijamin oleh Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1997 tentang Statistik.
4. Survei ini tidak ada hubungannya dengan pajak.

I. PENGENALAN TEMPAT

1	Provinsi		<input type="checkbox"/>
2	Kabupaten/Kota*)		<input type="checkbox"/>
3	Kecamatan		<input type="checkbox"/>
4	Desa/Kelurahan*)		<input type="checkbox"/>
5	Klasifikasi desa/kelurahan	1. Perkotaan 2. Perdesaan	<input type="checkbox"/>
6	Nomor blok sensus		
7	Nomor kode sampel		<input type="checkbox"/>
8	Nomor unit sampel rumah tangga (SAK11-DSRT BLOK III)		<input type="checkbox"/>
9	Nama kepala rumah tangga		

II. RINGKASAN

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

III. KETERANGAN PETUGAS

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

Blok IV. Keterangan Umum Rumah Tangga			
1. Pendidikan terakhir kepala rumah tangga:			
SD ke bawah	-1	Akademi	-1
SLTP	-2	Sarjana	-5
SLTA	-3	PascaSarjana	-6
2. Sumber penghasilan utama rumah tangga:			
Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan	-1		
Pertambangan dan Penggalian	-2		
Industri Pengolahan	-3		
Listrik, Gas, Air Bersih	-4		
Bangunan	-5		
Pengdagangan, Hotel, dan Restoran	-6		
Pengangkutan dan Komunikasi	-7		
Kewangan, Real Estate, dan Jasa Perusahaan	-8		
Jasa-Jasa	-9		
Penerima Pendapatan	-0		
3. Status pekerjaan utama (jika bukan 2 bukan kode 0):			
Berusaha	-1		
Buruh/Karyawan/Pegawai	-2		
4. Rata-rata pendapatan rumah tangga selama bulan:			
< 2 juta rupiah	-1		
2 juta s/d 5 juta rupiah	-2		
> 5 juta rupiah	-3		
BLOK V. Kondisi Ekonomi Rumah Tangga Saat Ini			
1. Bagaimana pendapatan seluruh anggota rumah tangga Bapak/Ibu selama 2 bulan terakhir (Oktober-November 2011) dibandingkan 2 bulan sebelumnya (Agustus-September 2011)?			
Menurun	-0		
Sama	-1		
Meningkat	-2		
2. Bagaimana tabungan seluruh anggota rumah tangga Bapak/Ibu selama 2 bulan terakhir (Oktober-November 2011) dibandingkan 2 bulan sebelumnya (Agustus-September 2011)?			
Menurun	-0		
Sama	-1		
Meningkat	-2		
3. Apakah dalam 2 bulan terakhir (Oktober-November 2011) terjadi kenaikan harga kebutuhan makanan sehari-hari?			
Ya	-1	Tidak	-2
4. Jika ya, apakah kenaikan harga berpengaruh terhadap konsumsi makanan sehari-hari rumah tangga ini?			
Sangat mengurangi (jumlah/mutu)	-0		
Sedikit mengurangi (jumlah/mutu)	-1		
Tidak berpengaruh	-2		

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

BLOK VI.
Perkiraan Ekonomi Rumah Tangga Mendatang

1. Bagaimana perkiraan pendapatan seluruh anggota rumah tangga Bapak/Ibu pada periode 3 bulan mendatang (Desember 2011-Februari 2012)?		<input type="checkbox"/>
Menurun	-0	
Sama	-1	
Meningkat	-2	

2. Dalam periode 3 bulan mendatang (Desember 2011-Februari 2012) apakah mempunyai rencana untuk membeli barang-barang bahan lama berikut :

Jenis Barang	Rencana untuk membeli	Rencana untuk mengga-dalkan/ menjual bukan untuk mengganti baru	Kepemilikan barang bahan lama (kolom 1)	
			Punya -1 Tdk Punya -0	Jika punya, apakah telah dimiliki lebih dari 5 tahun
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. TV, VCD, DVD, Radio, Tape/Compo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Komputer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Mebelair (kursi, lemari, tempat tidur dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Kompor gas/tabung gas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Oven/microwave	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Kulkas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Mesin cuci	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. AC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. HP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Perlengkapan berharga (emas, batuan, dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Kendaraan bermotor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Petunjuk pengisian:

- Beri tanda lingkaran pada jawaban yang sesuai dan tuliskan kodanya ke dalam kotak di sebelah kanan. Khusus untuk Blok V Rincian 5 (konsumsi makanan), Rincian 8 (konsumsi non makanan), dan Blok VI Rincian 2 (rencana pembelian barang bahan lama) jawaban diberikan dengan mengisi tanda cek (v) pada kotak yang disediakan dan harus ditanyakan satu persatu seluruh komoditi.
- Blok V Rincian 5 dan Rincian 6: setiap komoditi harus diisi satu tanda cek (v) pada setiap barisnya.
- Blok VI Rincian 2:
 - Setiap jenis barang dapat beri tanda cek (v) pada kolom (2), (3), dan (5) dengan mengacu pada kolom (1).
 - Jika kolom (3) dan (5) terisi tanda cek (v) maka kolom (4) harus berkode 1.

DAFTAR PUSTAKA

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

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

www.bps.go.id