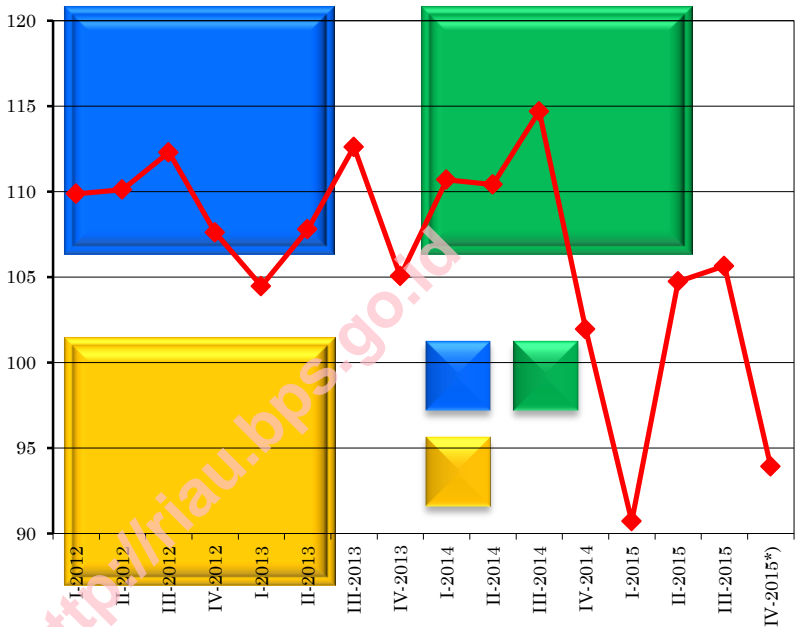


INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI RIAU 2015





INDEKS TENDENSI KONSUMEN

PROVINSI RIAU

2015



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI RIAU**

**INDEKS TENDENSI KONSUMEN
PROVINSI RIAU
2015**

ISBN : 979 484 618 X
No. Publikasi : 14550.1530
Katalog BPS : 9202001.14
Ukuran Buku : 14,8 cm x 21 cm
Jumlah Halaman : 60 halaman + vi halaman

Naskah :
Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Boleh dikutip dengan menyebut sumbernya

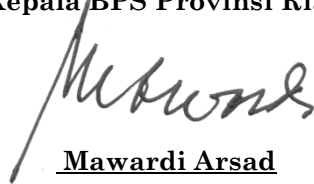
KATA PENGANTAR

Informasi dini tentang kondisi perekonomian terkini dapat ditangkap melalui sistem pemantauan indikator dini yang dikembangkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), salah satunya adalah Indeks Tendensi Konsumen (ITK). ITK diperoleh melalui Survei Tendensi Konsumen (STK). BPS Provinsi Riau telah melaksanakan STK secara triwulanan sejak 2011, dan sekarang telah memasuki tahun ke lima.

Publikasi “Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Riau 2015” ini menjelaskan metode dan hasil penghitungan ITK tahun 2015. ITK yang disajikan adalah ITK triwulan I, II, III dan perkiraan ITK triwulan IV.

Kami mengharapkan kritik dan saran konstruktif dari pembaca untuk penyempurnaan publikasi ini.

Pekanbaru, Desember 2015
Kepala BPS Provinsi Riau



Mawardi Arsad

DAFTAR ISI

	halaman
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Bab 1	Pendahuluan
1.1	Latar Belakang 3
1.2	Tujuan 4
1.3	Cakupan Penelitian 4
1.4	Sistematika Penulisan 5
Bab 2	Kajian Literatur
2.1	<i>Consumer Sentiment Index</i> 9
2.2	<i>Consumer Confidence Index</i> 11
Bab 3	Metodologi Penghitungan
3.1	Cakupan Survei dan Judul Sampel 17
3.2	Kerangka Sampel..... 17
3.3	Desain Penarikan Sampel..... 17
3.4	Kriteria Responden 18
3.5	Design Weight 20
3.6	Data dan Keterangan yang Dikumpulkan ... 21
3.7	Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen 22
3.8	Prosedur Penghitungan Indeks 23
3.9	Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen 35
Bab 4	Indeks Tendensi Konsumen 2015 37

4.1 Indeks Tendensi Konsumen 2015	38
4.2 Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan IV-2015	39
4.3 Perbandingan Regional	40
Lampiran	41

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

DAFTAR TABEL GRAFIK DAN LAMPIRAN

Halaman

Tabel

3.1	Tahapan dan Penghitungan Design Weight STK 2015-2016	20
3.2	Pmberian Kode dan Skor Variabel Pendapatan,Perkiraan Pendapatan dan Volume/Frekuensi Konsumsi Kelompok Barang/Jasa	26
3.3	Pemberian Kode dan Skor Variable Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga	27
3.4	Pemberian Kode dan Skor Variable Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi dan Pesta/Hajatan	29
4.1	Indeks Tendensi Konsumen 2015 Provinsi se- Sumatera dan Nasional.....	39

Grafik

4.1	Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Provinsi Riau 2011-2015	33
4.2	Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Provinsi Riau menurut Variabel Pembentuknya.....	35
4.3	Perkiraan ITK Provinsi Riau Triwulan IV 2015 menurut Variable Pembentuknya	37

Lampiran		Halaman
1	Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2015 Menurut Variabel Pembentuknya	43
2	Perkiraan Indeks tendensi Konsumen Triwulan IV-2015 Menurut Variabel Pembentuknya	44
3	Perkembangan Nilai ITK Tahun 2011-2015	45
4	Kuesioner ITK Tahun 2015	46
5	Daftar Sampel STK Tahun 2015	54

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

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



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Informasi dini tentang kondisi perekonomian terkini sangat diperlukan oleh pemerintah maupun dunia usaha. Pemerintah memerlukan informasi tersebut diantaranya untuk perencanaan, sedangkan dunia usaha salah satunya untuk keperluan investasi atau ekspansi pasar. Dengan adanya informasi dini, berbagai pihak dapat mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengatasi perubahan keadaan supaya tak menimbulkan kerugian.

Sejak tahun 1980-an, BPS telah mengembangkan berbagai macam indikator yang berkaitan dengan sistem peringatan dini, salah satu diantaranya adalah Indeks Indikator Pendahulu (*Index of Leading Indicator*). Sejak tahun 1995, disamping Indeks Indikator Pendahulu, BPS juga telah mengembangkan indikator dini (*prompt indicator*) yang berkaitan dengan kondisi konsumen yang disebut Indeks Tendensi Konsumen (ITK). ITK dapat menggambarkan kondisi bisnis dan perekonomian di Indonesia dalam jangka pendek (triwulanan).

Karena pentingnya informasi ini, sejak Triwulan II-2001 hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen Nasional telah dipublikasikan melalui berbagai media massa bersamaan dengan “*press release*” Produk Domestik Bruto setiap triwulan. Kemudian sejak Triwulan I-2011 Survei Tendensi Konsumen dilaksanakan



sampai pada level provinsi, termasuk Provinsi Riau, yang juga dipublikasikan bersamaan dengan “*press release*” Produk Domestik Bruto setiap triwulan di BPS Provinsi.

1.2. TUJUAN

Tujuan penyusunan ITK adalah:

1. Memberikan informasi dini tentang perkembangan perekonomian dari sisi konsumen.
2. Memberikan perkiraan kondisi konsumen tiga bulan mendatang.

1.3. CAKUPAN PENELITIAN

Indeks Tendensi Konsumen dihitung dari hasil Survei Tendensi Konsumen yang dilakukan tiap triwulan. Mulai tahun 2011, STK dilakukan di 33 provinsi dimana sampel STK merupakan sub-sampel dari Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) khusus di daerah perkotaan. Sejak tahun 2015 sampel STK merupakan sub-sampel dari Survei Sosial Ekonomi nasional (Susenas) khusus di daerah perkotaan. Pemilihan sampel dilakukan secara panel antar triwulan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai perubahan persepsi konsumen antar waktu. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Februari, Mei, Agustus dan November.

Jumlah sampel rumah tangga tahun 2015 untuk Provinsi Riau adalah 320 rumah tangga setiap triwulan. Pelaksanaan STK Provinsi Riau dilakukan di 6 wilayah Kabupaten/Kota, yaitu Kabupaten Kuantan Singingi, Kabupaten Indragiri Hilir, Kabupaten Bengkalis, Kabupaten Rokan Hilir, Kota Pekanbaru dan Kota Dumai.

1.4. SISTEMATIKA PENULISAN

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

1. Bab I Pendahuluan, yang terdiri dari Latar Belakang, Tujuan, Cakupan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.
2. Bab II Kajian Literatur, menyajikan berbagai penelitian yang pernah dilakukan mengenai Indeks Tendensi Konsumen.
3. Bab III Metodologi Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, menyajikan prosedur penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, dan interpretasi hasil Indeks Tendensi Konsumen.
4. Bab IV Hasil Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, menyajikan hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen selama tahun 2015, dan perkembangannya pada periode triwulan I, II, III, dan perkiraan triwulan IV.

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



BAB 2

KAJIAN LITERATUR

2.1. CONSUMER SENTIMENT INDEX (MICHIGAN UNIVERSITY)

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 diinterpretasikan sebagai berikut: nilai indeks di bawah 50 mengindikasikan kondisi perekonomian mengalami kontraksi, sedangkan di atas 50 menandakan kondisi perekonomian mengalami ekspansi.

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

barang tahan lama dan kendaraan juga merupakan gambaran dari konsumsi rumahtangga.

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 sentiment perusahaan terhadap bisnisnya. Hal ini sejalan dengan sikap konsumen terhadap konsumsi rumahtangga. Peningkatan konsumsi rumahtangga akan mendorong pertumbuhan ekonomi. Sebagaimana diketahui bahwa konsumsi rumahtangga domestik adalah salah satu faktor pendorong dalam memperkuat fundamental ekonomi, meskipun dalam perekonomian yang lebih luas dan terbuka, konsumsi domestik bukan satu-satunya faktor pendorong karena adanya kegiatan ekspor dan impor.

2.2. CONSUMER CONFIDENCE INDEX

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

kondisi mendatang dengan bobot sebesar 60 persen.

Interpretasi dari indeks ini adalah apabila IKK meningkat mengindikasikan konsumsi/belanja konsumen juga meningkat. Akibatnya, dari sisi penawaran perusahaan akan meningkatkan produksinya yang disebabkan oleh meningkatnya permintaan. Dampak lain adalah meningkatnya konsumsi rumah tangga sehingga tingkat permintaan kredit ke Bank meningkat. Dengan demikian pemerintah dapat mengantisipasi akan adanya kenaikan pajak pendapatan yang diperoleh dari naiknya konsumsi rumah tangga. Sebaliknya bila IKK menurun, maka konsumsi rumah tangga juga menurun yang berarti permintaan akan produk juga menurun. Hal ini akan mengakibatkan turunnya suplai dari perusahaan baik dari sektor industri manufaktur, konstruksi, dan lain-lain. Kondisi ini akan mengakibatkan kondisi perekonomian mengalami kontraksi.

Survei Kepercayaan Konsumen dilakukan setiap bulan dengan jumlah responden sekitar 5000 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 diatas mempunyai jawaban positif (meningkat) dan negatif (menurun). Jawaban meningkat diberi skor 1 dan menurun diberi skor 0. Untuk penghitungan nilai indeks masing-masing variabel digunakan rumus *Diffussion Index*. Besarnya indeks menunjukkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap kondisi perekonomian pada periode tertentu terhadap periode pembandingnya. Apabila pertumbuhan indeks kurang dari 5 persen, maka kepercayaan konsumen cenderung tetap atau *stagnant*, tetapi bila pertumbuhan lebih dari 5 persen maka kepercayaan konsumen meningkat dibanding periode pembandingnya.

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

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



BAB 3

METODOLOGI PENGHITUNGAN

3.1 Cakupan Survei dan Jumlah Sampel

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

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

3.2 Kerangka Sampel

Kerangka sampel blok sensus STK adalah daftar sampel blok sensus Susenas Maret 2015 daerah perkotaan di setiap Kab/Kota terpilih STK. Disamping itu untuk menggambarkan aktifitas kegiatan konsumsi terbesar maka populasi blok sensus yang dijadikan kerangka sampel berasal dari blok sensus Susenas perkotaan yang berasal dari **strata *Wealth Index*** menengah dan tinggi.

3.3. Desain Penarikan Sampel

Tahapan penarikan sampel adalah ***Two Stages Two Phase Sampling*** sebagai berikut: Sampel blok sensus STK ditarik



secara sistematis dari sampel blok sensus Susenas daerah urban pada setiap strata (menengah & tinggi) sesuai alokasi, dan berdasarkan *implicit* stratifikasi tingkat pendidikan KRT hasil updating. Dimana tingkat pendidikan kepala rumah tangga seperti halnya Susenas dibedakan 4 strata : <SD, SMP, SMA, PT.

Seperti halnya Susenas, maka penarikan sampel rumah tangga STK melalui paket program aplikasi yang disiapkan oleh BPS Pusat. Angka random STK berbeda dengan Susenas, sehingga sampel rumah tangga STK tidak sama dengan Susenas. Dengan metode ini maka sampel rumah tangga akan proporsional berdasarkan tingkat pendidikan kepala rumah tangga.

Selanjutnya blok sensus dan rumah tangga terpilih kegiatan STK Maret 2015 akan diperlakukan sebagai panel blok sensus dan panel rumah tangga pada triwulan 2 (Juni), triwulan 3 (September), dan triwulan 4 (Desember).

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

3.4. Kriteria Responden

Responden dari STK atau eligible responden adalah Kepala Rumah Tangga atau pasangannya, seperti Suami atau Istri. Petugas pendataan lapangan diharapkan dapat melakukan kunjungan ulang dengan membuat janji ketemu terlebih dahulu

jika kepala rumah tangga atau pasangannya tidak dapat diwawancarai pada kunjungan pertama. Tidak diperbolehkan melakukan wawancara kepada anggota rumah tangga yang lain, seperti anak, famili lain, atau pembantu rumah tangga/sopir. Pemilihan responden harus kepala rumah tangga atau pasangannya agar pertanyaan-pertanyaan terkait kondisi pendapatan, keuangan, pengeluaran, rencana pembelian barang-barang tahan lama di tingkat rumah tangga dan pertanyaan-pertanyaan lain yang erat kaitannya dengan keputusan/aktivitas rumah tangga dapat dijawab dengan lengkap dan tepat sesuai gambaran yang sebenarnya.

Kasus non respon hanya diperkenankan untuk kasus:

- Rumah tangga sudah pindah setelah pelaksanaan updating dan bangunan tempat tinggal tersebut sekarang dalam kondisi kosong atau tidak berpenghuni.
- Seluruh *eligible* responden sakit atau tidak dapat diwawancarai karena alasan kesehatan atau mengalami gangguan kejiwaan.

Seluruh *eligible* responden pergi dan belum kembali dalam waktu pencacahan. Untuk kasus bangunan tempat tinggal sekarang ditempati oleh rumah tangga lain, maka rumah tangga yang pindah tersebut dapat diganti dengan rumah tangga yang sekarang menempati bangunan tempat tinggal tersebut.

3.5 Design Weight

Rancangan penarikan sampel STK 2015 dibuat sedemikian rupa sehingga diharapkan populasi rumah tangga yang dijadikan target sampel dapat terpenuhi. Untuk itu perlu disusun rancangan pembobotan atau *design weight*. Rancangan pembobotan disusun dimulai dari rancangan sampel blok sensus Susenas sendiri sebagai kerangka sampel pertama. Skema penarikan sampel dan pembobotan dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tahapan dan Penghitungan *Design Weight* STK 2015-2016

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

Sampling fraction :

$$F = f_1 \times f_2 \times f_3 = n'_h \frac{Z_{hi}}{Z_h} \times \frac{n''_h}{n'_h} \times \frac{n_h}{n''_h} \times \frac{\bar{m}}{M_{hi}^{up}} = \frac{n_h Z_{hi} \bar{m}}{Z_h M_{hi}^{up}}$$

Sehingga *design weight* adalah : $W = \frac{Z_h M_{hi}^{up}}{n_h Z_{hi} \bar{m}}$

3.6 Data dan Keterangan yang Dikumpulkan

Data yang dikumpulkan melalui kuesioner STK adalah data-data yang nantinya digunakan sebagai pembentuk Indeks Tendensi Konsumen. Informasi yang dikumpulkan meliputi pendapatan rumah tangga, pengaruh inflasi, dan konsumsi komoditi-komoditi yang terkategori "*normal goods*" seperti ikan, daging, telur, susu, buah-buahan, dan lain-lain untuk konsumsi makanan, dan komoditi pakaian, biaya perumahan, biaya pendidikan, transportasi, biaya kesehatan, rekreasi, pesta atau hajatan, dan lain-lain, untuk komoditi bukan makanan. Disamping itu dikumpulkan pula informasi "*luxury goods*" seperti rumah/tanah, mobil, TV, komputer

Indeks Tendensi Konsumen juga terdiri dari dua jenis indeks yaitu Indeks Indikator Kini (*Current Indicator Index*) dan Indeks Indikator Mendatang (*Future Indicator Index*). Indeks Indikator Kini merupakan indeks komposit dari beberapa variabel yang dapat mengidentifikasi kondisi ekonomi rumah tangga (konsumen) pada saat triwulan berjalan (saat survei) dibandingkan periode triwulan sebelumnya. Sedangkan Indeks Indikator Mendatang merupakan indeks komposit dari beberapa variabel

yang dapat mengidentifikasi kondisi ekonomi rumahtangga (konsumen) dan rencana membeli untuk membeli barang-barang tahan lama pada periode tiga bulan mendatang.

3.7 Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen

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

- a) Pendapatan seluruh anggota keluarga pada periode 3 (tiga) bulan terakhir.
- b) Pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi.
- c) Volume konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan:
 - Makanan: bahan makanan dan makanan jadi di restoran/rumah makan.
 - Bukan Makanan: Pakaian, Tas, Sepatu, Pembelian Pulsa, Pendidikan, Perawatan Kesehatan, dan Kecantikan (gym, salon, Spa, dll), Rekreasi/Hiburan (nonton di bioskop, karaoke, atau ke tempat hiburan), Akomodasi (Hotel/penginapan), dan Transportasi/angkutan; dan komunikasi.

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

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

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

3. 8 Prosedur Penghitungan Indeks

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

1. Penggolongan Pendapatan

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

Dasar pengelompokkan pendapatan rumahtangga ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh SUSENAS. Dari hasil penelitian terhadap 254 data sampel SUSENAS, diperoleh

tiga kelompok rumah tangga berdasarkan tingkat ekonomi, yaitu 25 rumah tangga ekonomi atas, 99 rumah tangga ekonomi menengah, dan 130 rumah tangga ekonomi bawah. Rata-rata pendapatan rumah tangga yang masuk dalam kategori rumah tangga ekonomi bawah berkisar antara 2 juta rupiah sampai 2,25 juta rupiah per bulan, sedangkan untuk pendapatan dua kategori yang lain tentunya berada diatas 2,25 juta rupiah per bulan.

2. Pemberian Skor Jawaban

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

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

A. Pemberian Kode dan Skor Variabel/Komponen Tunggal

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

- a) Jawaban “meningkat” diberi skor 1 (satu).
- b) Jawaban “tetap” diberi skor 0 (nol).
- c) Jawaban “menurun” diberi skor -1 (minus satu).

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

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

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

a. Pemberian Skor Jawaban Variabel/Komponen Interaksi

Sebagaimana disebutkan sebelumnya bahwa variabel pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi rumah tangga merupakan variabel interaksi. Perubahan harga barang dan jasa yang dikonsumsi rumah tangga juga dipengaruhi oleh total pengeluaran rumah tangga. Ketika harga barang dan jasa kebutuhan sehari-hari meningkat tinggi, namun rumah tangga masih memiliki kemampuan untuk melakukan peningkatan konsumsi (diproksi dengan total pengeluaran rumah tangga meningkat) maka diberikan skor tertinggi (skor 1). Sebaliknya, ketika harga barang dan jasa kebutuhan sehari-hari relatif sama atau menurun, namun rumah tangga justru tidak memiliki kemampuan untuk melakukan peningkatan konsumsi (diproksi dengan total pengeluaran rumah tangga menurun) maka diberikan skor terendah (skor -1). Pemberian skor secara rinci disajikan pada Tabel 3.2.

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

Interaksi		Total pengeluaran seluruh ART (kode di kuesioner)		
		Meningkat(1)	Tetap (2)	Menurun (3)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
brg/jasa kebutuhan RT (kode di	Meningkat Tinggi (1)	1	½	0
	Meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3)	½	0	- ½

	Relatif sama (4) atau menurun (5)	0	- ½	- 1	Keterangan : Skor
Skor - 1,					- ½, - Jika konsumsi sekarang menurun (3) dan perubahan harga brg/jasa meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3). - Jika konsumsi sekarang tetap (2) dan perubahan harga brg/jasa relatif sama (4) atau menurun (5). - Jika volume konsumsinya menurun dan perubahan harga brg/jasa relatif sama (4) atau menurun.
Skor 0,					- Jika konsumsi saat ini volumenya menurun (3) dan perubahan harga brg/jasa meningkat tinggi (1). - Jika konsumsi saat ini volumenya tetap (2) dan perubahan harga brg/jasa meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3). - Jika konsumsi saat ini volumenya meningkat (1) dan perubahan harga relatif sama (4) atau menurun (5).
Skor ½,					- Jika konsumsi saat ini volumenya tetap (2) dan perubahan harga brg/jasa meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3). - Jika konsumsi saat ini volumenya meningkat (1) dan perubahan harga brg/jasa relatif sama (4) atau menurun (5).
Skor 1,					- Jika konsumsi saat ini volumenya meningkat (1) dan perubahan harga brg/jasa meningkat tinggi (1).

Dengan cara dan dasar pemikiran yang sama pemberian skor dapat dilakukan pada variabel rencana pemberian barang

tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan. Perilaku rumah tangga dalam rencana pembelian barang tahan lama dipengaruhi oleh sumber dana yang dimiliki dan kondisi keuangan rumah tangga dalam 3 bulan terakhir. Pemberian skor tersebut secara rinci disajikan pada Tabel 3.2..

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

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

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

Keterangan :

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

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

3. Penghitungan Indeks Variabel.

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

Indeks setiap Variabel:

$$I_{vt} = \left[\left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^{n_i} T_inc_i \right) * 100 - \left(\frac{1}{n} \sum_{j=1}^{n_j} T_dec_j \right) * 100 \right] + 100$$

Dimana:

T_inc_i = responden yang menjawab meningkat

T_dec_j = responden yang menjawab menurun

n_i = jumlah responden yang menjawab meningkat

n_j = jumlah responden yang menjawab menurun

Range untuk indeks setiap variabel adalah $0 \leq I_{vt} \leq 200$

Indeks Gabungan

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

- Dimana:
- I_{vg} = indeks gabungan
- I_{vt} = indeks variabel tunggal
- n_{vt} = jumlah variabel tunggal
- Range untuk I_{vg} adalah $0 \leq I_{vg} \leq 200$

4. Penghitungan Indeks Indikator Kini dan Mendatang

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) terdiri dari Indeks Indikator Kini (IIK) dan Indeks Indikator Mendatang (IIM). Kedua indeks tersebut disusun secara terpisah. Masing-masing indeks indikator tersebut merupakan indeks rata-rata tertimbang dari beberapa indeks variabel pembentuknya. Untuk menghitung Indeks Indikator Kini dan Indeks Indikator Mendatang digunakan rumus sebagai berikut:

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

dan

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

Dimana:

w_l = penimbang variabel/komponen IIK

w_m = penimbang variabel/komponen IIM

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

m = 1, 2 (variabel/komponen IIM)

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

5. Penentuan Penimbang (w_i).

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

A. Indeks Indikator Kini (IIK).

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

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

dimana :

IIK = Indeks Indikator Kini

PD = Pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada triwulan berjalan

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

KK = Konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan

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

Besaran α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga terhadap IIK, α_2 mengindikasikan elastisitas pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari terhadap IIK, dan α_3 mengindikasikan elastisitas konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan saat ini terhadap IIK. Series data yang digunakan untuk menghitung penimbang adalah data Triwulan I-1990 sampai dengan Triwulan III-2015. Sebagai contoh, hasil penghitungan penimbang pada Triwulan III-2015 untuk masing-masing komponen IIK adalah :

- 1) Pendapatan seluruh anggota rumahtangga sebesar 0,5134
- 2) Pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari sebesar 0,2723
- 3) Volume konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan sebesar 0,2142

Penghitungan IIK dilakukan untuk menentukan nilai ITK pada triwulan berjalan sebagai gambaran kondisi ekonomi konsumen dan perilaku konsumsi konsumen terhadap situasi perekonomian secara umum pada triwulan berjalan.

B. Indeks Indikator Mendatang (IIM).

Komponen penyusun IIM untuk ITK terdiri atas pendapatan seluruh anggota keluarga 3 bulan yang akan datang dan rencana pembelian barang-barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan. Sejak triwulan I-2004, penimbang untuk ketiga komponen dihitung melalui fungsi *double log* sebagai berikut :

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

dimana :

IIM = Indeks Indikator Mendatang

PDM =Pendapatan seluruh anggota rumahtangga.

RTH =Rencana pembelian barang-barang tahan lama

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

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

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

- 1). Pendapatan seluruh anggota rumahtangga sebesar 0,6415
 - 2). Rencana pembelian barang-barang tahan lama sebesar 0,3585
- Penghitungan IIM dilakukan untuk memperkirakan nilai ITK pada triwulan berikutnya sebagai prediksi kondisi ekonomi konsumen dan perilaku konsumsi konsumen terhadap situasi perekonomian secara umum pada tiga bulan yang akan datang.

3.9 Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen.

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

- a. **Diatas 100 s/d 200** : jumlah jawaban "meningkat" lebih besar dari jawaban "menurun" artinya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan meningkat dibanding pada triwulan sebelumnya (untuk Indeks Indikator Kini) atau kondisi ekonomi konsumen

pada triwulan mendatang meningkat dibanding pada triwulan berjalan (untuk Indeks Indikator Mendatang).

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

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



BAB 4

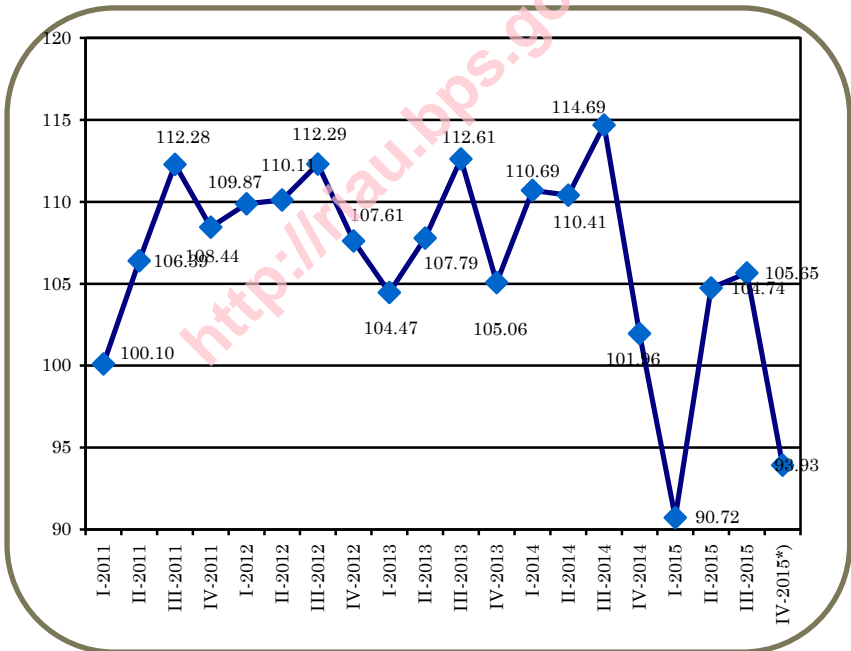
INDEKS TENDENSI KONSUMEN

2015

4.1. INDEKS TENDENSI KONSUMEN (ITK) 2015

Masyarakat di Provinsi Riau pada umumnya berpandangan optimis dalam mempersepsikan kondisi perekonomian regional. Hal ini ditunjukkan oleh ITK provinsi Riau selama lima tahun terakhir selalu optimis atau bernilai lebih dari 100 kecuali triwulan I tahun 2015 dan perkiraan triwulan IV tahun 2015.

Grafik 4.1. Indeks Tendensi Konsumen (ITK)
Provinsi Riau, 2011 - 2015



Keterangan: *) perkiraan ITK Triwulan IV 2015

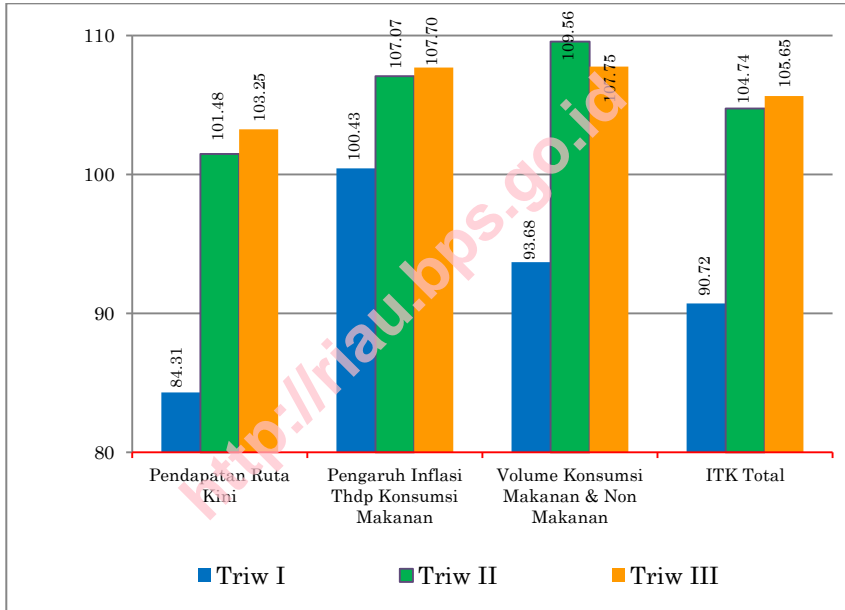
ITK triwulan I tahun 2015 sebesar 90,72 hal ini menunjukkan bahwa kondisi ekonomi konsumen mengalami penurunan dari triwulan sebelumnya atau tidak lebih baik dari

triwulan sebelumnya. Tingkat ekonomi konsumen cenderung pesimis pada triwulan I.

Pesimisme konsumen atas kondisi ekonomi triwulan I disebabkan oleh dua variabel pembentuk ITK (dibawah 100), yaitu tingkat konsumsi makanan dan bukan makanan 93,68 dan variabel pendapatan rumah tangga kini dengan indeks 84,31 sedangkan pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi sedikit optimis dengan indeks 100,43. Jika dilihat dari variabel pembentuk ITK, penurunan kondisi ekonomi konsumen disebabkan oleh aktivitas ekonomi yang belum banyak mengalami pergerakan dan menurunnya pendapatan rumah tangga. Selain itu, pada triwulan I-2015 tidak ada faktor musiman yang meningkatkan konsumsi rumah tangga seperti perayaan hari keagamaan atau libur sekolah yang terjadi pada triwulan sebelumnya sehingga konsumsi rumah tangga secara keseluruhan cenderung menurun. Sedangkan deflasi yang terjadi selama 3 bulan terakhir, tidak memberikan pengaruh terhadap konsumsi rumah tangga secara keseluruhan. Indeks tingkat konsumsi rumah tangga sebesar 93,68 disebabkan oleh konsumsi bukan makanan dan makanan dengan indeks masing-masing 88,06 dan 110,54. Pesimisme non makanan terjadi pada hampir semua komponen pembentuknya yang cenderung pesimis seperti pakaian (nilai indeks 84,45), komunikasi (nilai indeks 97,80), rekreasi/hiburan (nilai indeks 74,76), akomodasi (nilai indeks 75,25), perawatan kesehatan dan kecantikan (nilai indeks 92,08), sedangkan transportasi nilai indeksnya cenderung optimis 104,01. Namun untuk konsumsi makanan terjadi peningkatan pada komoditas bahan makanan (nilai indeks 120,67) dan makanan jadi di restoran/rumah makan (nilai indeks 100,42). Pada triwulan II dan III tahun 2015, perkembangan ekonomi

relatif sama dalam pandangan konsumen dengan nilai ITK sebesar 104,74 dan 105,65.

Grafik 4.2. Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Provinsi Riau menurut Variabel Pembentuknya



Optimisme konsumen atas kondisi ekonomi triwulan II didukung oleh semua variabel pembentuk ITK, yaitu pendapatan rumah tangga kini 101,48 pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi 107,07 dan tingkat konsumsi makanan dan bukan makanan 109,56. Sedangkan pada triwulan III optimisme konsumen atas kondisi ekonomi didukung oleh semua variabel pembentuk ITK, yaitu pendapatan rumah tangga kini 103,25

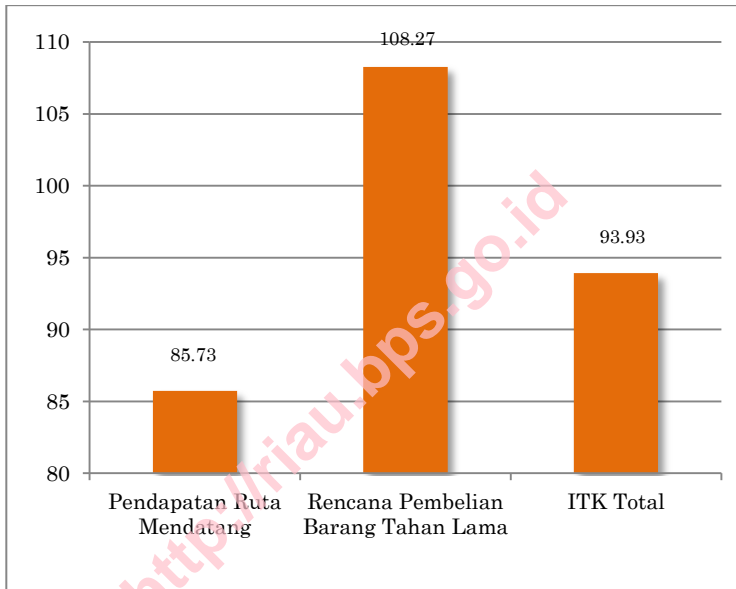
pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi 107,70 dan indeks tingkat konsumsi makanan dan bukan makanan sebesar 108,75.

4.2. PERKIRAAN INDEKS TENDENSI KONSUMEN (ITK) TRIWULAN IV-2015

Nilai ITK provinsi Riau pada Triwulan IV-2015 diperkirakan sebesar 93,93 artinya kondisi ekonomi konsumen diperkirakan mengalami penurunan pada Triwulan IV. Tingkat ekonomi konsumen diperkirakan cenderung pesimis dibandingkan dengan Triwulan III.

Perkiraan menurunnya kondisi ekonomi konsumen disebabkan oleh pesimisme variabel pendukungnya. Konsumen cenderung pesimis dalam memperkirakan perekonomian di Triwulan IV-2015 dibandingkan kondisi ekonomi Triwulan III. Hal ini ditunjukkan oleh nilai ITK di provinsi Riau pada Triwulan IV-2015 diperkirakan sebesar 93,93. Pesimisme ini tercermin dari variabel pembentuk ITK di Triwulan IV yaitu pendapatan pada Triwulan IV (nilai indeks 85,73). Sedangkan rencana konsumen dalam pembelian barang tahan lama, rekreasi dan pesta/hajatan cenderung optimis dengan nilai indeks 108,27.

Grafik 4.3. Perkiraan ITK Provinsi Riau Triwulan IV-2015 menurut Variabel Pembentuknya



4.3. PERBANDINGAN REGIONAL

Kondisi perekonomian seluruh provinsi di pulau Sumatera pada triwulan I-2015 agak menurun dalam pandangan konsumen, hal ini ditunjukkan oleh nilai ITK yang sedikit pesimis pada setiap provinsi kecuali Provinsi Aceh, Sumut dan Kepri yang masih optimis. Sedangkan triwulan II semakin baik dalam pandangan konsumen, ditunjukkan oleh nilai ITK yang optimis pada setiap provinsi kecuali provinsi Kepulauan Bangka Belitung dan Provinsi Jambi. Kondisi ekonomi pada Triwulan III-

2015 semakin baik dalam pandangan konsumen, ditunjukkan oleh nilai ITK yang optimis pada setiap provinsi. Begitu juga dengan kondisi ekonomi konsumen secara nasional, optimis pada setiap triwulannya.

ITK provinsi Riau Triwulan III sejalan dengan kondisi ekonomi Sumatera, persepsi konsumen mengenai kondisi ekonomi nasional juga optimis ditunjukkan dengan angka indeks 105,65. provinsi Aceh merupakan provinsi paling optimis dibandingkan provinsi lain di Sumatera, dengan nilai indeks sebesar 110,29 atau lebih tinggi dibanding ITK nasional. Sementara provinsi Sumatera barat memiliki optimisme terendah di pulau Sumatera dengan nilai ITK sebesar 100,61.

Perkiraan kondisi ekonomi pada Triwulan IV-2015 agak menurun dalam pandangan konsumen yang terjadi hampir di seluruh provinsi di Sumatera, hal ini ditunjukkan dengan nilai indeks yang sedikit pesimis kecuali Provinsi Aceh, Jambi, Sumatera Selatan dan Kepulauan Riau. Provinsi Kepulauan Riau diperkirakan akan menjadi provinsi yang paling optimis di Sumatera dengan tingkat optimisme yang lebih tinggi dibanding nasional. Sedangkan Provinsi Riau diperkirakan memiliki optimisme rendah yang tidak lebih tinggi dari optimisme nasional pada Triwulan yang akan datang. Sementara tingkat optimisme provinsi Kepulauan Bangka Belitung diperkirakan akan lebih kecil dibanding optimisme provinsi lain di Sumatera.

Tabel 4.1. Indeks Tendensi Konsumen 2015 Provinsi se-Sumatera dan Nasional

No	Provinsi	Indeks Tendensi Konsumen			Perkiraan ITK Triwulan IV
		Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	
(1)	(2)	(4)	(5)	(6)	(7)
1.	Aceh	100,33	107,92	110,29	100,92
2.	Sumatera Utara	100,48	101,60	102,17	93,46
3.	Sumatera Barat	94,58	101,07	100,61	95,44
4.	R i a u	90,72	104,74	105,65	93,93
5.	J a m b i	91,66	99,57	101,02	102,32
6.	Sumatera Selatan	99,97	101,97	107,31	101,70
7.	Bengkulu	96,54	105,55	107,07	97,34
8.	Lampung	93,38	102,57	101,34	94,99
9.	Kep. Bangka Belitung	92,19	97,90	105,54	91,17
10.	Kep. R i a u	101,80	108,82	101,92	107,31
Indonesia		100,87	105,22	109,00	102,57



LAMPIRAN

<http://riau.pns.go.id>

Lampiran 1. Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2015
Menurut Variabel Pembentuknya

Variabel Pembentuk	Triwulan		
	I	II	III
(1)	(2)	(3)	(4)
Pendapatan rumah tangga kini	84,31	101,48	103,25
Pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi	100,43	107,07	107,70
Tingkat konsumsi bahan makanan, makanan jadi di restoran/ rumah makan, dan bukan makanan (pakaian, perumahan, pendidikan, transportasi, komunikasi, kesehatan, dan rekreasi)	93,68	109,56	108,75
Indeks Tendensi Konsumen	90,72	104,74	105,65

Lampiran 2. Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan IV-2015 Menurut Variabel Pembentuknya

Variabel Pembentuk	Perkiraan ITK Triw IV - 2015
(1)	(2)
Perkiraan pendapatan rumah tangga mendatang	85,73
Rencana pembelian barang tahan lama (elektronik, perhiasan, perangkat komunikasi, meubelair, peralatan rumah tangga, kendaraan bermotor, tanah, rumah), rekreasi dan pesta/haratan	108,27
Indeks Tendensi Konsumen	93,93

Lampiran 3. Perkembangan Nilai ITK Tahun 2011- 2015

Tahun	Indeks Tendensi Konsumen			
	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2011	100,10	106,39	112,28	108,44
2012	109,87	110,11	112,29	107,61
2013	104,47	107,79	112,61	105,06
2014	110,69	110,41	114,69	101,96
2015	90,72	104,74	105,65	93,93 *)

Keterangan: *) Perkiraan

Lampiran 4. Kuesioner STK Tahun 2015



REPUBLIK INDONESIA
BADAN PUSAT STATISTIK

SURVEI TENDENSI KONSUMEN 2015

RAHASIA

Triwulan IV-2015

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

*) Coret yang tidak perlu

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

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

BLOK IV. PERSEPSI TERHADAP KONDISI EKONOMI	
A. PENDAPATAN RUMAH TANGGA	
<p>1. Bagaimana pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama 3 bulan terakhir (Oktober-Desember 2015) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (Juli-September 2015)</p> <p style="text-align: center;">Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3</p> <p style="text-align: center;">Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 3</p>	<input type="checkbox"/>
<p>2. Apakah penyebab utama pendapatan meningkat atau menurun pada Rincian 1 (<i>lihat PILIHAN JAWABAN 1</i>)</p> <p>Lainnya (tuliskan)</p>	<input type="checkbox"/>
<p>3. Bagaimana perkiraan pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama 3 bulan mendatang (Januari-Maret 2016) dibandingkan 3 bulan terakhir (Oktober-Desember 2015):</p> <p style="text-align: center;">Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3</p> <p style="text-align: center;">Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 5</p>	<input type="checkbox"/>
<p>4. Apakah penyebab utama perkiraan pendapatan meningkat atau menurun pada Rincian 3 (<i>lihat PILIHAN JAWABAN 1</i>)</p> <p>Lainnya (tuliskan)</p>	<input type="checkbox"/>
PILIHAN JAWABAN 1 (untuk Rincian 2 dan 4)	
<p><u>Jawaban meningkat:</u></p> <p>Peningkatan gaji/penghasilan usaha -1</p> <p>Mendapat tambahan upah/bonus -2</p> <p>Mendapat pekerjaan/usaha sampingan -3</p> <p>Mendapat hadiah/arisan/warisan -4</p> <p>Lainnya -5</p>	<p><u>Jawaban menurun :</u></p> <p>Penurunan gaji/penghasilan usaha -6</p> <p>Pekerjaan/usaha sampingan berhenti -7</p> <p>Ada anggota keluarga yg berhenti bekerja/berusaha -8</p> <p>Lainnya -9</p>
B. PERUBAHAN HARGA BARANG DAN JASA	
<p>5. Bagaimana perubahan harga barang/jasa kebutuhan rumah tangga selama 3 bulan terakhir (Oktober-Desember 2015) dibandingkan 3 bulan yang lalu (Juli-September 2015):</p> <p style="text-align: center;">Meningkat tajam (> 20%) -1 Relatif sama -4</p> <p style="text-align: center;">Meningkat sedang (10-20%) -2 Menurun -5</p> <p style="text-align: center;">Meningkat sedikit (<10%) -3</p>	<input type="checkbox"/>

C. PENGELUARAN DAN KONSUMSI RUMAH TANGGA			
6. Bagaimana volume/frekuensi konsumsi barang/jasa di bawah ini selama 3 bulan terakhir (Oktober-Desember 2015) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (Juli-September 2015)			
Kelompok Barang/Jasa	Meningkat	Tetap	Menurun
Perubahan Volume:			
1. Bahan makanan/minuman.	1	2	3
2. Makanan/minuman jadi, rokok, tembakau, dan makan di restoran/rumah makan.	1	2	3
3. Pakaian	1	2	3
4. Pembelian Pulsa HP	1	2	3
5. Pendidikan	1	2	3
Perubahan Frekuensi:			
6. Rekreasi/hiburan (nonton di bioskop, karaoke, ke tempat hiburan)	1	2	3
7. Akomodasi (hotel/penginapan)	1	2	3
8. Transportasi	1	2	3
9. Perawatan kesehatan dan kecantikan (gym, salon, spa, dll.)	1	2	3
7. Bagaimana total pengeluaran seluruh anggota rumah tangga selama 3 bulan terakhir (Oktober-Desember 2015) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (Juli-September 2015):			
<p>Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3</p> <p>Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 9</p>			
8. Apakah penyebab utama total pengeluaran rumah tangga meningkat atau menurun pada Rincian 7 (<i>lihat PILIHAN JAWABAN 2 di lembar berikut</i>)			
Lainnya (tuliskan)			
9. Bagaimana perkiraan total pengeluaran seluruh anggota rumah tangga selama 3 bulan mendatang (Januari-Maret 2016) dibandingkan 3 bulan terakhir (Oktober-Desember 2015):			
<p>Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3</p> <p>Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 11</p>			

<p>10. Apakah penyebab utama perkiraan total pengeluaran rumah tangga meningkat atau menurun pada Rincian 9 (<i>lihat PILIHAN JAWABAN 2</i>)</p> <p>Lainnya (tuliskan)</p>	<input type="checkbox"/>												
PILIHAN JAWABAN 2 (untuk Rincian Nomor 8 dan 10)													
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left; width: 50%;"><u>Jawaban meningkat :</u></th> <th style="text-align: left; width: 50%;"><u>Jawaban menurun :</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><i>Peningkatan penghasilan</i> -1</td> <td><i>Penurunan penghasilan</i> -6</td> </tr> <tr> <td><i>Peningkatan harga barang dan jasa</i> -2</td> <td><i>Penurunan harga barang dan jasa</i> -7</td> </tr> <tr> <td><i>Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan terakhir</i> -3</td> <td><i>Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan sebelumnya</i> -8</td> </tr> <tr> <td><i>Sedang membutuhkan atau ada kebutuhan mendadak/darurat</i> -4</td> <td><i>Melakukan penghematan</i> -9</td> </tr> <tr> <td><i>Lainnya</i> -5</td> <td><i>Lainnya</i> -10</td> </tr> </tbody> </table>		<u>Jawaban meningkat :</u>	<u>Jawaban menurun :</u>	<i>Peningkatan penghasilan</i> -1	<i>Penurunan penghasilan</i> -6	<i>Peningkatan harga barang dan jasa</i> -2	<i>Penurunan harga barang dan jasa</i> -7	<i>Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan terakhir</i> -3	<i>Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan sebelumnya</i> -8	<i>Sedang membutuhkan atau ada kebutuhan mendadak/darurat</i> -4	<i>Melakukan penghematan</i> -9	<i>Lainnya</i> -5	<i>Lainnya</i> -10
<u>Jawaban meningkat :</u>	<u>Jawaban menurun :</u>												
<i>Peningkatan penghasilan</i> -1	<i>Penurunan penghasilan</i> -6												
<i>Peningkatan harga barang dan jasa</i> -2	<i>Penurunan harga barang dan jasa</i> -7												
<i>Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan terakhir</i> -3	<i>Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan sebelumnya</i> -8												
<i>Sedang membutuhkan atau ada kebutuhan mendadak/darurat</i> -4	<i>Melakukan penghematan</i> -9												
<i>Lainnya</i> -5	<i>Lainnya</i> -10												
D. KONDISI KEUANGAN RUMAH TANGGA													
<p>11. Gambaran kondisi keuangan rumah tangga Bapak/Ibu selama 3 bulan terakhir (Oktober-Desember 2015):</p> <p><i>Menabung lebih banyak dibanding Triwulan sebelumnya</i> -1</p> <p><i>Menabung relatif sama dibanding Triwulan sebelumnya</i> -2</p> <p><i>Menabung lebih sedikit dibanding Triwulan sebelumnya</i> -3</p> <p><i>Tidak dapat menabung sama sekali</i> -4</p> <p><i>Mengambil tabungan</i> -5</p> <p><i>Harus meminjam uang/mengajukan barang</i> -6</p>	<input type="checkbox"/>												
<p>12. Bagaimana peluang rumah tangga Bapak/Ibu untuk menabung selama 3 bulan mendatang (Januari-Maret 2016):</p> <p><i>Sangat mungkin</i> -1 <i>Mungkin</i> -2 <i>Tidak mungkin</i> -3</p>	<input type="checkbox"/>												
E. KETERSEDIAAN LAPANGAN PEKERJAAN													
<p>13. Bagaimana ketersediaan lapangan pekerjaan (formal dan non formal) selama 3 bulan terakhir (Oktober-Desember 2015) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (Juli-September 2015):</p> <p><i>Lebih banyak</i> -1 <i>Sama</i> -2 <i>Lebih sedikit</i> -3</p>	<input type="checkbox"/>												
<p>14. Bagaimana perkiraan ketersediaan lapangan pekerjaan (formal dan non formal) selama 3 bulan mendatang (Januari-Maret 2016) dibandingkan 3 bulan terakhir (Oktober-Desember 2015):</p> <p><i>Lebih banyak</i> -1 <i>Sama</i> -2 <i>Lebih sedikit</i> -3</p>	<input type="checkbox"/>												

F. PEMBELIAN BARANG TAHAN LAMA			
15. Menurut Bapak/Ibu, apakah dalam 3 bulan terakhir (Oktober-Desember 2015) merupakan waktu yang tepat bagi rumah tangga untuk membeli barang-barang tahan lama , seperti barang elektronik, peralatan rumah tangga, perhiasan logam/batu mulia, perabot meubelair, perangkat komunikasi, dan alat olahraga dan kesehatan:			<input type="checkbox"/>
<i>Ya, waktu yang tepat</i> -1 <i>Tidak, bukan waktu yang tepat</i> -2 <i>Lainnya</i> -3			
16. Apakah Bapak/Ibu mempunyai rencana untuk membeli barang-barang tahan lama dan melakukan aktivitas di bawah ini selama 3 bulan mendatang (Januari-Maret 2016)			
Kelompok Barang/Jasa	Jika isian kolom 2 berkode 1, rencana sumber dana:		Jika kolom 2 berkode 2, alasan utama Bapak/Ibu: Dana tidak ada -1 Tidak / belum butuh -2 Sudah memiliki -3
	Ya -1 Tidak -2	Tabungan -1 Pendapatan -2 Pinjaman -3 Pemberian -4 Belum Tahu -5	
(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.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Membeli perhiasan logam/batu mulia (emas, permata, mutiara, dll.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Membeli perangkat komunikasi (HP, tablet, dll.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Merencanakan Rekreasi (ke luar kota/luar negeri termasuk menginap di hotel dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Merencanakan Pesta dan Hajatan (pemikahan, khitanan, ulang tahun, dll.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Membeli motor/mobil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Merenovasi rumah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Membeli rumah /tanah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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 sampai dengan kolom 4.

BLOK VI. CATATAN

Lampiran 5. Daftar Sampel STK Tahun 2015

KAB	KEC	DESA	NAMA DESA	Banyak Blok Sensus Sampel
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
01	020	009	Pasar Emas	1
	030	019	Simpang Tiga	1
03	020	003	Pulau Kijang	1
	040	003	Kuala Enok	1
	061	002	Tembilahan Kota	1
08	061	002	Tembilahan Hulu	1
	010	022	Sebangar	1
	010	016	Balik Alam	1
	010	020	Babussalam	1
	010	021	Air Jamban	1
	020	016	Sungai Palming	1
	040	010	Senggoro	1
09	020	031	Bahtera Makmur Kota	1
	020	001	Bahtera Makmur	1
	040	013	Bagan Hulu	1
	040	016	Bagan Barat	1
71	010	005	Sidomulyo Barat	1
	010	007	Delima	1
	060	008	Pulau Karam	1
	010	007	Tuah Karya	1
	020	001	Simpang Tiga	2
	021	001	Tengkerang Tengah	1
	021	004	Sidomulyo Timur	1
	022	004	Pesisir	1
	081	005	Limbangan Baru	1
	022	003	Rejosari	1

Kab	KEC	DESA	NAMA DESA	Banyak Blok Sensus Sampel
73	021	005	Ratu Sima	1
	021	003	Bumi Ayu	1
	030	007	Bukit Batrem	1
	031	001	Rimba Sekampung	1
	020	009	Simpang Tetap Darul Ihsan	1
JUMLAH				32



DATA

MENCERDASKAN BANGSA



BADAN PUSAT STATISTIK PROVINSI RIAU

Jl. Pattimura No.12 Pekanbaru, Riau 28131

Telp. (0761) 23042, 21336

Fax. (0761) 21336

Email: bps1400@bps.go.id

Website: <http://riau.bps.go.id>