



Katalog BPS : 9202001.62

# **INDEKS TENDENSI KONSUMEN**

## **KALIMANTAN TENGAH**

### **2014**



**BADAN PUSAT STATISTIK**  
**PROVINSI KALIMANTAN TENGAH**



**INDEKS TENDENSI KONSUMEN  
KALIMANTAN TENGAH**

**2014**

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

# INDEKS TENDENSI KONSUMEN KALIMANTAN TENGAH 2014

ISSN : 2089-5984  
Nomor Publikasi : 62550.1409  
Katalog BPS : 9202003.62

Ukuran Buku : 15 cm x 21 cm  
Halaman : ix + 44 halaman

Naskah :  
Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

## Tim Penyusun Naskah:

Penanggung Jawab Umum : Sukardi  
Penanggung Jawab Teknis : Maria Wahyu Utami  
Koordinator : Anik Aida Fatma M  
Hentiek Puspitawati  
Anggota : Khalid Zuhri  
Lorie Lina  
Sri Irmayani  
Annisa Purbaning Tyas

## Gambar Kulit dan Tata Letak:

Koordinator : Bob Setiabudi  
Anggota : Ervin Prasetyaning A.

## Diterbitkan Oleh :

Badan Pusat Statistik  
Provinsi Kalimantan Tengah

**Boleh Dikutip Dengan Menyebut Sumbernya**

## KATA PENGANTAR

Publikasi Indeks Tendensi Konsumen Kalimantan Tengah 2014 ini merupakan penerbitan keempat sejalan dengan dimulainya penghitungan Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Kalimantan Tengah. Publikasi ini berisi hasil penghitungan dan analisis Indeks Tendensi Konsumen Triwulanan tahun 2014. Indeks Tendensi Konsumen merupakan salah satu informasi tentang perkembangan ekonomi menurut persepsi konsumen dan sinyal awal mengenai perkiraan kondisi ekonomi secara triwulanan. Informasi ini diharapkan dapat membantu Pemerintah Daerah, dunia usaha dan *stakeholders* dalam menyikapi dan menentukan kebijakan untuk mendorong perkembangan ekonomi di Kalimantan Tengah.

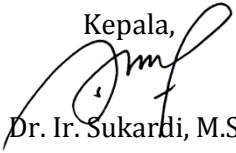
Kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyusunan publikasi ini disampaikan penghargaan dan terima kasih. Kritik dan saran yang konstruktif kami nantikan demi perbaikan dan penyempurnaan pada penerbitan publikasi yang sama periode berikutnya.

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

Palangka Raya, Desember 2014

Badan Pusat Statistik  
Provinsi Kalimantan Tengah

Kepala,



Dr. Ir. Sukardi, M.Si



## DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi .....	v
Daftar Tabel .....	vii
Daftar Gambar .....	ix
Bab I Pendahuluan .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan.....	2
1.3. Cakupan Penelitian .....	2
1.4. Sistematika Penulisan .....	3
Bab II Kajian Literatur .....	5
2.1 <i>Consumer Sentiment Index</i> (CSI) .....	5
2.2 <i>Consumer Confidence Index</i> (CCI) .....	6
2.3 Survei Konsumen (Bank Indonesia).....	9
Bab III Metodologi Penghitungan .....	11
3.1 Variabel Pembentuk.....	11
3.2 Prosedur Penghitungan Indeks.....	14
3.3 Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen.....	20
Bab IV Hasil Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen.....	23
4.1 Profil Rumah Tangga Tahun 2014.....	23
4.2 Komponen Variabel Indeks Indikator Kini.....	26
Bab V Kesimpulan .....	37
Daftar Pustaka .....	39
Lampiran Kuesioner.....	41





## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.1	Persentase Kepala Rumah Tangga Responden Menurut Tingkat Pendidikan dan Periode Waktu (Triwulan), 2013-2014 .....	23
Tabel 4.1.2	Persentase Kepala Rumah Tangga Responden Menurut Sektor Pekerjaan/Usaha dan Periode Waktu (Triwulan), 2013-2014 .....	24
Tabel 4.1.3	Persentase Kepala Rumah Tangga Responden Menurut Status Pekerjaan Utama dan Periode Waktu (Triwulan), 2014-2014 .....	25
Tabel 4.1.4	Persentase Kepala Rumah Tangga Responden Menurut Rata-Rata Pendapatan Sebulan dan Periode Waktu (Triwulan), 2013-2014 .....	25
Tabel 4.2.1	Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Menurut Variabel Pembentuknya Triwulan IV-2014 .....	34
Tabel 4.4.1	Indeks Tendensi Konsumen Triwulan IV Tahun 2013, Triwulan I-III Tahun 2014 dan Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan IV Tahun 2014.....	36



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.2.1.	Indeks Tendensi Konsumen, 2011 - 2014 .....	26
Gambar 4.2.2.	Indeks Pendapatan Rumah Tangga Kini, 2011 - 2014 .....	29
Gambar 4.2.3.	Indeks Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi, 2011 - 2014 .....	30
Gambar 4.2.4.	Indeks Tingkat Konsumsi, 2011 - 2014 .....	31
Gambar 4.2.5.	Indeks Tingkat Konsumsi Makanan dan Non Makanan, 2014 .....	32
Gambar 4.2.6.	Perbandingan Regional Indeks Tendensi Konsumen, 2014.....	35



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

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

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

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

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

## **1.2. Tujuan**

Tujuan penyusunan ITK adalah:

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

## **1.3. Cakupan Penelitian**

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) dihasilkan melalui Survei Tendensi Konsumen (STK). STK di Provinsi Kalimantan Tengah dilakukan secara triwulanan yang dilaksanakan pada bulan Februari, Mei, Agustus dan November tahun 2014 dimana respondennya merupakan sub-sampel dari Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) khusus di daerah perkotaan.

## 1.4 Sistematika Penulisan

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

1. Bab I Pendahuluan, yang terdiri dari : Latar Belakang, Tujuan, Cakupan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.
2. Bab II Kajian Literatur, menyajikan berbagai penelitian yang pernah dilakukan mengenai Indeks Tendensi Konsumen.
3. Bab III Metodologi Penghitungan 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 2014 beserta perkembangannya per triwulan.
5. Bab V Kesimpulan, menyajikan ringkasan indikator dini perekonomian secara umum dilihat dari perkembangan kondisi ekonomi rumahtangga (sisi konsumen) selama tahun 2014.





## BAB II KAJIAN LITERATUR

### 2.1 *Consumer Sentiment Index (CSI)*

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

Indeks Sentimen Konsumen disusun sebagai 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 pasar bursa merupakan salah satu Indikator Pendahulu (*Leading Indicator*) dari kondisi perekonomian suatu negara. Nilai indeks PMI diinterpretasikan sebagai berikut : nilai indeks di bawah 50 mengindikasikan kondisi perekonomian mengalami kontraksi, sedangkan di atas 50 menandakan kondisi perekonomian mengalami ekspansi.

Variabel-variabel yang digunakan untuk menyusun PMI antara lain: belanja perusahaan terhadap saham,

pembelian barang tahan lama dan total penjualan kendaraan mobil. Dua variabel terakhir menunjukkan bahwa semakin tinggi volumenya, semakin tinggi pula permintaan akan barang tahan lama dan mobil. Akibatnya, suplai barang dari produsen juga meningkat yang tentunya akan memberikan dampak pada peningkatan kesempatan kerja. Di lain pihak, permintaan akan barang tahan lama dan kendaraan juga merupakan gambaran dari konsumsi 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 sentimen 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 (CCI)**

Disamping *Consumer Sentiment Index (CSI)*, jenis indeks lain yang serupa adalah *Consumer Confidence Index (CCI)* atau Indeks Kepercayaan Konsumen (IKK) yang diperkenalkan oleh *The Conference Board*. *The Conference Board* telah melakukan penghitungan IKK atau *CCI* sejak tahun 1985 melalui Survei Kepercayaan Konsumen. IKK ditentukan berdasarkan tingkat optimisme konsumen

terhadap kondisi perekonomian, yang disajikan dalam bentuk indeks yang secara normatif ditentukan dalam nilai 100. Nilai indeks ini merupakan proporsi dari pendapat konsumen mengenai kondisi saat ini dengan bobot sebesar 40 persen dan kondisi mendatang dengan bobot sebesar 60 persen.

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

Survei Kepercayaan Konsumen dilakukan setiap bulan dengan jumlah responden sekitar 5.000 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 *Diffussion Index*. Besarnya indeks menunjukkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap kondisi perekonomian pada periode tertentu terhadap periode pembandingnya. Apabila pertumbuhan indeks kurang dari 5 persen, maka kepercayaan konsumen cenderung tetap atau *stagnant*, tetapi bila pertumbuhan lebih dari 5 persen maka kepercayaan konsumen meningkat dibanding periode pembandingnya.

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

Kelebihan dari survei ini adalah :

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

Kelemahan dari survei ini adalah :

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

## 2.3 Survei Konsumen (Bank Indonesia)

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

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



## BAB III METODOLOGI PENGHITUNGAN

### 3.1 Variabel Pembentuk

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

(konsumen) dan rencana untuk membeli barang-barang tahan lama pada periode tiga bulan mendatang.

Sejak Triwulan I-2013 dilakukan penyempurnaan kuesioner jika dibandingkan dengan tahun 2012 yaitu mempertajam variabel tingkat konsumsi makanan dan bukan makanan rumah tangga serta rencana pembelian barang tahan lama. Perubahan tersebut tidak menghilangkan apa yang ditanyakan pada kuesioner tahun 2012, namun hanya berupa perampingan beberapa pertanyaan yang dirinci menurut jenis-jenis komoditi makanan dan bukan makanan menjadi kelompok makanan dan bukan makanan yang relevan. Oleh karena itu, penyempurnaan kuesioner tidak melakukan perubahan yang mendasar sehingga secara cakupan komoditi antar triwulan dengan periode sebelumnya masih terbanding.

Pertanyaan konsumsi beberapa komoditi makanan yang dirinci menurut jenisnya dikelompokkan menjadi kelompok bahan makanan dan makanan jadi di restoran/rumah makan. Hal yang sama juga dilakukan untuk komoditi bukan makanan yang dirinci menurut jenisnya disusun ulang menurut kelompoknya. Pertanyaan rencana pembelian tahan lama juga mengalami pengelompokan jenis-jenis barang tahan lama sesuai dengan kelompoknya dan memunculkan variabel merencanakan pesta/hajatan (pernikahan, khitanan, ulang tahun, dll.), rencana membeli tanah, dan rencana membeli rumah.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, adalah sebagai berikut :

- i. Variabel Indeks Indikator Kini (IIK)



- a. Pendapatan seluruh anggota keluarga pada periode 3 (tiga) bulan terakhir.
  - b. Pengaruh inflasi terhadap konsumsi makanan dan bukan makanan.
  - c. Volume konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan:
    - Makanan: bahan makanan dan makanan jadi di restoran/rumah makan.
    - Bukan Makanan: perumahan (listrik, gas, dan bahan bakar); pakaian, sepatu, tas; kesehatan, peralatan kesehatan, jasa rumah sakit; pendidikan; rekreasi (termasuk penginapan/hotel); transportasi/angkutan; dan komunikasi.
- ii. Variabel Indeks Indikator Mendatang (IIM) :
- a. Pendapatan seluruh anggota keluarga.
  - b. Rencana pembelian barang-barang tahan lama:
    - 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.)
- Membeli tanah
- Membeli rumah

### **3.2 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 (IIK 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 pembeda dalam penghitungan indeks.

#### **2. Pemberian skor jawaban**

Pemberian skor jawaban untuk IIK (pendapatan rumah tangga kini dan pengaruh inflasi terhadap konsumsi makanan sehari-hari) dan IIM (pendapatan rumah tangga mendatang)

Setiap variabel diatas diberi skor sebagai berikut:

- a. Jawaban “meningkat” diberi skor 2 (dua).
- b. Jawaban “tetap” diberi skor 1 (satu).
- c. Jawaban “menurun” diberi skor 0 (nol).

Skor jawaban dari seluruh responden untuk masing-masing variabel terpilih dijumlahkan, untuk memperoleh Total Skor (TS).

### **3. Pemberian skor jawaban konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan.**

Untuk variabel konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan Jumlah komoditi yang dikonsumsi rumah tangga yang ditanyakan pada Survei Tendensi Konsumen terdiri dari 9 macam komoditi makanan dan 9 komoditi non makanan. Kepada responden ditanyakan volume konsumsi setiap jenis komoditi pada triwulan terakhir dibandingkan dengan periode tiga bulan sebelumnya apakah sama, lebih banyak atau lebih sedikit. Masing-masing komoditi akan diberi skor 0 jika konsumsi sekarang lebih sedikit dibandingkan 3 bulan yang lalu, skor 1 jika volume konsumsinya tetap/sama atau tidak mengkonsumsi dan skor 2 jika konsumsi saat ini volumenya lebih banyak daripada 3 bulan yang lalu. Skor-skor tiap komoditi akan digunakan sebagai skor total untuk penghitungan indeks tiap komoditi. Khusus untuk Indeks variabel konsumsi makanan dan bukan makanan dihitung dengan rata-rata tertimbang dari *Diffusion Indeks* tiap komoditi. Penimbang masing-masing komoditi diperoleh dari SUSENAS yaitu proporsi rata-rata nilai pengeluaran setiap komoditi terhadap rata-rata pengeluaran rumahtangga dalam sebulan. Penimbang komoditi ini juga dibedakan menurut golongan pendapatan rumah tangga.

### **4. Skor jawaban variabel pembelian barang tahan lama**

Banyaknya jenis barang tahan lama yang ditanyakan pada variabel rencana pembelian barang tahan lama terdiri dari 11 jenis barang. Untuk masing-masing jenis barang tersebut ditanyakan apakah responden berencana untuk membeli, sumber dana, dan alasan tidak membeli.

Pemberian skor untuk variabel tahan lama tersebut adalah sebagai berikut :

x = menyatakan rencana barang yang akan dibeli.

y = menyatakan jumlah barang tahan lama yang sumber dananya tabungan, pendapatan, pinjaman, dan pemberian.

z = menyatakan alasan tidak membeli barang karena tidak/belum butuh.

Skor 2, jika  $x > 0$ , artinya responden telah berencana untuk membeli barang tahan lama tersebut minimal 1 item/jenis.

Skor 1, jika  $x > 0$  dan  $y = 0$ , atau  $x = 0$  dan  $z > 0$ , artinya jika responden mempunyai rencana membeli tetapi sumber dananya tidak tahu, atau tidak mempunyai rencana membeli tetapi tidak/belum perlu.

Skor 0, jika  $x = 0$  dan  $z = 0$ , artinya responden tidak berencana untuk membeli barang tahan lama karena tidak mempunyai dana.

## 5. Penghitungan Indeks Variabel

Selanjutnya untuk mendapatkan indeks dari 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 :

$$Iv_i = \frac{(W_1 TS_{<2jt}) + (W_2 TS_{\geq 2jt})}{(W_1 n_{<2jt}) + (W_2 n_{\geq 2jt})} \times 100\%$$

dimana :

$Iv_i$  = indeks variabel terpilih ke-i  
 $TS_{<2jt}$  = total skor untuk responden dengan pengeluaran < 2 juta rupiah

TS $\geq$ 2jt	= total skor untuk responden dengan pengeluaran $\geq$ 2 juta rupiah
W1	= penimbang untuk rumah tangga dengan pengeluaran < 2 juta rupiah
W2	= penimbang untuk rumah tangga dengan pengeluaran $\geq$ 2 juta rupiah
n<2jt	= jumlah responden dengan pengeluaran < 2 juta rupiah
n $\geq$ 2jt	= jumlah responden dengan pengeluaran $\geq$ 2 juta rupiah

## 6. 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:

$$IIK \text{ atau } IIM = \frac{\sum (w_i \times Iv_i)}{\sum w_i}$$

dimana :

- IIK = Indeks Indikator Kini.
- IIM = Indeks Indikator Mendatang.
- w<sub>i</sub> = Penimbang variabel ke i
- Iv<sub>i</sub> = Indeks variabel terpilih ke-i

## 7. Penentuan Penimbang.

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

### a. Indeks Indikator Kini (IIK)

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

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

dimana :

IIK	= Indeks Indikator Kini
PDK	= Pendapatan seluruh anggota 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  $\alpha_1$  mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga terhadap IIK,  $\alpha_2$  mengindikasikan elastisitas pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari terhadap IIK, dan  $\alpha_3$  mengindikasikan elastisitas konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan saat ini terhadap IIK. Series data yang digunakan untuk menghitung penimbang adalah data Triwulan I-1990 sampai dengan triwulan sebelum triwulan bersangkutan.

Sebagai contoh, hasil penghitungan penimbang pada Triwulan III-2012 untuk masing- masing komponen IIK adalah :

- a. Pendapatan seluruh anggota rumahtangga sebesar 0,5134
- b. Pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari sebesar 0,2723
- c. 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. 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  $\alpha_1$  mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada triwulan mendatang terhadap IIM dan  $\alpha_2$  mengindikasikan elastisitas rencana pembelian barang-barang tahan

lama terhadap IIM. Sebagaimana IIK, series data yang digunakan untuk menghitung penimbang IIM juga menggunakan series data Triwulan I-1990 sampai dengan triwulan sebelum triwulan bersangkutan.

Sebagai contoh, hasil penghitungan penimbang pada Triwulan II-2014 untuk masing-masing komponen IIM adalah :

- a. Pendapatan seluruh anggota rumah tangga sebesar 0,6415
- b. 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.

### **3.3 Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen**

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

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



konsumen pada triwulan berjalan hampir sama dengan triwulan sebelumnya (untuk Indeks Indikator Kini) atau kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang sama dengan pada triwulan berjalan (untuk Indeks Indikator Mendatang).

- c. Kurang dari 100 : jumlah jawaban "menurun" lebih besar dari jawaban "meningkat", artinya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan menurun dibanding keadaan triwulan sebelumnya (untuk Indeks Indikator Kini) atau kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang menurun dibanding pada triwulan berjalan (untuk Indeks Indikator Mendatang).



**BAB IV**  
**HASIL PENGHITUNGAN**  
**INDEKS TENDENSI KONSUMEN**

**4.1 Profil Rumah Tangga Tahun 2014**

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

Tabel 4.1.1 Persentase Kepala Rumah Tangga Responden Menurut Tingkat Pendidikan dan Periode Waktu (Triwulan), 2013-2014

<b>Pendidikan</b>	<b>Triwulan IV-2013</b>	<b>Triwulan I-2014</b>	<b>Triwulan II-2014</b>	<b>Triwulan III-2014</b>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
SD Ke Bawah	34,97	34,94	36,08	34,72
SLTP	15,95	17,47	18,56	18,65
SLTA	38,04	37,95	36,60	38,34
Akademi/S1/S2	11,04	10,84	8,76	8,39
<b>Jumlah</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan tingkat pendidikannya, setiap jenjang pendidikan terwakili, dan sebagian besar kepala rumah tangga responden Survei Tendensi Konsumen (STK) 2014 berpendidikan SD kebawah dan SLTA. Namun ada kecenderungan penurunan pada persentase kepala rumah

tangga dengan pendidikan tinggi akibat perubahan responden terpilih dalam STK.

Tabel 4.1.2 Persentase Kepala Rumah Tangga Responden Menurut Sektor Pekerjaan/Usaha dan Periode Waktu (Triwulan), 2013-2014

Sektor Pekerjaan/Usaha	Triwulan IV-2013	Triwulan I-2014	Triwulan II-2014	Triwulan III-2014
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Primer	22,09	18,67	14,95	15,03
Sekunder	13,05	13,25	14,95	13,47
Tersier	54,60	57,23	57,22	54,92
Penerima Pendapatan	9,82	12,05	12,89	16,58
<b>Jumlah</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Dilihat dari jenis pekerjaan responden selama triwulan I-2014 sampai dengan triwulan III-2014, sebagian besar kepala rumahtangga responden bekerja di lapangan usaha tersier (perdagangan, hotel, restoran, angkutan, komunikasi, keuangan, persewaan, jasa-jasa). Kemudian diikuti oleh persentase kepala rumahtangga responden yang bekerja di sektor primer (pertanian dan pertambangan) dan sektor sekunder (industri pengolahan; listrik, gas dan air; dan konstruksi).

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

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

Status Pekerjaan	Triwulan IV-2013	Triwulan I-2014	Triwulan II-2014	Triwulan III-2014
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Berusaha	47,85	46,39	40,21	37,31
Buruh/Pekerja	42,33	42,77	46,91	46,11
Penerima Pendapatan	9,82	12,05	12,89	16,58
<b>Jumlah</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Dilihat dari status pekerjaan utama kepala rumah tangga pada triwulan I tahun 2014 hingga triwulan III tahun 2014, sebagian besar merupakan pekerja sebagai buruh/karyawan yaitu sekitar 42-46 persen, sedangkan yang termasuk berusaha sendiri berkisar diantara 37-47 persen.

Tabel 4.1.4 Persentase Kepala Rumah Tangga Responden Menurut Rata-Rata Pendapatan Sebulan dan Periode Waktu (Triwulan), 2013-2014

Status Pekerjaan	Triwulan IV-2014	Triwulan I-2014	Triwulan II-2014	Triwulan III-2014
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
< 2 juta	33,74	26,51	31,44	22,28
> 2 juta	66,26	74,70	68,56	77,72
<b>Jumlah</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

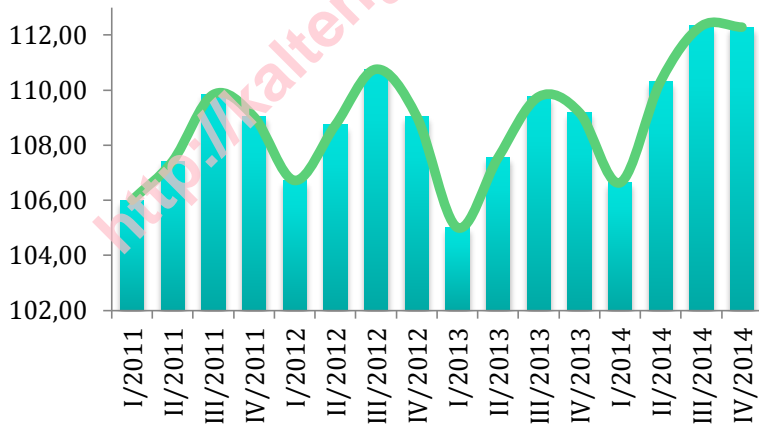
Berdasarkan rata-rata pendapatan sebulan, sebagian besar responden memiliki pendapatan rata-rata di atas 2 juta rupiah. Lebih dari separuh dari responden memiliki pendapatan di atas 2 juta. Sedangkan responden yang

memiliki pendapatan rata-rata di bawah 2 juta, yaitu sekitar 22 – 33 persen (Tabel 4.1.4).

## 4.2 Komponen Variabel Indeks Indikator Kini

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

Gambar 4.2.1. Indeks Tendensi Konsumen, 2011 - 2014



Catatan : Data Triwulan IV-2014 merupakan angka perkiraan

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Provinsi Kalimantan Tengah selama 3 (tiga) triwulan pertama di tahun 2014 menunjukkan nilai di atas 100. Nilai ITK pada triwulan I-2014 sebesar 106,64, besaran indeks ini memberikan gambaran bahwa konsumen atau dalam hal ini

masyarakat berpandangan bahwa kondisi ekonomi triwulan I-2014 lebih baik dibandingkan kondisi ekonomi triwulan sebelumnya

Pada triwulan II-2014, masyarakat menilai kondisi ekonomi pada periode ini lebih baik dibanding periode Januari sampai dengan Maret 2014. Masyarakat yang baik secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam aktivitas ekonomi ini, merasa lebih optimis terhadap perekonomian. Keadaan ini tercermin dari ITK triwulan II-2014 (110,32) yang lebih tinggi dari pada ITK triwulan sebelumnya (106,64).

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, masyarakat berpandangan bahwa kondisi perekonomian triwulan berjalan selalu lebih baik. Mereka menilai bahwa kondisi ekonomi triwulan kedua selalu lebih baik dibandingkan triwulan pertama, dan kondisi ekonomi triwulan ketiga lebih baik dari triwulan kedua dan seterusnya. Pola ini terus tercermin dalam tiga tahun terakhir. Namun bila dilihat tingkat optimismenya, masyarakat memberikan pendapat yang berbeda, yakni ada kecenderungan penurunan optimisme pada triwulan keempat dibandingkan triwulan ketiga. Pola yang sama masih terlihat pada tahun 2014.

#### **4.2.1 Indeks Pendapatan Rumah Tangga Kini**

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

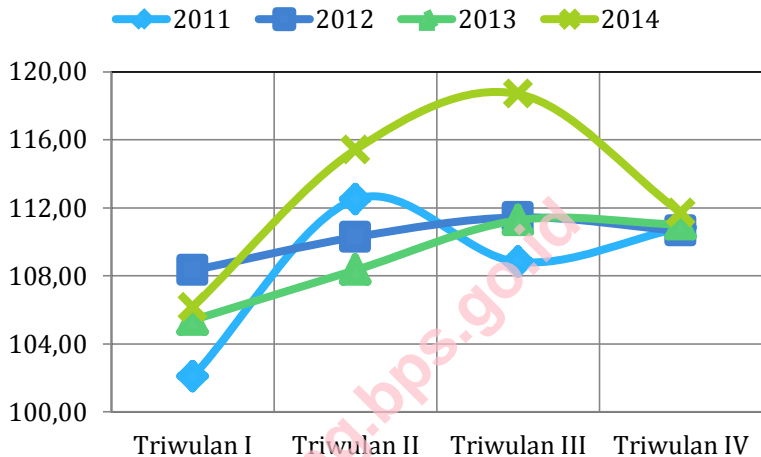
Indeks tingkat pendapatan rumahtangga dalam kurun tiga tahun terakhir selalu berada di atas 100 dan memiliki pola yang meningkat. Hal tersebut menggambarkan bahwa pada tiap triwulannya masyarakat Kalimantan Tengah menganggap pendapatan rumahtangganya semakin meningkat dan semakin baik. Hal tersebut pula yang membuat persepsi masyarakat tentang kondisi ekonomi konsumen juga meningkat menjadi lebih optimis pada tiap triwulannya.

Tahun 2011, masyarakat selalu menganggap bahwa tingkat pendapatan rumah tangga mereka selalu meningkat tiap triwulannya. Namun demikian, terjadi penurunan optimisme terhadap tingkat pendapatannya pada triwulan ketiga tahun 2011 dan meningkat kembali optimisme terhadap tingkat pendapatan triwulan IV-2011.

Pola serupa juga terjadi pada tahun 2012, namun pola penurunan optimisme tingkat pendapatan bergeser ke triwulan IV-2012. Pola yang sama terjadi pada tahun 2013 dan tahun 2014. Tingkat pendapatan dan optimismenya cenderung meningkat tiap triwulannya sampai triwulan ketiga, kemudian optimisme terhadap tingkat pendapatan akan menurun pada triwulan keempat.



Gambar 4.2.2. Indeks Pendapatan Rumah Tangga Kini, 2011 -2014

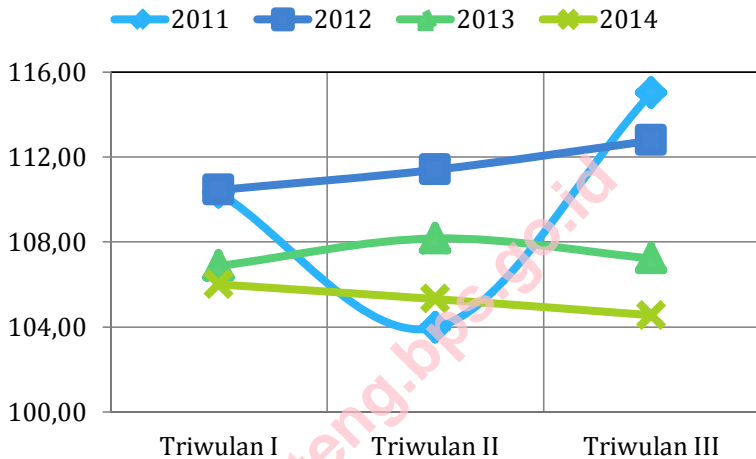


Catatan : Data Triwulan IV-2014 merupakan angka perkiraan

#### 4.2.2 Indeks Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga

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

Gambar 4.2.3. Indeks Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi, 2011 - 2014



Indeks pengaruh inflasi terhadap konsumsi makanan rumah tangga di Kalimantan Tengah selama 3 (tiga) triwulan pertama pada tahun 2014 bernilai di atas 100. Hal ini menunjukkan bahwa inflasi yang terjadi pada harga-harga makanan sehari-hari kurang mempengaruhi konsumsi rumah tangga. Selain itu nilai indeks pengaruh inflasi terhadap konsumsi makanan tahun 2014 pada tiap triwulannya cenderung stabil. Hal tersebut menggambarkan bahwa masyarakat beranggapan inflasi yang terjadi masih terkendali dan kurang berpengaruh terhadap tingkat konsumsi masyarakat.

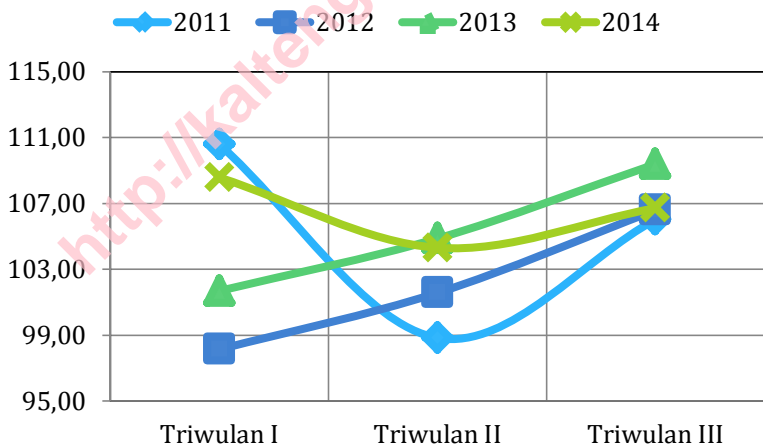
Jika dibandingkan dengan indeks pengaruh inflasi pada tahun 2013, indeks yang terbentuk di tahun 2014 memiliki pola yang hampir sama dengan tahun 2013. Sedangkan bila dibandingkan dengan tahun 2011 dan 2012, memiliki pola yang berbeda. Namun sebenarnya persepsi masyarakat terhadap pengaruh inflasi yang terjadi antar

tahun memiliki kesamaan, yaitu inflasi yang terjadi kurang mempengaruhi konsumsi makanan rumah tangga.

### 4.2.3 Indeks Tingkat Konsumsi

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

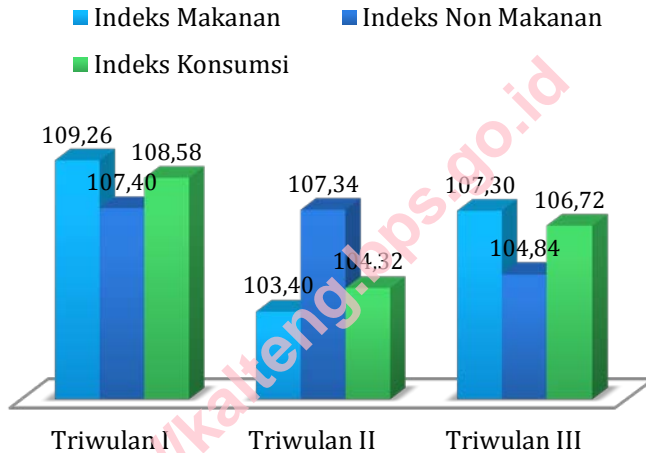
Gambar 4.2.4. Indeks Tingkat Konsumsi, 2011 - 2014



Indeks tingkat konsumsi makanan dan non-makanan pada 3 (tiga) triwulan pertama selama tahun 2011 sampai 2014 menunjukkan nilai yang cenderung meningkat. Namun indeks tingkat konsumsi triwulan pertama tahun 2012 dibawah angka 100. Kondisi ini menggambarkan bahwa keadaan tingkat konsumsi di awal tahun pada tahun 2012 tidak sebaik tahun 2011, 2013 dan 2014. Dari gambar di atas, terlihat bahwa pola tingkat konsumsi pada tahun 2014 serupa

dengan pola pada tahun 2011. Tingkat konsumsi rumah tangga cukup fluktuatif, dimana terjadi penurunan tingkat konsumsi rumah tangga pada triwulan kedua.

Gambar 4.2.5. Indeks Tingkat Konsumsi Makanan dan Non Makanan, 2014



Nilai indeks konsumsi makanan dan non-makanan pada triwulan I-2014 yang sebesar 108,58 menunjukkan bahwa konsumsi makanan dan non-makanan yang dilakukan masyarakat sedikit meningkat dibandingkan triwulan sebelumnya (triwulan IV-2013). Peningkatan konsumsi ini disertai dengan adanya meningkatnya indeks pengaruh inflasi terhadap konsumsi makanan dan indeks pendapatan. Kondisi ini bisa terjadi meskipun momen perayaan hari besar natal dan tahun baru sudah berlangsung pada triwulan IV. Ini tak lepas dari kebiasaan masyarakat Kalimantan Tengah yang masih merayakan hari Natal hingga bulan Januari.

Secara keseluruhan, terjadi peningkatan konsumsi yang cukup signifikan pada tiap triwulan berjalan. Namun yang menjadi perhatian adalah pola perkembangan besaran

tingkat konsumsi dipilah menurut konsumsi makanan dan non- makanan. Pada triwulan I-2014 tingkat konsumsi makanan lebih tinggi dibandingkan tingkat konsumsi non-makanan. Kemudian pada triwulan kedua, tingkat konsumsi non-makanan lebih tinggi dibandingkan tingkat konsumsi makanan. Hal ini wajar pada periode tersebut terdapat masa kenaikan sekolah, pendaftaran siswa baru dan liburan sekolah sehingga konsumsi non-makanan lebih tinggi dibandingkan konsumsi makanan.

Pada triwulan ketiga, volume makanan dan non-makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat sama-sama meningkat dikarenakan terdapat momen bulan puasa dan lebaran. Tingkat konsumsi makanan lebih tinggi dibandingkan tingkat konsumsi non-makanan. Konsumsi non-makanan tetap meningkat meskipun tingkat konsumsi non-makanan tidak sebanyak konsumsi makanan, peningkatan konsumsi non-makanan sudah berlangsung dari triwulan sebelumnya.

#### **4.2.4 Komponen Variabel Indeks Indikator Mendatang**

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

Tabel 4.2.1 Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Menurut Variabel Pembentuknya Triwulan IV-2014

Variabel Pembentuk	Perkiraan ITK Triwulan IV 2014
(1)	(2)
Perkiraan pendapatan rumah tangga mendatang	111,72
Rencana pembelian barang-barang tahan lama (TV, VCD/DVD <i>player</i> , Radio, <i>Tape/Compo</i> , komputer, HP, mebelair, kompor/tabung gas, kulkas, mesin cuci, oven/ <i>microwave</i> , AC, perhiasan berharga, kendaraan bermotor)	113,30
<b>Indeks Tendensi Konsumen</b>	<b>112,29</b>

Masyarakat memperkirakan kondisi ekonomi triwulan keempat tahun 2014 lebih baik dibandingkan dengan triwulan ketiga tahun 2014. Pandangan masyarakat yang memperkirakan kondisi ekonomi kedepan membaik didukung dengan perkiraan pendapatan rumah tangga mendatang yang meningkat cukup tinggi serta adanya rencana pembelian barang-barang tahan lama.

Kondisi ekonomi pada triwulan mendatang diperkirakan membaik meskipun tingkat optimisme konsumen terhadap kondisi perekonomian triwulan mendatang (triwulan IV-2014) cenderung menurun. Hal ini ditunjukkan dengan nilai ITK triwulan IV-2014 yang masih di atas 100, namun lebih rendah dibandingkan nilai ITK triwulan sebelumnya.

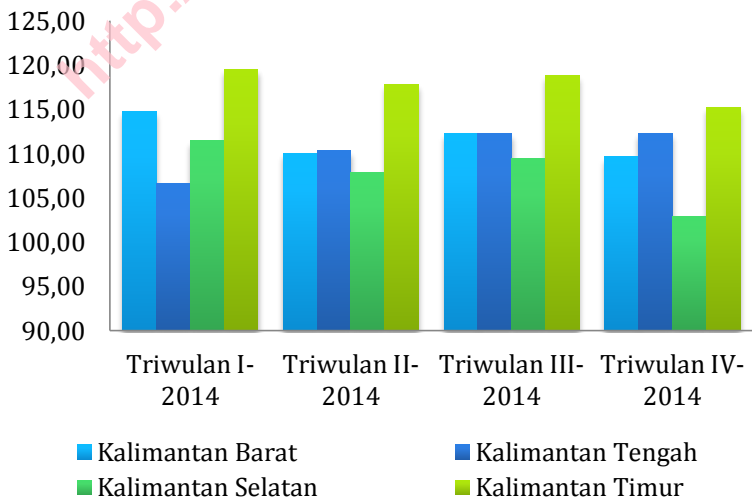
#### 4.2.5 Perbandingan Regional

Indeks Tendensi Konsumen pada tahun 2014 di kawasan Kalimantan dapat dilihat bahwa secara

keseluruhan nilainya di atas 100 persen. Hal ini berarti kondisi perekonomian konsumen pada triwulan berjalan selalu lebih baik dibandingkan dengan triwulan sebelumnya. Masyarakat di wilayah kalimantan pada umumnya beranggapan bahwa kondisi perekonomian di wilayahnya semakin kedepan semakin membaik.

Secara nasional juga, tingkat optimisme masyarakat selalu meningkat dari triwulan pertama hingga triwulan ketiga tahun 2014. Namun ketika menatap kondisi ekonomi mendatang yakni triwulan terakhir tahun 2014, masyarakat sebagai konsumen memperkirakan adanya kecenderungan penurunan tingkat optimisme pada kondisi ekonomi. Meskipun dalam perjalanan tiga triwulan sebelumnya cenderung lebih optimis terhadap kondisi ekonomi sebelumnya.

Gambar 4.2.6. Perbandingan Regional Indeks Tendensi Konsumen, 2014



Catatan : Data Triwulan IV-2014 merupakan angka perkiraan

Masyarakat Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan dan Kalimantan Timur memandang perekonomian di daerah terus membaik dari triwulan I-2014 dan sampai mencapai puncaknya pada triwulan III-2014. Meskipun pada triwulan II-2014, tingkat kepercayaan masyarakat di ketiga provinsi dalam memandang geliat ekonomi pada triwulan II-2014 cenderung menurun.

Lain halnya dengan yang terjadi di Kalimantan Tengah. Masyarakat di daerah ini selalu memberikan persepsi yang positif terhadap keadaan perekonomian. Tingkat optimisme juga selalu meningkat pada tiap triwulannya. Namun dalam memperkirakan kondisi perekonomian mendatang, tingkat optimisme masyarakat Kalimantan Tengah menurun seperti ketiga provinsi lainnya.

Tabel 4.4.1 Indeks Tendensi Konsumen Triwulan IV Tahun 2013, Triwulan I–III Tahun 2014 dan Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan IV Tahun 2014

Provinsi	Triwulan IV-2013	Triwulan I-2014	Triwulan II-2014	Triwulan III-2014	Triwulan IV-2014
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Kalimantan Barat	111,47	114,80	110,02	112,27	109,64
<b>Kalimantan Tengah</b>	<b>109,19</b>	<b>106,64</b>	<b>110,32</b>	<b>112,33</b>	<b>112,29</b>
Kalimantan Selatan	105,74	111,47	107,86	109,41	102,92
Kalimantan Timur	112,29	119,52	117,84	118,79	115,21
<b>Indonesia</b>	<b>109,64</b>	<b>110,03</b>	<b>110,70</b>	<b>112,44</b>	<b>109,64</b>



## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

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

Persepsi dan optimisme masyarakat Kalimantan Tengah dalam memberikan pandangan kondisi ekonomi yang terus membaik didukung dengan meningkatnya indeks pendapatan rumah tangga kini, inflasi yang kurang berpengaruh terhadap konsumsi serta peningkatan indeks konsumsi makanan dan non makanan pada triwulan berjalan tahun 2014. Masyarakat Kalimantan Tengah juga memperkirakan kondisi perekonomian triwulan mendatang (triwulan IV-2014) di daerah ini membaik, meskipun tingkat optimisme masyarakatnya menurun dibandingkan triwulan sebelumnya. Hal ini didukung dengan perkiraan meningkatnya pendapatan rumah tangga mendatang dan rencana pembelian barang tahan lama.

Secara regional, dalam menatap kondisi ekonomi mendatang yakni triwulan keempat tahun 2014, masyarakat di keempat provinsi cenderung menurun tingkat optimismenya. Demikian pula yang terjadi di level nasional, tingkat optimisme cenderung menurun pada triwulan IV-2014.



## DAFTAR PUSTAKA

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



# LAMPIRAN KUESIONER

<http://kepengabdian.go.id>





REPUBLIK INDONESIA  
BUREAU OF STATISTICS

**SURVEI TENDENSI KONSUMEN 2014**



RAMAHA

Triwulan 3

BLOK VI. PEKERJAAN EKONOMI RUMAH TANGGA MENDATANG																																																																																																																					
2a. Jika jawaban Rincian 1 Blok VI sebelumnya meningkat, alasan utama jawaban Bapak/Ibu ? Adan ada kenaikan gaji/pendapatan/ bonus/onset usaha -1 Adan ada pekerjaan/usaha sampingan -2 Ada anggota rumah tangga yang akan memperoleh pekerjaan -3 Lainnya (.....) -4	<input type="checkbox"/>																																																																																																																				
2b. Jika jawaban Rincian 1 Blok VI sebelumnya menurun, alasan utama jawaban bapak/ibu ? Adan ada kenaikan gaji/pendapatan/ bonus/onset usaha -1 Adan berhenti dari pekerjaan/usaha sampingan -2 Ada anggota rumah tangga yang akan berhenti bekerja -3 Lainnya (.....) -4	<input type="checkbox"/>																																																																																																																				
3. Bagaimana perkiraan jumlah tabungan seluruh anggota rumah tangga Bapak/Ibu selama 3 bulan mendatang (Oktober—Desember 2014) : Menurun -0 Tetap -1 Meningkat -2	<input type="checkbox"/>																																																																																																																				
4. Dalam periode 3 bulan mendatang (Oktober—Desember 2014), apakah Bapak/Ibu mempunyai rencana untuk melakukan beberapa kegiatan/aktivitas berikut:																																																																																																																					
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Jenis Kegiatan/Aktivitas Yang Akan Direncanakan</th> <th colspan="2">(1)</th> <th colspan="2">(2)</th> <th colspan="2">(3)</th> <th colspan="2">(4)</th> </tr> <tr> <th>Ya -1</th> <th>Tidak -2</th> <th>Ya -1</th> <th>Tidak -2</th> <th>Ya -1</th> <th>Tidak -2</th> <th>Ya -1</th> <th>Tidak -2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Membeli barang elektronik (TV, DVD, komputer dll)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>2. Membeli perhiasan dari logam dan batu mulia (emas, permata, mutiara dll)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>3. Membeli perangkat komunikasi (HP, komputer, tablet, dll)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>4. Membeli perabot meubelair (kursi, lemari, tempat tidur dll)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>5. Membeli peralatan rumah tangga (AC, kulkas, mesin cuci, kompor gas)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>6. Membeli/mengganti sepeda motor</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>7. Membeli/mengganti mobil</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>8. Merencanakan rekreasi (keluar kota/negeri)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>9. Berencana menging di hotel dll)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>10. Membeli tanah</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>11. Membeli rumah</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>	Jenis Kegiatan/Aktivitas Yang Akan Direncanakan	(1)		(2)		(3)		(4)		Ya -1	Tidak -2	Ya -1	Tidak -2	Ya -1	Tidak -2	Ya -1	Tidak -2	1. Membeli barang elektronik (TV, DVD, komputer dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Membeli perhiasan dari logam dan batu mulia (emas, permata, mutiara dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. Membeli perangkat komunikasi (HP, komputer, tablet, dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. Membeli perabot meubelair (kursi, lemari, tempat tidur dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5. Membeli peralatan rumah tangga (AC, kulkas, mesin cuci, kompor gas)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6. Membeli/mengganti sepeda motor	<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. Membeli/mengganti mobil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8. Merencanakan rekreasi (keluar kota/negeri)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9. Berencana menging di hotel dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10. Membeli tanah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	11. Membeli rumah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Jenis Kegiatan/Aktivitas Yang Akan Direncanakan		(1)		(2)		(3)		(4)																																																																																																													
	Ya -1	Tidak -2	Ya -1	Tidak -2	Ya -1	Tidak -2	Ya -1	Tidak -2																																																																																																													
1. Membeli barang elektronik (TV, DVD, komputer dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																													
2. Membeli perhiasan dari logam dan batu mulia (emas, permata, mutiara dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																													
3. Membeli perangkat komunikasi (HP, komputer, tablet, dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																													
4. Membeli perabot meubelair (kursi, lemari, tempat tidur dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																													
5. Membeli peralatan rumah tangga (AC, kulkas, mesin cuci, kompor gas)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																													
6. Membeli/mengganti sepeda motor	<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. Membeli/mengganti mobil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																													
8. Merencanakan rekreasi (keluar kota/negeri)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																													
9. Berencana menging di hotel dll)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																													
10. Membeli tanah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																													
11. Membeli rumah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																													
<b>BLOK I. PENGENALAN TEMPAT</b>																																																																																																																					
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																																																																																																																				
6. Nomor Kode Sampel	<input type="checkbox"/>																																																																																																																				
7. Nomor Urut sampel	<input type="checkbox"/>																																																																																																																				
8. Nama Kepala Rumah Tangga	<input type="checkbox"/>																																																																																																																				
*) Coret yang tidak perlu.																																																																																																																					
<b>BLOK II. RINGKASAN</b>																																																																																																																					
1. Jumlah Anggota Rumah tangga	<input type="checkbox"/>																																																																																																																				
2. Jumlah Anggota Rumah tangga yang berumur 10 tahun ke atas	<input type="checkbox"/>																																																																																																																				
<b>BLOK III. KETERANGAN PETUGAS</b>																																																																																																																					
Kode Pencacah:	<input type="checkbox"/>																																																																																																																				
Nama Pencacah/No. HP:	Tanggal: Tanda tangan:																																																																																																																				
Nama Pengawas/No. HP:	Tanggal: Tanda tangan:																																																																																																																				

BLOK IV. KETERANGAN UMUM RUMAH TANGGA			
1. Pendidikan terakhir kepala rumah tangga: SD ke bawah -1 SLTP -2 SLTA -3 Akademi -4 Sarjana -5 Pascasarjana -6			<input type="checkbox"/>
2. Sumber penghasilan utama rumah tangga: Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan -1 Perdagangan dan pengalangan -2 Perdagangan Jasa -3 Listrik, Gas dan Air Bersih -4 Konstruksi -5 Perdagangan Besar, Eceran, Rumah makan/Restoran, dan Hotel -6 Penggangkutan dan Komunikasi -7 Keuangan, Asuransi, Real Estat, dan Jasa Perusahaaan -8 Jasa Kemasyarakatan, Sosial dan Perorganahan -9 Penerima pendapatan -0 → Ke R.4			<input type="checkbox"/>
3. Jika Rincian 2 Blok IV diatas bukan berkode 0 (bukan penerima pendapatan), status pekerjaan utama rumah tangga: Bersisa -1 Buruh/karyawan/pegawai -2			<input type="checkbox"/>
4. Rata-rata pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama sebulan: <2 juta rupiah -1 2 juta s/d 5 juta rupiah -2 > 5 juta rupiah -3			<input type="checkbox"/>
BLOK V. KONDISI EKONOMI RUMAH TANGGA SAAT INI			
1. Bagaimana pendapatan seluruh anggota rumah tangga Bapak/Ibu selama 3 bulan terakhir (Juli–September 2014) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (April–Juni 2014)? Menurun -1 Tetap 0 Meningkat -2			<input type="checkbox"/>
2. Bagaimana jumlah tabungan seluruh anggota rumah tangga Bapak/Ibu selama 3 bulan terakhir (Juli–September 2014) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (April–Juni 2014)? Tinggi (.....%) 0 Sedang (.....%) 1 Rendah (.....%) -2			<input type="checkbox"/>
3. Bagaimana menurut Bapak/Ibu kenaikan harga barang/jasa secara umum selama 3 bulan terakhir (Juli–September 2014) : Tidak ada kenaikan (.....%) -3 Harganya turun (.....%) -4			<input type="checkbox"/>
4. Bagaimana total pengeluaran konsumsi seluruh anggota rumah tangga Bapak/Ibu selama 3 bulan terakhir (Juli–September 2014) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (April–Juni 2014)? Menurun -0 Tetap -1 Meningkat -2			<input type="checkbox"/>

2

5. Bagaimana total pengeluaran konsumsi seluruh anggota rumah tangga untuk beberapa komoditi makanan dan bukan makanan berikut selama 3 bulan terakhir (Juli–September 2014) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (April–Juni 2014) :			
Jenis Komoditi	Menurun	Tetap	Meningkat
1. Bahan makanan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Makanan jadi di Restoran/Rumah makan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Perumahan (listrik, gas, dan bahan bakar)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Pakelan, sepatu, tas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Kesehatan, peralatan kesehatan, jasa rumah sakit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Pendidikan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Rekreasi (termasuk penginapan/hotel)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Transportasi/Angkutan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Komunikasi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Jika jawaban Rincian 5 sebelumnya ada komoditas yang total pengeluaran konsumsinya menurun, alasan utama jawaban Bapak/Ibu ? Peningkatan pendapatan -1 Kebutuhan rumah tangga yg berkurang -2 Penurunan harga komoditi (jika volume konsumsi tetap) -3 Faktor musiman (misal : libur sekolah atau hari raya pd triwulan sebelumnya) -4 Lainnya (.....) -5			
7. Jika jawaban rincian 5 sebelumnya ada komoditi yang total pengeluaran konsumsinya meningkat, alasan utama jawaban Bapak/Ibu ? Peningkatan/tambahan pendapatan -1 Kenaikan harga komoditi (jika volume konsumsi tetap) -2 Kebutuhan mendesak -3 Faktor musiman (misal : libur sekolah atau hari raya pd triwulan sebelumnya) -4 Lainnya (.....) -5			
BLOK VI. PERKIRAAN EKONOMI RUMAH TANGGA MENDATANG			
1. Bagaimana perkiraan pendapatan seluruh anggota rumah tangga Bapak/Ibu pada periode 3 bulan mendatang (Oktober–Desember 2014) ? Menurun -0 → Ke R.2.b Tetap -1 Meningkat -2 → Ke R.2.a (hlm. 4)			

3





# DATA

**MENCERDASKAN BANGSA**

<http://kaltengbps.go.id>

ISSN 2089-5984



**BPS PROVINSI KALIMANTAN TENGAH**

Jl. Kapt. Piere Tendean No.6, Palangka Raya - 73112  
Telp : (0536) 3228105 Fax : (0536) 3221380  
website : <http://kalteng.bps.go.id>  
email : [bps6200@bps.go.id](mailto:bps6200@bps.go.id)