

Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Maluku Utara 2016



Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Maluku Utara 2016



INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI MALUKU UTARA TAHUN 2016

ISbN : 978-602-6755-34-6

KATALOG BPS : 9202003.82

No. Publikasi : 82550.1613

Ukuran Buku : 17.6 cm x 25 cm

Naskah :

Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Gambar Kulit :

Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Diterbitkan Oleh :

©Badan Pusat Statistik Provinsi Maluku Utara

Dicetak Oleh :

Badan Pusat Statistik Provinsi Maluku Utara

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

KATA PENGANTAR

Informasi dini pelaku konsumsi terhadap situasi perekonomian merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting bagi semua pihak. Informasi dini tersebut sangat diperlukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat karena mampu memberikan sinyal awal mengenai perkiraan kondisi perekonomian beberapa bulan mendatang.

Sejak tahun 1995, Badan Pusat Statistik telah mengembangkan Sistem Pemantauan Indikator Dini, salah satunya adalah Indeks Tendensi Konsumen. Indeks Tendensi Konsumen dihitung berdasarkan hasil Survei Tendensi Konsumen.

Publikasi ini menjelaskan metode dan hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Maluku Utara tahun 2016. Sampai dengan tahun 2010, penghitungan indeks tersebut hanya mencakup wilayah Jabodetabek. Mulai tahun 2011, penghitungan Indeks Tendensi Konsumen juga mencakup wilayah di luar Jabodetabek. Perluasan cakupan penghitungan indeks tersebut dilakukan dikarenakan pentingnya mengetahui kondisi perekonomian saat ini dan mendatang.

Kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyusunan publikasi ini disampaikan penghargaan dan terima kasih. Kritik dan saran bagi penyempurnaan publikasi ini sangat diharapkan.

Ternate, Desember 2016
Kepala Badan Pusat Statistik
Provinsi Maluku Utara



Misfaruddin

DAFTAR ISI

KATALOG	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	vi
I. Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang	3
1.2. Tujuan	3
1.3. Cakupan Penelitian	4
1.4. Sistematika Penulisan	4
II. Kajian Literatur	
2.1. <i>Consumer Sentiment Index</i>	7
2.2. <i>Consumer Confidence Index</i>	8
2.3. Survei Konsumen	10
III. Metodologi Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen	
3.1. Cakupan Survei dan Jumlah Sampel	13
3.2. Kerangka Sampel	13
3.3. Desain Penarikan Sampel	13
3.4. Kriteria Responden	14
3.5. <i>Design Weight</i>	14
3.6. Data dan Keterangan yang Dikumpulkan	15
3.7. Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen	16
3.8. Prosedur Penghitungan Indeks	17
3.9. Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen	24

IV. Hasil Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen	
4.1. Profil Responden Rumahtangga Maluku Utara Tahun 2016	29
4.2. Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I s.d. IV Tahun 2016	31
4.3. Nilai Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2016 menurut Variabelnya	33
V. Kesimpulan	
5.1. Perekonomian dari Sisi Rumah Tangga Tahun 2016	33

Daftar Pustaka

Lampiran

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

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Daftar Tabel

Tabel 4.1.	Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Tingkat Pendidikan, 2016	25
Tabel 4.2.	Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Sektor Pekerjaan, 2016	26
Tabel 4.3.	Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Status Pekerjaan Utama, 2016	26
Tabel 4.4.	Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Rata-Rata Pendapatan Sebulan, 2016	27
Tabel 4.5.	Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Periode Triwulan I s.d. Triwulan IV Tahun 2016	28
Tabel 4.6.	Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen menurut Variabel Pembentuk dan Variabel Terkait Lainnya, 2016	30

Daftar Gambar

Gambar 4.1.	Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen Periode Triwulan I s.d. IV Tahun 2016	30
-------------	---	----

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

BAB 1

PENDAHULUAN

<http://m4lut.bps.go.id>

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

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

1.1. Latar Belakang

Informasi ini tentang kondisi perekonomian terkini sangat diperlukan oleh pemerintah maupun dunia usaha. Pemerintah memerlukan informasi tersebut diantaranya untuk perencanaan, sedangkan dunia usaha diantaranya untuk keperluan investasi atau ekspansi pasar. Dengan adanya informasi ini, 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 dua macam indikator dini (*prompt indicator*) yang lain yang saling melengkapi, yaitu indikator yang berkaitan dengan perkembangan kegiatan bisnis yang disebut Indeks Tendensi Bisnis (ITB) dan indikator yang berkaitan dengan kondisi konsumen yang disebut Indeks Tendensi Konsumen (ITK). Sampai dengan akhir tahun 2010, penghitungan ITB dan ITK hanya mencakup wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek). Dikarenakan pentingnya informasi ini, maka penghitungan ITB dan ITK diharapkan dapat dilakukan sampai dengan level provinsi. Tetapi pada tahun 2011 sampai 2014 hanya penghitungan ITK yang dilakukan untuk seluruh provinsi di Indonesia dengan sampel tersebar di 132 kabupaten/kota. Hasil penghitungan ITK dipublikasikan melalui berbagai media massa bersamaan dengan “*press release*” Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) setiap triwulan.

1.2. Tujuan

Tujuan penyusunan Indeks Tendensi Konsumen adalah:

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

1.3. Cakupan Penelitian

Survei Tendensi Konsumen (STK) digunakan untuk menghitung Indeks Tendensi Konsumen setiap triwulan. Pada periode 1995-1998 pengumpulan data dilakukan sebanyak 3 putaran yang dilaksanakan pada bulan Juli, Oktober, dan Desember setiap tahun. Kemudian sejak tahun 1999 pengumpulan data dilakukan secara triwulanan (tiga bulanan) yang dilaksanakan pada bulan April, Juli, Oktober, dan Januari setiap tahun. Sampai dengan tahun 2010, penghitungan Indeks Tendensi Konsumen dilakukan di wilayah Jabodetabek. Mulai triwulan I tahun 2011, penghitungan Indeks Tendensi Konsumen dilakukan sampai dengan level provinsi dengan sampel tersebar di 132 kabupaten/kota. Unit pencacahan Survei Tendensi Konsumen adalah rumah tangga yang berada di daerah perkotaan.

1.4. Sistematika Penulisan

Penulisan buku ini dibagi ke dalam 5 (lima) 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 dan perkembangan Indeks Tendensi Konsumen pada periode triwulan I s.d. IV Tahun 2015.
5. Bab V. Kesimpulan, menyajikan ringkasan indikator dini perekonomian secara umum dilihat dari kondisi ekonomi rumah tangga (sisi konsumen) selama tahun 2015.



BAB 2

KAJIAN LITERATUR

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

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

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

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 pembandingan dari *Purchasing Managers Index (PMI)* atau Indeks Pembelanjaan Perusahaan yang memantau kondisi bisnis khususnya dari sisi pasar bursa. Nilai indeks PMI diinterpretasikan sebagai berikut : nilai indeks di bawah 50 mengindikasikan kondisi perekonomian mengalami kontraksi, sedangkan di atas 50 menandakan kondisi perekonomian mengalami ekspansi.

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

PMI merupakan ukuran kuantitatif sedangkan CSI merupakan ukuran kualitatif. Secara kualitatif, informasi dari pengusaha mengenai belanja barang dan jasa perusahaan seperti iklan dan jasa konsultan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat sentimen perusahaan terhadap bisnisnya. Hal ini sejalan dengan sikap konsumen terhadap konsumsi rumah tangga. Peningkatan konsumsi rumah tangga akan

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

2.2. *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 5.000 rumah tangga. Variabel yang di cakup 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 k onsumen 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.

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 rumah tangga. Survei ini dilakukan sejak tahun 1993 dan menghasilkan suatu ukuran yaitu Indeks Keyakinan Konsumen.

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

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



BAB 3

METODOLOGI

PENGHITUNGAN

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

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

<http://malut.kps.go.id>

3.1. Cakupan Survei dan Jumlah Sampel

Cakupan survei adalah di beberapa Kab/Kota terpilih STK yang sudah diidentifikasi sebagai wilayah perkotaan. Jumlah sampel blok sensus adalah 1.460 dengan sampel rumah tangga per blok sensus adalah 10 rumah tangga. Dengan demikian target sampel STK per triwulan adalah 14.600 rumah tangga di seluruh Indonesia (33 provinsi).

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 di buat 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 2016 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 lokasi, 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 di siapkan 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 2016 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 S TK a tau eligible responden adalah Kepala Rumah Tangga a tau pasangannya, seperti Suami a tau Istri. Petugas pendataan diharapkan dapat melakukan kunjungan ulang dengan membuat janji ketemu terlebih dahulu jika kepala rumah tangga a tau pasangannya tidak dapat diwawancarai pada kunjungan pertama. Tidak diperbolehkan melakukan wawancara kepada anggota rumah tangga yang lain, seperti anak, famili lain, a tau 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 up dating 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 2016 dibuat sedemikian rupa sehingga diharapkan populasi rumah tangga yang dijadikan target sampel dapat terpenuhi. Untuk itu perlu disusun rancangan pembobotan a tau *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 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	<i>PPS-with replacement</i>	$\frac{Z_{hi}}{Z_h}$	$n'_h \frac{Z_{hi}}{Z_h}$
		n'_h	n''_h	<i>Systematic</i>	$\frac{1}{n'_h}$	$\frac{n''_h}{n'_h}$
		n''_h	n_h	<i>Systematic</i>	$\frac{1}{n''_h}$	$\frac{n_h}{n''_h}$
2	Rumah tangga	M_{hi}^{up}	\bar{m}	<i>Systematic</i>	$\frac{1}{M_{hi}^{up}}$	$\frac{\bar{m}}{M_{hi}^{up}}$

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

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

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, T V, 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 wawancara berjalan (saat survei) dibandingkan periode wawancara sebelumnya. Sedangkan Indeks Indikator Mendatang merupakan indeks komposit dari beberapa variabel yang dapat mengidentifikasi kondisi ekonomi rumah tangga (konsumen) dan rencana membeli untuk membeli barang-barang tahan lama pada periode tiga bulan mendatang.

3.7. Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen

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

- a) Pendapatan seluruh anggota keluarga pada periode 3 (tiga) bulan terakhir.
- b) Pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi.
- c) Volume konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan:
 - Makanan: bahan makanan dan makanan jadi di restoran/rumah makan.
 - Bukan Makanan: Pakaiannya, Transportasi, Sepatu, Pembelian Pulsa, Pendidikan, Perawatan Kesehatan, dan Kecantikan (gym, salon, Spa, dll), Rekreasi/Hiburan (nonton di bioskop, karaoke, dan kegiatan 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 (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 dasar pemberian penimbang/bobot yang berbeda dalam penghitungan indeks.

Dasar pengelompokan pendapatan rumah tangga ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh SUSENAS. Dari hasil penelitian terhadap 254 distrik 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

b. 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 (diproksikan 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 (diproksikan dengan total pengeluaran rumah tangga menurun) maka diberikan skor terendah (skor -1). Pemberian skor secara rinci disajikan pada Tabel 3.3.

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

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

Keterangan :

- Skor $-\frac{1}{2}$,
- Jika konsumsi sekarang menurun (3) dan perubahan harga barang/jasa meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3).
 - Jika konsumsi sekarang tetap (2) dan perubahan harga barang/jasa relatif sama (4) atau menurun (5).
- Skor -1,
- Jika volume konsumsinya menurun dan perubahan harga barang/jasa relatif sama (4) atau menurun.
- Skor 0,
- Jika konsumsi saat ini volumenya menurun (3) dan perubahan harga barang/jasa meningkat tinggi (1).
 - Jika konsumsi saat ini volumenya tetap (2) dan perubahan harga barang/jasa meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3).
 - Jika konsumsi saat ini volumenya meningkat (1) dan perubahan harga relatif sama (4) atau menurun (5).
- Skor $\frac{1}{2}$,
- Jika konsumsi saat ini volumenya tetap (2) dan perubahan harga barang/jasa meningkat sedang (2) & meningkat sedikit (3).

- Jika konsumsi saat ini volumenya meningkat (1) dan perubahan harga brg/jasa relatif sama (4) atau menurun (5).
 - Jika konsumsi saat ini volumenya meningkat (1) dan perubahan harga brg/jasa meningkat tinggi (1).
- Skor 1,

Dengan cara dan dasar pemikiran yang sama pemberian skor dapat dilakukan pada variabel rencana pemberian barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan. Perilaku rumah tangga dalam rencana pembelian barang tahan lama dipengaruhi oleh sumber dana yang dimiliki dan kondisi keuangan rumah tangga dalam 3 bulan terakhir. Pemberian skor tersebut secara rinci disajikan pada Tabel 3.4.

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

Interaksi		Pembelian barang-barang tahan lama *) serta aktivitas rekreasi dan hajatan/pesta (kode di kuesioner)			
		Punya rencana (1)		Tidak Punya rencana (2)	
		Sumber Dana (1-4)	Sumber Dana (5)	Alasan Utama (1)	Alasan Utama (2)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Kondisi keuangan rumah tangga selama 3 bulan terakhir (kode di kuesioner)	Menabung lebih banyak atau sama 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:

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

dan

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

Dimana:

- w_l = penimbang variabel/komponen IIK
- w_m = penimbang variabel/komponen IIM
- l = 1, 2, 3 (variabel/komponen IIK)
- m = 1, 2 (variabel/komponen IIM)

Range untuk IIK/IIM adalah : $0 \leq IIK/IIM \leq 200$.

5. Penentuan Penimbang (w_i)

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

A. Indeks Indikator Kini (IIK)

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

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

Dimana :

- I IK = 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 α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga terhadap I IK, α_2 mengindikasikan elastisitas pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari terhadap I IK, dan α_3 mengindikasikan elastisitas konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan saat ini terhadap I IK. 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 I IK 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 I IK dilakukan untuk menentukan nilai I TK 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://malut.bps.go.id>

BAB 4

HASIL PENGHITUNGAN ITK TAHUN 2016

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

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

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

4. ITK Provinsi Maluku Utara Tahun 2016

4.1. Profil Responden Rumah Tangga Maluku Utara Tahun 2016

Indeks Tendensi Konsumen dihitung untuk memperkirakan gerak perekonomian berdasarkan informasi konsumen (rumah tangga). Indeks Tendensi Konsumen dihitung dari hasil Survei Tendensi Konsumen. Pelaksanaan Survei Tendensi Konsumen (STK) setiap 3 bulan sekali dalam setahun dimana daftar sampel blok sensus Susenas Maret 2015 yang berada di daerah perkotaan merupakan sampel STK. Sebelum tahun 2011, STK hanya dilakukan di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek). Mulai triwulan I tahun 2011, STK dilakukan di 33 provinsi di Indonesia dengan total target sampel sebanyak 14.600 rumah tangga. Respon rate responden sampel setiap triwulan rata-rata sekitar 95 persen.

Tabel 4.1
Persentase Responden Rumah Tangga
Menurut Tingkat Pendidikan, 2016

Tingkat Pendidikan	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
SLTP ke bawah	33,33	32,79	29,27	
SLTA	45,53	41,80	44,72	
Diploma I/II/III	4,88	3,28	3,25	
Diploma IV/S1, S2/S3	16,26	22,13	22,76	
Jumlah	100,00	100,00	100,00	

Dilihat dari tingkat pendidikannya, sebagian besar responden rumah tangga berpendidikan SLTA yaitu sekitar 40 - 45 persen. Responden rumah tangga yang berpendidikan di atas SLTA sekitar 20 - 25 persen. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden rumah tangga STK memiliki pendidikan yang cukup baik cermin dari penduduk perkotaan pada umumnya. (Tabel 4.1).

Tabel 4.2
 Persentase Responden Rumah Tangga
 Menurut Sektor Pekerjaan, 2016

Sektor Pekerjaan	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
Primer	8,94	12,30	8,13	
Sekunder	15,45	11,48	7,32	
Tersier	60,98	67,21	72,36	
Penerima Pendapatan	14,63	9,02	12,20	
Jumlah	100,00	100,00	100,00	

Dilihat dari sektor pekerjaan responden selama tahun 2016, sebagian besar berprofesi di sektor tersier yaitu sekitar 60 - 72 persen. Sektor primer sekitar 8 - 12 persen dan sektor sekunder sekitar 7 - 15 persen. Sedangkan sisanya sekitar 9 - 14 persen merupakan responden penerima pendapatan. (Tabel 4.2).

Tabel 4.3
 Persentase Responden Rumah Tangga
 Menurut Status Pekerjaan Utama, 2016

Status Pekerjaan Utama	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
Berusaha sendiri/dibantu pekerja keluarga	43,81	43,24	42,59	
Berusaha dibantu pekerja dibayar	10,48	4,50	7,41	
Buruh/Karyawan/Pegawai	44,76	52,25	50,00	
Pekerja keluarga/Lainnya	0,95	0,00	0,00	
Jumlah	100,00	100,00	100,00	

Dilihat dari status pekerjaan utama, sebagian besar responden rumah tangga berstatus buruh/karyawan/pegawai yaitu sekitar 44 - 50 persen. Sedangkan responden yang berstatus berusaha sendiri/dibantu pekerja keluarga yaitu sekitar 42 - 43 persen. (Tabel 4.3).

Tabel 4.4
 Persentase Responden Rumah Tangga
 Menurut Rata-Rata Pendapatan Sebulan, 2016

Rata-Rata Pendapatan Sebulan	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
< 2 juta rupiah	22,76	18,85	19,51	
≥ 2 juta rupiah	77,24	81,15	80,49	
Jumlah	100,00	100,00	100,00	

Dilihat dari rata-rata pendapatan sebulan responden rumah tangga, sebagian besar responden memiliki pendapatan rata-rata di atas 2 juta rupiah, yaitu sekitar 77 - 81 persen. Sedangkan responden yang memiliki pendapatan rata-rata di bawah 2 juta rupiah, yaitu sekitar 18 - 22 persen. (Tabel 4.4).

4.2. Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I s.d. IV Tahun 2016

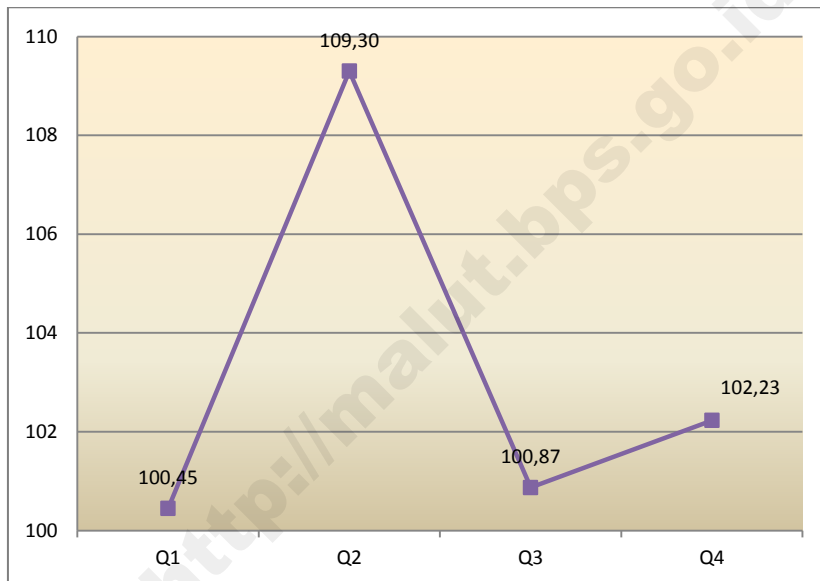
Kondisi ekonomi konsumen di Maluku Utara pada tahun 2016 selalu tampak optimis pada setiap triwulannya terhadap kondisi perekonomian Maluku Utara meskipun tingkat optimisme konsumen berfluktuatif. Hal tersebut terlihat dari nilai ITK yang selalu berada di atas 100. Pada triwulan I nilai ITK sebesar 100,45 persen. Pada triwulan II, terjadi peningkatan optimisme konsumen dengan nilai ITK sebesar 109,30 atau merupakan nilai ITK tertinggi selama tahun 2016 yang mencerminkan bahwa peningkatan optimisme konsumen terjadi pada triwulan ini. Peningkatan optimisme konsumen pada triwulan I diduga disebabkan oleh tingginya aktivitas kegiatan ekonomi pada bulan suci Ramadhan yang mendorong peningkatan pendapatan konsumen baik melalui hasil usaha maupun pendapatan lainnya seperti pemberian bonus bagi karyawan swasta maupun aparatur sipil negara bagi pegawai-14 menjelang hari raya. Pada triwulan II, nilai ITK sebesar 100,87, artinya kondisi ekonomi konsumen relatif meningkat namun tingkat optimisme konsumen lebih rendah dibandingkan triwulan sebelumnya.

Tabel 4.5
Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen
Periode Triwulan I – IV 2016

Variabel	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
ITK 2016	100,45	109,30	100,87	102,23*

*Angka perkiraan

Gambar 4.1
Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen
Periode Triwulan I – IV 2016



4.2.3. Nilai Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2016 Menurut Variabelnya

Kondisi ekonomi konsumen di Maluku Utara selama tahun 2016 terlihat optimis setiap triwulannya. Hal ini terlihat dari nilai ITK yang selalu di atas 100. Sejak triwulan I sampai dengan triwulan IV terlihat bahwa nilai ITK selalu di atas 100. Peningkatan variabel ITK menunjukkan tingkat optimisme konsumen meningkat pada triwulan tersebut, seperti yang terjadi pada triwulan I, II, dan III.

Variabel pendapatan rumah tangga saat ini menjelaskan pendapatan konsumen pada saat triwulan berjalan terus memperlihatkan tingkat optimisme yang semakin meningkat sampai dengan triwulan II. Dari sebesar 101,27 pada triwulan I menjadi tertinggi 110,78 di triwulan II. Pada triwulan I II indeks pendapatan rumah tangga saat ini sebesar 107,15. Variabel pendukung tabungan responden juga menunjukkan kondisi yang positif dengan mayoritas responden menjawab bahwa kondisi tabungan mereka pada triwulan berjalan sama/meningkat dibanding triwulan sebelumnya sekitar 60 – 75 persen.

Variabel lainnya adalah volume/frekuensi konsumsi barang dan jasa menunjukkan peningkatan optimisme konsumen Maluku Utara. Karena didukung oleh tingkat optimisme pendapatan yang terus membaik dan kurang berpengaruh inflasi terhadap konsumsi makanan sehari-hari membuat optimisme volume konsumsi barang dan jasa juga selalu meningkat.

Tabel 4.5
Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen menurut Variabel Pembentuk dan Variabel Terkait Lainnya Periode Triwulan I – IV 2016

Variabel	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
Pendapatan rumah tangga saat ini	101,27	110,78	107,15	
Pengaruh inflasi terhadap total pengeluaran rumah tangga	100,35	101,02	90,47	
Volume/frekuensi konsumsi barang/jasa	98,65	116,26	99,09	
ITK Kini	100,45	109,30	100,87	102,23*
Variabel Pendukung	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
Kondisi Tabungan (% Responden Menjawab)				
- Sama/meningkat	60,16	62,30	75,58	
- Menurun	39,84	37,70	24,42	

*Perkiraan ITK mendatang

BAB 5

KESIMPULAN

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

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

<http://malut.kps.go.id>

5. Perekonomian Maluku Utara dari Sisi Rumahtangga Tahun 2016

Survei Tendensi Konsumen dilaksanakan setiap triwulanan. Kerangka sampel blok sensus STK adalah daftar sampel blok sensus Susenas Maret 2016 daerah perkotaan di setiap Kab/Kota terpilih STK. Distribusi persentase responden setiap triwulan selama tahun 2016 relatif tidak mengalami perubahan. Persentase responden masih didominasi oleh mereka yang berpendidikan tertinggi SLTA ke atas berkisar antara 66 – 70 persen dari keseluruhan sampel rumahtangga. Kebanyakan responden bekerja di sektor tersier berkisar 60 - 72 persen setiap triwulannya. Responden yang bekerja dengan status buruh/karyawan/pegawai berkisar antara 44 - 52 persen setiap triwulannya. Mayoritas responden memiliki pendapatan rata-rata di atas Rp 2.000.000,- yaitu sekitar 77 - 81 persen setiap triwulannya.

Tingkat pendapatan rumah tangga selama tahun 2016 yang cukup baik ternyata menjadi pendorong utama keadaan ekonomi konsumen selama tahun 2016. Hal ini terlihat pada nilai variabel ini yang cukup tinggi dan terus meningkat dari triwulan I sampai dengan triwulan II. Laju inflasi tidak cukup berpengaruh terhadap keadaan ekonomi konsumen pada tahun 2016. Hal ini terlihat pada nilai ITK pada triwulan I-2016 sampai dengan triwulan III-2016 yang berada di atas 100 dengan variabel kaitan inflasi terhadap konsumsi memiliki nilai yang selalu di atas 100 kecuali pada triwulan III.

Kondisi ekonomi konsumen pada triwulan I-2016 terlihat cukup tinggi di atas 100 yaitu 100,45 menunjukkan kondisi ekonomi konsumen yang cukup meningkat dibandingkan triwulan IV-2015 (nilai ITK sebesar 99,14).

Memasuki triwulan II-2016, kondisi ekonomi konsumen semakin meningkat dibandingkan dengan triwulan sebelumnya. Tingkat optimisme konsumen berada di puncak menjadi 109,30 pada triwulan II-2016. Hal tersebut juga didukung oleh peningkatan pendapatan rumah tangga dan adanya peningkatan volume konsumsi barang dan jasa seperti pembelian pakaian, biaya pendidikan dan transportasi sehubungan dengan memasuki bulan Ramadhan.

Pada triwulan I II nilai I TK m enjadi 1 00,87 menunjukkan kondisi ekonomi konsumen yang meningkat namun terjadi penurunan tingkat optimisme konsumen dibandingkan triwulan sebelumnya.

Pada triwulan IV-2016 diperkirakan terjadi peningkatan kondisi ekonomi konsumen dibandingkan dengan triwulan sebelumnya. Peningkatan ini terjadi karena meningkatnya pendapatan rumahtangga dan rencana pembelian barang tahan lama, rekreasi dan pesta/hajatan sehubungan dengan perayaan natal dan tahun baru.

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

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, 1976-1991, *Indikator Pendahulu di Indonesia*, Jakarta.
- The Conference Board, 1990, *A monthly Report from the Consumer Research Confidence Survey*, The Conference Board.
- 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

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

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

Lampiran

Kuesioner

<http://malutops.go.id>

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

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



SURVEI TENDENSI KONSUMEN 2016

Triwulan I-2016

RAHASIA

BLOK I. PENGENALAN TEMPAT

1. Provinsi		<input type="checkbox"/>
2. Kabupaten/Kota ^{*)}		<input type="checkbox"/>
3. Kecamatan		<input type="checkbox"/>
4. Desa/Kelurahan ^{*)}		<input type="checkbox"/>
5. Klasifikasi Desa/Kelurahan ^{*)}	1. Perkotaan 2. Perdesaan	<input type="checkbox"/>
6. Nomor Kode Sampel		<input type="checkbox"/>
7. Nomor Urut Sampel		<input type="checkbox"/>
8. Nama Kepala Rumah Tangga		<input type="checkbox"/>
9. Jumlah Anggota Rumah Tangga		<input type="checkbox"/>
10. Keterangan Hasil Pencacahan	1. Bersih diwawancarai 2. Risa Ferganti di Bangunan Sensus yang sama 3. Bangunan Sensus Keong 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:	1. Istri/suami - 2	<input type="checkbox"/>																																				
2. Jenis kelamin responden:	1. Laki-laki - 1 Perempuan - 2	<input type="checkbox"/>																																				
3. Umur responden:	<20 tahun - 1 30-39 tahun - 3 50-59 tahun - 5 20-29 tahun - 2 40-49 tahun - 4 ≥ 60 tahun - 6	<input type="checkbox"/>																																				
4. Pendidikan terakhir yang diamatkan responden:	SLTP kebawah - 1 Diploma/MTS - 4 S2/S3 - 5 SLTA - 2	<input type="checkbox"/>																																				
Keterangan Rumah Tangga		<input type="checkbox"/>																																				
5. Lapangan pekerjaan kepala rumah tangga:	(Luskan)	<input type="checkbox"/>																																				
<p><i>(Jika Kepala Rumah Tangga tidak bekerja/penerima pendapatan atau kode 18, lampung ke R 7)</i></p> <table border="0"> <tr> <td>Perburuan, Kehutanan dan Perikanan</td> <td>- 01</td> <td>Informasi dan Komunikasi</td> <td>- 20</td> </tr> <tr> <td>Perdagangan dan Perdagangan</td> <td>- 02</td> <td>Jasa Keuangan</td> <td>- 21</td> </tr> <tr> <td>Industri/Tenaga Bekerja</td> <td>- 03</td> <td>Real Estate</td> <td>- 22</td> </tr> <tr> <td>Pengsahaan Listrik, Gas</td> <td>- 04</td> <td>Jasa Perumahan</td> <td>- 23</td> </tr> <tr> <td>Pengsahaan Air</td> <td>- 05</td> <td>Administrasi Pemerintahan, Pemerintahan dan Layanan Sosial Wajib</td> <td>- 24</td> </tr> <tr> <td>Konstruksi</td> <td>- 06</td> <td>Jasa Pendidikan</td> <td>- 25</td> </tr> <tr> <td>Pengdagangan Besar dan Eceran; Reparat dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor</td> <td>- 07</td> <td>Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial</td> <td>- 26</td> </tr> <tr> <td>Transportasi dan Pergudangan</td> <td>- 08</td> <td>Jasa lainnya</td> <td>- 27</td> </tr> <tr> <td>Pengsahaan Akomodasi dan Pengsahaan Makanan Minuman</td> <td>- 09</td> <td>Tidak bekerja/penerima pendapatan</td> <td>- 28</td> </tr> </table>			Perburuan, Kehutanan dan Perikanan	- 01	Informasi dan Komunikasi	- 20	Perdagangan dan Perdagangan	- 02	Jasa Keuangan	- 21	Industri/Tenaga Bekerja	- 03	Real Estate	- 22	Pengsahaan Listrik, Gas	- 04	Jasa Perumahan	- 23	Pengsahaan Air	- 05	Administrasi Pemerintahan, Pemerintahan dan Layanan Sosial Wajib	- 24	Konstruksi	- 06	Jasa Pendidikan	- 25	Pengdagangan Besar dan Eceran; Reparat dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor	- 07	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	- 26	Transportasi dan Pergudangan	- 08	Jasa lainnya	- 27	Pengsahaan Akomodasi dan Pengsahaan Makanan Minuman	- 09	Tidak bekerja/penerima pendapatan	- 28
Perburuan, Kehutanan dan Perikanan	- 01	Informasi dan Komunikasi	- 20																																			
Perdagangan dan Perdagangan	- 02	Jasa Keuangan	- 21																																			
Industri/Tenaga Bekerja	- 03	Real Estate	- 22																																			
Pengsahaan Listrik, Gas	- 04	Jasa Perumahan	- 23																																			
Pengsahaan Air	- 05	Administrasi Pemerintahan, Pemerintahan dan Layanan Sosial Wajib	- 24																																			
Konstruksi	- 06	Jasa Pendidikan	- 25																																			
Pengdagangan Besar dan Eceran; Reparat dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor	- 07	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	- 26																																			
Transportasi dan Pergudangan	- 08	Jasa lainnya	- 27																																			
Pengsahaan Akomodasi dan Pengsahaan Makanan Minuman	- 09	Tidak bekerja/penerima pendapatan	- 28																																			
6. Status Pekerjaan Kepala Rumah Tangga:	1. Buruh/Karyawan/Pegawai	- 3	<input type="checkbox"/>																																			
Berusaha sendiri/berusaha keluarga	2. Pelembaga keluarga/layannya	- 4	<input type="checkbox"/>																																			
Berusaha dibantu pekerjanya di bawah																																						
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"/>																																			
<2 juta rupiah - 1 3-3,9 juta rupiah - 3 5-9,9 juta rupiah - 5																																						
2-2,9 juta rupiah - 2 4-4,9 juta rupiah - 4 ≥ 10 juta rupiah - 6																																						

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

C. PENGELUARAN DAN KONSUMSI RUMAH TANGGA	
6. Bagaimana volume/frekuensi konsumsi barang/jasa di bawah ini selama Triwulan I-2016 dibandingkan Triwulan IV-2015:	<input type="checkbox"/>
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. Pakaiain	1 2 3
4. Pembelian Pusa HP	1 2 3
5. Pendidikan	1 2 3
Perubahan Frekuensi:	
6. Rekreasi/hiburan (nonton di bioskop, karaoke, ke tempat hiburan)	1 2 3
7. Akomodasi (hotel/penginapan)	1 2 3
8. Transportasi	1 2 3
9. Perawatan kesehatan dan kecantikan (gym, salon, spa, dll.)	1 2 3
7. Bagaimana total pengeluaran seluruh anggota rumah tangga selama Triwulan I-2016 dibandingkan Triwulan IV-2015: Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3 Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 9	<input type="checkbox"/>
8. Apakah penyebab utama total pengeluaran rumah tangga meningkat atau menurun pada Rincian 7 (lihat PILIHAN JAWABAN 2 di lembar berikut) Lainnya (tuliskan)	<input type="checkbox"/>
9. Bagaimana perkiraan total pengeluaran seluruh anggota rumah tangga selama Triwulan II-2016 dibandingkan Triwulan I-2016: Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3 Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 11	<input type="checkbox"/>

10. Apakah penyebab utama perkiraan total pengeluaran rumah tangga meningkat atau menurun pada Rincian 9 (lihat PILIHAN JAWABAN2) Lainnya (tuliskan)	<input type="checkbox"/>					
PILIHAN JAWABAN 2 (untuk Rincian Nomor 8 dan 10)						
Jawaban mendetail:	Jawaban numerik:					
Penurunan penghasilan	-1	Penurunan penghasilan	-6			
Peningkatan harga barang dan jasa	-2	Peningkatan harga barang dan jasa	-7			
Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan terakhir	-3	Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya) pada triwulan sebelumnya	-8			
Sedang membaik atau ada perubahan	-4	Melakukan penghematan	-9			
meributkan/buruk	-5	Lainnya	-10			
D. KONDISI KEUANGAN RUMAH TANGGA						
11. Gambaran kondisi keuangan rumah tangga Bapak/Ibu selama Triwulan I-2016: Menabung lebih banyak dibanding triwulan sebelumnya	-1	-2	<input type="checkbox"/>			
Meningkat relatif sama dibanding triwulan sebelumnya	-3	-4				
tidak dapat menabung sama sekali	-5	-6				
Mengalami tabrungan						
Harus meminjam/menggunakan barang						
12. Bagaimana peluang rumah tangga Bapak/Ibu untuk menabung selama Triwulan II-2016 mendatang: Sangat mungkin	-1	Mungkin	-2	tidak mungkin	-3	<input type="checkbox"/>
E. KETERSEDIAAN LAPANGAN PEKERJAAN						
13. Bagaimana ketersediaan lapangan pekerjaan (formal dan non formal) selama Triwulan I-2016 dibandingkan Triwulan IV-2015: Lebih banyak	-1	Sama	-2	Lebih sedikit	-3	<input type="checkbox"/>
14. Bagaimana perkiraan ketersediaan lapangan pekerjaan (formal dan non formal) selama Triwulan II-2016 dibandingkan Triwulan I-2016: Lebih banyak	-1	Sama	-2	Lebih sedikit	-3	<input type="checkbox"/>

F. PEMBELIAN BARANG TAHAN LAMA												
15. Menurut Bapak/Ibu, apakah dalam Triwulan I-2016 merupakan waktu yang tepat bagi rumah tangga untuk membeli barang-barang tahan lama, seperti barang elektronik, peralatan rumah tangga, perhiasan logam/batu mulia, perabot rumah tangga, perangkat komunikasi, dan alat olahraga dan kesehatan: Ya, waktu yang tepat Tidak, bukan waktu yang tepat Lainnya	-1 -2 -3	<input type="checkbox"/>										
16. Apakah Bapak/Ibu mempunyai rencana untuk membeli barang-barang tahan lama dan melakukan aktivitas di bawah ini selama Triwulan II-2016												
Kelompok Barang/Jasa	Ya	-1	Tidak	-2	Jika isian kolom 2 berkode 1, rencana sumber dana: Tabungan	-1	Jika kolom 2 berkode 2, alasan utama Bapak/Ibu Dana tidak ada	-1	Tidak / belum butuh	-2	Sudah memiliki	-3
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	
1. Membeli barang elektronik (TV, DVD, kompor, dll) perabot rumah tangga (kursi, lemari, tempat tidur, dll), dan peralatan rumah tangga (kuas, kompor gas, AC, mesin cuci, 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"/>	<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"/>	<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, 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"/>	<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"/>	<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. Merencanakan Pesta dan Hiburan (pernikahan, khitanan, ulang tahun, 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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6. Membeli motor/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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7. Merenovasi 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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8. Membeli rumah/Arahan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

BLOK V. PENJELASAN RINGKAS (lanjutan)	BLOK V. PENJELASAN RINGKAS
<p>✓ 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.</p> <p>✓ 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.</p> <p>✓ Rincian 15: Waktu yang tepat bagi rumah tangga untuk membeli barang tahan lama.</p> <p>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.</p> <p>✓ Rincian 16: Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi, dan Pesta/Hajatan. Pertanyaan harus diajukan setiap rincian kelompok barang tahan lama dan melakukan aktivitas (rekresi dan pesta/hajatan) yang ditanyakan dari kolom 2 sampai dengan kolom 4.</p>	<p>KHUSUS UNTUK BLOK IV.A.s.d. BLOK IV.E</p> <p>✓ 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 anisan, warisan, dan hadiah.</p> <p>✓ Rincian 5: Perubahan harga merupakan perubahan harga barang/jasa secara umum, bukan beberapa komoditi utama saja.</p> <p>Catatan:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Perhatikan referensi waktu pencacahan dalam mengantisipasi jawaban responden. o Perhatikan kontribusi komoditi-komoditi yang meningkat cukup tajam terhadap seluruh komoditi yang dikonsumsi oleh rumah tangga. <p>Contoh:</p> <p>Terjadi kenaikan harga komoditi cabai yang cukup signifikan, sementara komoditi lainnya relatif stagnan. Untuk menghindari jawaban responden yang menjawab meningkat tajam, lakukan <i>probing</i> mengenai referensi waktunya maupun kontribusi komoditi cabai tersebut.</p> <p>✓ 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 "tidak".</p> <p>✓ 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.</p> <p>✓ Rincian 11: Gambaran kondisi keuangan rumah tangga menunjukkan bagaimana kondisi keuangan rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.</p> <p>Catatan:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Tidak dapat menabung sama sekali artinya rumah tangga tidak menabung dalam bentuk apapun. o 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. o Jika rumah tangga menabung sekaligus meminjam misalnya untuk membeli barang tahan lama, maka lakukan pengurangan antara tabungan dikurangi pinjaman. Jika positif berarti menabung (kode 1 atau 2), jika negatif merupakan pinjaman.
BLOK VI. CATATAN	

DATA

MENCERDASKAN BANGSA

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



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI MALUKU UTARA**

Jalan Stadion No. 65 Ternate, Telp. (0921) 3127878 Fax. (0921) 3126301
Homepage : <http://malut.bps.go.id> Email : bps8200@bps.go.id

ISBN 978-602-6755-34-6



9 786026 755346