

No. Katalog : 9202001.52



**INDEKS
TENDENSI
KONSUMEN
NUSA TENGGARA BARAT 2015**



*Badan Pusat Statistik
Provinsi Nusa Tenggara Barat*

INDEKS TENDENSI KONSUMEN NTB 2015

KATALOG BPS : 9202001.52
No. Publikasi : 52550.1601
Ukuran Buku : 18,2 cm x 25,7 cm
Naskah : Bidang Neraca Wilayah dan Analisis
Dicetak Oleh : CV. MAHARANI

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

KATA PENGANTAR

Informasi dini, seperti persepsi pelaku konsumsi terhadap situasi perekonomian, merupakan suatu kebutuhan informasi yang sangat penting bagi berbagai pihak, terutama sangat diperlukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat karena informasi ini memberikan gambaran kondisi perekonomian pada tiap triwulan dan sinyal awal perkiraan kondisi perekonomian beberapa bulan mendatang (triwulan).

Sejak tahun 1995, Badan Pusat Statistik telah mengembangkan Sistem Pemantauan Indikator Dini melalui Indeks Tendensi Konsumen (ITK). ITK dihitung berdasarkan hasil Survei Tendensi Konsumen. Publikasi ITK 2015 Merupakan kelanjutan dari publikasi ITK tahun-tahun sebelumnya. Dalam publikasi ini dijelaskan metode dan hasil penghitungan ITK selama tahun 2015.

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.

Mataram, Maret 2016
Kepala Badan Pusat Statistik
Provinsi Nusa Tenggara Barat

Drs. Wahyudin, MM

DAFTAR ISI

BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	2
1.2. Tujuan	3
1.3. Cakupan Penelitian.....	3
1.4. Sistematika Penulisan.....	4
BAB 2. KAJIAN LITERATUR	5
2.1. Consumer Sentiment Index (Michigan University)	6
2.2. Consumer Confidence Index	7
2.3. Survei Konsumen (Bank Indonesia)	9
BAB 3. METODOLOGI PENGHITUNGAN	11
3.1. Survei Tendensi Konsumen.....	12
3.2. Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen (ITK)	15
3.3. Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen.....	22
BAB 4. HASIL PENGHITUNGAN ITK 2015	24
4.1. Profil Rumah Tangga Tahun 2015	25
4.2. Nilai Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2015 Menurut Komponennya	28
BAB 5. KESIMPULAN	32
LAMPIRAN	34

Indeks Tendensi Konsumen

BAB 1

PENDAHULUAN

Nusa Tenggara Barat 2015

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

1.1. Latar Belakang

Informasi dini tentang kondisi perekonomian terkini sangat diperlukan oleh pemerintah maupun dunia usaha. Pemerintah memerlukan informasi tersebut diantaranya untuk perencanaan, sedangkan dunia usaha diantaranya untuk keperluan investasi atau ekspansi pasar. Dengan adanya informasi dini, berbagai pihak dapat mengambil langkah-langkah dini yang diperlukan untuk mengatasi perubahan keadaan ekonomi agar tidak menimbulkan dampak negative yang dapat menyebabkan 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). Selanjutnya sejak tahun 1995 disamping Indeks Indikator Pendahulu, BPS juga telah mengembangkan dua macam indikator dini (prompt indicator) lainnya yang saling melengkapi, yaitu indikator terkait dengan perkembangan kegiatan bisnis yang disebut Indeks Tendensi Bisnis (ITB) dan indikator terkait dengan kondisi konsumen yang disebut Indeks Tendensi Konsumen (ITK). ITB dan ITK menggambarkan kondisi bisnis dan perekonomian di Indonesia dalam jangka pendek (triwulanan). Di Provinsi Nusa Tenggara Barat kegiatan penyusunan ITK mulai dilaksanakan pada tahun 2011.

Karena pentingnya informasi ini, sejak Triwulan I-2011 hasil penghitungan ITK Provinsi Nusa Tenggara Barat telah

dipublikasikan melalui berbagai media massa bersamaan dengan “press release” Produk Domestik Bruto setiap triwulan.

1.2. Tujuan

Memberikan gambaran kondisi ekonomi konsumen pada suatu periode tertentu dan perkiraan kondisi ekonomi serta kondisi konsumen tiga bulan mendatang.

1.3. Cakupan Penelitian

Pelaksanaan Survei Tendensi Konsumen (STK) guna menghitung ITK di Provinsi NTB dilaksanakan di 5 kabupaten/kota yaitu, Kabupaten Lombok Timur, Kabupaten Sumbawa, Kabupaten Dompu, Kota Bima dan Kota Mataram dengan jumlah responden sebanyak 290 rumah tangga pertriwulan yang tersebar dalam 29 Blok Sensus.

Alokasi sampel blok sensus dan rumah tangga terpilih mengikuti aturan yang telah ditetapkan oleh Direktorat Pengembangan Metodologi Sensus dan Survei. Sebagai Informasi pemilihan blok sensus daerah perkotaan terpilih sudah memperhitungkan “*wealth index*” dengan memilih blok sensus yang berkategori “Menengah dan Tinggi”.

Pemilihan sampel rumah tangga STK ditarik secara sistematis. Sampel rumah tangga terpilih tidak bisa diganti , kecuali rumah tangga pengganti di bangunan sensus yang sama.

1.4. Sistematika Penulisan

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 ITK.
3. Bab III Metodologi Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, menyajikan prosedur penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, dan interpretasi hasil ITK.
4. Bab IV. Hasil Penghitungan ITK, menyajikan informasi dini ITK selama tahun 2015.
5. Bab V. Kesimpulan, menyajikan ringkasan indikator dini perekonomian secara umum dilihat dari kondisi ekonomi rumah tangga (sisi konsumen) selama tahun 2015.

Indeks Tendensi Konsumen

BAB 2

KAJIAN

LITERATUR

Nusa Tenggara Barat 2015

<http://ntb.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 rumahtangga. Peningkatan konsumsi rumahtangga akan mendorong pertumbuhan ekonomi. Sebagaimana diketahui bahwa konsumsi rumahtangga domestik adalah salah satu faktor pendorong dalam memperkuat fundamental ekonomi, meskipun dalam perekonomian yang lebih luas dan terbuka, konsumsi domestik bukan satu-satunya faktor pendorong karena adanya kegiatan ekspor dan impor.

2.2. Consumer Confidence Index

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

Interpretasi dari indeks ini adalah apabila IKK meningkat mengindikasikan konsumsi/belanja konsumen

juga meningkat. Akibatnya, dari sisi penawaran perusahaan akan meningkatkan produksinya yang disebabkan oleh meningkatnya permintaan. Dampak lain adalah meningkatnya konsumsi rumah tangga sehingga tingkat permintaan kredit ke Bank meningkat. Dengan demikian pemerintah dapat mengantisipasi akan adanya kenaikan pajak pendapatan yang diperoleh dari naiknya konsumsi rumah tangga. Sebaliknya bila IKK menurun, maka konsumsi rumah tangga juga menurun yang berarti permintaan akan produk juga menurun. Hal ini akan mengakibatkan turunnya supply 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 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 Diffusion

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 stagnan, 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 terhadap 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://ntb.bps.go.id>

Indeks Tendensi Konsumen

BAB 3

METODOLOGI PENGHITUNGAN

Nusa Tenggara Barat 2015

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

3.1. Survei Tendensi Konsumen

Survei Tendensi Konsumen (STK) 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 (ITK) 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 membeli untuk membeli barang-

barang tahan lama pada periode tiga bulan mendatang.

Berdasarkan evaluasi rangkaian kegiatan pelaksanaan Indeks Tendensi Konsumen selama tahun 2011-2014, perlu ada perbaikan secara menyeluruh baik dari metodologi pemilihan blok sensus dan responden, kuesioner, pelaksanaan lapangan Survei Tendensi Konsumen, metode penghitungan, mekanisme pengolahan data, serta rekonsiliasi data provinsi dan nasional. Penyempurnaan tersebut dilakukan dalam rangka untuk memperbaiki kualitas hasil dari Indeks Tendensi Konsumen sehingga informasi yang dihasilkan diharapkan dapat menggambarkan kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan maupun prediksi pada triwulan mendatang. Dengan demikian, mulai Triwulan I-2015 dilakukan penyempurnaan penyusunan Indeks Tendensi Konsumen secara menyeluruh.

Terkait dengan hal tersebut, beberapa informasi penting yang perlu mendapat perhatian antara lain: pelaksanaan lapangan independen dari survey-survei lainnya (berbeda dengan sebelumnya yang terintegrasi dengan Sakernas), jadwal pelaksanaan lapangan dilakukan pada bulan terakhir di triwulan berjalan (Triwulan I: Maret, Triwulan II: Juni, Triwulan III: September, Triwulan IV: Desember), metode pemilihan sampel (blok sensus dan rumah tangga) yang baru, dan kuesioner baru dengan variabel-variabel pembentuk indeks yang baru atau dimodifikasi.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penghitungan

Indeks Tendensi Konsumen, sebagai berikut :

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

a) Pendapatan seluruh anggota keluarga pada periode 3 (tiga) bulan terakhir.

b) Pengaruh inflasi terhadap total pengeluaran

c) Volume/frekwensi konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan:

- Makanan: bahan makanan/minuman dan makanan/minuman jadi, rokok, tembakau di restoran/rumah makan.

- Bukan Makanan: Pakaian, Pembelian Pulsa, Pendidikan, Perawatan Kesehatan, dan Kecantikan (gym, salon, Spa, dll), Rekreasi/Hiburan (nonton di bioskop, karaoke, atau ke tempat hiburan), Akomodasi (Hotel/penginapan), dan Transportasi/angkutan; dan komunikasi.

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

a. Pendapatan seluruh anggota keluarga.

b. Rencana pembelian barang-barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan:

- Elektronik (TV, DVD, Komputer, dll)

- Perhiasan logam dan batu mulia (emas, permata, mutiara, dll)

- Perangkat komunikasi (HP, Tablet/IPAD, notebook, dll)

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

3.2. Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen (ITK)

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

2. Pemberian skor jawaban

Pemberian skor jawaban dengan penyempurnaan metode yang mulai diterapkan 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.

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 (diproksi dengan total pengeluaran rumah tangga meningkat) maka diberikan skor tertinggi (skor 1). Sebaliknya, ketika harga barang dan jasa kebutuhan sehari-hari relatif sama atau menurun, namun rumah tangga justru tidak memiliki kemampuan untuk melakukan peningkatan konsumsi (diproksi dengan total pengeluaran rumah tangga menurun) maka diberikan skor terendah (skor -1).

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:

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

dan

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

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 : $0 \leq IKK/IIM \leq 200$.

5. Penentuan Penimbang (w_i).

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

A. Indeks Indikator Kini (IIK).

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

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

dimana :

IIK = Indeks Indikator Kini

PDK = Pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada triwulan berjalan

KH = Pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap total pengeluaran

KK = Volume/frekwensi konsumsi

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

Besaran α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga terhadap IIK, α_2 mengindikasikan elastisitas pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari terhadap IIK, dan α_3 mengindikasikan elastisitas konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan saat ini terhadap IIK. Series data yang digunakan untuk menghitung penimbang

adalah data Triwulan I-1990 sampai dengan Triwulan III-2015. Sebagai contoh, hasil penghitungan penimbang pada Triwulan III-2015 untuk masing- masing komponen IIK adalah :

- 1) Pendapatan seluruh anggota rumahtangga sebesar 0,5134
- 2) Pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap total pengeluaran sebesar 0,2723
- 3) Volume Volume/frekwensi konsumsi sebesar 0,2142

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

B. Indeks Indikator Mendatang (IIM).

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

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

dimana :

- IIM = Indeks Indikator Mendatang
 PDM = Pendapatan seluruh anggota rumahtangga.
 RTH = Rencana pembelian barang-barang tahan lama
 $\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2$ = Estimasi parameter fungsi *double log*

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

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

- 1). Pendapatan seluruh anggota rumahtangga sebesar 0,6415
- 2). Rencana pembelian barang-barang tahan lama sebesar 0,3585

Penghitungan IIM dilakukan untuk memperkirakan nilai ITK pada triwulan berikutnya sebagai prediksi kondisi ekonomi konsumen dan perilaku konsumsi konsumen terhadap situasi perekonomian secara umum pada tiga bulan yang akan datang.

3.3 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).

Indeks Tendensi Konsumen

BAB 4

HASIL

PENGHITUNGAN

ITK 2015

Nusa Tenggara Barat 2015

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

4.1. Profil Rumah Tangga Tahun 2015

Responden dari STK adalah Kepala Rumah Tangga atau pasangannya, seperti Suami atau Istri. Petugas pendataan lapangan diharapkan dapat melakukan kunjungan ulang dengan membuat janji ketemu terlebih dahulu jika kepala rumah tangga atau pasangannya tidak dapat diwawancarai pada kunjungan pertama. Tidak diperbolehkan melakukan wawancara kepada anggota rumah tangga yang lain, seperti anak, famili lain, atau pembantu rumah tangga/sopir.

Total rumahtangga pada setiap triwulan sebanyak 290 rumah tangga yang tersebar di 5 (lima) kabupaten/kota yaitu Kabupaten Lombok Timur, Kabupaten Sumbawa, Kabupaten Dompu, Kota Bima dan Kota Mataram.

Tabel 4.1.
Persentase Responden Rumahtangga Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2015

Tingkat Pendidikan	Triwulan			
	I	II	III	IV
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
SD kebawah	42,32	41,73	43,38	41,05
SLTP	42,70	41,01	41,18	41,05
SLTA	1,87	4,32	1,47	2,81
PT keatas	13,11	12,95	13,97	15,09
JUMLAH	100,00	100,00	100,00	100,00

Dilihat dari tingkat pendidikan responden sebagian besar berpendidikan SD ke bawah yaitu antara 41 - 43 persen,

sedangkan yang berpendidikan sarjana hanya mencapai kisaran 12-15 persen, Sedangkan responden yang berpendidikan SLTA antara 1-4 persen.

Tabel 4.2.
Persentase Responden Rumah tangga Menurut Sumber
Penghasilan Utama Tahun 2015

Sektor	Triwulan			
	I	II	III	IV
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	10,11	8,27	8,09	7,72
Pertambangan dan Penggalian	1,87	1,80	2,57	1,75
Industri Pengolahan	3,37	3,24	5,15	3,86
Pengadaan Listrik, Gas	0,75	0,72	1,10	1,05
Pengadaan Air	0,75	0,72	0,37	0,35
Konstruksi	5,62	5,76	8,46	7,02
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor	21,72	21,94	22,43	22,81
Transportasi dan Pergudangan	4,87	5,40	4,04	4,56
Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum	3,00	4,32	3,31	2,81
Informasi dan Komunikasi	0,75	0,00	0,00	0,00
Jasa Keuangan	0,75	0,36	0,37	0,00
Real Estate	0,00	0,00	0,37	0,00
Jasa Perusahaan	1,12	0,36	1,47	0,35
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	8,24	9,35	8,46	10,53
Jasa Pendidikan	4,49	3,24	4,41	4,21
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	2,25	2,16	1,84	2,46
Jasa lainnya	7,87	6,83	5,15	6,32
Tidak bekerja/penerima pendapatan	22,47	25,54	22,43	24,21
JUMLAH	100,00	100,00	100,00	100,00

Sebagian besar responden bekerja di sektor Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor yang berada pada kisaran 21 – 23 persen, sektor pertanian juga merupakan sektor kedua yang menjadi sumber utama penghasilan responden yaitu sekitar 7-10 persen, Disamping itu, terdapat responden sebagai penerima pendapatan yang persentasenya juga cukup besar yaitu kisaran 22-25 persen, Penerima pendapatan adalah rumah tangga yang dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya adalah bersumber dari rumah tangga lain seperti dari keluarga, ataupun orang lain,

Tabel 4,3,
Persentase Responden Rumahtangga Menurut Status Pekerjaan
Utama Tahun 2015

Status	Triwulan			
	I	II	III	IV
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Berusaha Sendiri/dibantu pekerja keluarga	42,51	43,00	39,81	42,13
Berusaha dibantu pekerja dibayar	6,28	5,80	7,58	6,02
Buruh/Karyawan/Pegawai	51,21	49,28	52,61	49,54
Pekerja keluarga/lainnya	0,00	1,93	0,00	2,31
JUMLAH	100,00	100,00	100,00	100,00

Dilihat dari status pekerjaan utama sebagian besar responden sebagai buruh/karyawan/pegawai (49- 53 persen) dan 39-43 persen Berusaha sendiri/dibantu pekerja keluarga.

4.2. Nilai Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2015 Menurut Komponennya

Nilai ITK di Nusa Tenggara Barat pada Triwulan I-2015 sebesar 97,50, artinya kondisi ekonomi konsumen sedikit menurun dibandingkan Triwulan IV-2014. Menurunnya kondisi ekonomi konsumen terutama didorong oleh adanya penurunan pendapatan rumah tangga yang ditunjukkan oleh nilai indeks sebesar 86,90. Sementara kenaikan harga relatif tidak mempengaruhi total pengeluaran rumah tangga, yang ditunjukkan oleh indeks sebesar 112,56. Sedangkan indeks Volume/frekwensi konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan hanya sebesar 103,62.

Nilai ITK di Nusa Tenggara Barat Triwulan II-2015 sampai dengan triwulan IV-2015 meningkat artinya kondisi ekonomi konsumen semakin membaik hampir pada setiap triwulan kecuali pada triwulan I-2015 yang mengalami sedikit penurunan. Demikian pula dengan tingkat kepercayaan atau optimisme juga meningkat. Membaiknya kondisi ekonomi konsumen terutama didorong oleh adanya peningkatan Pendapatan Rumah Tangga selama 2015 yang ditunjukkan oleh nilai indeks yang berkisar 103 – 110 dari triwulan II s.d. IV. Pada triwulan I dan III, kenaikan harga pada harga barang dan jasa relatif tidak mempengaruhi konsumsi rumah tangga oleh karena meningkatnya pendapatan rumah tangga, hal ini ditunjukkan oleh nilai indeks sebesar 112,56 pada triwulan I-2015 dan 108,24 pada triwulan III 2015. Namun pada

triwulan II 2015 dan IV memberi pengaruh terhadap konsumsi rumah tangga, yang ditunjukkan dengan nilai indeks masing-masing sebesar 94,12 dan 98,90.

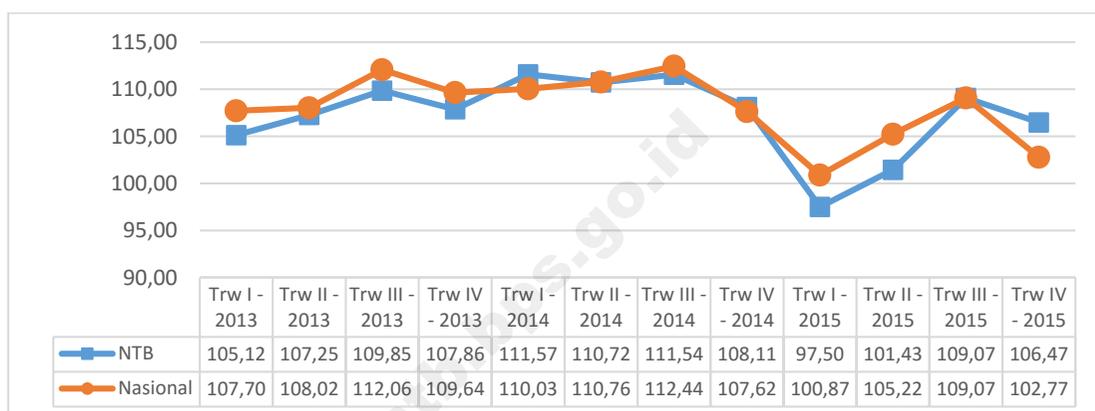
Tabel 4.4
Nilai Indeks Tendensi Konsumen Menurut Variabel
Pembentuknya Tahun 2015

Variabel	Triwulan			
	I	II	III	IV
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Nilai ITK	97,5	101,43	109,07	106,47
1, Pendapatan rumahtangga	86,9	103,32	107,51	108,98
2, Pengaruh inflasi terhadap Total Pengeluaran	112,56	94,12	108,24	98,90
3, Volume/Frekwensi konsumsi beberapa komoditi makanan (bahan makanan, makanan jadi di restoran/rumah makan dan bukan makanan (pakaian, perumahan, pendidikan, transportasi, komunikasi, kesehatan dan rekreasi)	103,62	106,18	113,88	110,08

Volume/frekwensi konsumsi bahan makanan dan bukan makanan mengalami peningkatan pada semua triwulan. Pada triwulan III-2015 terjadi peningkatan paling tinggi yaitu dengan capaian indeks sebesar 113,88, berarti pada triwulan III rumah tangga

paling optimis dibanding triwulan lainnya. Optimisme paling rendah terjadi pada triwulan I yang ditunjukkan oleh indeks sebesar 103,62. Pada triwulan IV-2015, indeksnya juga relative tinggi yaitu sebesar 110,68.

Grafik 4.1.
Indeks Tendensi Konsumen Provinsi NTB dan Nasional
Tahun 2013-2015



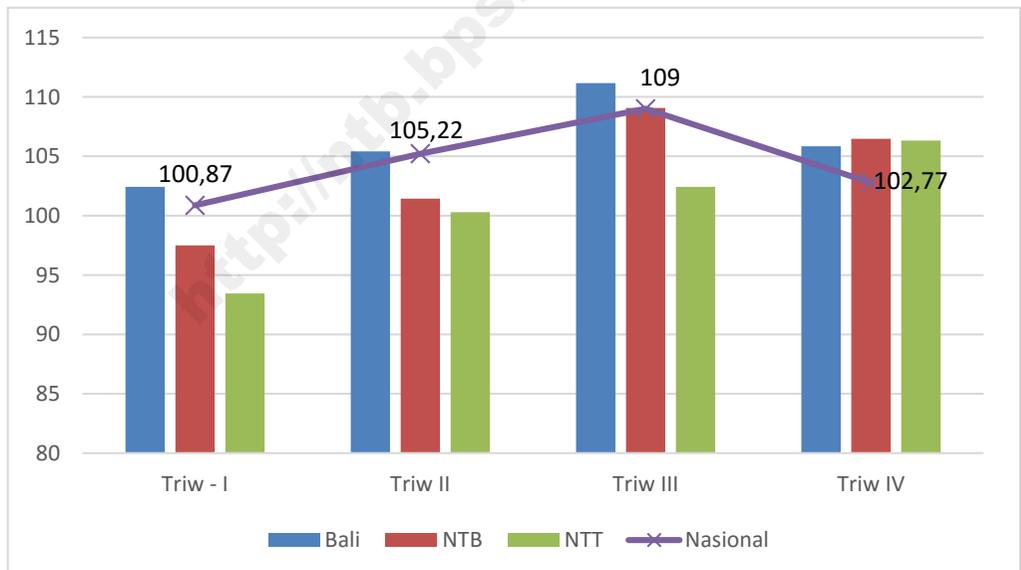
Tabel 4.5
Indek Tendensi Konsumen Beberapa Provinsi dan Nasional
Tahun 2015

Provinsi	ITK Triwulan			
	I	II	III	IV
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Bali	102,43	105,42	111,16	105,84
NTB	97,50	101,43	109,07	106,47
NTT	93,45	100,30	102,42	106,32
Nasional	100,87	105,22	109,00	102,77

Jika dibandingkan nilai ITK Provinsi NTB dengan provinsi tetangga, selama tahun 2015 pada setiap triwulan nilai ITK NTB berada dibawah nilai ITK Provinsi Bali, kecuali pada triwulan IV. sedangkan jika dibandingkan dengan Provinsi NTT setiap triwulan Nilai ITK NTB berada di atasnya.

Dibandingkan dengan ITK Nasional, ITK Provinsi NTB pada triwulan I-2015 sampai dengan triwulan II-2015 berada dibawah nasional sedangkan pada triwulan III-2015 sampai dengan triwulan IV-2015 berada diatas ITK Nasional.

Grafik 4.2. Indek Tendensi Konsumen Beberapa Provinsi dan Nasional Tahun 2015



Indeks Tendensi Konsumen

BAB 5

KESIMPULAN

Nusa Tenggara Barat 2015

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

Dari hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen di Provinsi Nusa Tenggara Barat pada tahun 2015 diperoleh kesimpulan hasil sebagai berikut :

1. Kondisi perekonomian konsumen di Provinsi NTB selama tahun 2015 menurut persepsi rumah tangga mengalami peningkatan setiap triwulannya kecuali pada triwulan I-2015. Peningkatan perekonomian selama triwulan II sampai dengan triwulan IV terutama didorong oleh adanya peningkatan pendapatan rumah tangga.
2. Pada triwulan III merupakan hari raya lebaran yang menuntut adanya pemenuhan kebutuhan lebih dibandingkan triwulan lainnya biasanya dibarengi dengan adanya kenaikan harga atau terjadi inflasi, namun perilaku konsumen dalam hal ini rumah tangga tetap meningkatkan konsumsinya walaupun terjadi inflasi.
3. Tingkat optimisme rumah tangga pada triwulan I 2015 lebih rendah dibanding triwulan II, dan tingkat optimisme konsumen tertinggi pada triwulan III 2015.

Indeks Tendensi Konsumen

LAMPIRAN

Nusa Tenggara Barat 2015

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

Lampiran 1

A. UMUM

Berdasarkan evaluasi rangkaian kegiatan pelaksanaan Indeks Tendensi Konsumen selama tahun 2011-2014, perlu ada perbaikan secara menyeluruh baik dari metodologi pemilihan blok sensus dan responden, kuesioner, pelaksanaan lapangan Survei Tendensi Konsumen, metode penghitungan, mekanisme pengolahan data, serta rekonsiliasi data provinsi dan nasional. Penyempurnaan tersebut dilakukan dalam rangka untuk memperbaiki kualitas hasil dari Indeks Tendensi Konsumen sehingga informasi yang dihasilkan diharapkan dapat menggambarkan kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan maupun prediksi pada triwulan mendatang. Dengan demikian, mulai Triwulan I-2015 dilakukan penyempurnaan penyusunan Indeks Tendensi Konsumen secara menyeluruh.

Pedoman teknis ini masih dibatasi pada penjelasan yang berkaitan langsung dengan pelaksanaan lapangan yang akan dimulai dengan Triwulan I-2015 pada bulan Maret 2015. Terkait dengan hal tersebut, beberapa informasi penting yang perlu mendapat perhatian antara lain: pelaksanaan lapangan independen dari survey-survei lainnya (berbeda dengan sebelumnya yang terintegrasi dengan Sakernas), jadwal pelaksanaan lapangan dilakukan pada bulan terakhir di triwulan berjalan (Triwulan I: Maret, Triwulan II: Juni, Triwulan III: September, Triwulan IV: Desember), metode pemilihan sampel (blok sensus dan rumah tangga) yang baru, dan kuesioner baru dengan variabel- variabel pembentuk indeks yang baru atau dimodifikasi.

B. JADWAL KEGIATAN

Jadwal kegiatan STK dibagi ke dalam 3 (tiga) kelompok besar, yaitu pelaksanaan lapangan, pengolahan data, dan diseminasi hasil. Secara bertahap mekanisme kegiatan STK 2015 yang baru akan diperbaiki, terutama dalam pelimpahan tanggung jawab pengolahan data kepada tim ITK Provinsi. Dari pengalaman selama ini jika hasil pengolahan data persepsi ekonomi konsumen tidak koheren dan konsisten dengan data-data lainnya maka dibutuhkan suatu pemahaman kondisi daerah dalam melakukan klarifikasi atas fenomena yang terjadi. Oleh karena itu, pelimpahan tanggung jawab pengolahan data, verifikasi data, dan hasil akhir pengolahan data diserahkan kepada Tim ITK Provinsi menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas data ITK, terutama dengan adanya penerapan kuesioner dan metode baru tahun 2015.

Tindak lanjut dari hasil penghitungan Tim ITK Provinsi akan dilakukan rekonsiliasi oleh Tim BPS Pusat untuk memperoleh angka ITK Nasional yang sesuai dengan fenomena secara nasional. Rekonsiliasi ITK Nasional dimaksudkan untuk menyesuaikan hasil kompilasi dari ITK provinsi- provinsi sudah sesuai dengan fenomena secara nasional. Jika belum sesuai maka hasil ITK beberapa provinsi yang diduga agak ekstrim tinggi atau ekstrim rendah akan diklarifikasi kembali. Akan tetapi, Tim ITK BPS Pusat akan menyerahkan perubahan dan evaluasi perbaikannya secara penuh kepada Tim ITK Provinsi.

Jadwal Kegiatan Survei Tendensi Konsumen Provinsi Tahun 2015

No.	Kegiatan	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
1	<i>Pelaksanaan Lapangan</i>				
	a. Pengiriman paket program aplikasi pemilihan sampel	23 – 28 Feb	-	-	-
	b. Pencacahan rumah	1 – 17 Mar	1 – 17 Jun	1 – 17 Sep	1 – 17 Des
	c. Pengawasan dan pemeriksaan pencacahan rumah	2 – 21 Mar	2 – 21 Jun	2 – 21 Sep	2 – 21 Des
2	<i>Pengolahan Data</i>				
	a. Pengolahan (entry data) di BPS Kab/Kota	5 – 23 Mar	5 – 23 Jun	5 – 23 Sept	5 – 23 Des
	b. Evaluasi, kompilasi, dan penyiapan raw data di BPS Provinsi dari pengiriman entry	15 – 31 Mar	15 – 30 Jun	15 – 30 Sept	15 – 31 Des
	c. Pengolahan data, tabulasi, dan pembahasan hasil penghitungan ITK	20 Mar – 5 Apr	20 Jun – 5 Jul	20 Sep – 5 Okt	20 Des – 5 Jan 2016
	d. Pengiriman raw data, ITK Provinsi (angka sementara), dan fenomena pendukung	1 – 10 Apr	1 – 10 Jul	1 – 10 Okt	1 – 10 Jan 2016
	e. Rekonsiliasi ITK Provinsi dan	11 – 30 Apr	11 – 31 Jul	11 – 31 Okt	11 – 31 Jan
	f. Pengiriman ITK Nasional dan Provinsi untuk bahan	30 Apr 2015	31 Jul 2015	31 Okt 2015	31 Jan 2016
3	<i>Diseminasi Hasil</i>				
	a. Press release di BPS RI dan Provinsi	5 Mei 2015	5 Agst 2015	5 Nov 2015	5 Feb 2016
	b. Publikasi di BPS RI dan Provinsi				Des 2015

Catatan:

*) Sampel rumah tangga STK hanya akan ditentukan pada Triwulan I-2015

dan selanjutnya dicacah secara panel pada triwulan berikutnya. Prosedur pemilihan sampel rumah tangga terpilih ditentukan oleh Direktorat Pengembangan Metodologi Sensus dan Survei, BPS RI.

C. METODOLOGI SAMPLING

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.

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

2. Kerangka Sampel

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

3. Desain Penarikan Sampel

Sebaran sampel dibuat sedemikian rupa sehingga sampel blok sensus STK menyebar secara proportional berdasarkan distribusi sampel SUSENAS urban strata menengah dan tinggi. Tahapan penarikan sampel adalah **Two Stages Two Phase Sampling** sebagai berikut:

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

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

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

MOHON PERHATIAN:

Responden dari STK atau *eligible* responden adalah kepala rumah tangga atau pasangannya

Kasus non respon hanya diperkenankan untuk kasus:

- Rumah tangga sudah pindah setelah pelaksanaan updating dan bangunan tempat tinggal tersebut sekarang dalam kondisi kosong atau tidak berpenghuni.

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.

- 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.

4. Design Weight

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

5. Kriteria Responden

Responden dari STK adalah Kepala Rumah Tangga atau pasangannya, seperti Suami atau Istri. Petugas pendataan lapangan diharapkan dapat melakukan kunjungan ulang dengan membuat janji ketemu terlebih dahulu jika kepala rumah tangga atau pasangannya tidak dapat diwawancarai pada kunjungan pertama. Tidak diperbolehkan melakukan wawancara kepada anggota rumah tangga yang lain, seperti anak, famili lain, atau pembantu rumah tangga/sopir

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

D. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. BLOK I: Pengenalan Tempat

- a. Merupakan blok Identitas atau Pengenalan Tempat dari Rumah Tangga Terpilih.
- b. Isian Rincian 1 s/d 9: cukup jelas.
- c. Isian Rincian 10: Merupakan keterangan mengenai hasil dari pencacahan ke rumah tangga terpilih:
 - *Berhasil diwawancarai (kode 1)*: apabila rumah tangga terpilih dapat diwawancarai sampai dengan selesai seluruh pertanyaan pada STK
 - *Rumah tangga pengganti (kode 2)*: apabila nama rumah tangga terpilih pada bangunan terpilih sudah digantikan oleh rumah tangga yang lain.
 - *Bangunan Sensus kosong atau berubah fungsi (kode 3)*: apabila pada bangunan sensus terpilih menjadi kosong karena rumah tangga terpilih pindah atau bangunan terpilih beralih fungsi menjadi bukan rumah tempat tinggal.

2. BLOK II: Keterangan Petugas

Cukup jelas

3. BLOK III: Informasi Umum Responden

- a. Rincian 1 s/d 4 merupakan keterangan dari responden dan Rincian 5 s/d 8 merupakan keterangan dari rumah tangga.
- b. Konsep bekerja/berusaha adalah melakukan pekerjaan dengan maksud memperoleh atau membantu memperoleh pendapatan atau keuntungan dan lamanya bekerja paling sedikit 1 jam secara terus menerus dalam seminggu yang lalu.
- c. Lapangan pekerjaan kepala rumah tangga mengacu pada 17 kategori lapangan usaha ditambah kode 18 yang merupakan penerima pendapatan atau tidak bekerja.
 - d. Status pekerjaan kepala rumah tangga dalam kuesioner ini secara umum dimaksudkan untuk mengetahui apakah sebagai berusaha atau buruh/karyawan/pegawai, sedangkan pekerja keluarga/pekerja tidak dibayar/lainnya digabung menjadi satu pilihan terpisah.

4. BLOK IV: Persepsi Terhadap Kondisi Ekonomi

- a. Pada blok ini, seluruh pertanyaan dikategorikan dalam 6 jenis pertanyaan yaitu: *Pendapatan Rumah Tangga, Perubahan Harga barang dan Jasa, Pengeluaran Rumah Tangga, Kondisi Keuangan Rumah Tangga, Ketersediaan Lapangan Pekerjaan, dan Pembelian Barang Tahan Lama.*
- b. Pada pertanyaan mengenai penyebab utama, pilihan jawaban ada di bawah pertanyaan nomor 4 untuk kode PILIHAN JAWABAN 1 dan nomor setelah pertanyaan nomor 10 untuk kode PILIHAN JAWABAN 2. Untuk Jawaban Lainnya beri kode pada kotak yang tersedia, kemudian tuliskan alasannya pada titik-titik.
- c. **Rincian 1 s/d 4: Pendapatan Rumah Tangga.**

Pendapatan Rumah Tangga adalah total pendapatan seluruh anggota rumah tangga yang merupakan penjumlahan dari semua penghasilan yang diperoleh seluruh anggota rumah tangga, termasuk bonus, THR, insentif, dan lain-lain. Pemberian dari pihak luar rumah tangga juga dianggap sebagai penghasilan, misalnya menerima arisan, hadiah, warisan, transfer uang, dan lain-lain.

Ada kecenderungan rumah tangga akan menjawab meningkat, meskipun tren untuk pendapatan diperkirakan menurun khususnya bagi karyawan/pegawai/buruh. Sebagai contoh pada Triwulan IV setelah hari raya/lebaran yang terjadi sekitar pada Triwulan III, pada Triwulan I karena ada THR atau setelah tahun baru karena pada triwulan IV ada bonus tahunan, dan sebagainya.

Antisipasi petugas pencacah:

Apabila jawaban meningkat pada periode-periode tersebut khususnya pada responden yang status pekerjaannya buruh/pegawai/karyawan, petugas harus menanyakan lagi dengan menekankan maksud pertanyaan tersebut. Tekankan kembali cakupan semua pendapatan dari seluruh anggota rumah tangga dan menegaskan kembali referensi waktu pertanyaan tersebut.

d. ***Rincian 5: Perubahan Harga Kebutuhan Barang dan Jasa.***

Perubahan harga yang dimaksud adalah perubahan harga barang/jasa secara umum, bukan beberapa komoditi saja. Kategori dari masing-masing jawaban ada pada pilihan jawaban.

Ada kecenderungan rumah tangga akan menjawab meningkat sedang atau tajam meskipun tren inflasi menurun, misalnya setelah hari raya/lebaran (Triwulan IV) atau setelah tahun baru (Triwulan I). Selain itu responden juga akan menjawab jawaban meningkat sedang atau tajam seandainya ada kenaikan satu atau dua jenis komoditi pokok secara signifikan, sementara kebutuhan lain relatif stagnan. Oleh sebab itu, pencacah diharapkan melakukan probing untuk menekankan referensinya dan kontribusi komoditi-komoditi tersebut.

Sebagai contoh: ada kenaikan harga cabai yang sangat signifikan pada periode tertentu, sementara komoditi lain relatif stagnan. Responden kemungkinan akan menjawab meningkat tajam atau meningkat sedang. Oleh sebab itu pencacah mengingatkan kembali responden mengenai referensinya dan kontribusi kenaikan komoditi cabai terhadap seluruh komoditi yang dikonsumsi.

Antisipasi petugas pencacah:

- i. Penegasan referensi waktu perlu dilakukan. Petugas harus menanyakan kembali ke responden bila jawaban

meningkat pada periode-periode tersebut dengan menegaskan kembali referensi waktunya.

- ii. Karena pertanyaan merupakan persepsi responden, maka sebaiknya petugas mempunyai pengetahuan mengenai pergerakan/perubahan harga-harga makanan maupun non makanan di wilayah pencacahannya masing-masing sehingga mampu untuk mengarahkan maksud pertanyaan ke responden apabila jawaban responden dirasa kurang tepat atau ragu-ragu dalam memberikan jawaban.

e. **Rincian 6 s/d 10: Pengeluaran dan Konsumsi Rumah Tangga**

- i. Maksud dari pertanyaan ini adalah melihat bagaimana konsumsi rumah tangga baik dari volume maupun besarannya. Konsumsi rumah tangga meliputi barang dan jasa.

- ii. **Rincian 6: Volume/frekuensi konsumsi** merupakan jumlah/frekuensi barang/jasa yang dikonsumsi oleh rumah tangga. Pendekatan volume konsumsi bisa didekati dengan jumlah, frekuensi, maupun mutu atau kualitas barang.

Untuk keakuratan isian, pencacah diharuskan melakukan probing jika responden menjawab tidak searah dengan tren konsumsi pada triwulan-triwulan tertentu. Misalnya pada waktu hari raya, musim liburan, dan sebagainya.

Jika rumah tangga tidak mengkonsumsi komoditi yang ada di tabel, maka jawabannya adalah “tetap”.

- iii. **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.

f. **Rincian 11 s/d 12: Kondisi Keuangan Rumah Tangga:**

- i. Tujuan dari Rincian ini adalah untuk melihat gambaran secara umum kondisi keuangan rumah tangga, yang dapat menggambarkan kesejahteraan rumah tangga terkait dengan kondisi perekonomian. Kondisi perekonomian yang membaik akan terlihat dari membaiknya pendapatan

penduduk dan harga yang stabil. Kondisi keuangan rumah tangga didekati dengan 2 hal:

- Bagaimana rumah tangga memenuhi kebutuhan hidupnya terkait dengan pengeluaran rumah tangga selama periode pencacahan.
- Peluang atau kemungkinan rumah tangga untuk menabung pada triwulan yang bersangkutan.

- ii. **Rincian 11: Gambaran kondisi keuangan rumah tangga.** Menunjukkan bagaimana kondisi keuangan rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Jika dapat menabung lebih banyak maka terdapat indikasi perekonomian baik. Hal ini bisa dikaitkan dengan pendapatan meningkat dan harga-harga yang relatif stabil.

Catatan:

- Tidak dapat menabung sama sekali artinya pendapatan dikurangi pengeluaran impas atau nol.
- 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, atau dianggap sebagai meminjam.
- Jika rumah tangga menabung sekaligus meminjam seperti untuk membeli barang tahan lama. Pendekatannya adalah mengurangi tabungan dengan peminjaman. Jika Positif berarti merupakan tabungan, jika negatif merupakan pinjaman.

- iii. **Rincian 12: Peluang rumah tangga untuk menabung.** Menunjukkan bagaimana perkiraan responden terhadap kondisi keuangan rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dalam 3 bulan kedepan. Jika ada kemungkinan untuk menabung dapat diartikan bahwa perekonomian membaik sehingga pendapatan diperkirakan akan meningkat dan harga relative stabil.

g. Ketersediaan Lapangan Pekerjaan (Rincian 13 dan Rincian 14).

Salah satu indikator yang menunjukkan peningkatan/penurunan ekonomi adalah ketersediaan lapangan pekerjaan baik formal

maupun non formal. Ketersediaan lapangan pekerjaan tidak hanya mencakup pekerjaan sebagai karyawan atau pegawai, juga termasuk kesempatan untuk berusaha. Karena kemudahan dalam berusaha menunjukkan membaiknya kondisi perekonomian karena meningkatnya daya konsumsi penduduk dan meningkatnya dunia usaha.

Pada rincian ini isian merupakan pengalaman maupun pengamatan responden terhadap lingkungan sekitar atau informasi dari media.

h. **Pembelian Barang Tahan Lama**

- i. Barang-barang tahan lama meliputi barang elektronik (komputer, laptop, televisi, dll), peralatan rumah tangga (lemari es, kompor gas, AC, mesin cuci, dll), perhiasan logam/batu mulia, perabot meubelair (meja/kursi, lemari, buffet), perangkat komunikasi (telepon seluler, tablet), dan alat olah raga dan kesehatan (sepeda, *treadmill*, dll).
- ii. **Rincian 15: Waktu yang tepat bagi rumah tangga untuk membeli barang tahan lama.** Maksud dari rincian ini adalah untuk menggambarkan perekonomian dari sisi kemampuan rumah tangga dalam membeli barang tahan lama. Selain itu juga menggambarkan kondusif tidaknya harga-harga barang tahan lama, misalnya karena menguatnya nilai tukar rupiah sehingga harga barang impor menurun.
 - Isian pada rincian ini tidak berdasarkan pengalaman rumah tangga saja, tetapi berdasarkan informasi dari pihak luar atau media.
 - Jika rumah tangga tidak mempunyai uang yang cukup untuk membeli barang tahan lama, namun responden mendapat informasi jika pada saat ini harga-harga barang tahan lama menurun, maka dianggap sebagai "*Ya, waktu yang tepat*". Namun jika responden mempunyai uang yang cukup banyak untuk membeli, namun kebutuhan rumah tangga meningkat, pendapatan turun, dan harga-harga barang-barang tahan lama tinggi, maka dapat dianggap sebagai "*Tidak, bukan waktu yang tepat*".
- iii. **Rincian 16: Rencana Pembelian Barang Tahan Lama.** Pertanyaan harus diajukan setiap rincian pertanyaan dari

kolom 2 sampai dengan kolom 4.

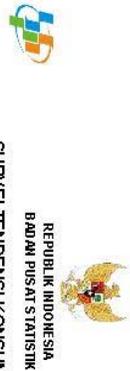
5. PENEGASAN TERKAIT ISIAN KUESIONER:

- a. Perhatikan keterkaitan antar jawaban. Jika jawaban antar pertanyaan pendapatan, harga, konsumsi, dan tabungan tidak konsisten menurut pencacah, dapat ditanyakan kembali kepada responden agar dapat menjawab secara benar dan konsisten.

Sebagai contoh: Jika harga-harga dijawab meningkat >20 persen, maka jika volume pengeluaran barang dan jasa meningkat semua, perlu untuk ditanyakan kembali ke responden apakah ada tambahan pendapatan atau ada pengeluaran yang mendesak atau mendadak.

- b. Perhatikan referensi waktu. Responden cenderung mengingat pada kondisi pada saat pencacahan juga. Jika referensinya selama 3 bulan terakhir, harus diingatkan kembali periode surveinya dengan peristiwa-peristiwa yang terjadi selama periode survei tersebut.

Lampiran 2
Kuesioner Survei Tendensi Konsumen 2015



RAHASYA
BLOK I. PENGENALAN TEMPAT
Triwulan III 2015

1. Provinsi		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Kabupaten/Kota*)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Kecamatan		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Desa/Kelurahan*)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Klasifikasi Desa/Kelurahan*)	1. Perkotaan 2. Perdesaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Nomor Kode Sampel		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Nomor Urut Sampel		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Nama Kepala Rumah Tangga		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Jumlah Anggota Rumah Tangga		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Keterangan Hasil Pencacahan	1. Bernomor diawancarai 2. Rupa Pengang di Bangunan Sama yang sama 3. Bangunan Sama Kosong atau Berdean Fungsi 4. Tidak bernomor diawancarai, dll.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*) Coret yang tidak perlu

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

BLOK III. INFORMASI UMUM RESPONDEN

Keterangan Responden		
1. Status responden: Kepala rumah tangga - 1	Perkawin - 2	<input type="checkbox"/>
2. Jenis kelamin responden:	Laki-laki - 1 Perempuan - 2	<input type="checkbox"/>
3. Umur responden:	< 20 tahun - 1 20 - 29 tahun - 2 30 - 39 tahun - 3 40 - 49 tahun - 4 50 - 59 tahun - 5 60 tahun - 6	<input type="checkbox"/>
4. Pendidikan terakhir yang ditamatkan responden: SLTP kebawah - 1 SLTP kebawah - 2 Diploma I/II - 3 Diploma IV/ST - 4 S2/S3 - 5		<input type="checkbox"/>
5. Lapangan pekerjaan kepala rumah tangga: (gunakan kode)		<input type="checkbox"/>
Keterangan Rumah Tangga .01 Perantara, Akomodasi, dan/Perawatan .02 Perantara dan Pengawasan .03 Industri/Pengolahan .04 Perdagangan Listrik, Gas .05 Perdagangan Air .06 Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Motor dan Sepeda Motor .07 Transporasi dan Pengangkutan .08 Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makanan/Minum .09 .10 Informasi dan Komunikasi .11 Jasa Keuangan .12 Real Estate .13 Jasa Perusahaan .14 Administrasi, Pemerintahan, Pertahanan dan Layanan Sosial (Wajib) .15 Jasa Pendidikan .16 Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial .17 Jasa lainnya .18 Tidak bekerja/pemeriks/pandegatan		
6. Status Pekerjaan Kepala Rumah Tangga: Berusaha sendiri/diambil pekerjaan keluarga - 1 Berusaha dibantu pekerjaan orang-orang - 2 Buruh/Karyawan/Pegawai - 3 Pensiun/Retirad/Almarhum - 4		<input type="checkbox"/>
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 satu bulan: < 2 juta rupiah - 1 2 - 2,9 juta rupiah - 2 3 - 3,9 juta rupiah - 3 4 - 4,9 juta rupiah - 4 > 5 juta rupiah - 5		<input type="checkbox"/>

Tim Penyusun

Pengarah : Drs. Wahyudin, MM

Penanggung
Jawab/Editor : I S A, SE. MM.

Penulis : Dra. Ni Nyoman Sri Suyasni Pura
Wikayatu Dinny, S.ST
Indra Sasmita Utama, S.ST

Penyiapan Draft : Wikayatu Dinny, S.ST



DATA

MENCERDASKAN BANGSA



**Badan Pusat Statistik
Provinsi Nusa Tenggara Barat**

Jl. Gunung Rinjani No. 2 Mataram 83125
Telp. (0370) 621385, 638321, email : bps5200@bps.go.id,
homepage : ntb.bps.go.id