

Katalog : 9202003.82

# Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Maluku Utara 2018



<https://>



**BADAN PUSAT STATISTIK  
PROVINSI MALUKU UTARA**

# **Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Maluku Utara 2018**



# **INDEKS TENDENSI KONSUMEN MALUKU UTARA 2018**

ISSN : 2655-0660

No. Publikasi : 82550.1902

Katalog BPS : 9202003.82

Ukuran Buku : 17,6 x 25 cm

Jumlah Halaman : viii + 39 halaman

Naskah : Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Penyunting : Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Desain Cover : Bidang Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Penerbit : © Badan Pusat Statistik Provinsi Maluku Utara

Percetakan : CV. Rumah Printing

Sumber Ilustrasi: Silkya Nurul H

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 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 2018. 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, April 2019  
Kepala Badan Pusat Statistik  
Provinsi Maluku Utara



Drs. Misfaruddin, M.Si

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

# DAFTAR ISI

KATALOG.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
I. Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang.....	3
1.2. Tujuan.....	3
1.3. Cakupan Penelitian.....	3
1.4. Sistematika Penulisan.....	4
II. Kajian Literatur	
2.1. <i>Consumer Sentiment Index (Michigan University)</i> .....	7
2.2. <i>Consumer Confidence Index</i> .....	7
2.3. Survei Konsumen (Bank Indonesia).....	8
III. Metodologi Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen	
3.1. Cakupan Survei dan Jumlah Sampel.....	12
3.2. Kerangka Sampel.....	12
3.3. Desain Penarikan Sampel.....	12
3.4. Kriteria Responden.....	12
3.5. <i>Design Weight</i> .....	13
3.6. Data dan Keterangan yang Dikumpulkan.....	14
3.7. Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen.....	14
3.8. Prosedur Penghitungan Indeks.....	15
3.9. Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen.....	22
IV. Hasil Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen	
4.1. Profil Responden Rumah tangga Maluku Utara Tahun 2018.....	26
4.2. Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2018.....	27
4.3. Nilai Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2018 menurut Variabelnya.....	29
V. Kesimpulan	
5.1. Perekonomian dari Sisi Rumah Tangga Tahun 2018.....	32

LAMPIRAN ..... 34

DAFTAR PUSTAKA ..... 39

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

## DAFTAR TABEL

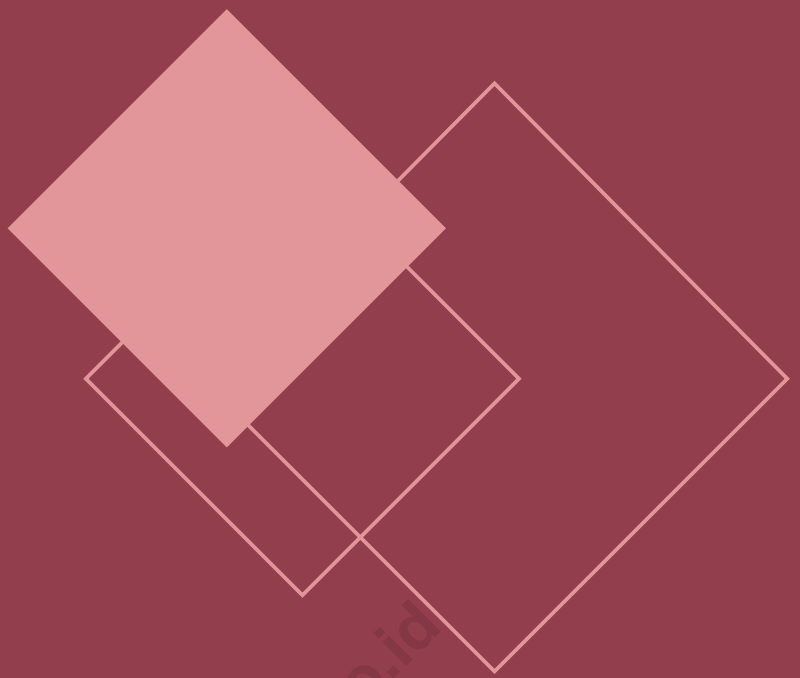
Tabel 3.1 Tahapan dan Penghitungan Design Weight STK 2018.....	13
Tabel 3.2 Pemberian Kode dan Skor Variabel Pendapatan, Perkiraan Pendapatan dan Volume/Frekuensi Konsumsi Kelompok Barang/Jasa .....	16
Tabel 3.3 Pemberian Kode dan Skor Variabel Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga .....	17
Tabel 3.4 Pemberian Kode dan Skor Variabel Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi dan Pesta/Hajatan .....	18
Tabel 4.1 Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Tingkat Pendidikan, 2018 .....	26
Tabel 4.2 Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Sektor Pekerjaan, 2018 .....	26
Tabel 4.3 Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Status Pekerjaan Utama, 2018 .....	27
Tabel 4.4 Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Rata-Rata Pendapatan Sebulan, 2018 .....	27
Tabel 4.5 Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulanan, 2018 .....	28
Tabel 4.6 Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Menurut Variabel Pembentuk dan Variabel Terkait Lainnya Periode Triwulan I-IV 2018 .....	29



# DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen Periode  
Triwulanan I-IV 2018 ..... 28

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



<https://plut.bps.go.id>

# PENDAHULUAN



1



## 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 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 publikasi Indeks Tendensi Konsumen (ITK) 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 2018.
5. Bab V. Kesimpulan, menyajikan ringkasan indikator dini perekonomian secara umum dilihat dari kondisi ekonomi rumahtangga (sisi konsumen) selama tahun 2018.



**KAJIAN LITERATUR**

**2**



## 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 dicakup pada kuesioner survei ini antara lain :

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

Setiap variabel diatas mempunyai jawaban positif (meningkat) dan negatif (menurun). Jawaban meningkat diberi skor 1 dan menurun diberi skor 0. Untuk penghitungan nilai indeks masing-masing variabel digunakan rumus *Diffussion Index*. Besarnya indeks menunjukkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap kondisi perekonomian pada periode tertentu terhadap periode pembandingnya. Apabila pertumbuhan indeks kurang dari 5 persen, maka kepercayaan konsumen cenderung tetap atau 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)

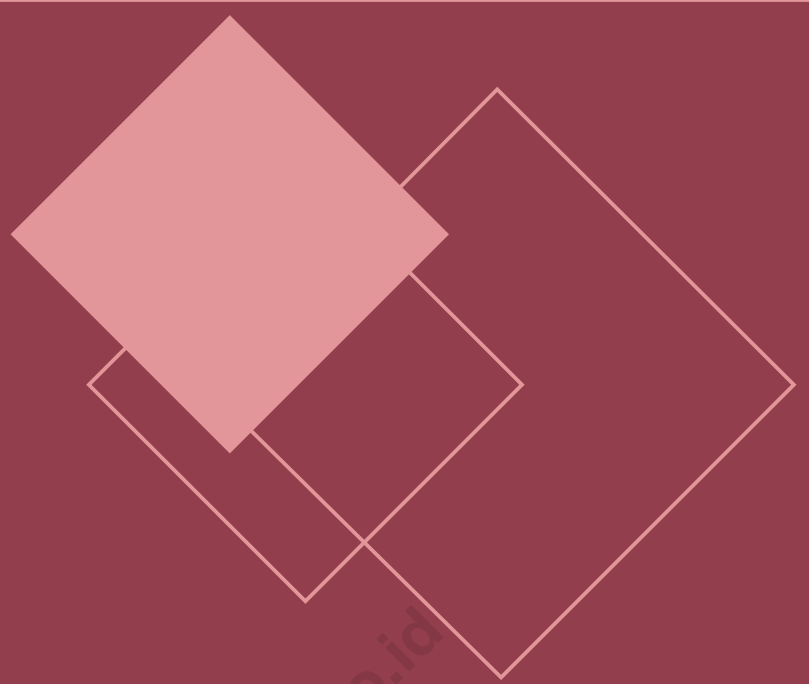
Bank Indonesia melakukan survei sejenis dengan Survei Tendensi Konsumen (STK), yaitu Survei Konsumen, yang dilakukan setiap bulan terhadap 4.365 rumah tangga. Survei ini dilakukan sejak tahun 1993 dan menghasilkan suatu ukuran yaitu Indeks Keyakinan Konsumen.

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.

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





# METODOLOGI PENGHITUNGAN

<https://jurnalums.go.id/>



3

### 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 dibuat sedemikian rupa, dengan tujuan dapat menggambarkan aktifitas konsumsi dimaksud.

### 3.2. Kerangka Sampel

Kerangka sampel blok sensus STK adalah daftar sampel blok sensus Susenas Maret 2018 daerah perkotaan di setiap Kab/Kota terpilih STK. Disamping itu untuk menggambarkan aktifitas kegiatan konsumsi terbesar maka populasi blok sensus yang dijadikan kerangka sampel berasal dari blok sensus Susenas perkotaan yang berasal dari strata *Wealth Index* menengah dan tinggi.

### 3.3. Desain Penarikan Sampel

Tahapan penarikan sampel adalah *Two Stages Two Phase Sampling* sebagai berikut: Sampel blok sensus STK ditarik secara sistematis dari sampel blok sensus Susenas daerah urban pada setiap strata (menengah & tinggi) sesuai alokasi, dan berdasarkan implicit stratifikasi tingkat pendidikan KRT hasil updating. Dimana tingkat pendidikan kepala rumah tangga seperti halnya Susenas dibedakan 4 strata : <SD, SMP, SMA, PT.

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

Selanjutnya blok sensus dan rumah tangga terpilih kegiatan STK Maret 2018 akan diperlakukan sebagai panel blok sensus dan panel rumah tangga pada triwulan 2 (Juni), triwulan 3 (September), dan triwulan 4 (Desember).

### 3.4. Kriteria Responden

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

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

Kasus non respon hanya diperkenankan untuk kasus:

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

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

### 3.5. Design Weight

Rancangan penarikan sampel STK 2018 dibuat sedemikian rupa sehingga diharapkan populasi rumah tangga yang dijadikan target sampel dapat terpenuhi. Untuk itu perlu disusun rancangan pembobotan atau *design weight*. Rancangan pembobotan disusun dimulai dari rancangan sampel blok sensus Susenas sendiri sebagai kerangka sampel pertama. Skema penarikan sampel dan pembobotan dapat digambarkan sebagai berikut :

**Tabel 3.1. Tahapan dan Penghitungan Design Weight STK 2018**

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

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

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

### 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, TV, komputer

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

### 3.7. Variabel Pembentuk Indeks Tendensi Konsumen

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

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

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

- a. Pendapatan seluruh anggota keluarga.

- b. Rencana pembelian barang-barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan:
- Elektronik (TV, DVD, Komputer, dll)
  - Perhiasan logam dan batu mulia (emas, permata, mutiara, dll)
  - Perangkat komunikasi (HP, Tablet/IPAD, notebook, dll)
  - Perabot meubelair (kursi, lemari, tempat tidur, dll)
  - Peralatan rumah tangga (AC, kulkas, mesin cuci, kompor gas)
  - Membeli/mengganti sepeda motor
  - Membeli/mengganti mobil
  - Rekreasi (ke luar kota/luar negeri, termasuk menginap di hotel)
  - Merencanakan pesta/hajatan (pernikahan, khitanan, ulang tahun, dll.)
  - Merenovasi rumah
  - Membeli rumah/tanah

### 3.8. Prosedur Penghitungan Indeks

Variabel-variabel yang ditanyakan dalam Survei Tendensi Konsumen mempunyai 3 jenis jawaban yaitu meningkat, tetap, dan menurun. Prosedur penghitungan Indeks Tendensi Konsumen (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 pengelompokkan pendapatan rumahtangga ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh SUSENAS. Dari hasil penelitian terhadap 254 data sampel SUSENAS, diperoleh tiga kelompok rumah tangga berdasarkan tingkat ekonomi, yaitu 25 rumah tangga ekonomi atas, 99 rumah tangga ekonomi menengah, dan 130 rumah tangga ekonomi bawah. Rata-rata pendapatan rumah tangga yang masuk dalam kategori rumah tangga ekonomi bawah berkisar antara 2 juta rupiah sampai 2,25 juta rupiah per bulan, sedangkan untuk pendapatan dua kategori yang lain tentunya berada diatas 2,25 juta rupiah per bulan.

#### 2. Pemberian Skor Jawaban

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



adalah pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi dan rencana pembelian barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan.

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

### a. Pemberian Kode dan Skor Variabel/Komponen Tunggal

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

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

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

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

No.	Variabel	Pilihan dan Kode di kuesioner	Skor	
			Lama (Total Skor)	Baru (Net Balance)
(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 (diproksi dengan total pengeluaran rumah tangga meningkat) maka diberikan skor tertinggi (skor 1). Sebaliknya, ketika harga barang dan jasa kebutuhan sehari-hari relatif sama atau menurun, namun rumah tangga justru tidak memiliki kemampuan untuk melakukan peningkatan konsumsi (diproksi dengan total pengeluaran rumah tangga menurun) maka diberikan skor terendah (skor -1). Pemberian skor secara rinci disajikan pada Tabel 3.3.

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

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

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

**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 rumahtangga selama 3 bulan terakhir (kode di kuesioner)	Menabung lebih banyak atau sama dgn trw sblmnya (1) / menabung lebih sedikit dgn trw sblmnya (2)	1	0	-1	1
	Tidak dpt menabung sama sekali (3)	1	0	-1	0
	Mengambil tabungan (4)/ hrs meminjam uang/menggadaikan barang (5)	1	0	-1	-1

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

Keterangan :

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

keuangan rumahtangga (kode 4 atau 5).

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

### 3. Penghitungan Indeks Variabel.

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

#### Indeks setiap Variabel :

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

Dimana :

$T\_inc_i$  = responden yang menjawab meningkat

$T\_dec_j$  = responden yang menjawab menurun

$n_i$  = jumlah responden yang menjawab meningkat

$n_j$  = jumlah responden yang menjawab menurun

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

**Indeks Gabungan :**

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

Dimana:

- $I_{vg}$  = indeks gabungan
- $I_{vt}$  = indeks variabel tunggal
- $n_{vt}$  = jumlah variabel tunggal

Range untuk  $I_{vg}$  adalah  $0 \leq I_{vg} \leq 200$

**4. Penghitungan Indeks Indikator Kini dan Mendatang**

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

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

dan

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

Dimana:

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

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

**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 tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari

KK = Konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan

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

Besaran  $\alpha_1$  mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga terhadap IIK,  $\alpha_2$  mengindikasikan elastisitas pengaruh kenaikan harga (inflasi) terhadap tingkat konsumsi rumah tangga sehari-hari terhadap IIK, dan  $\alpha_3$  mengindikasikan elastisitas konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan saat ini terhadap IIK. Series data yang digunakan untuk menghitung penimbang adalah data Triwulan I-1990 sampai dengan Triwulan III-2015. Sebagai contoh, hasil penghitungan penimbang pada Triwulan III-2015 untuk masing-masing komponen IIK adalah :

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

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

### B. Indeks Indikator Mendatang (IIM)

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

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

Dimana :

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

Besaran  $\alpha_1$  mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada triwulan mendatang terhadap IIM dan  $\alpha_2$  mengindikasikan elastisitas rencana pembelian barang-barang tahan lama terhadap IIM. Sebagaimana IIK, series data yang digunakan untuk menghitung penimbang IIM juga menggunakan series data Triwulan I-1990 sampai dengan Triwulan III-2015.

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

- Pendapatan seluruh anggota rumahtangga sebesar 0,6415
- 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 :

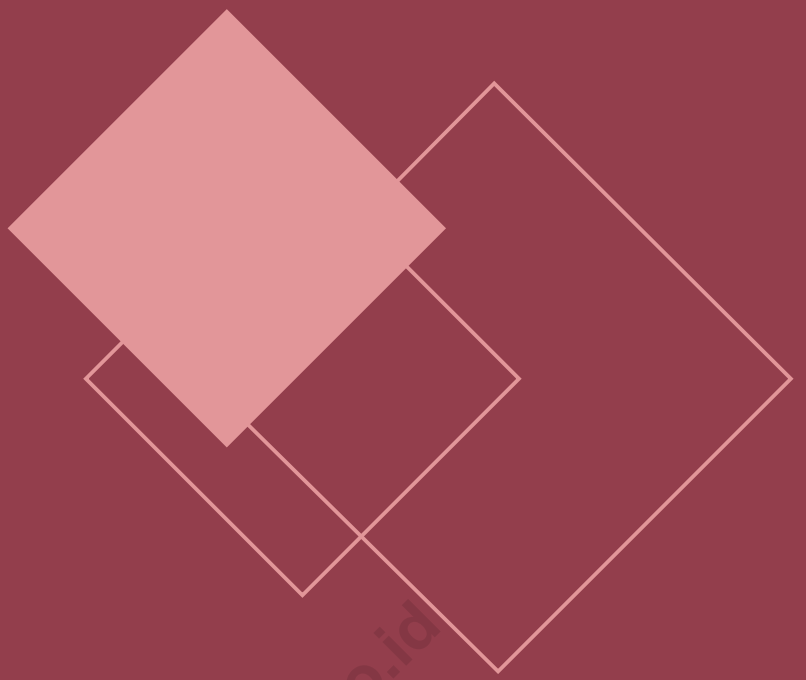
- Diatas 100 s/d 200** : jumlah jawaban "meningkat" lebih besar dari jawaban "menurun" artinya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan meningkat dibanding pada triwulan sebelumnya (untuk Indeks Indikator Kini ) atau kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang meningkat dibanding pada triwulan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

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







# HASIL PENGHITUNGAN ITK 2018

<https://malukangs.go.id>



4

#### 4. ITK Provinsi Maluku Utara Tahun 2018

##### 4.1. Profil Responden Rumah Tangga Maluku Utara Tahun 2018

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 2018 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 95,58 persen.

**Tabel 4.1. Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Tingkat Pendidikan, 2018**

Tingkat Pendidikan	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
SLTP ke bawah	11,90	11,81	12,30	11,67
SLTA	54,76	51,97	54,10	54,17
Diploma I/II/III	5,56	5,51	3,28	3,33
Diploma IV/S1, S2/S3	27,78	30,71	30,33	30,83
<b>Jumlah</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Dilihat dari tingkat pendidikannya, sebagian besar responden rumah tangga berpendidikan SLTA yaitu sekitar 51 - 55 persen. Responden rumah tangga yang berpendidikan di atas SLTA sekitar 33 - 36 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, 2018**

Sektor Pekerjaan	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
Primer	5,56	6,30	6,56	7,50
Sekunder	10,32	8,66	7,38	8,33
Tersier	67,46	70,87	71,31	68,33
Penerima Pendapatan	16,67	14,17	14,75	15,83
<b>Jumlah</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Dilihat dari sektor pekerjaan responden selama tahun 2018, sebagian besar berprofesi di sektor tersier yaitu sekitar 67 - 71 persen. Sektor primer sekitar 5 - 7 persen dan sektor sekunder sekitar 8 - 10 persen. Sedangkan sisanya sekitar 14 - 16

persen merupakan responden penerima pendapatan. (Tabel 4.2).

**Tabel 4.3. Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Status Pekerjaan, 2018**

Status Pekerjaan Utama	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
Berusaha sendiri/dibantu pekerja keluarga	30,48	33,94	31,73	34,65
Berusaha dibantu pekerja dibayar	11,43	9,17	11,54	12,87
Buruh/Karyawan/Pegawai	57,14	56,88	56,73	52,48
Pekerja keluarga/Lainnya	0,95	0,00	0,00	0,00
<b>Jumlah</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Dilihat dari status pekerjaan utama, sebagian besar responden rumah tangga berstatus buruh/karyawan/pegawai yaitu sekitar 52 - 57 persen. Sedangkan responden yang berstatus berusaha sendiri/dibantu pekerja keluarga yaitu sekitar 30 - 34 persen. (Tabel 4.3).

Dilihat dari rata-rata pendapatan sebulan responden rumah tangga, sebagian besar responden memiliki pendapatan rata-rata di atas 2 juta rupiah, yaitu sekitar 77 - 85 persen. Sedangkan responden yang memiliki pendapatan rata-rata di bawah 2 juta rupiah, yaitu sekitar 14 - 22 persen. (Tabel 4.4).

**Tabel 4.4. Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Rata-Rata Pendapatan Sebulan, 2018**

Rata-Rata Pendapatan Sebulan	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
< 2 juta rupiah	15,87	14,96	22,13	17,50
≥ 2 juta rupiah	84,13	85,04	77,87	82,50
<b>Jumlah</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

#### 4.2. Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I s.d. IV Tahun 2018

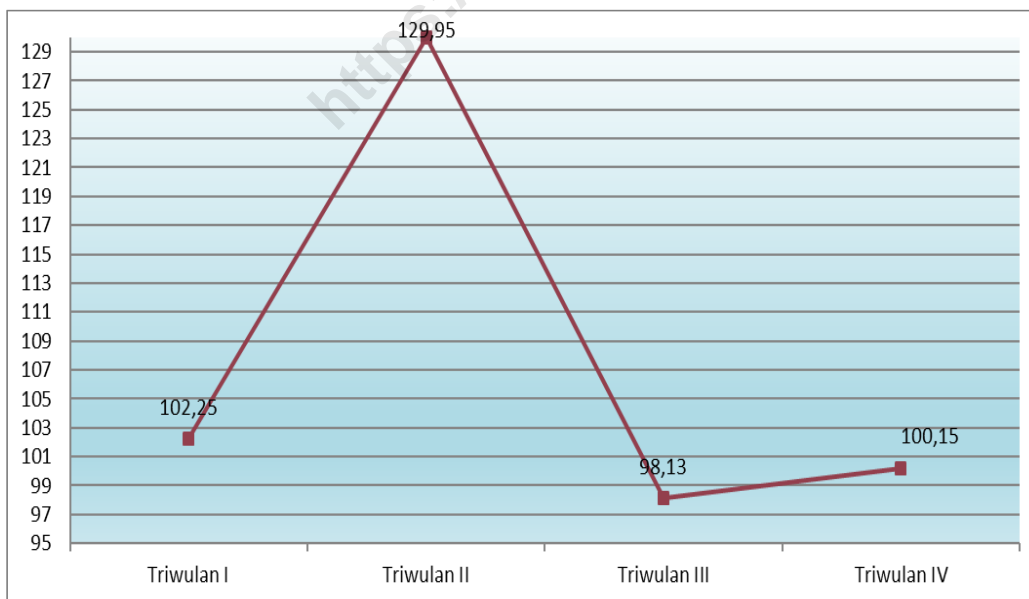
Kondisi ekonomi konsumen di Maluku Utara pada tahun 2018 memiliki trend peningkatan namun sempat mengalami penurunan pada triwulan III-2018. Pada triwulan III-2018 nilai ITK berada dibawah 100, yang artinya kondisi ekonomi konsumen menurun jika dibandingkan dengan triwulan sebelumnya. Selain itu tingkat optimisme konsumen pada triwulan III-2018 lebih rendah dibandingkan dengan triwulan sebelumnya. Pada triwulan I nilai ITK sebesar 102,25 persen. Pada triwulan II, optimisme konsumen meningkat dari triwulan sebelumnya dengan

nilai ITK sebesar 129,95 atau merupakan nilai ITK tertinggi selama tahun 2018 yang mencerminkan bahwa puncak tingkat optimisme konsumen terjadi pada triwulan ini. Peningkatan optimisme konsumen pada triwulan II diduga disebabkan oleh tingginya aktivitas kegiatan ekonomi pada bulan suci Ramadhan yang mendorong peningkatan pendapatan konsumen baik melalui hasil usaha maupun pendapatan lainnya serta adanya pemberian bonus bagi karyawan swasta maupun aparatur sipil negara berupa gaji ke-14 menjelang hari raya. Pada triwulan III, nilai ITK sebesar 98,13 atau merupakan nilai ITK terendah selama tahun 2018. Ini menunjukkan bahwa kondisi ekonomi konsumen triwulan III-2018 mengalami penurunan dari triwulan sebelumnya.

**Tabel 4.5. Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen Periode Triwulan I - IV 2018**

Variabel	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
ITK 2018	102,25	129,95	98,13	100,15

**Gambar 4.1. Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen Periode Triwulan I - IV 2018**



### 4.3. Nilai Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2018 Menurut Variabelnya

Kondisi ekonomi konsumen di Maluku Utara selama tahun 2018 memiliki trend yang optimis di tiap triwulannya kecuali pada triwulan III-2018. Hal ini terlihat dari nilai ITK Triwulan I,II, dan IV yang selalu di atas 100 meskipun pernah mengalami penurunan di bawah 100 pada triwulan III-2018. Sejak triwulan I sampai dengan triwulan II terlihat bahwa nilai ITK selalu di atas 100, kemudian menurun pada triwulan III-2018 menjadi 98,13 dan kembali meningkat pada triwulan IV-2018 menjadi 100,15. Peningkatan variabel ITK menunjukkan tingkat optimisme konsumen meningkat pada triwulan tersebut, sedangkan penurunan nilai ITK di bawah 100 menunjukkan tingkat optimisme konsumen yang menurun pada triwulan tersebut.

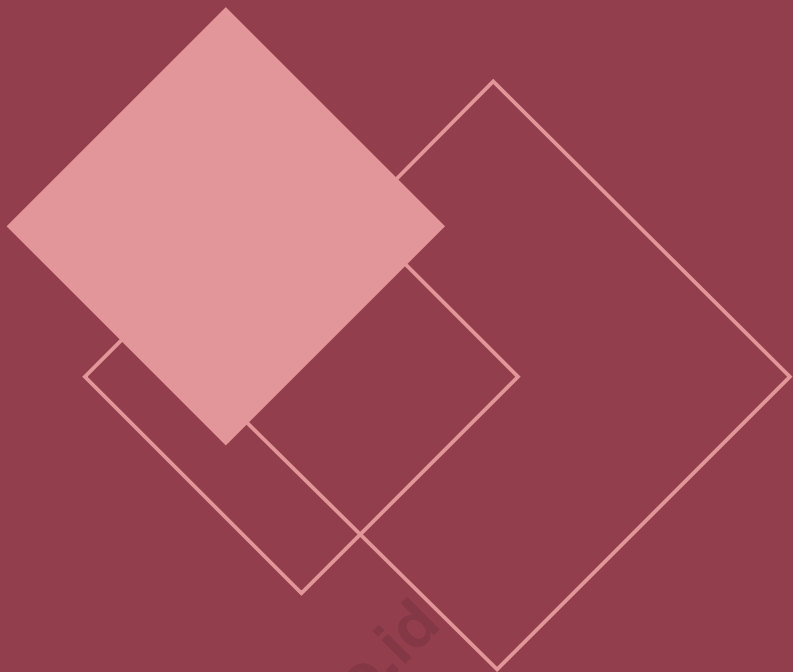
Variabel pendapatan rumah tangga saat ini menjelaskan pendapatan konsumen pada saat triwulan berjalan, variabel pendapatan rumah tangga memperlihatkan nilai yang fluktuatif pada triwulan I-IV. Tingkat optimisme pada triwulan II-2018 mengalami peningkatan dari triwulan I-2018. Dari sebesar 101,1 pada triwulan I menjadi tertinggi 145,75 di triwulan II. Kemudian Indeks pendapatan rumah tangga, mengalami penurunan pada triwulan III-2018 dan IV-2018 menjadi 97,5 dan 94,84. 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 51 – 68 persen.

Variabel lainnya adalah volume/frekuensi konsumsi barang dan jasa menunjukkan peningkatan optimisme konsumen Maluku Utara. Kurang berpengaruhnya inflasi terhadap konsumsi makanan sehari-hari membuat optimisme volume konsumsi barang dan jasa cenderung meningkat.

**Tabel 4.6. Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen Menurut Variabel Pembentuk dan Variabel Terkait Lainnya Periode Triwulan I-IV 2018**

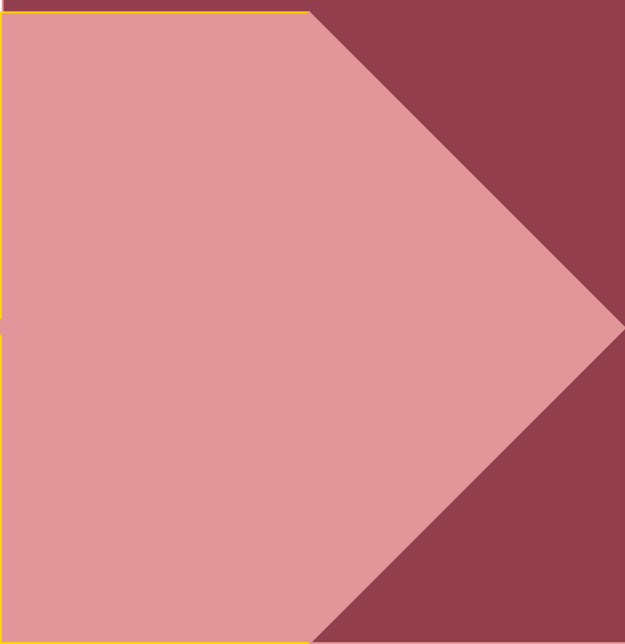
Variabel	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
Pendapatan rumah tangga saat ini	101,1	145,75	97,5	94,84
Pengaruh inflasi terhadap total pengeluaran rumah tangga	100,06	117,31	104,08	101,56
Volume/frekuensi konsumsi barang/jasa	107,74	129,23	92,09	111,02
<b>ITK Kini</b>	<b>102,25</b>	<b>129,95</b>	<b>98,13</b>	<b>100,15</b>
Variabel Pendukung	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
Kondisi Tabungan (% Responden Menjawab)				
- Sama/meningkat	68,25	51,97	64,75	66,67
- Menurun	31,75	48,03	35,25	33,33





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

# KESIMPULAN



# 5



## 5. Perekonomian Maluku Utara dari Sisi Rumahtangga Tahun 2018

Survei Tendensi Konsumen dilaksanakan setiap triwulanan. Kerangka sampel blok sensus STK adalah daftar sampel blok sensus Susenas Maret 2018 daerah perkotaan di setiap Kab/Kota terpilih STK. Distribusi persentase responden setiap triwulan selama tahun 2018 relatif tidak mengalami perubahan. Persentase responden masih didominasi oleh mereka yang berpendidikan tertinggi SLTA ke atas berkisar antara 87 – 88 persen dari keseluruhan sampel rumahtangga. Kebanyakan responden bekerja di sektor tersier berkisar 67 - 71 persen setiap triwulannya. Responden yang bekerja dengan status buruh/karyawan/pegawai berkisar antara 52- 57 persen setiap triwulannya. Mayoritas responden memiliki pendapatan rata-rata di atas Rp 2.000.000,- yaitu sekitar 77 - 85 persen setiap triwulannya.

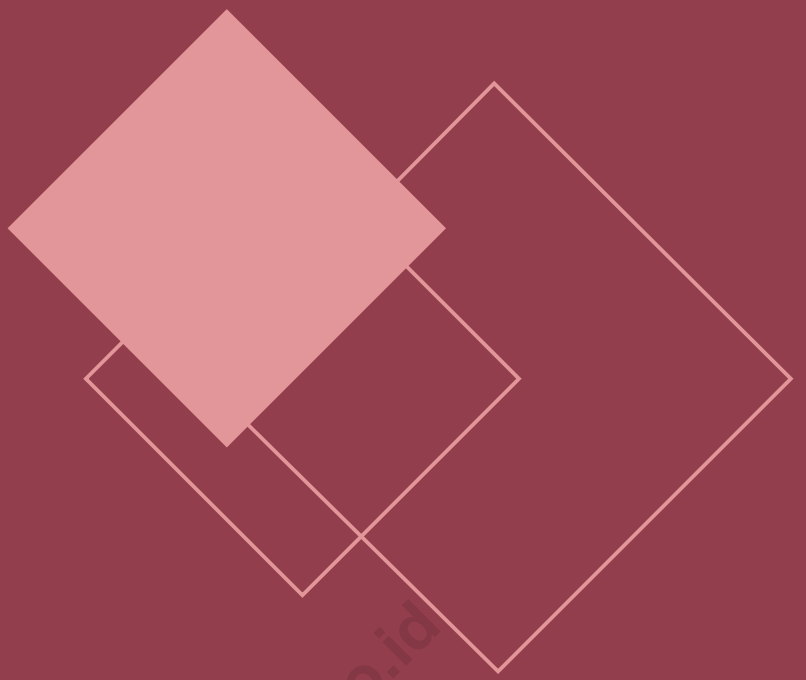
Tingkat pendapatan rumah tangga selama tahun 2018 yang cukup baik ternyata menjadi pendorong utama keadaan ekonomi konsumen selama tahun 2018. Hal ini terlihat pada nilai variabel ini yang cukup tinggi dan terus meningkat dari triwulan I sampai dengan triwulan II. Laju inflasi tidak cukup berpengaruh terhadap keadaan ekonomi konsumen pada tahun 2018. Hal ini terlihat pada nilai ITK pada triwulan I-2018 sampai dengan triwulan IV-2018 yang berada di atas 100 dengan variabel kaitan inflasi terhadap konsumsi memiliki nilai yang selalu di atas 100.

Kondisi ekonomi konsumen pada triwulan I-2018 terlihat cukup tinggi di atas 100 yaitu 102,25 menunjukkan kondisi ekonomi konsumen yang relatif meningkat namun terjadi penurunan tingkat optimisme konsumen dibandingkan triwulan IV-2017 (nilai ITK sebesar 106,27).

Memasuki triwulan II-2018, kondisi ekonomi konsumen semakin meningkat dibandingkan dengan triwulan sebelumnya. Tingkat optimisme konsumen berada di puncak menjadi 129,95 pada triwulan II-2018. 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.

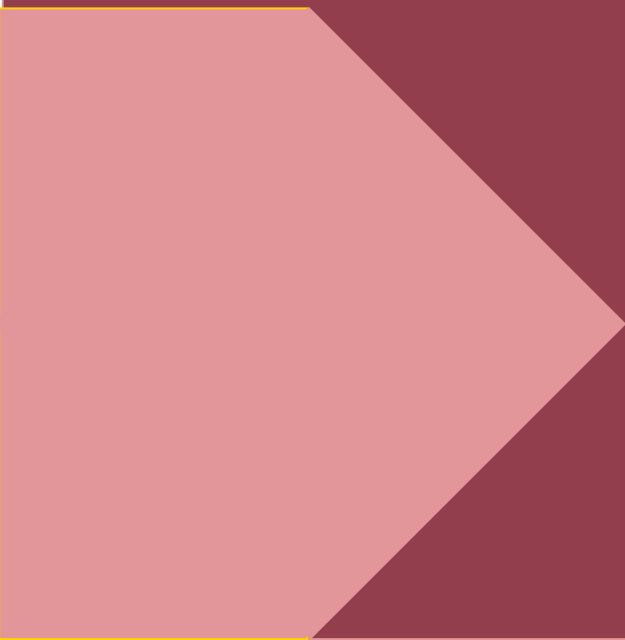
Pada triwulan III nilai ITK menjadi 98,13 menunjukkan kondisi ekonomi konsumen yang mengalami penurunan tingkat optimisme konsumen dibandingkan triwulan sebelumnya. Hal ini terutama didorong dengan penurunan volume konsumsi barang dan jasa setelah melewati hari raya.

Pada triwulan IV-2018, kondisi ekonomi konsumen meningkat dengan tingkat optimisme konsumen yang lebih tinggi dibandingkan dengan triwulan sebelumnya dengan nilai ITK sebesar 100,15. Peningkatan ini terjadi karena adanya peningkatan volume konsumsi barang dan jasa sehubungan dengan perayaan natal dan tahun baru.



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

# Lampiran Kuesioner







BLOK IV. PERSEPSI TERHADAP KONDISI EKONOMI	
<p align="center"><b>A. PENDAPATAN RUMAH TANGGA</b></p>	
<p>401. Bagaimana pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama periode Januari-Maret 2018 dibandingkan periode Oktober-Desember 2017</p> <p>Meningkat -1 Trip -2 Memurun -3</p> <p><i>Jika jawaban tetap (kode 2) langung ke Rincian 403</i></p> <p>Lainnya (diisiakan)</p>	<input type="checkbox"/>
<p>402. Apakah penyebab utama pendapatan meningkat atau menurun pada Rincian 401 (lihat PILIHAN JAWABAN 1)</p> <p>Lainnya (diisiakan)</p>	<input type="checkbox"/>
<p>403. Bagaimana perkiraan pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama periode April-Juni 2018 dibandingkan periode Januari-Maret 2018</p> <p>Meningkat -1 Trip -2 Memurun -3</p> <p><i>Jika jawaban tetap (kode 2) langung ke Rincian 405</i></p>	<input type="checkbox"/>
<p>404. Apakah penyebab utama perkiraan pendapatan meningkat atau menurun pada Rincian 403 (lihat PILIHAN JAWABAN 1)</p> <p>Lainnya (diisiakan)</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>PILIHAN JAWABAN 1 (untuk Rincian 402 dan 404)</b></p>	
<p>Jawaban meningkat:</p> <p>Peningkatan gaji/penghasilan suami -1</p> <p>Meningkat tambahan usaha/kegiatan -2</p> <p>Meningkat pekerjaan/usaha sampingan -3</p> <p>Meningkat hasil pertanian/kuartir -4</p> <p>Lainnya -5</p>	<p>Jawaban menurun:</p> <p>Pemutusan gaji/penghasilan suami -6</p> <p>Pelaksanaan/usaha sampingan berhenti -7</p> <p>Ada anggota keluarga yg berhenti bekerja/bisnis -8</p> <p>Lainnya -9</p>
<p align="center"><b>B. PERUBAHAN HARGA BARANG DAN JASA</b></p>	
<p>405. Bagaimana perubahan harga barang/jasa kebutuhan rumah tangga selama periode Januari-Maret 2018 dibandingkan periode Oktober-Desember 2017</p> <p>Meningkat tajam (&gt; 20%) -1</p> <p>Meningkat sedang (10%-20%) -2</p> <p>Meningkat sedikit (&lt;10%) -3</p> <p>Relatif sama -4</p> <p>Memurun -5</p>	<input type="checkbox"/>

C. PENGELUARAN DAN KONSUMSI RUMAH TANGGA																																																	
<p>406. Bagaimana volume/frekuensi konsumsi barang/jasa di bawah ini selama periode Januari-Maret 2018 dibandingkan periode Oktober-Desember 2017</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kelompok Barang/Jasa</th> <th>Meningkat</th> <th>Tetap</th> <th>Memurun</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="4"><b>Perubahan Volume:</b></td> </tr> <tr> <td>1. Bahan makanan/minuman</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>2. Makanan/minuman jadi, rokok, tembakau, dan makan di restoran/rumah makan</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>3. Pakain</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>4. Pembelian Ponsel HP</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>5. Pendidikan</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td colspan="4"><b>Perubahan Frekuensi:</b></td> </tr> <tr> <td>6. Rekreasi/hiburan (nonton di bioskop, karaoke, ke tempat hiburan)</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>7. Akomodasi (hotel/penginapan)</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>8. Transportasi</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>9. Perawatan kesehatan dan kecantikan (gym, salon, SPA, dll.)</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>	Kelompok Barang/Jasa	Meningkat	Tetap	Memurun	<b>Perubahan Volume:</b>				1. Bahan makanan/minuman	1	2	3	2. Makanan/minuman jadi, rokok, tembakau, dan makan di restoran/rumah makan	1	2	3	3. Pakain	1	2	3	4. Pembelian Ponsel HP	1	2	3	5. Pendidikan	1	2	3	<b>Perubahan Frekuensi:</b>				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	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Kelompok Barang/Jasa	Meningkat	Tetap	Memurun																																														
<b>Perubahan Volume:</b>																																																	
1. Bahan makanan/minuman	1	2	3																																														
2. Makanan/minuman jadi, rokok, tembakau, dan makan di restoran/rumah makan	1	2	3																																														
3. Pakain	1	2	3																																														
4. Pembelian Ponsel HP	1	2	3																																														
5. Pendidikan	1	2	3																																														
<b>Perubahan Frekuensi:</b>																																																	
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																																														
<p>407. Bagaimana total pengeluaran seluruh anggota rumah tangga selama periode Januari-Maret 2018 dibandingkan periode Oktober-Desember 2017</p> <p>Meningkat -1 Trip -2 Memurun -3</p> <p><i>Jika jawaban tetap (kode 2) langung ke Rincian 409</i></p>	<input type="checkbox"/>																																																
<p>408. Apakah penyebab utama total pengeluaran rumah tangga meningkat atau menurun pada Rincian 407 (lihat PILIHAN JAWABAN 2 di lembar berikut)</p> <p>Lainnya (diisiakan)</p>	<input type="checkbox"/>																																																
<p>409. Bagaimana perkiraan total pengeluaran seluruh anggota rumah tangga selama periode April-Juni 2018 dibandingkan periode Januari-Maret 2018</p> <p>Meningkat -1 Trip -2 Memurun -3</p> <p><i>Jika jawaban tetap (kode 2) langung ke Rincian 411</i></p>	<input type="checkbox"/>																																																



### BLOK V. PENJELASAN RINGKAS

#### KHUSUS UNTUK BLOK IV.A.s.d., BLOK IV.E

- ✓ **Rincian 401 s/d 404: 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 di dalamnya adalah transfer dari pihak lain, mendapat arisan, warisan, dan hadiah.
- ✓ **Rincian 405: Perubahan harga** merupakan perubahan harga barang/jasa secara umum, bukan beberapa komoditi utama saja.

#### Catatan:

- o Perbaikan referensi waktu pencacahan dalam mengantisipasi jawaban responden.
- o Perbaikan kosimbasi komoditi-komoditi yang meningkat cukup tajam terhadap seluruh komoditi yang dikonsumsi oleh rumah tangga.

#### Contoh:

Terjadi kenaikan harga komoditi cabai yang cukup signifikan, sementara komoditi lainnya relatif stagnan. Untuk menghindari jawaban responden yang menjawab meningkat tajam, lakukan *probing* mengenai referensi waktunya maupun kontribusi komoditi cabai tersebut.

- ✓ **Rincian 406: 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".
- ✓ **Rincian 407 s/d 410: Total pengeluaran seluruh anggota rumah tangga** adalah seluruh nilai dari uang yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, baik kebutuhan pokok rumah tangga maupun untuk pembelian barang tahan lama atau pengeluaran besar lainnya.
- ✓ **Rincian 411: Gambaran kondisi keuangan rumah tangga** menunjukkan bagaimana kondisi keuangan rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

#### Catatan:

- 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 berarti menabung (kode 1 atau 2), jika negatif merupakan pinjaman.

### BLOK V. PENJELASAN RINGKAS (lanjutan)

- ✓ **Rincian 412: Peluang rumah tangga untuk menabung** menunjukkan perkiraan responden terhadap kondisi keuangan rumah tangga dalam 3 bulan ke depan. Jika ada kemungkinan untuk menabung dapat diartikan bahwa rumah tangga memperkirakan pendapatan melebihi pengeluaran.
- ✓ **Rincian 413 dan 414: Keterediaan Lapangan Pekerjaan** merupakan pengamatan responden mengenai ketersediaan lapangan pekerjaan baik formal maupun non formal melalui informasi langsung atau dari media. Lapangan pekerjaan yang dimaksud tidak hanya mencakup pekerjaan sebagai karyawan atau pegawai, juga termasuk kesempatan untuk berusaha.
- ✓ **Rincian 415: Waktu yang tepat bagi rumah tangga untuk membeli barang tahan lama.**

Maksud dari rincian ini adalah untuk menggambarkan persepsi responden tentang kondisi perekonomian saat ini. Waktu tepat secara tidak langsung menggambarkan situasi perekonomian yang baik sehingga daya beli masyarakat juga baik.

- ✓ **Rincian 416: Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi, dan Pesta/Hajatan.** Pertanyaan harus diajukan setiap rincian kelompok barang tahan lama dan melakukan aktivitas (rekreasi dan pesta/hajatan) yang ditanyakan dari kolom 2 sampai dengan kolom 4.

### BLOK VI. CATATAN



## 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



# DATA

## MENCERDASKAN BANGSA



**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](mailto:bps8200@bps.go.id)

