

INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI JAWA BARAT TAHUN 2014



Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat

INDEKS TENDENSI KONSUMEN PROVINSI JAWA BARAT TAHUN 2014



**INDEKS TENDENSI KONSUMEN
PROVINSI JAWA BARAT 2014**

KATALOG BPS : 9202001.32
No. Publikasi : 32550.1405
Ukuran Buku : 17.6 cm x 25

Naskah :

BIDANG NERACA WILAYAH DAN ANALISIS STATISTIK

Gambar Kulit :

BIDANG NERACA WILAYAH DAN ANALISIS STATISTIK

Diterbitkan Oleh : ©Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat

Dicetak Oleh : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat

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

TIM PENYUSUN

Penanggung Jawab/ Pengarah : Ir. Hj. Ade Rika Agus, MT

Editor : 1. Ir. Hj. Ade Rika Agus, MT
2. Ahmad Luqman, SP, ME

Penulis : 1. Silfi Fitriana, SST
2. ani Komalasari, SE

Pengolah Data : BPS RI

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

KATA PENGANTAR

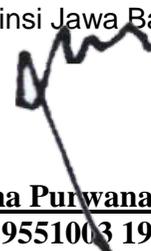
Salah satu upaya untuk memperoleh gambaran dini kondisi ekonomi adalah dengan menyusun Indikator Dini atau Indeks Indikator Dini (*Index of Prompt Indicator*) yang salah satunya adalah Indeks Tendensi Konsumen (ITK). Sistem pemantau indikator dini dapat memberikan sinyal atau '*early warning*' yang kuat bagi para pelaku ekonomi pada umumnya terutama dalam kaitan dengan aktivitas ekonomi yang dilakukan.

Sejak triwulan I-2011, Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat telah melakukan Survei Tendensi Konsumen yang digunakan untuk penghitungan Indeks Tendensi Konsumen. Pelaksanaan dilakukan secara triwulanan yaitu Triwulan I (Januari - Maret), Triwulan II (April-Juni), Triwulan III (Juli-September) dan Triwulan IV (Oktober-Desember).

Publikasi ini menjelaskan metode dan hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen tahun 2014 serta gambaran mengenai kondisi perekonomian di Jawa Barat dalam jangka pendek.

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.

Bandung, Desember 2014
Kepala Badan Pusat Statistik
Provinsi Jawa Barat



H. Gema Purwana, SE, M.Si
NIP. 19551003 197703 1 001

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii	
DAFTAR ISI	iv	
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	v	
I	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Tujuan	2
	1.3. Cakupan Penelitian	2
	1.4. Sistematika Penulisan	3
II	Kajian Literatur	4
	2.1. <i>Consumer Sentiment Index (Michigan University)</i>	4
	2.2. <i>Consumer Confidence Index</i>	5
III	Metodologi	9
	3.1. Indeks Tendensi Konsumen (ITK)	9
	3.2. Prosedur Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen	10
	3.3. Interpretasi Indeks Tendensi Konsumen	16
	3.4. Validasi	18
IV	Hasil Penghitungan	19
	4.1. Profil Rumah Tangga Tahun 2014	19
	4.2. Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I-2014 s.d. Triwulan III-2014	23
	4.3. Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan IV-2014	30
V	Kesimpulan	31
	DAFTAR PUSTAKA	32
	TIM PENYUSUN	33

DAFTAR TABEL DAN GRAFIK

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Tingkat Pendidikan, 2014	20
Tabel 4.2	Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Sumber Penghasilan Utama Rumah Tangga, 2014	21
Tabel 4.3	Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Status Pekerjaan Utama Tahun 2014	22
Tabel 4.4	Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Rata-rata Pendapatan Selama Sebulan Tahun 2014	22
Tabel 4.5	Nilai Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2014 Menurut komponennya	25
Tabel 4.6	Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen (ITK) dan Variabel Pembentuknya Triwulan IV-2014	30

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1	Perkembangan Indeks Tendensi Konsumen di Provinsi Jawa Barat	24
Grafik 4.2	Indeks Makanan, Bahan makanan dan Makanan Jadi Triwulan I,II, dan Triwulan III-2014	26
Grafik 4.3	Indeks Konsumsi Non Makanan Provinsi Jawa Barat Triwulan I, II dan III Tahun 2014	28
Grafik 4.4	Indeks Tendensi Konsumen Di Wilayah Jabalnusra Triwulan I, II,III dan Perkiraan Triwulan IV-2014	29

BAB. I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Situasi ekonomi terkini sangatlah dibutuhkan baik oleh pemerintah maupun dunia usaha. Pemerintah memerlukan informasi tersebut diantaranya untuk perencanaan dan sebagai acuan dalam mengambil kebijakan.

Dengan adanya informasi dini, berbagai pihak dapat mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengatasi berbagai perubahan yang terjadi. Indeks yang dapat memberikan gambaran mengenai situasi bisnis dan perekonomian secara umum menurut pendapatan konsumen yang didasarkan pada persepsi konsumen mengenai keadaan bisnis dan perekonomian sangat dibutuhkan untuk memberikan informasi dini mengenai keadaan dan perkembangan perekonomian.

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) adalah indikator perkembangan ekonomi terkini yang dihasilkan Badan Pusat Statistik melalui Survei Tendensi Konsumen (STK). ITK merupakan indeks komposit persepsi rumahtangga mengenai kondisi ekonomi konsumen dan perilaku konsumsi terhadap situasi perekonomian pada triwulan berjalan dan perkiraan pada triwulan mendatang. STK mulai dilakukan di

Jawa Barat pada triwulan I tahun 2011 hingga tahun 2014 ini, dengan jumlah sampel pada tahun 2011 sebanyak 1.890 rumah tangga dan 2560 rumah tangga pada tahun 2012 hingga tahun 2014.

Karena pentingnya informasi ini, hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen telah dipublikasikan melalui berbagai media massa bersamaan dengan “*press release*” Produk Domestik Bruto setiap triwulan.

1.2. Tujuan

Tujuan penyusunan ITK adalah:

1. Memberikan informasi yang dini tentang perkembangan perekonomian dari sisi konsumen (ekonomi konsumen) pada kondisi triwulan berjalan.
2. Memberikan perkiraan kondisi konsumen tiga bulan mendatang.

1.3 Cakupan Penelitian

Survei Tendensi Konsumen dilakukan pada periode setiap triwulan dan pelaksanaannya bersamaan dengan pelaksanaan Survei Tenaga Kerja Nasional (Sakernas). Survei ini dilakukan dengan tujuan untuk menghitung Indeks Tendensi Konsumen. Pada tahun 2014 survei ini dilakukan di semua kabupaten/kota di Provinsi Jawa Barat dengan jumlah sampel 2.560 rumah tangga.

1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan buku ini dibagi ke dalam (lima) 5 bab, yaitu :

1. Bab I. Pendahuluan, yang terdiri dari Latar Belakang, Tujuan, Cakupan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.
2. Bab II. Kajian Literatur, menyajikan berbagai penelitian yang pernah dilakukan mengenai Indeks Tendensi Konsumen.
3. Bab III. Metodologi Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, menyajikan prosedur penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, dan interpretasi hasil Indeks Tendensi Konsumen.
4. Bab IV. Hasil Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, menyajikan hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen selama 3 triwulan tahun 2014, dan perkiraannya pada triwulan IV-2014.
5. Bab V. Kesimpulan, menyajikan ringkasan indikator dini perekonomian secara umum kondisi ekonomi rumahtangga (sisi konsumen) selama tahun 2013.

BAB. II KAJIAN LITERATUR

2.1. *Consumer Sentiment Index (Michigan University)*

Michigan University di Amerika Serikat menyajikan Indeks Sentimen Konsumen (*Consumer Sentiment Index= CSI*). Indeks Sentimen Konsumen diperoleh melalui Survei Sentimen Konsumen yang dilakukan oleh Lembaga Penelitian di Michigan University, Amerika Serikat. Survei ini dilakukan setiap bulan, dan tujuan utama dari penyusunan indeks ini adalah untuk kepentingan investasi.

Indeks Sentimen Konsumen disusun sebagai 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 rumahtangga.

PMI merupakan ukuran kuantitatif sedangkan CSI merupakan ukuran kualitatif. Secara kualitatif, informasi dari pengusaha mengenai belanja barang dan jasa perusahaan seperti iklan dan jasa konsultan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat sentimen perusahaan terhadap bisnisnya. Hal ini sejalan dengan sikap konsumen terhadap konsumsi rumahtangga. Peningkatan konsumsi rumahtangga akan mendorong pertumbuhan ekonomi. Sebagaimana diketahui bahwa konsumsi rumahtangga domestik adalah salah satu faktor pendorong dalam memperkuat fundamental ekonomi, meskipun dalam perekonomian yang lebih luas dan terbuka, konsumsi domestik bukan satu-satunya faktor pendorong karena adanya kegiatan ekspor dan impor.

2.2. Consumer Confidence Index

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

konsumen mengenai kondisi saat ini dengan bobot sebesar 40 persen dan kondisi mendatang dengan bobot sebesar 60 persen.

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

Survei Kepercayaan Konsumen dilakukan setiap bulan dengan jumlah responden sekitar 5000 rumahtangga. Variabel yang dicakup pada kuesioner survei ini antara lain :

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

Setiap variabel diatas mempunyai jawaban positif (meningkat) dan negatif (menurun). Jawaban meningkat diberi skor 1 dan menurun diberi skor 0. Untuk penghitungan nilai indeks masing-masing variabel digunakan rumus *Diffussion Index*.

$$I_{vit} = \frac{(TS_t : n_t)}{(TS_0 : n_0)} \times 100\%$$

dimana:

I_{vit} = indeks variabel terpilih ke-i pada triwulan ke-t;

TS_t = total skor setiap variabel ke-i dari seluruh responden pada triwulan ke-t;

TS_0 = total skor setiap variabel ke-i dari seluruh responden pada triwulan dasar;

n_t = jumlah responden pada triwulan ke-t;

n_0 = jumlah responden pada triwulan dasar.

Besarnya indeks menunjukkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap kondisi perekonomian pada periode tertentu terhadap periode pembandingnya. Apabila pertumbuhan indeks kurang dari 5 persen, maka kepercayaan konsumen cenderung tetap atau *stagnant*, tetapi bila pertumbuhan lebih dari 5 persen maka kepercayaan konsumen meningkat dibanding periode pembandingnya.

Indeks Kepercayaan Konsumen yang disusun oleh *The Conference Board* dibagi menjadi 2 macam indeks, yaitu Indeks Kepercayaan Konsumen Kini (*Current Consumer Confidence Index*) dan Indeks Kepercayaan Konsumen

Mendatang (*Future Consumer Confidence Index*). Indeks Kepercayaan Konsumen Kini merupakan komposit dari 2 variabel, yaitu kondisi bisnis saat ini dan kondisi lapangan pekerjaan saat ini. Sedangkan Indeks Kepercayaan Konsumen mendatang merupakan komposit dari 3 variabel: kondisi bisnis 6 bulan mendatang, kondisi lapangan pekerjaan 6 bulan mendatang dan jumlah pendapatan seluruh anggota keluarga selama 6 bulan mendatang.

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

BAB. III METODOLOGI

3.1 Indeks Tendensi Konsumen (ITK)

Informasi ini mengenai keadaan dan perkembangan perekonomian dapat diketahui melalui Survei Tendensi Konsumen. Survei tersebut bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai situasi bisnis dan perekonomian secara umum menurut pendapat konsumen sebagai pelaku konsumsi. Rumah tangga yang terpilih di Provinsi Jawa Barat terdiri dari 2.560 rumah tangga yang tersebar di kabupaten/ kota di Jawa Barat.

Pencacahan Survei Tendensi konsumen dilakukan bersamaan dengan pencacahan sakernas. Hasil dari pencacahan tersebut akan mengalami proses pemeriksaan (validasi) oleh Kasi Statistik Sosial BPS kabupaten/kota, dan selanjutnya dilakukan pengentrian data oleh bidang IPDS kabupaten/kota. Hasil entry dikirim ke provinsi Jawa Barat untuk dilakukan penggabungan data. Selanjutnya dikirimkan ke BPS RI pada Subdirektorat Analisis Statistik untuk direkonsiliasi menjadi data final penghitungan Indeks Tendensi Konsumen dan selanjutnya dikembalikan ke BPS provinsi untuk dianalisis menjadi Berita Resmi Statistik ITK. Rilis BRS ITK ini bersamaan dengan rilis PDRB Triwulanan dan ketenaga kerjaan.

3.2 Prosedur Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen

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

Informasi yang dikumpulkan meliputi rencana pembelian beberapa komoditi makanan seperti bahan makanan dan makanan jadi, serta beberapa komoditi non makanan seperti perumahan (listrik, gas dan bahan bakar), pakaian, sepatu, tas, kesehatan, peralatan kesehatan, jasa rumah sakit, pendidikan, rekreasi (termasuk penginapan/hotel), transportasi/ angkutan dan komunikasi.

Selain itu untuk menghitung ITK mendatang dikumpulkan informasi rencana pembelian barang tahan lama yaitu: pembelian barang elektronik (TV, DVD, komputer), pembelian perhiasan dari logam dan batu mulia (emas, mutiara, permata), pembelian perangkat komunikasi (HP, tablet/Ipad, notebook), pembelian perabot meubelair (kursi, lemari, tempat tidur), pembelian peralatan rumahtangga (AC, kulkas, mesin cuci, kompor gas),

pembelian dan penggantian sepeda motor, pembelian dan penggantian mobil; rekreasi baik keluar kota/negeri termasuk menginap di hotel; hajatan dan pesta (pernikahan, khitanan, ulang tahun), pembelian tanah, dan pembelian rumah.

Dalam kuesioner ditanyakan pula informasi kondisi keuangan (pendapatan) dan tabungan rumahtangga responden STK. Komponen variabel Indeks Indikator Kini adalah sebagai berikut:

- a. Pendapatan seluruh anggota keluarga tiga bulan terakhir;
- b. Pengaruh kenaikan harga-harga terhadap konsumsi makanan sehari-hari; dan
- c. Volume konsumsi beberapa komoditi saat ini jika dibandingkan dengan keadaan periode tiga bulan yang lalu.

Komponen variabel Indeks Indikator Mendatang adalah sebagai berikut:

- a. Pendapatan seluruh anggota keluarga pada periode tiga bulan mendatang; dan
- b. Rencana pembelian barang-barang tahan lama untuk tiga bulan yang akan datang.

Tahapan penghitungan ITK adalah sebagai berikut:

1. Melakukan penghitungan indeks masing-masing variabel:
 - a. Tanpa penimbang, yaitu:
 - i. Pendapatan anggota rumahtangga kini, diperoleh dari isian kuesioner STK Blok V rincian 1;

- ii. Pengaruh kenaikan harga terhadap konsumsi makanan sehari-hari, diperoleh dari isian kuesioner STK Blok V rincian 4;
 - iii. Perkiraan pendapatan rumahtangga mendatang, diperoleh dari isian kuesioner STK Blok VI rincian 1.
- b. Menggunakan penimbang, yaitu:
- i. Volume konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan dari isian Blok V rincian 5;
 - ii. Rencana pembelian barang tahan lama, dari isian Blok VI rincian 4.
2. Melakukan penghitungan indeks komposit, baik untuk Indeks Indikator Kini dan Indeks Indikator Mendatang.
3. Melakukan validasi terhadap data-data yang masih belum akurat.

Secara umum, untuk mendapatkan indeks setiap variabel, dihitung dengan menggunakan rumus *Diffusion Index* seperti yang digunakan oleh *The Conference Board* (1990). Penghitungannya yaitu dengan membagi total skor dengan jumlah responden dikalikan 100, atau secara matematis dinotasikan:

$$Iv_i = \frac{TS}{n} \times 100\%$$

dimana:

Iv_i = indeks variabel terpilih ke- i ;

TS = total skor variabel ke- i dari seluruh responden;

n = jumlah responden.

Nilai indeks dengan menggunakan rumus di atas berkisar 0 – 200.

Beberapa variabel lainnya menggunakan penimbang yaitu pada penghitungan indeks makanan dan non makanan, serta indeks rencana pembelian barang tahan lama. Sebelum diindekskan, variabel volume konsumsi komoditi makanan dan non makanan diberikan skor dengan cara sebagai berikut:

1. Jika naik konsumsinya diberi skor 2;
2. Jika tetap konsumsinya diberi skor 1;
3. Jika menurun konsumsinya diberi skor 0.

Selanjutnya dilakukan penghitungan indeks komoditi sebagaimana penghitungan indeks variabel tanpa penimbang terlebih dahulu untuk masing-masing komoditi. Setelah itu dihitung indeks konsumsi makanan dan non makanan yang memakai penimbang masing-masing komoditi, atau bisa dinotasikan dalam bentuk rumus sebagai berikut:

$$IK_{MN} = \frac{\sum_i W_i IK_i}{W_i}$$

dimana:

IK_{MN} =Indeks konsumsi makanan dan non makanan;

IK_i =Indeks masing-masing komoditi makanan dan non makanan;

W_i =penimbang masing-masing komoditi makanan dan non makanan.

Penentuan penimbang dalam penghitungan ITK berbeda baik untuk Indeks Indikator Kini (IIK) maupun Indeks Indikator Mendatang (IIM). Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa komponen penyusunan IIK terdiri atas pendapatan seluruh

anggota keluarga tiga bulan terakhir, pengaruh kenaikan harga-harga terhadap konsumsi rumahtangga, dan volume konsumsi beberapa komoditi. Penimbang untuk ketiga komponen itu dihitung melalui fungsi *Double Log* yang dinotasikan 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 saat ini;

KH = Pengaruh kenaikan harga terhadap konsumsi makanan sehari-hari;

KK = Konsumsi beberapa komoditi saat ini;

$\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ = Estimasi parameter fungsi Double Log.

α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada saat ini terhadap IIK, α_2 mengindikasikan elastisitas pengaruh kenaikan harga terhadap konsumsi rumahtangga sehari-hari terhadap IIK, dan α_3 mengindikasikan elastisitas konsumsi beberapa komoditi saat ini terhadap IIK. Sebagai contoh, apabila dalam fungsi *Double Log* diperoleh α_1 sebesar 0,300, α_2 sebesar 0,250 dan α_3 sebesar 0,450 maka masing-masing penimbang untuk komponen IIK adalah sebagai berikut:

- i. Pendapatan seluruh anggota rumahtangga riil pada saat ini adalah 0,300;
- ii. Pengaruh kenaikan harga terhadap konsumsi makanan sehari-hari sebesar 0,250; dan
- iii. Konsumsi beberapa komoditi saat ini sebesar 0,450.

Penimbang untuk komponen Indeks Indikator Mendatang (IIM) juga diperoleh dari fungsi *Double Log* yang dinotasikan 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 pada triwulan mendatang;

RTH = Rencana pembelian barang-barang tahan lama;

$\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2$ = Estimasi parameter fungsi *Double Log*.

α_1 mengindikasikan elastisitas pendapatan seluruh anggota rumahtangga pada triwulan mendatang terhadap IIM, α_2 mengindikasikan elastisitas rencana pembelian barang-barang tahan lama terhadap IIM. Sebagai contoh, apabila dalam fungsi *Double Log* diperoleh α_1 sebesar 0,730 dan α_2 sebesar 0,270, maka penimbang pendapatan seluruh anggota rumahtangga riil pada triwulan mendatang adalah 0,730 dan rencana pembelian barang-barang tahan lama sebesar 0,270.

Sebagai contoh ITK Kini sebesar 112,73 mengartikan bahwa terdapat optimisme tingkat konsumen masyarakat dalam mengkonsumsi barang dan jasa pada periode tersebut (triwulan berjalan) yang lebih baik daripada triwulan sebelumnya, atau mempunyai arti psikologis adanya optimisme 112,73 kali dibanding triwulan sebelumnya.

3.3 Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen

Cara membaca Indeks Tendensi Konsumen adalah sebagai berikut:

a. Indeks Indikator Kini

- $100 < I < 200$: jumlah jawaban “meningkat” lebih besar dari jawaban “menurun” artinya kondisi perekonomian pada triwulan berjalan meningkat dibanding periode triwulan sebelumnya.
- $I = 100$: jumlah jawaban “meningkat” dan “menurun” adalah seimbang artinya kondisi perekonomian pada triwulan berjalan hampir sama dengan triwulan sebelumnya.
- $I < 100$: jumlah jawaban “menurun” lebih besar dari jawaban “meningkat” artinya kondisi perekonomian pada triwulan berjalan menurun dibanding keadaan triwulan sebelumnya.

b. Indeks Indikator Mendatang

- $100 < I < 200$: jumlah jawaban “meningkat” lebih besar dari jawaban “menurun” artinya para konsumen optimis bahwa kondisi perekonomian pada triwulan mendatang

diduga akan meningkat jika dibandingkan dengan triwulan berjalan.

- $I = 100$: jumlah jawaban “meningkat” dan “menurun” adalah seimbang artinya kondisi perekonomian pada triwulan mendatang hampir sama dengan triwulan berjalan.
- $I < 100$: jumlah jawaban “menurun” lebih besar dari jawaban “meningkat” artinya kondisi perekonomian pada triwulan mendatang diduga menurun dibanding keadaan triwulan berjalan.

Komposit dari Indeks Indikator Kini diinterpretasikan sebagai Indeks Tendensi Konsumen pada triwulan berjalan, sedangkan komposit dari Indeks Indikator Mendatang diinterpretasikan sebagai angka perkiraan Indeks Tendensi Konsumen pada triwulan mendatang.

Sebagai contoh, Survei Tendensi Konsumen yang dilakukan pada triwulan berjalan menghasilkan ITK kini sebesar 110,55 dan perkiraan ITK mendatang sebesar 107,33. Angka 110,55 ini mengartikan bahwa tingkat optimisme konsumen pada triwulan berjalan lebih baik dibanding triwulan mendatang.

Sementara, angka 107,33 mengartikan bahwa tingkat optimisme konsumen pada triwulan mendatang juga lebih baik dibanding triwulan berjalan, tetapi karena $107,33 < 110,55$ maka secara psikologis ITK triwulan mendatang tidak seoptimis triwulan sebelumnya (berjalan).

Dalam aplikasinya, ITK kini dan mendatang digunakan secara bersamaan dalam menganalisis keadaan konsumen pada

triwulan berjalan dan prospeknya pada triwulan mendatang berdasarkan persepsi konsumen.

3.4 Validasi

Untuk mendapatkan hasil ITK yang mendekati kondisi realita di lapangan, pada tahap terakhir pengolahan STK, dilakukan proses validasi. Proses validasi ini dilakukan apabila ditemukan dalam isian kuesioner STK:

1. Ketidak konsistenan antar variabel pembentuk;
2. Nilai indeks yang terlalu tinggi atau terlalu rendah;
3. Nilai indeks yang berlawanan dengan kondisi umum ekonomi konsumen seperti inflasi dan konsumsi rumah tangga; serta
4. Nilai indeks yang berlawanan dengan faktor musiman.

BAB. IV HASIL PENGHITUNGAN

4.1 Profil Rumah Tangga Tahun 2014

Indeks Tendensi Konsumen dihitung untuk memperkirakan gerak perekonomian berdasarkan informasi konsumen (rumah tangga). Indeks ini dihitung dari hasil Survei Tendensi Konsumen yang dilaksanakan setiap triwulanan dalam setahun. Responden adalah rumah tangga yang merupakan sub sampel dari Sakernas dengan waktu survei juga bersamaan dengan Sakernas. Pemilihan sampel dilakukan secara panel antar triwulan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai perubahan persepsi responden antar waktu dan menjamin keterbandingan kondisi dari sebagian besar komunitas yang sama (cohort). Pada tahun 2014 ini jumlah sampel setiap triwulannya sebanyak 2.560 rumah tangga, dengan *respon rate* sampel setiap triwulannya rata-rata sekitar 80 sampai 90 persen.

Dilihat dari tingkat pendidikannya, responden STK yang terpilih pada triwulan I hingga triwulan III tahun 2014 proporsi terbanyak berpendidikan SD ke bawah yaitu sekitar 44,10 – 44,40 persen artinya penduduk yang dijadikan sampel STK lebih dari 44 persen berpendidikan rendah, diikuti oleh yang berpendidikan SLTA sekitar 28,80 – 29,60 persen, hanya sekitar 10,60 – 11,50 persen responden yang berpendidikan tinggi Akademi ke atas (Tabel 4.1).

Tabel 4.1. Persentase Responden Kepala Rumah Tangga Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2014

Tingkat Pendidikan	Triwulan		
	I	II	III
(1)	(2)	(3)	(4)
SD ke bawah	44,40	44,30	44,10
SLTP	16,10	16,20	14,80
SLTA	28,90	28,80	29,60
Akademi keatas	10,60	10,70	11,50
Jumlah	100,00	100,00	100,00

Berdasarkan lapangan usaha atau pekerjaan utama responden, selama tahun 2014, paling banyak adalah responden bekerja di sektor perdagangan, hotel dan restoran, yaitu berkisar antara 22,30-23,50 persen selama triwulan I hingga triwulan III-2014, kemudian diikuti oleh sektor jasa-jasa dan sektor industri pengolahan, masing-masing berkisar antara 18,70-20,00 persen dan 15,20-17,00 persen. Persentase terkecil responden bekerja di sektor pertambangan dan pengolahan dan sektor Listrik Gas dan Air Bersih seperti disajikan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2. Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Sumber Penghasilan Utama Rumah Tangga Tahun 2014

Sumber Penghasilan Utama Rumah Tangga	Triwulan		
	I	II	III
(1)	(2)	(3)	(4)
Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan	11,40	9,70	9,70
Pertambangan dan Pengolahan	1,70	0,50	1,20
Industri Pengolahan	17,00	16,70	15,20
Listrik, Gas, Air Bersih	1,30	1,00	1,30
Bangunan	7,40	10,20	8,80
Perdagangan, Hotel dan Restoran	23,10	22,30	23,50
Pengangkutan dan Komunikasi	5,60	6,50	6,70
Keuangan, Real Estate, dan Jasa Perusahaan	2,70	3,50	3,40
Jasa-Jasa	19,20	20,00	18,70
Penerima Pendapatan	10,70	9,70	11,70
Jumlah	100,00	100,00	100,00

Dari sumber penghasilan utama responden tersebut ada yang berstatus berusaha, dan ada yang berstatus buruh/karyawan/pegawai. Dari responden yang dicacah kisaran 56,00 hingga 59,00 persen yang berstatus buruh/karyawan/pegawai dan kisaran 41,00 hingga 43,70 responden yang berstatus berusaha.

Tabel 4.3 Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Status Pekerjaan Utama Tahun 2014

Status Pekerjaan Utama	Triwulan		
	I	II	III
(1)	(2)	(3)	(4)
Berusaha	43.70	41.00	44.00
Buruh/Karyawan/Pegawai dll	56.30	59.00	56.00
Jumlah	100.00	100.00	100.00

Sementara itu, jika kita lihat dari sisi pendapatan rata-rata selama sebulan responden pada tahun 2014, rumah tangga yang berpendapatan kurang dari 2 juta paling banyak yaitu kisaran 49,40 persen hingga 52,90 persen, untuk pendapatan rata-rata 2 hingga 5 juta ada sebesar 35,60 persen hingga 39,30 persen, dan hanya sedikit yang berpendapatan lebih dari 5 juta sebulan yaitu kisaran 9,50 persen hingga 11,50 persen.

Tabel 4.4 Persentase Responden Rumah Tangga Menurut Rata-rata Pendapatan Selama Sebulan Tahun 2014

Rata-rata Pendapatan Selama Sebulan	Triwulan		
	I	II	III
(1)	(2)	(3)	(4)
< 2 Juta	52.90	51.80	49.40
2 Juta s/d 5 juta	35.60	38.70	39.30
> 5 Juta	11.50	9.50	11.30
Jumlah	100.00	100.00	100.00

4.2 Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Triwulan I-2014 s.d Triwulan III-2014

Sejak tahun 2011 Indeks Tendensi Konsumen sudah dilakukan di tiap provinsi termasuk Provinsi Jawa Barat, dengan jumlah sampel 1890 rumah tangga pada tahun 2011 hingga dilakukan penambahan sampel pada tahun 2013 hingga tahun 2014 menjadi 2560 rumah tangga. Dengan diperolehnya Indeks Tendensi Konsumen kita bisa melihat bagaimana kondisi konsumen selama periode tahun tertentu. Pada bagian ini akan diuraikan nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK) tahun 2014 triwulan I sampai Triwulan III dan untuk triwulan IV hanya dapat disajikan angka perkiraan dari hasil survey di triwulan III.

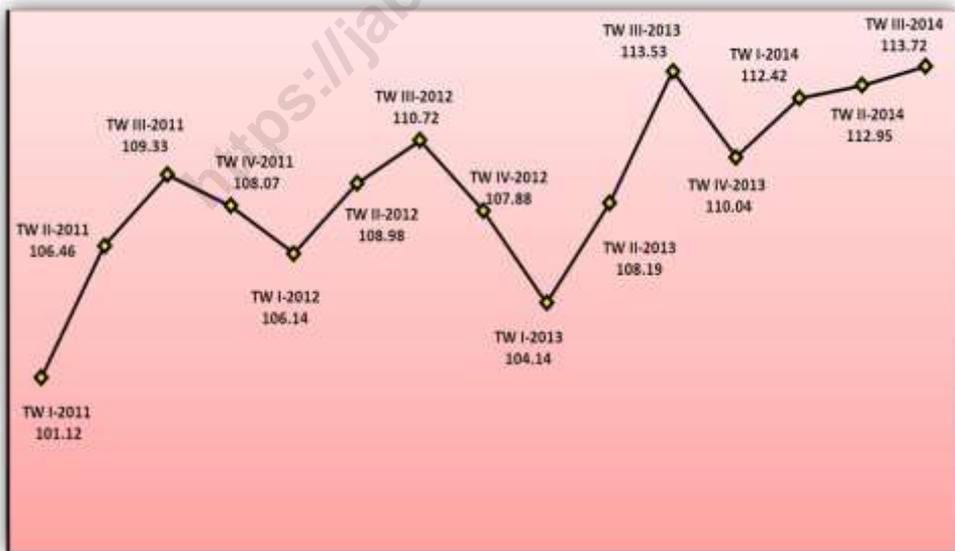
Kondisi ekonomi rumahtangga pada triwulan I sampai triwulan III-2014 tampak lebih baik pada setiap triwulan berjalan dibandingkan dengan triwulan sebelumnya. Begitu pula dengan tingkat optimisme konsumen pada triwulan I hingga triwulan III-2014 meningkat jika dibandingkan dengan triwulan sebelumnya.

Pola yang terlihat pada tahun 2011 dan tahun 2012 sama dengan yang terjadi pada tahun 2013, dimana terjadi peningkatan angka indeks tendensi konsumen dari triwulan I sampai triwulan III dan terjadi penurunan pada perkiraan untuk triwulan IV. Tetapi tidak demikian halnya dengan yang terjadi pada tahun 2014, pada triwulan I 2014 terjadi peningkatan angka indeks. ITK selalu tertinggi pada triwulan ketiga hal ini karena adanya pola musiman atau hari besar keagamaan seperti Hari Raya Idul Fitri yang

meningkatkan volume konsumsi rumah tangga. Disamping itu, pada periode ini pendapatan rumah tangga selalu mengalami peningkatan karena pemberian Tunjangan Hari Raya untuk kepentingan hari raya /hari besar keagamaan.

Nilai Indeks Tendensi Konsumen selama tahun 2014 tersebut berada diatas 100 yang artinya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan I, II dan III-2014 membaik dibandingkan triwulan sebelumnya. Terlihat bahwa sepanjang tahun 2014, kondisi ekonomi rumahtangga (konsumen) tetap membaik antar triwulannya. Dengan tingkat optimisme konsumen triwulan pada tahun 2014 tampak berfluktuasi (gambar 4.1).

Grafik 4.1. Perkembangan Indeks Tendensi Konsumen di Provinsi Jawa Barat



Terlihat nilai Indeks pada triwulan III-2014 tertinggi dibandingkan pada triwulan lainnya yaitu sebesar 113,72 sedangkan triwulan I dan II-2014 masing-masing sebesar 112,42 dan 112,95.

Berdasarkan variabel pembentuknya, kondisi ekonomi konsumen pada triwulan I-2014 membaik terutama didorong oleh pendapatan rumah tangga dengan indeks sebesar 111,01, begitu pula dengan variabel lain seperti pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi serta tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan masing-masing sebesar 113,64 dan 114,29.

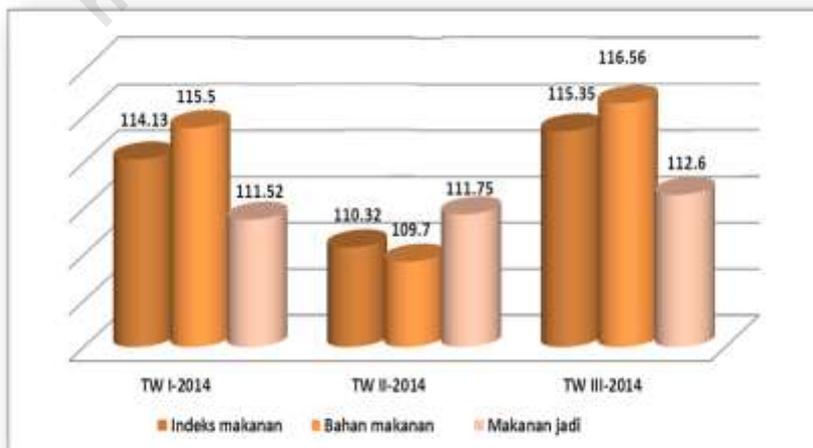
Tabel 4.5 Nilai Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2014 Menurut komponennya

Variabel Pembentuknya	Triwulan		
	I-2014	II-2014	III-2014
(1)	(2)	(3)	(4)
Nilai ITK	112,42	112,95	113,72
Pendapatan rumah tangga kini	111,01	110,76	115,00
Pengaruh Inflasi terhadap tingkat konsumsi	113,64	118,66	110,36
Tingkat Konsumsi bahan makanan, makanan jadi di restoran/rumah makan, dan bukan makanan (pakaian, perumahan, pendidikan, transportasi, komunikasi, kesehatan dan rekreasi)	114,29	111,07	114,84

Begitu pula dengan triwulan II-2014, semua variabel juga mengalami peningkatan seperti pendapatan rumah tangga kini, pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi serta tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan masing-masing sebesar 110,76, 118,66 dan 111,07.

Nilai ITK di Jawa Barat pada triwulan III-2014 sebesar 113,72, artinya kondisi ekonomi konsumen membaik dibandingkan triwulan II-2014. Berdasarkan variabel pembentuknya, kondisi ekonomi konsumen pada triwulan III-2014 membaik terutama didorong oleh pendapatan rumah tangga dengan indeks sebesar 115,00. Begitu pula dengan variabel lain tingkat optimismenya juga mengalami peningkatan seperti pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi serta tingkat konsumsi beberapa komoditi makanan dan non makanan masing-masing sebesar 110,36 dan 114,84 (Tabel.4.5).

Grafik 4.2. Indeks Makanan, Bahan Makanan dan Makanan jadi Triwulan I, II dan III-2014



Pada tahun 2014 indeks makanan tertinggi pada triwulan III-2014, yaitu sebesar 114,13 dan indeks makanan terendah pada triwulan II-2014 dengan indeks sebesar 110,32. Hal ini disebabkan karena pada triwulan III konsumsi makanan lebih banyak dibandingkan triwulan yang lain karena adanya bertepatan dengan bulan ramadhan dan hari raya idul fitri.

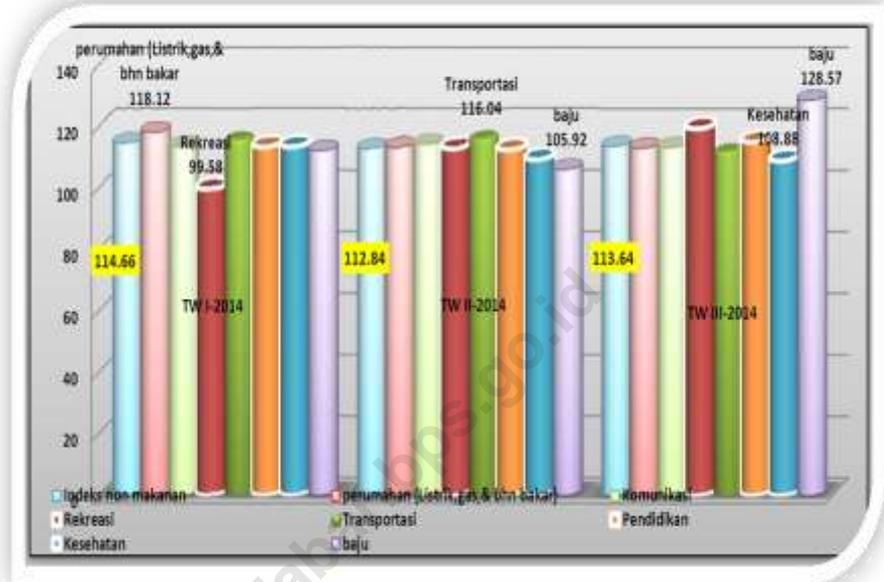
Pada kelompok komoditi makanan diklasifikasikan menjadi bahan makanan dan makanan jadi, pada triwulan I-2014 indeks bahan makanan lebih tinggi dari pada indeks makanan jadi, hal ini bisa dilihat dari grafik 4.2 di atas, dimana terlihat pada triwulan I-2014 bahan makanan memiliki indeks sebesar 115,50 sedangkan makanan jadi memiliki indeks sebesar 111,52.

Sedangkan pada triwulan II-2014, indeks makanan jadi lebih tinggi dibandingkan dengan indeks bahan makanan. Indeks makanan jadi sebesar 111,75 sedangkan indeks bahan makanan sebesar 109,70. Hal ini menggambarkan bahwa makanan jadi lebih banyak dikonsumsi masyarakat dibandingkan dengan membeli bahan makanan untuk diolah kembali. (Grafik 4.2)

Untuk konsumsi non makanan pada tahun 2014 indeks tertinggi pada triwulan I-2014 yaitu sebesar 114,66, diikuti triwulan III-2014 indeks non makanan sebesar 113,64 dan pada triwulan II-2014 indeks non makanan sebesar 112,84.

Pada konsumsi kelompok bukan makanan Indeks yang paling tinggi pada triwulan I-2014 adalah konsumsi perumahan (listrik, gas dan bahan bakar), dengan indeks sebesar 118,12, sedangkan indeks terendah adalah konsumsi rekreasi dengan indeks sebesar 99,58. (grafik 4.3)

Grafik 4.3. Indeks Konsumsi Non Makanan Provinsi Jawa Barat Triwulan I, II, dan III-2014



Pada triwulan II-2014 indeks yang paling tinggi pada transportasi dengan indeks sebesar 116,04, dan yang paling rendah adalah konsumsi baju dengan indeks sebesar 105,92. Sedangkan pada triwulan III-2014 indeks tertinggi adalah baju dengan indeks sebesar 128,57 dan yang terendah adalah komoditi Kesehatan dengan indeks sebesar 108,88.

Perkembangan ITK Provinsi Jawa Barat dan provinsi lain se wilayah Jawa, Bali dan Nusa Tenggara (Jabalnusra) dapat dilihat pada Grafik 4.4. Secara umum nilai indeks tendensi konsumen di wilayah Jabalnusra dari triwulan I hingga triwulan III-2014 memiliki pola yang hampir sama kecuali NTB, DIY dan Bali,

Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Jawa Barat 2014

dimana terjadi peningkatan dari triwulan I hingga triwulan II dan terjadi penurunan pada perkiraan triwulan III.

Pada triwulan I sampai triwulan III-2014 memiliki tingkat optimisme konsumen yang meningkat dibandingkan triwulan sebelumnya. Tetapi tidak demikian halnya dengan NTB, DIY dan Bali, dimana tingkat optimisme konsumen mengalami fluktuasi dibandingkan dengan triwulan-triwulan sebelumnya.

Semua propinsi di wilayah Jabalnusra memiliki angka indeks tendensi konsumen di atas 100, hal ini menggambarkan bahwa wilayah Jawa Bali dan Nusa Tenggara memiliki kondisi ekonomi yang membaik dibandingkan dengan triwulan sebelumnya.

**Grafik 4.4. Indeks Tendensi Konsumen Di Wilayah Jabalnusra
Triwulan I,II, dan III-
2014**



4.3 Perkiraan Indeks Tendensi (ITK) Konsumen Triwulan IV-2014

Nilai ITK di Jawa Barat pada triwulan IV-2014 diperkirakan sebesar 108,20 artinya kondisi ekonomi konsumen diprediksi membaik dibandingkan triwulan III-2014. Sedangkan tingkat kepercayaan atau optimisme konsumen diperkirakan menurun pada triwulan IV-2014, yang ditunjukkan dengan lebih rendahnya nilai indeks tendensi konsumen dibandingkan triwulan III-2014.

Kondisi ekonomi konsumen pada triwulan IV-2014 diperkirakan didorong oleh indeks pendapatan rumah tangganya sebesar 108,69 serta rencana pembelian barang-barang tahan lama pada triwulan IV-2014 diprediksi sebesar 107,31 seperti disajikan pada Tabel 4.6.

Tabel.4.6 Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen (ITK) dan Variabel Pembentuknya Triwulan IV-2014

Variabel Pembentuknya [1]	Triwulan IV-2014 [2]
Perkiraan pendapatan rumah tangga mendatang	108.69
Rencana Pembelian barang tahan lama	107.31
Indeks Tendensi Konsumen Mendatang	108.20

BAB. V KESIMPULAN

Kondisi ekonomi rumahtangga pada triwulan I sampai perkiraan triwulan IV-2014 tampak lebih baik pada setiap triwulan berjalan dibandingkan dengan triwulan sebelumnya. Begitu pula dengan tingkat optimisme rumahtangga pada triwulan I hingga triwulan III-2014 meningkat jika dibandingkan dengan triwulan sebelumnya, tetapi tidak halnya perkiraan pada triwulan IV-2014 tingkat optimisme rumah tangga sedikit menurun dibandingkan dengan triwulan III-2014.

Pada tahun 2014 indeks makanan tertinggi pada triwulan III-2014, yaitu sebesar 114,13 dan indeks makanan terendah pada triwulan II-2014 dengan indeks sebesar 110,32. Hal ini disebabkan karena pada triwulan III konsumsi makanan lebih banyak dibandingkan triwulan yang lain karena adanya bertepatan dengan bulan ramadhan dan hari raya idul fitri.

Untuk konsumsi non makanan pada tahun 2014 indeks tertinggi pada triwulan I-2014 yaitu sebesar 114,66, diikuti triwulan III-2014 indeks non makanan sebesar 113,64 dan pada triwulan II-2014 indeks non makanan sebesar 112,84.

Perkembangan ITK Provinsi Jawa Barat dan provinsi lain se wilayah Jawa, Bali dan Nusa Tenggara (Jabalnusra) secara umum nilai indeks tendensi konsumennya dari triwulan I hingga triwulan III-2014 memiliki pola yang hampir sama kecuali NTB, DIY dan Bali, dimana terjadi peningkatan dari triwulan I hingga triwulan II dan terjadi penurunan pada perkiraan triwulan III.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, 2009, *Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2008*, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2011, *Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Jawa Barat*, Bandung.
- Badan Pusat Statistik, 2012, *Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Jawa Barat*, Bandung.
- Badan Pusat Statistik, 2013, *Indeks Tendensi Konsumen Provinsi Jawa Barat*, Bandung.

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

DATA

Mencerdaskan Bangsa

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