



Katalog BPS. 9202001

INDEKS TENDENSI BISNIS  
DAN  
INDEKS TENDENSI KONSUMEN  
2015



BADAN PUSAT STATISTIK

**INDEKS TENDENSI BISNIS DAN  
INDEKS TENDENSI KONSUMEN  
TAHUN 2015**

ISSN : 2086-2350  
Katalog BPS : 9202001  
No. Publikasi : 07310.1518  
Ukuran Buku : 18,2 cm x 25,7 cm

Naskah :  
Subdirektorat Analisis Statistik

Gambar Kulit :  
Subdirektorat Analisis Statistik

Diterbitkan Oleh :  
Badan Pusat Statistik

Dicetak Oleh :  
C.V. Rioma

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

## KATA PENGANTAR

Informasi dini mengenai perkembangan kondisi perekonomian merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting bagi semua pihak, baik bagi pemerintah maupun dunia usaha. Informasi dini tersebut harus mampu memberikan sinyal awal mengenai perubahan kondisi perekonomian beberapa bulan mendatang.

Sejak tahun 1995, Badan Pusat Statistik telah mengembangkan Sistem Pemantauan Indikator Dini, yang mencakup penghitungan Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen. Indeks Tendensi Bisnis dihitung berdasarkan hasil Survei Tendensi Bisnis yang dilakukan di beberapa kota besar di Indonesia, bekerjasama dengan Bank Indonesia, sedangkan Indeks Tendensi Konsumen dihitung berdasarkan hasil Survei Tendensi Konsumen. Sampel Survei Tendensi Konsumen tersebar ke seluruh provinsi, sehingga nilai ITK dapat dihitung sampai level provinsi. Pemilihan sampel survei dilakukan secara panel antar triwulan. Sementara itu, sejak tahun 2015 Indeks Tendensi Bisnis telah disajikan ke dalam 17 lapangan usaha dalam rangka implementasi *System of National Accounts (SNA) 2008*.

Publikasi ini menjelaskan metode dan hasil penghitungan Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen tahun 2015. Metode penghitungan menguraikan tentang variabel/komponen indeks, cara penghitungan indeks, dan interpretasinya.

Publikasi ini tentunya masih mengandung kelemahan dan keterbatasan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk penyempurnaan di kemudian hari.

Jakarta, Desember 2015

Kepala  
Badan Pusat Statistik



Dr. Suryamin, M.Sc.

NIP. 195608051979031001



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>I</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>ix</b>
<b>I. Pendahuluan</b>	<b>3</b>
1.1. Latar Belakang	3
1.2. Tujuan	6
1.3. Cakupan Penulisan STB	6
1.4. Cakupan Penulisan STK	8
1.5. Sistematika Penulisan	9
<b>II. Metodologi Penghitungan Indeks Tendensi Bisnis (ITB) dan Indeks Tendensi Konsumen (ITK)</b>	<b>13</b>
<b>2.1. Indeks Tendensi Bisnis (ITB)</b>	<b>13</b>
2.1.1. Cakupan Survei	13
2.1.2. Kerangka Sampel (Cakupan Responden)	14
2.1.3. Desain Sampling	14
2.1.4. Jumlah Sampel dan Daftar Sampel Perusahaan (STB15-DSP)	15
2.1.5. Jadwal Kegiatan dan Pelaksanaan	19
2.1.6. Jenis Instrumen Kegiatan STB	19
2.1.7. Data dan Keterangan yang dikumpulkan	20
2.1.8. Prosedur Penghitungan ITB	20
2.1.9. Interpretasi Hasil ITB	23
<b>2.2. Indeks Tendensi Konsumen (ITK)</b>	<b>24</b>
2.2.1. Cakupan Survei dan Jumlah Sampel	24
2.2.2. Kerangka Sampel	24
2.2.3. Desain Penarikan Sampel	24
2.2.4. Kriteria Responden	25
2.2.5. <i>Design Weight</i>	25
2.2.6. Data dan Keterangan yang Dikumpulkan	26
2.2.7. Data Pembentuk ITK	27
2.2.8. Prosedur Penghitungan Indeks	28

2.2.9. Interpretasi Hasil ITK	35
<b>III. Indeks Tendensi Bisnis (ITB) Tahun 2015</b>	<b>39</b>
3.1. Profil Perusahaan Tahun 2015	39
3.2. Hasil Nilai Indeks Tendensi Bisnis (ITB) Tahun 2015	43
3.3. Indeks Tendensi Bisnis (ITB) Tahun 2015 Menurut Sektor/ Kategori Lapangan Usaha	47
3.4. Indeks Tendensi Bisnis (ITB) Tahun 2015 Menurut Variabel Pembentuknya	49
3.5. Perkiraan Indeks Tendensi Bisnis (ITB) Triwulan IV-2015 Menurut Variabel Pembentuknya	51
<b>IV. Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Tahun 2015</b>	<b>55</b>
4.1. Profil Responden Rumah Tangga Tahun 2015	55
4.2. Hasil Nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK) 2015	58
4.3. Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Tahun 2015 Nasional dan Provinsi Menurut Variabel/komponen Pembentuknya	61
<b>V. Kesimpulan</b>	<b>69</b>
5.1. Indeks Tendensi Bisnis Tahun 2015	69
5.2. Indeks Tendensi Konsumen Tahun 2015	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>73</b>
<b>TIM PENYUSUN</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
1. Kuesioner Survei Tendensi Bisnis	79
2. Kuesioner Survei Tendensi Konsumen	83

## DAFTAR TABEL

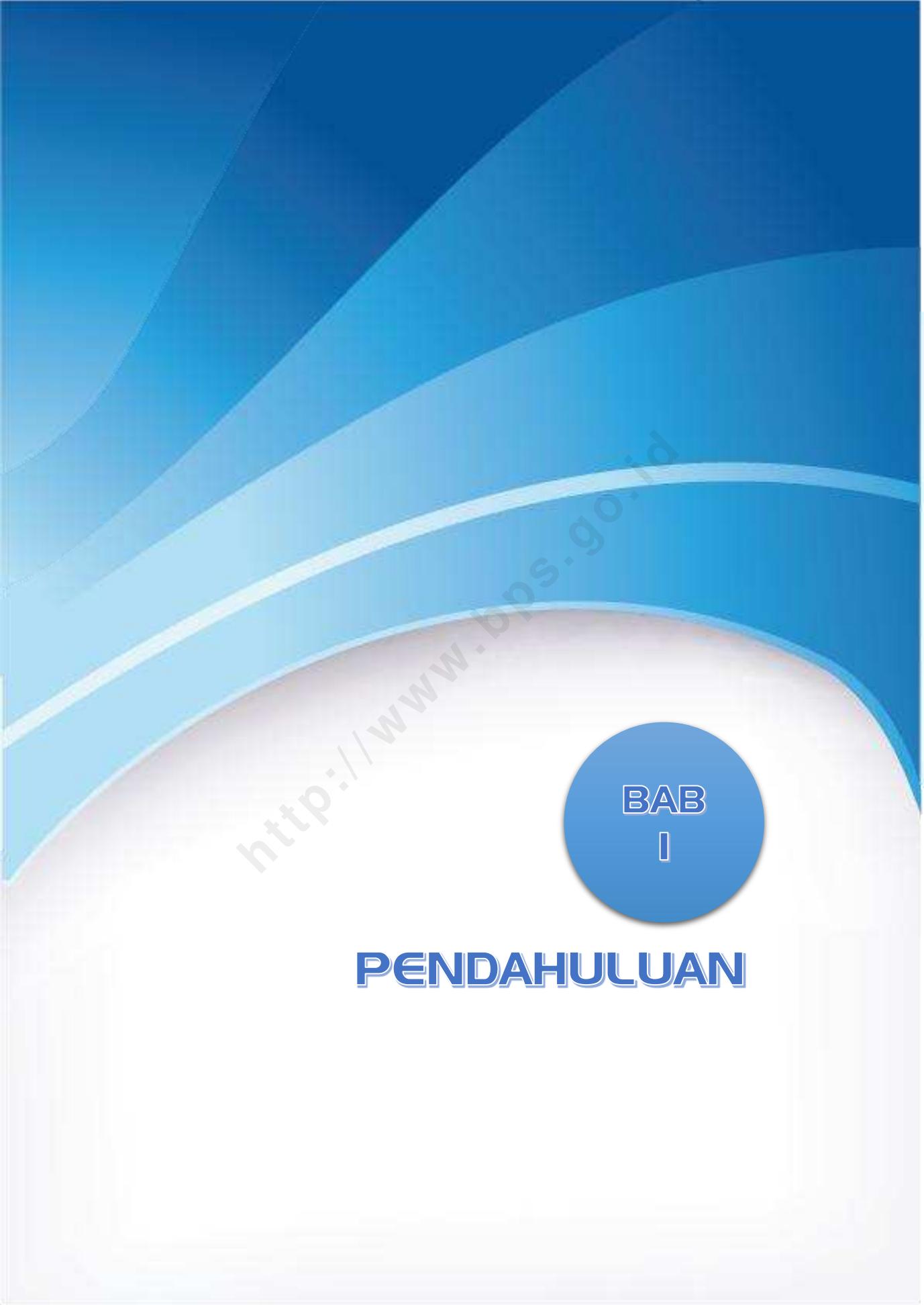
<b>No Tabel</b>	<b>Halaman</b>
2.1.1. Sistem Rotasi Paket Sampel STB 2015-2016	15
2.1.2. Jumlah Sampel STB Menurut Provinsi Per Triwulan	18
2.2.1. Tahapan dan Penghitungan Design Weight STK 2015-2016	26
2.2.2. Pemberian Kode dan Skor Variabel Pendapatan, Perkiraan Pendapatan, dan Volume/Frekuensi Konsumsi Kelompok Barang/Jasa	29
2.2.3. Pemberian Kode dan Skor Variabel Pengaruh Inflasi terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga	30
2.2.4. Pemberian Kode dan Skor Variabel Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi, dan Pesta/Hajatan	31
3.1.1. Distribusi Sampel Perusahaan STB menurut Lapangan Usaha, Triwulan IV-2014 s.d. Triwulan III-2015	40
3.1.2. Distribusi Sampel Perusahaan STB menurut Jumlah Tenaga Kerja Triwulan IV-2014 s.d. Triwulan III-2015	40
3.1.3. Distribusi Sampel Perusahaan STB berdasarkan Penggolongan Jumlah Tenaga Kerja dan Kategori Lapangan Usaha, Tahun 2015	42
3.2.1. Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Bisnis Per Triwulan Tahun 2002 s.d. Tahun 2015	44
3.3.1. Nilai Indeks Tendensi Bisnis Triwulan I-2015 s.d Triwulan III-2015 menurut Kategori Lapangan Usaha.	48
3.4. Nilai Indeks Tendensi Bisnis Triwulan IV-2014 s.d Triwulan III-2015 Menurut Variabel Pembentuknya dan Variabel Terkait lainnya.	50
3.5. Perkiraan Indeks Tendensi Bisnis Triwulan IV-2015 menurut Lapangan Usaha dan Variabel Pembentuk ITB	52
4.1.1. Persentase Sampel Rumah tangga STK menurut Kelompok Rumah- tangga dan Pendidikan Tertinggi yang ditamatkan, Triwulan IV-2014 s.d. Triwulan III-2015	56

4.1.2. Persentase Sampel Rumahtangga STK menurut Kategori Lapangan Usaha dan Status Pekerjaan, Triwulan I-2015 s.d. Triwulan III-2015	57
4.2. Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Periode Triwulan I-2002 s.d. Triwulan IV-2015*)	59
4.3.1. Nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan IV-2014 s.d. Triwulan III-2015 Menurut Variabel Pembentuknya	61
4.3.2. Perkiraan Nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan IV-2015 menurut Variabel Pembentuknya	63
4.3.3. Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan I-2015 s.d. Triwulan IV-2015 Menurut Provinsi	66

## DAFTAR GAMBAR

<b>No Gambar</b>		<b>Halaman</b>
3.2.	Indeks Tendensi Bisnis (ITB) Triwulan III-2010 s.d Triwulan IV-2015 *)	46
4.2.	Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan I-2011 s.d. IV-2015*)	60
4.3a.	Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan I – 2015 s.d Triwulan IV-2015 *) di Pulau Sumatera.	64
4.3b.	Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan I- 2015 s.d Triwulan IV-2015*) di Pulau Jawa, Bali, dan Nusa Tenggara	64
4.3c.	Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan I- 2015 s.d Triwulan IV-2015*) di Pulau Kalimantan, Sulawesi, Maluku, dan Papua.	65





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

BAB  
I

## PENDAHULUAN



# I. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Informasi dini mengenai kondisi perekonomian suatu negara/wilayah sangat diperlukan oleh pemerintah dan dunia usaha. Pemerintah memerlukan informasi tersebut diantaranya untuk perencanaan berbagai kebijakan pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, sedangkan dunia usaha diantaranya untuk bahan evaluasi dan prediksi permintaan pasar (konsumen) dalam memutuskan perlunya investasi baru atau ekspansi pasar. Informasi dini tersebut diharapkan dapat meningkatkan efektivitas kebijakan pemerintah, demikian pula ketepatan keputusan investasi dari pelaku bisnis bagi peningkatan kinerja bisnis dan aktivitas ekonomi secara umum. Peningkatan sinergi antara pemerintah dan dunia usaha diharapkan dapat menjadi sumber penciptaan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas dan bermuara kepada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Sejak tahun 1980-an, BPS telah mengembangkan berbagai macam indikator yang berkaitan dengan sistem peringatan dini, yaitu diantaranya adalah Indeks Indikator Pendahulu (*Index of Leading Indicator*). Disamping Indeks Indikator Pendahulu, BPS sejak tahun 1995 juga telah mengembangkan dua macam indikator dini (*prompt indicator*) yang lain yang saling melengkapi, yaitu indikator yang berkaitan dengan perkembangan kegiatan bisnis yang disebut dengan Indeks Tendensi Bisnis (ITB) dan indikator yang berkaitan dengan kondisi konsumen yang disebut dengan Indeks Tendensi Konsumen (ITK). ITB dihitung berdasarkan data lapangan Survei Tendensi Bisnis (STB) yang berbasis perusahaan sebagai responden, sedangkan ITK dihitung berdasarkan data lapangan Survei Tendensi Konsumen (STK) yang berbasis rumah tangga sebagai responden. ITB dan ITK dapat memberikan indikasi mengenai kondisi bisnis (perekonomian secara umum) dan ekonomi konsumen di Indonesia dalam jangka pendek (triwulanan).

Metode penyusunan ITB telah mengalami penyempurnaan sampai sekarang, baik dari *sampling design* yang berbasis “*probability sampling*”, metode penghitungan, perluasan jumlah sampel, dan cakupan sampel perusahaan. Penerapan *sampling design* berbasis “*probability sampling*” dimaksudkan untuk memberikan jaminan keterwakilan sampel STB secara independen dan mekanisme rotasi sampel per triwulan. Pemilihan sampel dilakukan dengan memanfaatkan kerangka sampel dari hasil updating/pemutakhiran direktori perusahaan hasil Sensus Ekonomi 2006, profiling *Integrated Business Registered* (IBR), dan Direktori Perusahaan di *Subject Matter* terkait di BPS.

Penyempurnaan metode penghitungan ITB dilakukan dengan mengkaji kembali literatur yang dijadikan sebagai referensi, yaitu *The Conference Board* dan *Michigan Index*. Penyempurnaan yang dilakukan adalah pemberian skor variabel/komponen indeks untuk penghitungan total skor kepada pemberian skor untuk penghitungan "*net balance*". Secara prinsip bahwa hasil penghitungan dan interpretasi indeks masih sama. Penyempurnaan metode penghitungan tersebut menghasilkan nilai indeks yang secara eksplisit mencerminkan tingkat optimisme atau pesimisme dari pelaku bisnis.

Perluasan sampel STB dilakukan di seluruh provinsi di Indonesia sehingga jumlah sampel bertambah menjadi 10.000 perusahaan per tahun atau 2.500 per triwulan. Namun demikian, realisasi perluasan sampel tersebut baru terlaksana pada triwulan II-2015 mengingat anggaran yang dibutuhkan baru disetujui melalui pengajuan APBN-P sekitar bulan Maret 2015. Alokasi sampel per provinsi ditentukan berdasarkan share PDRB per provinsi atas dasar harga berlaku secara *proporsional to size* terhadap perekonomian nasional (diukur dengan PDB atas dasar harga berlaku).

Selain perluasan sampel STB di seluruh provinsi di Indonesia, sejak tahun 2015 juga dilakukan perubahan cakupan lapangan usaha dari 9 sektor ekonomi menjadi 17 lapangan usaha (karena keterbatasan data dasar yang tersedia dilakukan penggabungan beberapa kategori dari total 21 kategori berdasarkan *System of National Accounts (SNA) 2008*). Penyajian ITB pada level nasional ke dalam 17 lapangan usaha sudah dilakukan sejak triwulan IV-2014 bersamaan dengan implementasi SNA 2008 pada penghitungan PDB/PDRB tahun dasar baru (2010=100).

Upaya lain yang juga menjadi penting bagi peningkatan kualitas data ITB yang dihasilkan adalah membangun sistem *entry data* secara *online* dengan memberi akses kepada petugas yang ditunjuk di BPS Provinsi maupun di BPS Kabupaten/Kota terpilih. Penerapan STB *Online* tersebut mulai dilaksanakan pada proses *entry data* STB pada triwulan III-2015. Aplikasi STB *Online* diharapkan menjadi bagian dari upaya-upaya peningkatan kualitas data ITB yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pengguna data.

Metode penyusunan ITK juga telah mengalami penyempurnaan sampai sekarang, baik dari *sampling design* berbasis "*probability sampling*", metode penghitungan, perluasan jumlah sampel, kuesioner, pelaksanaan lapangan, metode penghitungan, mekanisme pengolahan data, cakupan sampel rumah tangga, dan rekonsiliasi data provinsi dan nasional. Dari sisi perbaikan *sampling design*, metode penarikan sampel yang digunakan adalah "*Two Stages Two Phase Sampling*" dengan menggunakan kerangka sampel daftar sampel blok sensus Susenas Maret 2015 daerah

perkotaan di setiap Kab/Kota terpilih yang berasal dari blok sensus yang diklasifikasikan ke dalam strata *Wealth Index* menengah dan tinggi. Prosedur ini akan menghasilkan sebaran sampel rumah tangga dengan strata menengah dan tinggi, dan tahap berikutnya mempertimbangkan *implicit stratifikasi* pendidikan kepala rumah tangga secara proporsional.

Penyempurnaan kuesioner STK pada tahun 2015 juga dilakukan dengan mempertajam variabel/komponen indeks melalui perbaikan “wording” pertanyaan sehingga konsep dan definisi yang diinginkan dapat dipahami oleh responden. Beberapa pertanyaan dalam kuesioner sebelumnya diringkas menjadi pertanyaan yang lebih umum dan ditambahkan beberapa pertanyaan yang dapat dimanfaatkan sebagai indikator pendukung atau variabel kontrol dalam penghitungan indeksnya.

Sejak triwulan I-2015 juga dilakukan penyempurnaan metode penghitungan ITK dengan mengkaji kembali literatur yang dijadikan sebagai referensi, yaitu *The Conference Board* dan *Michigan Index*. Penyempurnaan yang dilakukan adalah pemberian skor variabel/komponen indeks untuk penghitungan total skor kepada pemberian skor untuk penghitungan “*net balance*”. Secara prinsip bahwa hasil penghitungan dan interpretasi indeks masih sama. Penyempurnaan metode penghitungan tersebut menghasilkan nilai indeks yang secara eksplisit mencerminkan tingkat optimisme atau pesimisme dari konsumen.

Perluasan sampel STK juga dilakukan sejak triwulan I-2011 sehingga sebaran sampel rumah tangga mencakup seluruh provinsi di Indonesia yang diwakili oleh beberapa kabupaten/kota terpilih di provinsi masing-masing. Sebelum triwulan I-2011, BPS hanya melaksanakan STK di wilayah Jabodetabek (mencakup sebagian wilayah provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Banten). Pemilihan sampel dilakukan secara panel antartriwulan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai perubahan persepsi konsumen antarwaktu. Dengan adanya perluasan sampel tersebut, maka nilai ITK yang dihasilkan dapat disajikan sampai level provinsi. Upaya ini juga diharapkan mampu memenuhi kebutuhan data yang semakin beragam hingga tingkat regional (spasial antarprovinsi).

Dalam rangka melakukan diseminasi pentingnya informasi ITB dan ITK kepada pengguna data maka BPS sejak Triwulan II-2001 telah melakukan “*press release*” ITB dan ITK bersamaan dengan “*press release*” Produk Domestik Bruto setiap triwulan. Metode diseminasi lain kepada pengguna data sejak tahun 2010 juga dilakukan melalui publikasi ITB dan ITK setiap tahun dan tahun 2015 merupakan publikasi terbitan yang ke-5. Publikasi rutin tahunan tersebut juga dapat diakses melalui website BPS ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)) disamping tersedianya data series ITB dan ITK per triwulan sejak

triwulan II tahun 2000. Untuk memenuhi kebutuhan pengguna data yang semakin beragam maka penyusunan ITB dan ITK selalu mengalami perubahan secara terus menerus untuk mencapai kesempurnaan.

## 1.2. Tujuan

Tujuan penyusunan ITB dan ITK adalah:

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

## 1.3. Cakupan Penulisan STB

Indeks Tendensi Bisnis dihitung dari hasil Survei Tendensi Bisnis (STB) yang dilakukan sejak tahun 1995. Cakupan sampel perusahaan telah mengalami perubahan sampai tahun 2014, seperti berikut:

1. Pada periode 1995-1998 pengumpulan data dilakukan sebanyak 3 putaran yang dilaksanakan setiap 4 bulan sekali yaitu pada bulan Mei, September, dan Januari setiap tahun. Unit pencacahan STB adalah perusahaan sedang dan besar di sektor Industri Pengolahan di wilayah Jabodetabek dengan jumlah sampel sekitar 100 perusahaan.
2. Periode 1999 s/d triwulan I-2002 pengumpulan data dilakukan secara triwulanan yang dilaksanakan pada bulan April, Juli, Oktober, dan Januari setiap tahun. Unit pencacahan STB diperluas menjadi perusahaan kategori menengah keatas diseluruh sektor kecuali pertanian di wilayah Jabodetabek dengan jumlah sampel sekitar 200 perusahaan.
3. Tahun 2002-2004, dilakukan perluasan cakupan usaha, hasil kerjasama Badan Pusat Statistik (BPS) dengan Bank Indonesia (BI) dengan jumlah sampel meningkat menjadi sekitar 1.100 perusahaan setiap triwulan yang tersebar di Jabodetabek dan beberapa kota besar di seluruh provinsi di wilayah Indonesia.
4. Pada tahun 2005 dilakukan penambahan jumlah sampel menjadi sekitar 1.700 perusahaan dengan sebaran sekitar 300 perusahaan di Jabodetabek dan 1.400 perusahaan di luar Jabodetabek. Selanjutnya sejak tahun 2006 jumlah sampel setiap tahunnya telah mencapai kurang lebih 2.000 perusahaan besar dan sedang.

5. Pada tahun 2007 s/d 2012, secara keseluruhan jumlah sampel Survei Tendensi Bisnis per tahun sekitar 2.000 perusahaan yang tersebar mewakili 9 sektor/lapangan usaha. Pengumpulan data di lapangan bekerjasama dengan Bank Indonesia (BI). Distribusi sampel perusahaan dialokasikan secara proporsional menurut sektor/lapangan usaha. Sampel tersebar di beberapa kota besar di seluruh provinsi di wilayah Indonesia, terutama yang memiliki kantor perwakilan BI.
6. Pada tahun 2013 – 2014, secara keseluruhan jumlah sampel Survei Tendensi Bisnis per tahun sekitar 2.000-2.500 perusahaan yang mencakup 9 sektor/lapangan usaha. Berbeda dengan periode sebelumnya, pengumpulan data lapangan sebagian besar responden dicacah oleh BPS, pelaksanaan lapangan periode ini diserahkan pencacahannya ke BPS Provinsi (DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Banten). BPS dan BI masih terus melakukan kerjasama dalam bentuk *sharing data*. Bank Indonesia (Pusat) melakukan pengumpulan data lapangan melalui Kantor Perwakilan BI di beberapa kota di seluruh Indonesia.
7. Tahun 2015, cakupan sampel Survei Tendensi Bisnis diperluas di seluruh provinsi di Indonesia sehingga jumlah sampel meningkat menjadi 10.000 perusahaan per tahun. Sejak Triwulan III-2002 hingga saat ini, BPS dan BI terus melakukan pertukaran data lapangan dari hasil Survei Tendensi Bisnis (STB) dan Survei Kegiatan Dunia Usaha (SKDU). Pertukaran data tersebut dimaksudkan agar menambah jumlah sampel gabungan yang diharapkan dapat lebih menggambarkan kondisi populasi yang sebenarnya. Alokasi sampel STB BPS pada tahun 2014 dan sebelumnya hanya mencakup Jabodetabek (pengumpulan data lapangan dilaksanakan oleh petugas lapang di BPS DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Banten), selanjutnya sejak tahun 2015 pelaksanaan lapangan STB dilaksanakan di seluruh provinsi di Indonesia yang diwakili oleh beberapa Kabupaten/Kota terpilih dan beberapa lapangan usaha potensial di provinsi masing-masing. Metode penarikan sampel perusahaan terpilih ditentukan berdasarkan "*probability sampling*" untuk lebih menjamin sampel yang objektif dan acak sebagai mekanisme penjaminan kualitas data yang lebih baik dan konsisten.

#### 1.4. Cakupan Penulisan STK

Pada periode waktu yang sama bersamaan dengan pelaksanaan Survei Tendensi Bisnis sejak tahun 1995, Indeks Tendensi Konsumen juga dihitung dari hasil Survei Tendensi Konsumen STK. Sampai dengan tahun 2015, cakupan sampel STK juga mengalami perubahan sebagai berikut:

1. Pada periode 1995-1998 pengumpulan data dilakukan sebanyak 3 putaran yang dilaksanakan setiap 4 bulan sekali yaitu pada bulan Mei, September, dan Januari setiap tahun. Unit pencacahan STK adalah rumah tangga berpenghasilan menengah ke atas di wilayah Jabodetabek dengan jumlah sampel sekitar 250 rumah tangga.
2. Pada periode 1999-2004 pengumpulan data dilakukan secara triwulanan (tiga bulanan) yang dilaksanakan pada bulan April, Juli, Oktober, dan Januari setiap tahun. Unit pencacahan STK adalah rumah tangga berpenghasilan menengah keatas di wilayah Jabodetabek, dengan jumlah sampel sebanyak 500 rumah tangga.
3. Pada tahun 2005-2010 dilakukan perluasan jumlah sampel rumah tangga berpenghasilan menengah ke atas di wilayah Jabodetabek dengan jumlah sampel tiap putaran/triwulan sebesar 1.000-1.500 rumah tangga.
4. Pada tahun 2011, cakupan STK diperluas seluruh provinsi di Indonesia, dengan cakupan sampel rumah tangga di perkotaan. Perluasan tersebut bertujuan untuk menyajikan ITK sampai dengan level provinsi. Jumlah sampel rumah tangga di 33 provinsi mencapai 11.180 rumah tangga per triwulan. Responden STK merupakan sub sampel dari Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) khusus di wilayah perkotaan. Pemilihan sampel dilakukan secara panel antar triwulan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai perubahan persepsi konsumen antar waktu. Upaya ini diharapkan mampu memenuhi kebutuhan data yang semakin beragam hingga tingkat regional (spasial antarprovinsi).
5. Pada tahun 2012 - 2014 cakupan sampel STK di 33 provinsi mencakup 14.600 rumah tangga per triwulan. Kajian perubahan metode penghitungan indeks sudah dilakukan dan hasilnya diterapkan pada penghitungan ITK tahun 2015. Perubahan rancangan pemilihan sampel blok sensus dan rumah tangga juga dilakukan untuk memperbaiki keterwakilan sampel yang memenuhi kelompok rumah tangga berpendapatan menengah ke atas. Di samping itu, perubahan tersebut juga diharapkan dapat memperbaiki keterwakilan sampel menurut tingkat pendidikan kepala rumah tangga atau responden. Tantangan ke depan

adalah dampak dari perubahan rancangan *sampling* Susenas menjadi semesteran yang berpengaruh terhadap struktur organisasi petugas lapangan STK.

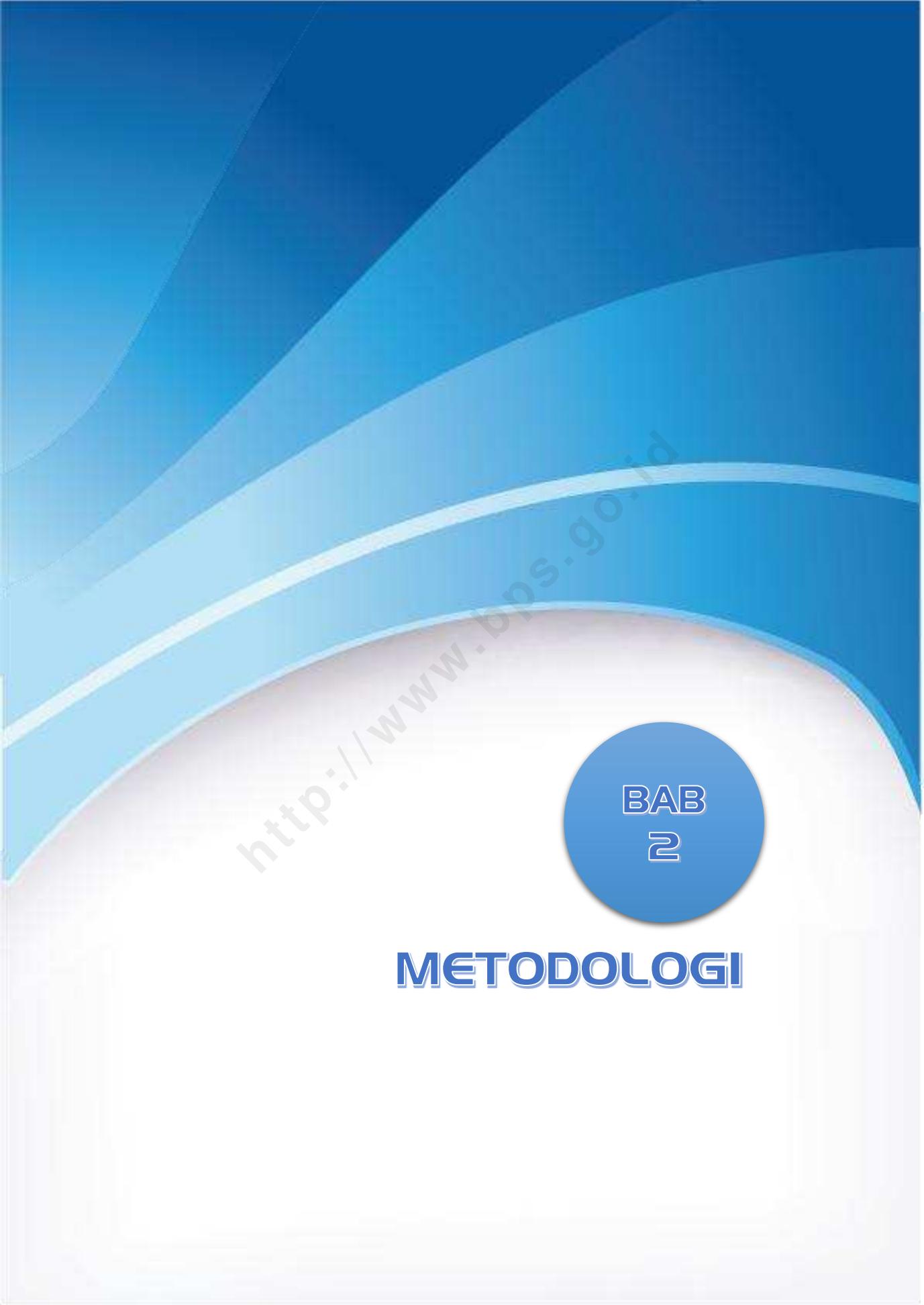
6. Tahun 2015, cakupan sampel STK di 33 provinsi yaitu sekitar 14.600 rumah tangga di setiap triwulan. Berbeda dengan periode sebelumnya yang merupakan sub-sampel perkotaan Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas), sampel rumah tangga STK tahun 2015 merupakan sub-sampel dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas), khusus di daerah perkotaan, yang diklasifikasikan ke dalam "*strata Wealth Index*" menengah dan tinggi. Disamping itu, pemilihan sampel juga mempertimbangkan keterwakilan stratifikasi tingkat pendidikan kepala rumah tangga secara proporsional. Pemilihan sampel dilakukan secara panel antartriwulan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai perubahan persepsi konsumen antarwaktu.

### 1.5. Sistematika Penulisan

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

1. Bagian I: Pendahuluan, yang terdiri dari : Latar Belakang, Tujuan, Cakupan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.
2. Bagian II: Metodologi Penghitungan Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen, menyajikan prosedur penghitungan Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen, dan interpretasi hasil Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen.
3. Bagian III: Hasil Penghitungan Indeks Tendensi Bisnis, menyajikan hasil penghitungan Indeks Tendensi Bisnis tahun 2015 menurut lapangan usaha maupun variabel pembentuknya.
4. Bagian IV: Hasil Penghitungan Indeks Tendensi Konsumen, menyajikan hasil penghitungan Indeks Tendensi Konsumen tahun 2015 menurut variabel pembentuknya maupun menurut provinsi.
5. Bab V. Kesimpulan, menyajikan ringkasan indikator dini perekonomian secara umum dilihat dari perkembangan bisnis (sisi pengusaha) dan kondisi ekonomi rumah tangga (sisi konsumen) selama tahun 2015.





A large, semi-transparent watermark reading "http://www.bps.go.id" is positioned diagonally across the page.

BAB  
2

## METODOLOGI



## **II. METODOLOGI PENGHITUNGAN INDEKS TENDENSI BISNIS (ITB) DAN INDEKS TENDENSI KONSUMEN (ITK)**

### **2.1. INDEKS TENDENSI BISNIS (ITB)**

#### **2.1.1. Cakupan Survei**

Survei Tendensi Bisnis tahun 2015 dilaksanakan di 33 provinsi, mencakup ibu kota provinsi, beberapa kota SBH (86 kabupaten/kota) dan kabupaten/kota potensi terpilih. Secara keseluruhan survei ini mencakup 142 kabupaten/kota yang terdiri dari 33 ibu kota provinsi dan 56 kabupaten/kota potensi komoditi terpilih. Cakupan wilayah ini adalah hasil integrasi survei –survei yang ada di *subject matter* di BPS menurut kategori lapangan usaha. Alokasi sampel STB BPS tersebar di seluruh provinsi yang diwakili beberapa Kab/Kota dan 17 kategori/lapangan usaha. *Sampling frame* adalah dari *updating* direktori perusahaan hasil Sensus Ekonomi 2006, *profiling Integrated Business Registered (IBR)*, dan Direktori Perusahaan di *Subject Matter* terkait.

Sejak triwulan I-2015 BPS telah merilis PDB/PDRB tahun dasar baru (2010=100) dan mengacu kepada rekomendasi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) untuk mengimplementasikan *System of National Accounts* 2008 (SNA 2008). Hal ini dirasa perlu dilakukan mengingat adanya berbagai perubahan pengaruh perekonomian secara global terhadap perekonomian nasional dalam 10 tahun terakhir, menjaga konsistensi antar tiga pendekatan PDB/PDRB, dan memperkecil perbedaan antara PDB nasional dan PDRB provinsi-provinsi. Manfaat dari implementasi SNA 2008 adalah untuk memberikan gambaran perekonomian nasional terkini (pergeseran struktur ekonomi dan pertumbuhan ekonomi), meningkatkan kualitas data PDB yang dihasilkan dan menjadikan data PDB dapat diperbandingkan secara internasional. Salah satu konsekuensi dari implementasi SNA 2008 adalah perubahan klasifikasi kegiatan ekonomi dari 9 sektor (tahun dasar 2000=100) menjadi 17 lapangan usaha (tahun dasar 2010=100).

Dalam rangka implementasi *System of National Accounts* (SNA) 2008, cakupan lapangan usaha berubah dari 9 sektor ekonomi menjadi 21 kategori. Namun, keterbatasan data yang rinci untuk kategori tertentu berakibat pada penggabungan beberapa kategori sehingga dikelompokkan menjadi 17 lapangan usaha yaitu :

1. Kategori A: Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan
2. Kategori B: Pertambangan dan Penggalian
3. Kategori C: Industri Pengolahan
4. Kategori D: Pengadaan Listrik dan Gas
5. Kategori E: Pengadaan Air
6. Kategori F: Konstruksi
7. Kategori G: Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor
8. Kategori H: Transportasi dan Pergudangan
9. Kategori I: Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum
10. Kategori J: Informasi & Komunikasi
11. Kategori K: Jasa Keuangan dan Asuransi
12. Kategori L: Real Estat
13. Kategori M dan N: Jasa Perusahaan
14. Kategori O: Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib
15. Kategori P: Jasa Pendidikan
16. Kategori Q: Jasa Kesehatan & Kegiatan Sosial
17. Kategori R, S, T, dan U: Jasa Lainnya

### **2.1.2. Kerangka Sampel (Cakupan Responden)**

Kerangka sampel dibentuk untuk unit *sampling* perusahaan/usaha. Pembentukan kerangka sampel berasal dari berbagai macam sumber, yaitu dari:

- 1) SE06-UMB seluruh kategori, yaitu perusahaan hasil Sensus Ekonomi 2006 berkategori usaha menengah dan besar.
- 2) Direktori perusahaan hasil kegiatan *profiling* SE2016-IBR.

### **2.1.3. Desain Sampling**

Dari daftar perusahaan/usaha selanjutnya dibagi habis kedalam paket-paket sampel. Ukuran sampel perusahaan/usaha pada setiap paket sampel dibuat sama/hampir sama. Pengalokasian perusahaan/usaha ke dalam paket sampel dilakukan secara sistematik. (Tabel 2.1.1).

**Tabel 2.1.1. Sistem Rotasi Paket Sampel STB 2015-2016**

Paket Sampel	Tahun 2015, Triwulan			Tahun 2016, Triwulan			
	II (Juni)	III (Sept)	IV (Des)	I (Maret)	II (Juni)	III (Sept)	IV (Des)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
A	A						
B	B	B					
C	C	C	C				
D	D	D	D	D			
E		E	E	E	E		
F			F	F	F	F	
G				G	G	G	G
H					H	H	H
I						I	I
J							J

Tahap selanjutnya adalah memilih perusahaan/usaha secara sistematis.

Untuk Tahun Anggaran 2015-2016 dibutuhkan 10 (sepuluh) paket sampel, yaitu A, B, C, D, E, F, G, H, I, dan J. Pemilihan kesepuluh paket sampel tersebut dilakukan secara acak dari paket-paket sampel yang telah terbentuk. Setiap triwulan dibutuhkan 4 (empat) paket sampel, di mana seperempatnya merupakan paket baru dan tiga perempatnya lagi merupakan paket sampel triwulan sebelumnya. Sebagai contoh, paket sampel triwulan I-2015 terdiri dari paket sampel A, B, C, dan D. Pada triwulan II-2015 maka paket sampel berubah menjadi B, C, D, dan E. Paket E adalah seperempat bagian dari sampel yang merupakan paket baru dan tiga perempat lainnya merupakan paket sampel dari triwulan sebelumnya.

#### 2.1.4. Jumlah Sampel dan Daftar Sampel Perusahaan (STB15-DSP)

Perluasan Jumlah sampel perusahaan STB sejak tahun 2015 dilakukan dari sebelumnya 500 perusahaan menjadi 2.500 perusahaan per triwulan. Selain sampel STB tersebut, masih ada tambahan sampel hasil kerjasama *sharing* data Survei Kegiatan Dunia Usaha (SKDU) dari Bank Indonesia, Jumlah sampel gabungan keduanya tahun 2015 berkisar antara 2.910-3.280 setiap triwulannya, Penentuan alokasi sampel per provinsi dilakukan berdasarkan kontribusi/*share* PDRB masing-masing provinsi terhadap PDB dan didistribusikan secara *proportional to size* ke seluruh provinsi. Rincian banyaknya sampel untuk setiap provinsi disajikan pada Tabel 2.1.2.

Daftar Sampel Perusahaan (DSP) adalah daftar yang memuat nama dan keterangan sampel perusahaan. Rincian yang terdapat dalam Daftar Sampel Perusahaan adalah sebagai berikut:

- 1) Rincian Provinsi, yang tercantum pada rincian ini adalah kode dan nama provinsi
- 2) Rincian Kabupaten/Kota, yang tercantum pada rincian ini adalah kode dan nama kabupaten/kota
- 3) Kolom (1) : Nomor, yang tercantum pada kolom ini adalah nomor urut
- 4) Kolom (2) : Kecamatan, berisi kode dan nama kecamatan terpilih
- 5) Kolom (3) : Kelurahan, berisi kode dan nama desa/kelurahan terpilih
- 6) Kolom (4) : Nomor Urut Perusahaan yang tercantum pada kolom ini adalah nomor urut perusahaan/usaha yang terdapat pada kerangka sampel dalam suatu kabupaten/kota. Nomor Urut Perusahaan terdiri dari 4 digit angka.
  - ✓ Digit 1 merupakan nama paket sampel per triwulan, yaitu :
    - A: Paket sampel untuk Juni 2015
    - B: Paket sampel untuk Juni dan September 2015
    - C: Paket sampel untuk Juni, September, dan Desember 2015
    - D: Paket sampel untuk Juni, September, Desember 2015, dan Maret 2016
    - E: Paket sampel untuk September, Desember 2015, Maret dan Juni 2016
    - F: Paket sampel untuk Desember 2015, Maret, Juni, dan September 2016
    - G: Paket sampel untuk Maret, Juni, September, dan Desember 2016
    - H: Paket sampel untuk Juni, September, dan Desember 2016
    - I: Paket sampel untuk September, dan Desember 2016
    - J: Paket sampel untuk Desember 2016
  - ✓ Digit 2-4 merupakan nomor urut perusahaan

- 7) Kolom (5) : Nama Lengkap Perusahaan/Usaha, yang tercantum pada kolom ini adalah nama perusahaan/usaha yang terpilih sebagai sampel
- 8) Kolom (6): Alamat, yang tercantum pada kolom ini adalah alamat dari perusahaan/usaha yang terpilih sebagai sampel
- 9) Kolom (7) : Kegiatan Utama, yang tercantum pada kolom ini adalah kegiatan utama perusahaan/usaha yang terpilih sebagai sampel
- 10) Kolom (8) : KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia), merupakan KBLI dari kegiatan utama (KBLI 2009)
- 11) Kolom (9) : Hasil Pencacahan, kolom ini berisi kode kondisi hasil pencacahan perusahaan/usaha, yaitu:
  1. Ditemukan dan usahanya tetap
  2. Ditemukan dan usahanya berubah masih dalam cakupan KBLI
  3. Ditemukan dan usahanya berubah diluar cakupan KBLI
  4. Pindah dan tidak dapat ditelusuri
  5. Tutup
  6. Tidak ditemukan
  7. *Double/ganda*
  8. Baru

**Tabel 2.1.2. Jumlah Sampel STB Menurut Provinsi Per Triwulan**

Provinsi	Sampel STB
(1)	(2)
11. Aceh	34
12. Sumatera Utara	133
13. Sumatera Barat	42
14. Riau	172
15. Jambi	28
16. Sumatera Selatan	76
17. Bengkulu	9
18. Lampung	54
19. Kep. Bangka Belitung	13
21. Kepulauan Riau	33
31. DKI Jakarta	414
32. Jawa Barat	353
33. Jawa Tengah	206
34. DI Yogyakarta	21
35. Jawa Timur	375
36. Banten	81
51. Bali	31
52. Nusa Tenggara Barat	19
53. Nusa Tenggara Timur	13
61. Kalimantan Barat	28
62. Kalimantan Tengah	21
63. Kalimantan Selatan	28
64. Kalimantan Timur	140
71. Sulawesi Utara	18
72. Sulawesi Tengah	19
73. Sulawesi Selatan	61
74. Sulawesi Tenggara	14
75. Gorontalo	4
76. Sulawesi Barat	5
81. Maluku	4
82. Maluku Utara	3
91. Papua Barat	17
94. Papua	31
<b>Jumlah 33 Provinsi</b>	<b>2.500</b>

### **2.1.5. Jadwal Kegiatan dan Pelaksanaan**

Kegiatan Survei Tendensi Bisnis (STB) secara garis besar dibagi ke dalam 3 (tiga) tahapan utama, yaitu pelaksanaan lapangan, pengolahan data, dan diseminasi hasil. Setiap tahapan utama diatur pelaksanaannya setiap triwulan sehingga dapat terlaksana tepat waktu. Pelaksanaan keseluruhan kegiatan melibatkan Subdit Analisis Statistik sebagai penanggung jawab di BPS Pusat, sedangkan penanggung jawab kegiatan di BPS Provinsi adalah Bidang Neraca Wilayah dan Analisis dengan mengkoordinir kegiatan hingga BPS Kabupaten/Kota terpilih sampel.

Secara bertahap mekanisme pelaksanaan kegiatan STB 2015 akan diperbaiki terus menerus, terutama dalam *pengintegrasian* survei dengan *subject matter* BPS yang melakukan survei serupa. Selama ini pengumpulan data perusahaan selain BPS dengan Survei Tendensi Bisnis (STB), Bank Indonesia (BI) juga melakukan survei perusahaan yang sama dengan Survei Kegiatan Dunia Usaha (SKDU). Pada setiap triwulan BPS dan BI telah menyepakati pertukaran data kedua survei tersebut.. Kegiatan pelaksanaan lapangan, pengolahan data, dan diseminasi hasil dilaksanakan terpisah oleh BPS dan BI sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.

### **2.1.6. Jenis Instrumen yang Digunakan**

Dalam rangka pelaksanaan lapangan STB setiap triwulan dibutuhkan beberapa instrumen/dokumen sebagai berikut:

- 1) Daftar Sampel Perusahaan (STB15-DSP)
- 2) Kuesioner 1 : Pertanian, Peternakan, dan Kehutanan (kategori A).
- 3) Kuesioner 2 : Lapangan Usaha (Kategori) : Pertambangan dan Penggalian (B), Industri Pengolahan (C), Pengadaan Listrik dan Gas (D), dan Pengadaan Air (E)
- 4) Kuesioner 3 : Konstruksi (F)
- 5) Kuesioner 4 : Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor (G)
- 6) Kuesioner 5 : Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum (I)
- 7) Kuesioner 6 : Transportasi dan Pergudangan (H); Informasi dan Komunikasi (J)
- 8) Kuesioner 7 : Jasa Keuangan (K); Real Estat (L); Jasa Perusahaan (M,N); Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib (O); Jasa Pendidikan (P), Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial (Q); Jasa Lainnya (R, S, T, U).

**Catatan:**

Sejak tahun 2015, pendataan lapangan sampel STB BPS telah menggunakan seluruh dokumen daftar pertanyaan yang mencakup 7 kuesioner. Untuk keperluan

khusus, selain 7 (tujuh) daftar pertanyaan (kuesioner), setiap triwulan juga ada 1 (satu) daftar pertanyaan tambahan yang memuat informasi yang berbeda antara triwulan ganjil (I dan III) dan triwulan genap (II dan IV).

Pada triwulan ganjil dikhkususkan untuk mengumpulkan informasi tambahan tentang "Perkembangan Upah/Gaji", sedangkan pada triwulan genap dikhkususkan untuk mengumpulkan informasi tambahan tentang "Perkembangan Investasi".

### **2.1.7. Data dan Keterangan yang Dikumpulkan**

Data yang dikumpulkan melalui kuesioner STB adalah data-data yang nantinya digunakan sebagai pembentuk Indeks Tendensi Bisnis. Data yang akan dikumpulkan dari kuesioner STB terdiri dari 2 kelompok data pokok (komponen pembentuk indeks) dan 1 kelompok data pendukung, yaitu :

- 1) Data Pembentuk Indeks Tendensi Bisnis Kini (ITB KINI)
  - a) Pendapatan usaha.
  - b) Penggunaan kapasitas produksi.
  - c) Rata-rata jumlah jam kerja.
- 2) Data Pembentuk Indeks Tendensi dikator Mendatang (ITB Mendatang)
  - a) Order dari dalam negeri.
  - b) Order dari luar negeri.
  - c) Harga jual.
  - d) Order barang input.
- 3) Data Pendukung
  - a) Volume permintaan/produksi dan prediksi
  - b) Total pekerja dan prediksi
  - c) Situasi bisnis dan prediksi
  - d) Jumlah aset tetap dan prediksi

### **2.1.8. Prosedur Penghitungan Indeks Tendensi Bisnis (ITB)**

Semua variabel yang ditanyakan dalam Survei Tendensi Bisnis mempunyai 3 jenis jawaban yaitu meningkat, tetap, dan menurun. Prosedur penghitungan Indeks Tendensi Bisnis baik untuk Indeks Indikator Kini maupun untuk Indeks Indikator Mendatang adalah sebagai berikut :

## 1. Pemberian Skor Jawaban

Setiap variabel terpilih sebagai komponen pembentuk Indeks Tendensi Bisnis 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.

## 2. Penghitungan indeks setiap variabel.

Indeks dari setiap variabel dihitung dengan mengadopsi rumus *Diffusion Index* seperti yang digunakan oleh *The Conference Board* (1990), yaitu sebagai berikut:

$$IV_i = \left\{ \left( \frac{\sum x_a - \sum x_b}{n} \right) \times 100 \right\} + 100$$

Dimana:

$x_a$  = responden yang menjawab meningkat

$x_b$  = responden yang menjawab menurun

$n$  = total responden

Range nilai dari indeks setiap variabel adalah  $0 \leq IV_i \leq 200$

## 3. Penghitungan Indeks Indikator Kini dan Indeks Indikator Mendatang

Indeks Indikator Kini (IIK) dan Indeks Indikator Mendatang (IIM) disusun secara independen. Masing-masing merupakan rata-rata tertimbang dari beberapa indeks variabel pembentuknya. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

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

Dimana:

$IV_i$  = Nilai Indeks  $ke-i$

$w_i$  = Penimbang variabel  $ke-i$

#### 4. 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).

$$\text{Log IIK} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Log}(Y) + \alpha_2 \text{Log}(KP) + \alpha_3 \text{Log}(TK)$$

dimana :

$IIK$  = Indeks Indikator Kini

$Y$  = Pendapatan usaha

$KP$  = Kapasitas Produksi

$TK$  = Rata-rata Jam Kerja

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

Besaran  $\alpha$  mengindikasikan elastisitas variabel pembentuk terhadap IIK. Sebagai contoh, hasil penghitungan penimbang untuk Triwulan III-2015, dengan menggunakan data periode triwulan I-2000 s.d. triwulan II-2015 diperoleh nilai  $\alpha_1$  sebesar 0,3690, nilai  $\alpha_2$  sebesar 0,1872 dan nilai  $\alpha_3$  sebesar 0,4438. Dengan demikian penimbang untuk masing-masing komponen IIK adalah:

- a) Pendapatan usaha tiga bulan terakhir sebesar 0,3690.
- b) Kapasitas produksi/usaha tiga bulan terakhir sebesar 0,1872.
- c) Rata-rata jam kerja tiga bulan terakhir sebesar 0,4438.

##### b. Indeks Indikator Mendatang (IIM).

$$\text{Log IIM} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Log}(ODN) + \alpha_2 \text{Log}(OLN) + \alpha_3 \text{Log}(HJ) + \alpha_4 \text{Log}(OBI)$$

dimana :

$IIM$  = Indeks Indikator Mendatang

$ODN$  = Order Dalam Negeri

$OLN$  = Order Luar Negeri

$HJ$  = Harga Jual

$OBI$  = Order Barang Input

$\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \alpha_4$  = Estimasi parameter fungsi *double log*

Sebagai contoh, hasil penghitungan penimbang pada Triwulan III-2015, dengan menggunakan data periode triwulan I-2000 s.d. triwulan II-2015 diperoleh nilai  $\alpha_1$  sebesar 0,2915, nilai  $\alpha_2$  sebesar 0,1563, nilai  $\alpha_3$  sebesar 0,1910 dan nilai  $\alpha_4$  sebesar 0,3621. Dengan demikian penimbang untuk masing-masing komponen IIM adalah :

- a) Order dari Dalam Negeri tiga bulan terakhir sebesar 0,2915.
- b) Order dari Luar Negeri tiga bulan terakhir sebesar 0,1563.
- c) Harga Jual tiga bulan terakhir sebesar 0,1910.
- d) Order Barang Input tiga bulan terakhir sebesar 0,3621.

### **2.1.9. Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Bisnis**

Indeks Indikator Kini (IIK) diinterpretasikan sebagai Indeks Tendensi Bisnis (ITB) pada triwulan berjalan dan Indeks Indikator Mendatang (IIM) sebagai perkiraan Indeks Tendensi Bisnis (ITB) pada triwulan mendatang. Indeks total seluruh sektor merupakan rata-rata dari indeks per sektor dengan menggunakan jumlah perusahaan sebagai penimbang secara proporsional. Interpretasi hasil indeks baik untuk Indeks total seluruh sektor maupun Indeks per sektor dapat dijelaskan dengan cara yang sama. Nilai Indeks Indikator Kini dan Indeks Indikator Mendatang berkisar antara 0 sampai dengan 200, dengan interpretasi hasil indeks sebagai berikut :

- a. Diatas 100 s/d 200 :** jumlah jawaban "meningkat" lebih besar dari jawaban "menurun". Artinya, kondisi bisnis pada triwulan berjalan meningkat dibanding periode triwulan sebelumnya (untuk Indeks Indikator Kini) atau kondisi bisnis pada triwulan mendatang meningkat dibanding periode triwulan berjalan (untuk Indeks Indikator Mendatang).
- b. Sama dengan 100:** jumlah jawaban "meningkat" dan "menurun" seimbang. Artinya kondisi bisnis pada triwulan berjalan sama dibanding triwulan sebelumnya (untuk Indeks Indikator Kini) atau kondisi bisnis pada triwulan mendatang sama dibanding periode triwulan berjalan (untuk Indeks Indikator Mendatang).
- c. Kurang dari 100 :** jumlah jawaban "menurun" lebih besar dari jawaban "meningkat". Artinya kondisi bisnis pada triwulan berjalan menurun dibanding keadaan triwulan sebelumnya (untuk Indeks Indikator Kini) atau kondisi bisnis pada triwulan mendatang menurun dibanding periode triwulan berjalan (untuk Indeks Indikator Mendatang).

## 2.2. INDEKS TENDENSI KONSUMEN (ITK)

### 2.2.1. 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 aktivitas konsumsi sehari-hari. Untuk itu rancangan *sampling* dibuat sedemikian rupa, dengan tujuan dapat menggambarkan aktivitas konsumsi dimaksud.

### 2.2.2. Kerangka Sampel

Kerangka sampel blok sensus STK adalah daftar sampel blok sensus Susenas Maret 2015 daerah perkotaan di setiap Kab/Kota terpilih STK. Disamping itu untuk menggambarkan aktivitas 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.

### 2.2.3. Desain Penarikan Sampel

Tahapan penarikan sampel adalah **Two Stages Two Phase Sampling** sebagai berikut: Sampel blok sensus STK ditarik secara sistematik 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 2015 akan diperlakukan sebagai panel blok sensus dan panel rumah tangga pada triwulan 2 (Juni), triwulan 3 (September), dan triwulan 4 (Desember).

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

#### 2.2.4. 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 diwawancara 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 diwawancara 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.

#### 2.2.5 *Design Weight*

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

**Tabel 2.2.1. Tahapan dan Penghitungan Design Weight STK 2015-2016**

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

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

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

## 2.2.6 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 Mendarat 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.

### **2.2.7 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

## 2.2.8 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 (ITK dan IIM) masing-masing adalah sebagai berikut :

### 1. Penggolongan Pendapatan

Setiap rumah tangga akan terkategorii sebagai rumah tangga dengan golongan pendapatan rendah (kurang dari 2 juta rupiah) dan berpendapatan tinggi (2 juta keatas). Penggolongan tadi digunakan sebagai dasar pemberian penimbang/bobot yang berbeda dalam penghitungan indeks.

Dasar pengelompokan pendapatan rumah tangga ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Susenas. Dari hasil penelitian terhadap 254 data sampel Susenas, diperoleh tiga kelompok rumah tangga berdasarkan tingkat ekonomi, yaitu 25 rumah tangga ekonomi atas, 99 rumah tangga ekonomi menengah, dan 130 rumah tangga ekonomi bawah. Rata-rata pendapatan rumah tangga yang masuk dalam kategori rumah tangga ekonomi bawah berkisar antara 2 juta rupiah sampai 2,25 juta rupiah per bulan, sedangkan untuk pendapatan dua kategori yang lain tentunya berada diatas 2,25 juta rupiah per bulan.

### 2. Pemberian Skor Jawaban

Pemberian skor jawaban dengan penyempurnaan metode yang mulai diterapkan 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, reksreasi, 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 2.2.2. 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 2.2.3.

**Tabel 2.2.3. Pemberian Kode dan Skor Variabel Pengaruh Inflasi Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga**

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

Keterangan :

- Skor  $-\frac{1}{2}$ ,
  - Jika konsumsi sekarang menurun (3) dan perubahan harga 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 brg/jasa 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 2.2.4.

**Tabel 2.2.4. Pemberian Kode dan Skor Variabel Rencana Pembelian Barang Tahan Lama, Rekreasi, dan Pesta/Hajatan**

Interaksi		Pembelian barang-barang tahan lama *) serta aktivitas rekreasi dan hajatan/pesta (kode di kuesioner)			
		Punya rencana (1)		Tidak Punya rencana (2)	
		Sumber Dana (1-4)	Sumber Dana (5)	Alasan Utama (1)	Alasan Utama (2)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Kondisi keuangan rumah tangga selama 3 bulan terakhir (kode di kuesioner)	Menabung lebih banyak atau sama dgn trw sblmnya (1) / menabung lebih sedikit dgn trw sblmnya (2)	1	0	-1	1
	Tidak dpt menabung sama sekali (3)	1	0	-1	0
	Mengambil tabungan (4)/ hrs meminjam uang/menggadaikan barang (5)	1	0	-1	-1

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

Keterangan :

- Skor = 1      - Jika punya rencana membeli, sumber dana (kode 1-4), dan gambaran kondisi keuangan rumah tangga (kode 1 atau 2).
- Jika punya rencana membeli, sumber dana (kode 1-4), dan gambaran kondisi keuangan rumah tangga (kode 3).
  - Jika punya rencana membeli, sumber dana (kode 1-4), dan gambaran kondisi keuangan rumah tangga (kode 4 atau 5).

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

### 3. Penghitungan Indeks Variabel.

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

#### **Indeks setiap Variabel:**

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

Dimana:

$T\_inc_i$  = responden yang menjawab meningkat

$T\_dec_j$  = responden yang menjawab menurun

$n_i$  = jumlah responden yang menjawab meningkat

$n_j$  = jumlah responden yang menjawab menurun

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

### Indeks Gabungan

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

- Dimana:
- $I_{vg}$  = indeks gabungan
- $I_{vt}$  = indeks variabel tunggal
- $n_{vt}$  = jumlah variabel tunggal
- Range untuk  $I_{vg}$  adalah  $0 \leq I_{vg} \leq 200$

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

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

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

dan

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

Dimana:

$w_l$  = penimbang variabel/komponen IIK

$w_m$  = penimbang variabel/komponen IIM

$l=1, 2, 3$  (variabel/komponen IIK)

$m=1, 2$  (variabel/komponen IIM)

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

## 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 rumah tangga 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 rumah tangga 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 :

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

Penghitungan 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 rumah tangga.

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 rumah tangga 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 :

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

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

### 2.2.9 Interpretasi Hasil Indeks Tendensi Konsumen.

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

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

- b. **Sama dengan 100** : jumlah jawaban "meningkat" dan "menurun" adalah seimbang, artinya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan hampir sama dengan triwulan sebelumnya (untuk Indeks Indikator Kini) atau kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang sama dengan pada triwulan berjalan (untuk Indeks Indikator Mendatang).
- c. **Kurang dari 100** : jumlah jawaban "menurun" lebih besar dari jawaban "meningkat", artinya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan berjalan menurun dibanding keadaan triwulan sebelumnya (untuk Indeks Indikator Kini) atau kondisi ekonomi konsumen pada triwulan mendatang menurun dibanding pada triwulan berjalan (untuk Indeks Indikator Mendatang).

BAB  
3

# INDEKS TENDENSI BISNIS 2015



### **III. INDEKS TENDENSI BISNIS (ITB)**

#### **3.1. PROFIL PERUSAHAAN TAHUN 2015**

Salah satu informasi penting yang dapat diperoleh dari hasil Survei Tendensi Bisnis (STB) adalah profil perusahaan yang menjadi responden (sumber informasi) pada tahap pengumpulan data di lapangan. Profil perusahaan memberikan gambaran tentang keterangan umum perusahaan yang mencakup lapangan usaha dan jumlah tenaga kerja. Kedua profil perusahaan tersebut dapat mencerminkan distribusi sampel perusahaan menurut klasifikasi lapangan usaha dan jumlah tenaga kerja.

Rata-rata distribusi sampel perusahaan STB selama tahun 2015 menurut lapangan usaha dengan persentase tiga terbesar per triwulannya adalah terbesar pertama pada Industri pengolahan sekitar 23 – 25 persen per triwulan, terbesar kedua pada Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor sekitar 14 – 16 persen, dan terbesar ketiga pada Pertanian, Peternakan, Kehutanan sekitar 11 – 14 persen. Sedangkan distribusi sampel responden menurut lapangan usaha dengan persentase tiga terkecil per triwulannya adalah lapangan usaha Jasa Pendidikan sekitar 0,13 – 1,69 persen, Real Estat sekitar 0,31 – 1,38 persen, dan Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib sekitar 0,45 – 0,85 persen (Tabel 3.1.1).

Penentuan skala perusahaan dapat dilakukan melalui beberapa pendekatan, salah satu diantaranya adalah jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam kegiatan bisnis suatu perusahaan. Distribusi sampel perusahaan STB menurut klasifikasi jumlah tenaga kerja tercatat persentase terbesar pada perusahaan dengan klasifikasi tenaga kerja < 100 orang, yaitu sekitar 60 – 70 persen. Sedangkan distribusi sampel perusahaan STB menurut klasifikasi jumlah tenaga kerja tercatat persentase terkecil pada perusahaan dengan klasifikasi jumlah tenaga kerja  $\geq 500$  orang yaitu sekitar 10 persen. (Tabel 3.1.2).

**Tabel 3.1.1.**  
**Distribusi Sampel Perusahaan STB Menurut Lapangan Usaha,**  
**Triwulan IV-2014 s.d. Triwulan III-2015**

Lapangan Usaha	Triwulan			
	IV-2014	I-2015	II-2015	III-2015
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	11,89	11,79	14,61	13,69
2. Pertambangan dan Penggalian	2,20	2,20	3,47	3,22
3. Industri Pengolahan	25,46	25,49	23,92	24,82
4. Pengadaan Listrik dan Gas	1,20	1,20	1,70	1,33
5. Pengadaan Air	0,62	0,62	2,04	1,63
6. Konstruksi	6,05	6,05	6,42	7,31
7. Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor	14,50	14,52	16,40	15,15
8. Transportasi dan Pergudangan	6,63	6,64	4,66	5,10
9. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	11,75	11,76	9,25	8,79
10. Informasi dan Komunikasi	1,55	1,55	1,61	2,54
11. Jasa Keuangan dan Asuransi	7,39	7,40	6,06	5,75
12. Real Estat	0,31	0,31	0,91	1,38
13. Jasa Perusahaan	4,12	4,13	2,13	1,68
14. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	0,45	0,45	0,85	0,70
15. Jasa Pendidikan	1,68	1,69	0,94	0,13
16. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1,86	1,86	2,83	3,84
17. Jasa Lainnya	2,34	2,34	2,19	2,94
<b>Jumlah</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Bisnis tahun 2014 dan 2015

**Tabel 3.1.2.**  
**Distribusi Sampel Perusahaan STB Menurut Jumlah Tenaga Kerja,**  
**Triwulan IV-2014 s.d. Triwulan III-2015**

Jumlah Tenaga Kerja	Triwulan			
	IV-2014	I-2015	II-2015	III-2015
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
< 100	69,00	69,00	67,83	70,81
100 – 499	20,10	20,10	22,12	20,20
≥ 500	10,89	10,89	10,04	8,99
<b>Total</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Bisnis tahun 2014 dan 2015.

Secara umum rata-rata sampel perusahaan STB yang mempunyai jumlah tenaga kerja < 100 orang tersebar dan mendominasi hampir semua lapangan usaha (Tabel 3.3). Distribusi sampel perusahaan STB yang memiliki jumlah tenaga kerja < 100 orang dengan persentase kurang dari 50 persen tercatat pada lapangan usaha Pengadaan Listrik dan Gas (sebesar 40,28 persen) dan Pengadaan Air (sebesar 46,67 persen).

Distribusi sampel perusahaan STB yang mempunyai jumlah tenaga kerja 100-499 orang dengan persentase relatif tinggi tercatat pada lapangan usaha Pengadaan Listrik dan Gas (sebesar 40,28 persen) dan Pengadaan Air (sebesar 45,33 persen). Sedangkan distribusi sampel perusahaan STB yang memiliki jumlah tenaga kerja 100-499 orang dengan persentase terkecil tercatat pada lapangan usaha Jasa Perusahaan (9,73 persen), Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib (8,70 persen), Jasa Pendidikan (8,24 persen), dan Jasa Lainnya (7,69 persen).

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa selain mencerminkan skala perusahaan, jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam kegiatan bisnis suatu perusahaan juga dapat memberikan gambaran apakah suatu perusahaan melakukan kegiatan bisnis bersifat padat karya atau padat modal. Berdasarkan definisi tersebut tercatat distribusi sampel perusahaan STB yang memiliki jumlah tenaga kerja  $\geq 500$  orang atau menyerap tenaga kerja relatif besar (padat karya) atau sekitar 20 persen, yaitu lapangan usaha Industri pengolahan (sebesar 20,04 persen), Pengadaan Listrik dan Gas (sebesar 19,44 persen), dan Jasa Keuangan dan Asuransi (sebesar 17,73 persen), dan Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib (17,39 persen). (Tabel 3.1.3).

**Tabel 3.1.3.**

**Distribusi Sampel Perusahaan STB berdasarkan Klasifikasi Jumlah Tenaga Kerja dan Lapangan Usaha, Tahun 2015**

Lapangan Usaha (1)	Jumlah Tenaga Kerja			Jumlah (5)
	< 100 (2)	100-499 (3)	≥ 500 (4)	
1. Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	65,42	23,39	11,18	100,00
2. Pertambangan dan Penggalian	72,88	21,57	5,56	100,00
3. Industri Pengolahan	54,79	25,17	20,04	100,00
4. Pengadaan Listrik dan Gas	40,28	40,28	19,44	100,00
5. Pengadaan Air	46,67	45,33	8,00	100,00
6. Konstruksi	84,37	12,98	2,65	100,00
7. Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor	83,70	14,19	2,11	100,00
8. Transportasi dan Pergudangan	72,31	21,86	5,83	100,00
9. Penyediaan Akomodasi dan Makan	77,31	21,49	1,20	100,00
10. Informasi dan Komunikasi	73,37	21,11	5,53	100,00
11. Jasa Keuangan dan Asuransi	62,67	19,60	17,73	100,00
12. Real Estat	74,47	21,28	4,26	100,00
13. Jasa Perusahaan	86,77	9,73	3,50	100,00
14. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan jaminan Sosial Wajib	73,91	8,70	17,39	100,00
15. Jasa Pendidikan	82,35	8,24	9,41	100,00
16. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	62,00	27,00	11,00	100,00
16. Jasa Lainnya	90,38	7,69	1,92	100,00
<b>Jumlah</b>	<b>69,33</b>	<b>20,79</b>	<b>9,88</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Bisnis tahun 2015.

### 3.2. HASIL NILAI INDEKS TENDENSI BISNIS (ITB) TAHUN 2015

Perekonomian Indonesia tahun 2015 hingga triwulan III-2015 terus mengalami perlambatan. Pertumbuhan ekonomi Indonesia secara kumulatif sampai dengan triwulan III-2015 mencapai 4,71 persen (*c-to-c*), melambat jika dibandingkan dengan pertumbuhan periode yang sama tahun 2014 yang mencapai 5,03 persen. Perlambatan tersebut juga tercermin pada pertumbuhan ekonomi *year-on-year* (*y-on-y*) antar triwulan pada tahun 2015 jika dibandingkan dengan triwulan yang sama tahun 2014.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia secara triwulanan masih mengikuti pola yang sama seperti tahun sebelumnya, namun perlambatan ekonomi nasional mulai tampak pula pada pertumbuhan ekonomi secara triwulanan. Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan I-2015 sebesar minus 0,18 persen (*q-to-q*), artinya terjadi penurunan 0,18 persen dibandingkan triwulan IV-2014. Pertumbuhan tersebut juga melambat jika dibandingkan dengan triwulan yang sama tahun 2014 yang masih tumbuh mencapai 0,11 persen. Menurunnya pertumbuhan ekonomi disebabkan lemahnya ekspor (hasil dari berkurangnya pertumbuhan ekonomi di pasar ekspor) dan rendahnya harga minyak mentah dunia, akibat perlambatan ekonomi global. Hal tersebut sejalan dengan persepsi pelaku bisnis yang tercermin pada penurunan angka Indeks Tendensi Bisnis di triwulan I-2015 sebesar 96,30 (Tabel 3.2.1.).

Di triwulan I-2015, ekspor Indonesia jatuh 11,7 persen (*y-on-y*) menjadi 39,1 miliar dolar AS. Kendati kinerja ekspor melemah, Indonesia berhasil mencatat surplus perdagangan sebesar 2,43 miliar dollar AS di tiga bulan pertama tahun 2015 karena permintaan domestik untuk impor juga melemah dan menandakan berkurangnya aktivitas ekonomi di Indonesia.

Di sisi produksi, penyebab perlambatan ekonomi adalah mundurnya periode tanam, turunnya produksi minyak mentah dan batubara. Distribusi perdagangan melambat karena turunnya permintaan, serta terlambatnya realisasi konstruksi karena realisasi belanja infrastruktur yang melambat. Sementara itu, di sisi pengeluaran adalah konsumsi rumah tangga yang melambat, kecuali makanan dan minuman, tembakau, perumahan, dan perlengkapan rumah tangga. Melambatnya konsumsi pemerintah karena belanja barang modal, realisasi belanja modal yang lebih rendah untuk infrastruktur, serta impor barang modal turun, terutama jenis alat angkut dan mesin.

**Tabel 3.2.1.**  
**Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Bisnis Per Triwulan,**  
**Tahun 2002 s.d. Tahun 2015**

<b>Tahun</b>	<b>Nilai ITB</b>			
	<b>Trw-I</b>	<b>Trw-II</b>	<b>Trw-III</b>	<b>Trw-IV</b>
2002	100,03	113,38	108,77	102,37
2003	95,78	105,15	111,41	114,13
2004	103,84	114,81	111,36	113,55
2005	98,93	106,31	105,70	98,45
2006	95,12	108,50	108,72	107,43
2007	100,19	110,96	112,58	112,25
2008	104,41	111,72	111,12	111,06
2009	96,91	110,43	112,86	108,45
2010	103,41	104,23	107,29	106,63
2011	102,16	105,75	107,86	106,92
2012	103,22	104,22	107,43	105,29
2013	102,34	103,88	106,12	104,72
2014	101,95	106,00	107,24	104,07
2015	96,30	105,46	106,04	103,72*)

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Bisnis Tahun 2002-2015

Catatan : \*) Angka Perkiraan ITB Triwulan IV-2015

Perekonomian Indonesia di triwulan II-2015 tumbuh 3,78 persen (q-to-q) dan meningkat dibandingkan triwulan I-2015. Namun, pertumbuhan tersebut masih sedikit melambat dibandingkan triwulan yang sama tahun 2014 yang tumbuh 3,83 persen. Tumbuhnya perekonomian tersebut juga sejalan dengan persepsi pelaku bisnis yang optimis terhadap perekonomian nasional yang diindikasikan oleh nilai Indeks Tendensi Bisnis sebesar 105,46. Jika dicermati terjadi juga perlambatan pertumbuhan ekonomi Indonesia *year on year* (*y-on-y*) pada triwulan II-2015 yang mencapai 4,67 persen, dibandingkan triwulan I-2015 yang mencapai 4,72 persen. Sejumlah negara berkembang juga mengalami perlambatan pertumbuhan seperti Malaysia, Thailand dan Singapura. Perlambatan ekonomi Indonesia dipengaruhi oleh pelemahan pertumbuhan investasi, konsumsi pemerintah, dan konsumsi rumah tangga. Perlambatan pertumbuhan ekonomi ini diiringi dengan peningkatan inflasi beserta tren melemahnya nilai tukar rupiah selama triwulan II tahun 2015.

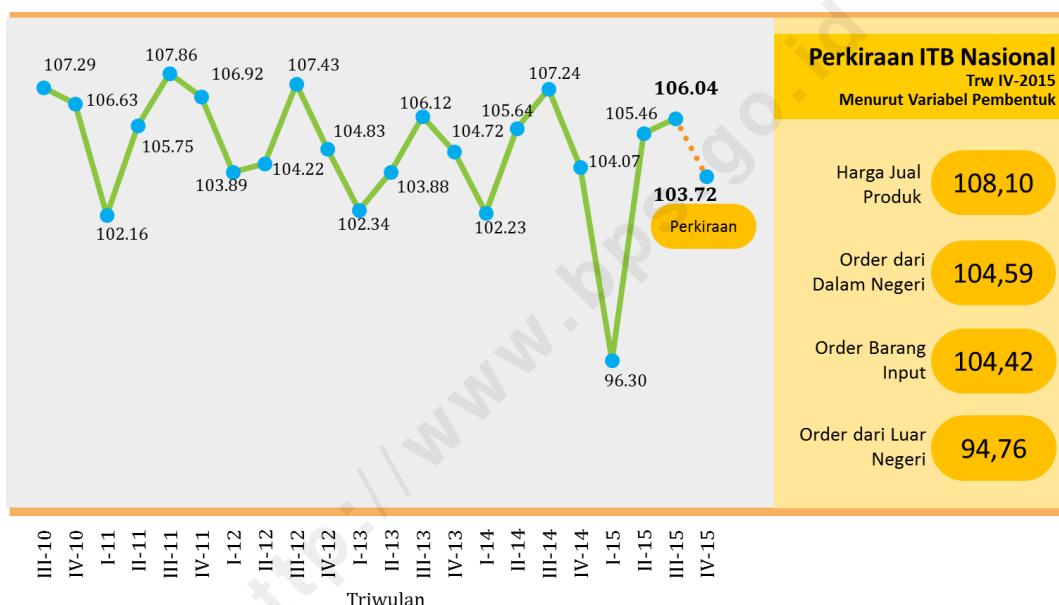
Perekonomian Indonesia pada triwulan III-2015 tumbuh 3,21 persen (q-to-q) dan meningkat dibandingkan triwulan II-2015. Pertumbuhan tersebut sedikit meningkat jika dibandingkan dengan triwulan yang sama tahun 2014 yang tumbuh 3,16 persen. Tumbuhnya perekonomian tersebut sejalan dengan dengan persepsi pelaku bisnis yang optimis terhadap perekonomian nasional yang diindikasikan oleh nilai Indeks Tendensi Bisnis sebesar 106,04. Dari persepsi pelaku bisnis tersebut ada peningkatan optimisme dibandingkan triwulan sebelumnya (ITB sebesar 105,46). Optimisme tersebut barangkali dipicu oleh mulai diumumkan (9 September 2015) dan akan dijalankannya paket kebijakan ekonomi jilid I-2015 oleh pemerintahan Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden Jusuf Kalla, antara lain: meningkatkan daya saing industri, mempercepat proyek-proyek strategis nasional, dan mendorong investasi di sektor properti. Sebelumnya kebijakan yang dilakukan adalah stabilisasi fiskal dan moneter, termasuk pengendalian inflasi. Langkah-langkah konkret yang akan dilakukan pemerintah, antara lain: pengendalian harga komoditas pokok, yaitu menurunkan harga BBM dan tarif listrik, dan harga pangan. Paket kebijakan ekonomi tambahan adalah meningkatkan daya saing industri, mempercepat proyek-proyek strategis nasional, dan mendorong investasi di sektor properti.

Dampak dari paket kebijakan ekonomi jilid I-2015 belum terlihat, dan perekonomian Indonesia masih belum bangkit lagi, terutama dengan adanya gejolak nilai rupiah yang masih terus melemah terhadap dolar. Dampak dari pelemahan nilai tukar rupiah terhadap dolar tersebut mulai terindikasi pada kinerja beberapa perusahaan, antara lain ada perusahaan yang mulai gulung tikar terutama yang memiliki ketergantungan bahan baku impor dan mulai terjadi PHK di perusahaan-perusahaan di berbagai daerah di Indonesia. Pemerintah mengumumkan kembali paket kebijakan ekonomi jilid II-2015 (29 September 2015) yang isinya terutama mengenai pemangkasan perizinan untuk menggairahkan kembali dunia usaha. Fokus paket kebijakan kedua adalah menarik investasi masuk melalui deregulasi dan debirokratisasi. Langkah ini diambil pemerintah untuk meningkatkan iklim investasi di Indonesia. Iklim investasi tentu sangat penting untuk memperkuat kondisi pasar keuangan Indonesia. Melalui paket kedua ini, pemerintah juga berupaya mendorong adanya insentif kepada masyarakat untuk memulai usaha atau berwirausaha.

Pada triwulan IV-2015 pemerintah kembali mengumumkan paket kebijakan ekonomi jilid III-2015, terutama fokus kepada dua poin besar. Poin pertama adalah penurunan tarif dan atau harga. Poin kedua adalah penyederhanaan izin pertanahan, bidang pertanahan untuk kegiatan penanaman modal. Perekonomian Indonesia di triwulan IV-2015 berdasarkan persepsi pelaku bisnis diperkirakan meningkat jika dibandingkan dengan triwulan sebelumnya namun tumbuh melambat. Hal ini tercermin dari perkiraan nilai ITB sebesar 103,72 pada triwulan IV-2015, artinya kondisi

bisnis diperkirakan meningkat dibandingkan triwulan sebelumnya. Namun tingkat optimisme pelaku bisnis diperkirakan lebih rendah jika dibandingkan dengan triwulan III-2015 (nilai ITB sebesar 106,04). Perkiraan perekonomian yang melambat diduga akibat belum jalannya realisasi paket kebijakan ekonomi yang dikeluarkan pemerintah. Perkembangan ITB per triwulan pada tahun 2002-2015 disajikan secara visual pada Tabel 3.2.1 dan prediksi ITB triwulan IV-2015 secara nasional menurut variabel pembentuk juga disajikan pada Gambar 3.2.

**Gambar 3.2.**  
**Indeks Tendensi Bisnis (ITB) Triwulan III-2010 s.d. Triwulan IV-2015 \*)**



Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Bisnis Tahun 2010-2015

Catatan : \*) Angka perkiraan ITB Triwulan IV-2015.

### **3.3. INDEKS TENDENSI BISNIS (ITB) TAHUN 2015 MENURUT KATEGORI /LAPANGAN USAHA**

Indeks Tendensi Bisnis (ITB) pada triwulan I-2015 sebesar 96,30, berarti kondisi bisnis menurun dari triwulan sebelumnya. Pelaku bisnis lebih pesimis jika dibandingkan dengan triwulan IV-2014 (nilai ITB sebesar 104,07). Penurunan kondisi bisnis pada triwulan I-2015 terjadi pada 10 lapangan usaha, sedangkan 7 lapangan usaha lainnya mengalami peningkatan kondisi bisnis. Penurunan kondisi bisnis terendah terjadi pada lapangan usaha Pertambangan dan Penggalian (nilai ITB sebesar 87,16), sedangkan peningkatan kondisi bisnis tertinggi terjadi pada lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan (nilai ITB sebesar 106,75).

Indeks Tendensi Bisnis (ITB) pada triwulan II-2015 sebesar 105,46, berarti kondisi bisnis meningkat dari triwulan sebelumnya. Pelaku bisnis lebih optimis jika dibandingkan dengan triwulan I-2015 (nilai ITB sebesar 96,30). Peningkatan kondisi bisnis pada triwulan II-2015 terjadi pada 16 lapangan usaha, sedangkan 1 lapangan usaha lainnya mengalami penurunan kondisi bisnis. Peningkatan tertinggi terjadi pada lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan (nilai ITB sebesar 111,90), sedangkan peningkatan kondisi bisnis terendah terjadi pada lapangan usaha Real Estat (nilai ITB sebesar 102,63).

Indeks Tendensi Bisnis (ITB) pada triwulan III-2015 sebesar 106,04, berarti kondisi bisnis meningkat dari triwulan sebelumnya. Pelaku bisnis lebih optimis jika dibandingkan dengan triwulan II-2015 (nilai ITB sebesar 105,46). Peningkatan kondisi bisnis pada triwulan III-2015 terjadi pada sebagian besar lapangan usaha, kecuali lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan (nilai ITB sebesar 99,57), Pertambangan dan Penggalian (nilai ITB sebesar 96,18), dan Industri Pengolahan (nilai ITB sebesar 99,26). Peningkatan tertinggi terjadi pada lapangan usaha Transportasi dan Pergudangan (nilai ITB sebesar 112,02), sedangkan peningkatan kondisi bisnis terendah terjadi pada lapangan usaha Real Estat (nilai ITB sebesar 101,65).

Selama tahun 2015 tampak bahwa lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan mengalami peningkatan kondisi bisnis tertinggi selama dua triwulan pertama karena merupakan masa panen raya, meskipun pada triwulan berikutnya cenderung akan mengalami penurunan dibandingkan triwulan sebelumnya. Pada triwulan III-2015 peningkatan kondisi bisnis tertinggi terjadi pada lapangan usaha Transportasi dan Pergudangan. Hal ini dipicu oleh adanya puasa, hari raya, dan hari libur sekolah pada triwulan tersebut. Sedangkan lapangan usaha yang paling pesimis dan mengalami penurunan kondisi bisnis antar triwulannya adalah lapangan usaha Pertambangan dan Penggalian. Perkembangan nilai ITB menurut lapangan usaha selama triwulan I-2015 s.d. triwulan III-2015 disajikan pada Tabel 3.3.1.

**Tabel 3.3.1.**  
**Nilai Indeks Tendensi Bisnis Triwulan I-2015 s.d. Triwulan III-2015**  
**Menurut Lapangan Usaha**

<b>Lapangan Usaha</b>	<b>Triwulan</b>		
	<b>I-2015</b>	<b>II-2015</b>	<b>III-2015</b>
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	106,75	111,90	99,57
2. Pertambangan dan Penggalian	87,16	94,39	96,18
3. Industri Pengolahan	89,95	106,02	99,26
4. Pengadaan Listrik dan Gas	98,70	111,28	109,27
5. Pengadaan Air	102,16	104,95	107,01
6. Konstruksi	96,95	106,44	109,26
7. Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor	97,84	103,16	110,51
8. Transportasi dan Pergudangan	93,48	110,01	112,02
9. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	98,22	106,55	109,02
10. Informasi dan Komunikasi	104,87	108,33	108,03
11. Jasa Keuangan dan Asuransi	105,14	102,88	110,79
12. Real Estat	102,34	102,63	101,65
13. Jasa Perusahaan	99,64	105,76	109,48
14. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	98,29	109,78	110,96
15. Jasa Pendidikan	100,16	110,63	111,47
16. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	102,11	107,61	109,98
17. Jasa Lainnya	95,13	106,64	109,02
<b>Jumlah</b>	<b>96,30</b>	<b>105,46</b>	<b>106,04</b>

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Bisnis Tahun 2015.

### **3.4. INDEKS TENDENSI BISNIS (ITB) TAHUN 2015 MENURUT VARIABEL PEMBENTUKNYA**

Secara umum nilai indeks tendensi bisnis (ITB) selama tahun 2015 dipengaruhi oleh variabel pembentuknya, yaitu pendapatan usaha, penggunaan kapasitas produksi/usaha, dan rata-rata jumlah jam kerja.

Indeks tendensi bisnis pada triwulan I-2015 menurun dengan nilai ITB sebesar 96,30. Hal ini disebabkan menurunnya pendapatan perusahaan (nilai indeks sebesar 95,06), dan menurunnya kapasitas produksi/usaha (nilai indeks sebesar 95,13). Sedangkan rata-rata jumlah jam kerja meningkat (stagnan), dengan nilai indeks sebesar 101,91. Bila dibandingkan dengan triwulan IV-2014 (nilai ITB 104,07), kondisi bisnis masih meningkat. Sesuai trend kondisi bisnis pada triwulan I, selalu lebih rendah daripada triwulan IV. Hal ini karena pada awal tahun biasanya kegiatan baru mulai berjalan.

Harga jual produksi triwulan I-2015 meningkat (Nilai indeks 111,51), lebih tinggi dibandingkan triwulan IV-2014 (nilai indeks 105,81). Secara umum kondisi keuangan perusahaan pada triwulan I-2015 meningkat, baik secara likuiditas (nilai indeks 110,51) maupun secara rentabilitas (nilai indeks 116,33). Kondisi keuangan perusahaan triwulan I-2015 lebih rendah dibandingkan triwulan IV-2014. Dan hal ini sesuai dengan kondisi bisnis yang menurun di triwulan I-2015, jumlah tenaga kerja juga relatif stagnan (nilai indeks 100,57).

Indeks tendensi bisnis pada triwulan II-2015 meningkat (nilai ITB sebesar 107,04). Hal ini karena adanya peningkatan pendapatan perusahaan (nilai indeks sebesar 107,04), kapasitas produksi/usaha (nilai indeks sebesar 107,36), dan rata-rata jumlah jam kerja (nilai indeks sebesar 103,35).

Harga jual produksi triwulan II-2015 meningkat (Nilai indeks 113,31), lebih tinggi dibandingkan triwulan I-2015 (nilai indeks 111,51). Secara umum kondisi keuangan perusahaan pada triwulan II-2015 meningkat baik secara likuiditas (nilai indeks 120,33) maupun secara rentabilitas (nilai indeks 123,81). Kondisi keuangan perusahaan triwulan II-2015 lebih tinggi dibandingkan triwulan I-2015. Jumlah tenaga kerja triwulan II-2015 meningkat atau relatif stagnan (nilai indeks sebesar 104,58) dibandingkan triwulan I-2015 (nilai indeks sebesar 100,57).

Indeks tendensi bisnis pada triwulan III-2015 juga meningkat (nilai ITB sebesar 106,04), walau tingkat optimisnya relatif stagnan dibandingkan triwulan II-2015 (nilai indeks 105,46). Sedikitnya peningkatan ini dikarenakan adanya peningkatan

pendapatan usaha (nilai indeks sebesar 108,20), kapasitas produksi/usaha (nilai indeks sebesar 104,95), dan rata-rata jumlah jam kerja (nilai indeks sebesar 104,71).

Harga jual produksi triwulan III-2015 meningkat (Nilai indeks 105,66). Harga jual produksi di triwulan III lebih rendah bila dibandingkan dengan triwulan II-2015 (nilai indeks 113,31). Walau demikian secara umum kondisi keuangan perusahaan pada triwulan III-2015 meningkat baik secara likuiditas (nilai indeks 111,31) maupun secara rentabilitas (nilai indeks 115,08). Kondisi keuangan perusahaan triwulan III-2015 lebih rendah dibandingkan triwulan II-2015. Jumlah tenaga kerja triwulan III-2015 meningkat (nilai indeks sebesar 101,35), atau relatif stagnan dibandingkan dengan triwulan II-2015 (nilai indeks sebesar 104,58). (Tabel 3.4).

**Tabel 3.4.**  
**Nilai Indeks Tendensi Bisnis Trw IV-2014 s.d. Trw III-2015**  
**Menurut Variabel Pembentuknya dan Variabel Terkait Lainnya,**

<b>Variabel</b>	<b>Triwulan</b>			
	<b>IV-2014</b>	<b>I-2015</b>	<b>II-2015</b>	<b>III-2015</b>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>Nilai ITB</b>	104,07	96,30	105,46	106,04
1. Pendapatan Usaha	106,78	95,06	107,04	108,20
2. Penggunaan kapasitas produksi	103,85	95,13	107,36	104,95
3. Rata-rata jumlah jam kerja	101,91	97,83	103,35	104,71
<b>Variabel Lainnya</b>				
1. Harga jual produksi	105,81	111,51	113,31	105,66
2. Kondisi keuangan:				
(i). Likuiditas	121,02	110,51	120,33	111,31
(ii). Rentabilitas	118,82	116,33	123,81	115,08
3. Jumlah tenaga kerja	101,79	100,57	104,58	101,35

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Bisnis 2015

### 3.5. PERKIRAAN INDEKS TENDENSI BISNIS (ITB) TRIWULAN IV-2015 MENURUT SEKTOR DAN VARIABEL PEMBENTUKNYA

Nilai ITB pada triwulan IV-2015 diprediksi sebesar 103,72, berarti kondisi bisnis diperkirakan akan meningkat dibandingkan triwulan sebelumnya. Tingkat optimisme pelaku bisnis diperkirakan lebih rendah jika dibandingkan dengan triwulan III-2015 (nilai ITB sebesar 106,04). Kondisi bisnis di semua lapangan usaha pada triwulan IV-2015 diperkirakan mengalami peningkatan, kecuali lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan (nilai ITB sebesar 98,80), dan Pertambangan serta Penggalian (nilai ITB sebesar 97,53). Peningkatan kondisi bisnis tertinggi diperkirakan terjadi pada lapangan usaha Informasi dan Komunikasi (nilai ITB sebesar 118,37), dan peningkatan terendah diperkirakan terjadi pada lapangan usaha Jasa Pendidikan (nilai ITB sebesar 101,06).

Dilihat berdasarkan variabel pembentuknya, peningkatan kondisi bisnis pada triwulan IV-2015 diperkirakan terutama terjadi karena adanya peningkatan harga jual produk (nilai indeks sebesar 108,10), order dari dalam negeri (nilai indeks sebesar 104,59), dan order barang input (nilai indeks sebesar 104,42). Peningkatan tertinggi untuk harga jual terjadi pada lapangan usaha Informasi dan Komunikasi (nilai indeks sebesar 118,37). Sedangkan harga jual yang mengalami penurunan terjadi pada lapangan usaha Pertambangan dan Penggalian (nilai indeks sebesar 99,79). Sementara peningkatan terendah harga jual terjadi pada lapangan usaha Jasa Pendidikan (nilai indeks sebesar 101,06).

Peningkatan tertinggi untuk order dari dalam negeri diperkirakan terjadi pada lapangan usaha Pengadaan Listrik dan Gas (nilai indeks sebesar 114,64). Peningkatan terendah untuk order dari dalam negeri Sedangkan pada lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan, dan Pertambangan dan Penggalian terjadi penurunan order dari dalam negeri (masing-masing nilai indeks sebesar 97,38 dan sebesar 97,68). Perkembangan perkiraan ITB triwulan IV-2015 menurut 17 lapangan usaha dan variabel pembentuknya disajikan pada Tabel 3.5.

**Tabel 3.5.**  
**Perkiraan Indeks Tendensi Bisnis Triwulan IV-2015**  
**Menurut Lapangan Usaha dan Variabel Pembentuk**

<b>Lapangan Usaha</b>	<b>Variabel Pembentuk ITB</b>					<b>Perkiraan ITB Triwulan IV-2015</b>
	<b>Order dari Dalam Negeri</b>	<b>Order dari Luar Negeri</b>	<b>Harga Jual Produk</b>	<b>Order Barang Input</b>		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	
1. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	97,38	96,27	103,03	-	98,80	
2. Pertambangan dan Penggalian	97,68	94,44	99,79	97,40	97,53	
3. Industri Pengolahan	102,67	90,94	107,05	100,85	101,07	
4. Pengadaan Listrik dan Gas	114,64	-	114,76	104,00	110,11	
5. Pengadaan Air	112,42	-	106,88	105,13	108,04	
6. Konstruksi	113,60	-	110,40	113,85	112,98	
7. Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor	109,63	99,71	109,54	107,16	107,23	
8. Transportasi dan Pergudangan	-	-	110,77	-	110,77	
9. Penyediaan Akomodasi dan Makan	-	-	107,83	-	107,83	
10. Informasi dan Komunikasi	-	-	118,37	-	118,37	
11. Jasa Keuangan dan Asuransi	-	-	111,77	-	111,77	
12. Real Estat	-	-	109,07	-	109,07	
13. Jasa Perusahaan	-	-	110,40	-	110,40	
14. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	-	-	116,36	-	116,36	
15. Jasa Pendidikan	-	-	101,06	-	101,06	
16. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	-	-	109,03	-	109,03	
17. Jasa Lainnya	-	-	109,57	-	109,57	
<b>Jumlah</b>	<b>104,59</b>	<b>94,76</b>	<b>108,10</b>	<b>104,42</b>	<b>103,72</b>	

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Bisnis 2015



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

**BAB  
4**

# **INDEKS TENDENSI KONSUMEN 2015**



## IV. INDEKS TENDENSI KONSUMEN 2015

### 4.1. PROFIL RESPONDEN RUMAH TANGGA TAHUN 2015

Responden Survei Tendensi Konsumen (STK) mempunyai karakteristik yang dilihat berdasarkan pendapatan dan pendidikan. Sesuai dengan target sampel rumah tangga STK berasal dari strata menengah dan tinggi, maka sampel rumah tangga STK yang berpendapatan  $\geq 2$  juta rupiah lebih besar, yaitu sekitar 62 sampai 64 persen setiap triwulannya, sedangkan sampel rumah tangga STK yang berpendapatan  $< 2$  juta rupiah hanya sekitar 34 sampai 36 persen. (Tabel 4.1.1).

Pendapatan yang tinggi seyogyanya mempunyai pendidikan yang tinggi pula, namun sampel rumah tangga STK dilihat dari sisi pendidikan masih lebih banyak yang berpendidikan rendah. Responden STK terbesar jumlahnya berpendidikan SLTP ke bawah yaitu sekitar 46 sampai 48 persen, sedikit berkurang dibandingkan triwulan IV-2014. Sedangkan yang berpendidikan SLTA yaitu sekitar 33 – 36 persen, dan yang terkecil jumlahnya adalah sampel rumah tangga STK yang berpendidikan S2/S3, yaitu sekitar 1 persen.

Persentase sampel rumah tangga STK menurut lapangan usaha selama tahun 2015 secara rata-rata per triwulan terbesar pada lapangan usaha Perdagangan besar dan eceran, Reparasi motor dan perawatan mobil dan sepeda motor, yaitu sekitar 18 persen. Selanjutnya sampel rumah tangga STK terbesar kedua dan ketiga adalah rumah tangga yang tidak bekerja/penerima pendapatan, yaitu sekitar 15 - 17 persen, dan lapangan usaha Industri pengolahan yaitu sekitar 11 - 12 persen. Sedangkan sampel rumah tangga STK yang berasal dari kategori lapangan usaha lainnya kurang dari 10 persen, bahkan jumlah sampel rumah tangga STK yang terkecil jumlahnya  $< 1$  persen pada lapangan usaha Pengadaan Air; Pengadaan Listrik dan Gas; Informasi dan Komunikasi; Real Estat; dan Pertambangan dan Penggalian. (Tabel 4.1.2).

Status pekerjaan sampel rumah tangga STK hampir 55 persen berasal buruh/karyawan/pegawai. Selanjutnya sampel rumah tangga STK berasal dari berusaha sendiri/ dibantu pekerja keluarga sekitar 35 sampai 36 persen, dan jumlah sampel rumah tangga STK terkecil, yaitu sekitar 1 persen adalah mereka yang status pekerjaannya sebagai pekerja lainnya.

**Tabel 4.1.1.**  
**Persentase Sampel Rumah tangga STK, Triwulan IV-2014 s.d. Triwulan III-2015**  
**Menurut Pendapatan Rumah Tangga dan Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan**

<b>Karakteristik Rumah tangga/Responden</b>	<b>Triwulan</b>			
	<b>IV-2014</b>	<b>I-2015</b>	<b>II-2015</b>	<b>III-2015</b>
<b>(1)</b>	<b>(2)</b>	<b>(3)</b>	<b>(4)</b>	<b>(5)</b>
<b>Pendapatan Rumah tangga</b>				
◆ < 2 Juta rupiah	42,08	34,46	35,22	36,64
◆ ≥ 2 Juta rupiah	57,92	62,55	64,78	63,36
<b>Total</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
<b>Pendidikan</b>				
◆ SLTP ke bawah	52,48	46,54	46,73	48,18
◆ SLTA	33,07	36,30	36,10	36,03
◆ Diploma I/II/III	3,47	4,43,	3,95	3,53
◆ Diploma IV/S1	9,33	11,29	11,87	10,97
◆ S2 / S3	1,65	1,44	1,36	1,29
<b>Total</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Diolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2014 dan 2015

**Tabel 4.1.2**  
**Persentase Sampel Rumah tangga STK Menurut Lapangan Usaha dan Status Pekerjaan**  
**Triwulan I-2015 s.d. Triwulan III-2015**

No.	Karakteristik Rumah Tangga	Triwulan		
		I-2015	II-2015	III-2015
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>Lapangan Usaha</b>				
1.	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	9,96	9,93	8,42
2.	Pertambangan dan Penggalian	0,92	0,89	0,82
3.	Industri Pengolahan	12,25	11,74	11,78
4.	Pengadaan Listrik dan Gas	0,44	0,45	0,45
5.	Pengadaan Air	0,25	0,30	0,27
6.	Konstruksi	8,74	8,73	8,40
7.	Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor	18,23	18,06	18,01
8.	Transportasi dan Pergudangan	6,51	6,60	6,67
9.	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	4,13	4,32	4,62
10.	Informasi dan Komunikasi	0,67	0,70	0,82
11.	Jasa Keuangan dan Asuransi	1,41	1,30	1,60
12.	Real Estat	0,78	0,71	0,81
13.	Jasa Perusahaan	1,32	1,28	1,38
14.	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	4,58	4,83	5,25
15.	Jasa Pendidikan	3,71	3,86	3,91
16.	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1,51	1,63	1,58
17.	Jasa Lainnya	8,76	8,56	8,19
18.	Tidak bekerja/ penerima pendapatan	15,82	16,12	17,02
<b>Total</b>		<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
<b>Status Pekerjaan</b>				
1.	Berusaha sendiri/ dibantu Pekerja Keluarga	36,68	36,48	35,86
2.	Berusaha dibantu Pekerja Dibayar	7,67	7,77	7,82
3.	Buruh/Karyawan/Pegawai	54,72	54,13	55,23
4.	Pekerja lainnya	0,93	1,15	1,10
<b>Total</b>		<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Diolah dari Survei Tendensi Konsumen Tahun 2015

#### 4.2. HASIL NILAI INDEKS TENDENSI KONSUMEN (ITK) TAHUN 2015

Perkembangan kondisi ekonomi konsumen sangat dipengaruhi kondisi bisnis yang tumbuh melemah (stagnan) pada tahun 2015. Dari sisi persepsi konsumen sebagai pelaku konsumsi terhadap perekonomian, pelemahan kondisi bisnis tersebut, berdampak terhadap daya beli konsumen yang juga menurun. Hal ini ditunjukkan pada nilai indeks tendensi konsumen yang tumbuh sedikit diatas 100.(nilai ITK sebesar 100,87). Tingkat optimisme konsumen di triwulan I-2015 lebih rendah dibandingkan triwulan IV-2014 (nilai ITK sebesar 107,62). Meski pemerintah menurunkan harga BBM bersubsidi awal Januari 2015, diduga dampak dari kebijakan pemerintah yang menaikkan harga BBM pada November 2014 menjadi salah satu faktor penyebabnya. Hal tersebut telah menyebabkan inflasi yang tinggi pada bulan November 2014 (inflasi sebesar 1,5 persen) dan bulan Desember 2014 (inflasi sebesar 2,46 persen). Disamping itu, penurunan harga BBM bersubsidi awal Januari 2015 tidak mampu menurunkan harga-harga yang terlanjur naik, seperti tarif angkutan dalam kota dan beberapa harga pangan.

Kondisi ekonomi konsumen pada triwulan II-2015 meningkat dibandingkan triwulan sebelumnya, yaitu nilai ITK sebesar 105,22. Namun tingkat optimisme konsumen di triwulan II-2015 lebih tinggi dibandingkan triwulan I-2015 (nilai ITK sebesar 100,87). Perbaikan kondisi ekonomi konsumen tersebut diduga salah satu diantaranya didorong oleh adanya puasa bulan Ramadhan yang dimulai pada pertengahan bulan Juni 2015. Masyarakat melakukan peningkatan konsumsi selama bulan puasa, meski kenaikan harga masih tetap tinggi (inflasi April sebesar 0,36 persen, inflasi Mei sebesar 0,5 persen dan inflasi Juni sebesar 0,54 persen). Pada triwulan yang sama kondisi bisnis Indonesia mulai melambat sebagai akibat dari dampak krisis global, dan nilai tukar rupiah yang terus melemah terhadap dolar Amerika, sehingga permintaan barang dan jasa dalam dan luar negeri menurun. Dampak dari kurs rupiah yang melemah terhadap dolar Amerika juga tercermin pada pengurangan jumlah/target produksi dan jumlah pekerja (terjadi pemutusan hubungan kerja/PHK). Sementara konsumen semakin terbebani dengan meningkatnya harga-harga pangan, listrik, dan gas elpiji.

Kondisi ekonomi konsumen pada triwulan III-2015 meningkat dibandingkan triwulan sebelumnya (nilai ITK sebesar 109,00). Peningkatan tersebut diduga karena adanya Hari Raya Idul Fitri dan Idul Adha pada bulan Juli dan September (triwulan yang sama) sehingga memicu peningkatan pengeluaran konsumen dibandingkan triwulan sebelumnya. Pendapatan konsumen juga akan meningkat karena adanya tambahan

pendapatan dari THR (Tunjangan Hari Raya). Naiknya harga-harga bahan makanan dan non makanan dan tarif angkutan ikut mendongkrak inflasi (inflasi Juli sebesar 0,93 persen, inflasi Agustus sebesar 0,39 persen, dan September terjadi deflasi sebesar (-0,05 persen). Peningkatan konsumsi oleh konsumen untuk keperluan Hari Raya tidak sebesar peningkatan konsumsi dibandingkan tahun sebelumnya. Setelah hari raya Idul Fitri diduga terjadi pelemahan daya beli, dan perlambatan pertumbuhan ekonomi, sementara nilai rupiah semakin melemah terhadap dolar Amerika. Beberapa paket kebijakan ekonomi yang dijalankan pemerintah diharapkan dapat memperbaiki kondisi ekonomi secara umum sehingga kondisi ekonomi konsumen juga turut meningkat.

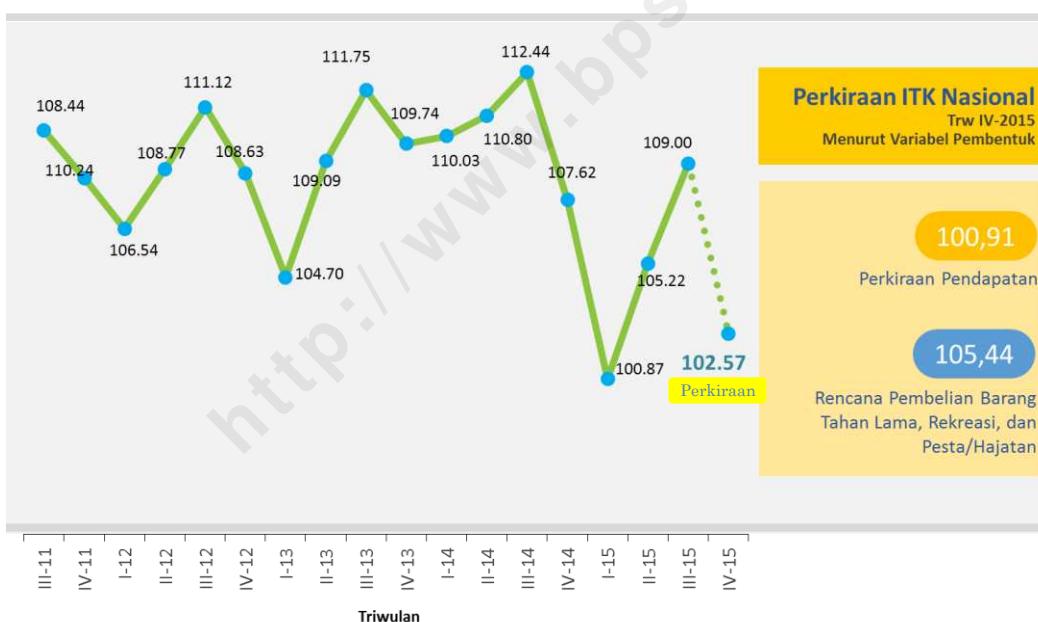
**Tabel 4.2**  
**Perkembangan Nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK)**  
**Periode Triwulan I-2002 s.d Triwulan IV-2015<sup>\*)</sup>**

<b>Tahun</b>	<b>Nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK)</b>			
	<b>Trw I</b>	<b>Trw II</b>	<b>Trw III</b>	<b>Trw IV</b>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>2002</b>	113,75	116,65	119,96	120,28
<b>2003</b>	105,87	117,28	114,17	121,73
<b>2004</b>	113,31	118,03	112,77	110,36
<b>2005</b>	96,72	98,68	93,20	94,43
<b>2006</b>	96,01	109,77	109,16	106,96
<b>2007</b>	106,93	105,78	109,48	106,10
<b>2008</b>	95,01	93,84	102,53	100,93
<b>2009</b>	102,15	106,42	107,79	104,76
<b>2010</b>	102,58	105,32	110,67	101,09
<b>2011</b>	102,42	106,36	110,24	108,44
<b>2012</b>	106,54	108,77	111,12	108,63
<b>2013</b>	104,70	108,02	112,02	109,64
<b>2014</b>	110,03	110,76	112,44	107,62
<b>2015</b>	100,87	105,22	109,00	102,57 <sup>*)</sup>

Catatan : <sup>\*)</sup>Angka Perkiraan Triwulan IV-2015

Pada Triwulan IV-2015 mendatang diperkirakan kondisi ekonomi konsumen akan meningkat (nilai ITK sebesar 102,57). Namun, tingkat optimisme konsumen pada triwulan IV-2015 diperkirakan lebih rendah dari triwulan sebelumnya (nilai ITK sebesar 109,00). Peningkatan kondisi ekonomi konsumen tersebut diduga akan didorong oleh perkiraan peningkatan konsumsi masyarakat menjelang hari Natal dan Tahun Baru. Diperkirakan akan terjadi kenaikan harga-harga barang dan jasa sehingga kemampuan daya beli masyarakat akan masih melemah. Faktor lain yang mendukung adalah nilai mata uang rupiah yang mulai menguat dan para pelaku pasar mulai merespon positif paket kebijakan ekonomi yang akan dijalankan pemerintah (Menteri Koordinator Bidang Perekonomian). Kebijakan ekonomi yang di canangkan pemerintah diperkirakan akan mulai terealisasi, namun belum berdampak secara signifikan terhadap konsumen. Secara visual, perkembangan ITK periode tahun 2013-2015 disajikan pada Gambar 4.2.

**Gambar 4.2.  
Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan III-2011 s.d. IV-2015<sup>\*)</sup>**



Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2011-2015

Catatan : <sup>\*)</sup>Angka Perkiraan ITK Triwulan IV-2015

#### 4.3. INDEKS TENDENSI KONSUMEN (ITK) TAHUN 2015 NASIONAL DAN PROVINSI MENURUT VARIABEL/KOMPONEN PEMBENTUKNYA

Secara umum tingkat optimisme rumah tangga terhadap ekonomi selama tahun 2015 meningkat dibandingkan tahun 2014. Peningkatan nilai ITK (Triwulan IV-2014 sampai dengan Triwulan III-2015) disebabkan oleh peningkatan pendapatan rumah tangga, peningkatan konsumsi makanan dan bukan makanan, walau sedikit adanya pengaruh inflasi yang mempengaruhi konsumsi beberapa komoditi makanan dan bukan makanan (Tabel 4.3.1).

ITK Nasional pada Triwulan I-2015 sebesar 100,87, artinya kondisi ekonomi konsumen meningkat dibandingkan triwulan sebelumnya (nilai ITK IV-2014 sebesar 107,62). Namun dilihat dari optimis konsumen terhadap kondisi ekonomi di Triwulan I-2015 lebih rendah dibandingkan Triwulan IV-2014. Hal ini sejalan dengan kondisi bisnis yang menurun pada Triwulan I-2015. Perlambatan ekonomi konsumen diduga disebabkan pendapatan rumah tangga yang menurun (nilai indeks sebesar 96,63) dan tingkat konsumsi terhadap beberapa komoditi makanan dan bukan makanan yang relatif stagnan (100,65), sementara pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi tidak berpengaruh (ITK 109,00).

**Tabel 4.3.1.**  
**Nilai Indeks Tendensi Konsumen dan Variabel Pembentuknya**  
**Triwulan IV- 2014 s.d. Triwulan III-2015**

<b>Variabel Pembentuk ITK</b>	<b>Triwulan</b>			
	<b>IV-2014</b>	<b>I-2015</b>	<b>II-2015</b>	<b>III-2015</b>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Pendapatan rumah tangga	106,10	96,63	104,39	108,44
Pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi	106,32	109,00	105,69	108,05
Tingkat konsumsi bahan makanan, makanan jadi di restoran/rumah makan, dan bukan makanan (pakaian, perumahan, pendidikan, transportasi, komunikasi, kesehatan, rekreasi)	112,96	100,65	106,59	111,56
<b>Nilai ITK</b>	<b>107,62</b>	<b>100,87</b>	<b>105,22</b>	<b>109,00</b>

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2014 dan 2015

Krisis ekonomi global sangat berdampak terhadap perekonomian di dalam negeri, hal ini terlihat dari menurunnya harga minyak dunia, dan melemahnya kurs nilai rupiah terhadap dolar Amerika, berakibat pada meningkatnya harga-harga kebutuhan pokok dan transportasi. Walaupun pemerintah menurunkan harga BBM awal Januari

2015, tetapi kenaikan harga BBM di bulan November 2014 telah melemahkan kondisi ekonomi Indonesia di Triwulan pertama tahun 2015.

Kondisi ekonomi yang relatif stagnan pada Triwulan I-2015 (nilai ITK 100,87) di tingkat nasional terjadi karena adanya peningkatan kondisi ekonomi konsumen di 13 provinsi (39,39 persen), meskipun terjadi penurunan kondisi ekonomi konsumen di 20 provinsi lainnya. Provinsi yang memiliki nilai ITK tertinggi adalah Provinsi Jawa Barat (nilai ITK sebesar 104,43, sedangkan Provinsi Riau tercatat memiliki nilai ITK terendah, yaitu sebesar 90,72).

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) nasional Triwulan II-2015 sebesar 105,22 artinya kondisi ekonomi konsumen meningkat dibanding triwulan sebelumnya. Tingkat optimisme konsumen juga lebih tinggi dibandingkan triwulan sebelumnya (nilai indeks sebesar 100,87). Kondisi ini didorong oleh peningkatan pada semua komponen indeks, yaitu meningkatnya pendapatan rumah tangga (nilai indeks sebesar 104,39), rendahnya pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi nilai indeks sebesar 105,69), dan tingkat konsumsi yang meningkat (nilai indeks sebesar 106,59).

Meningkatnya kondisi ekonomi konsumen Triwulan II-2015 di tingkat nasional terjadi karena adanya peningkatan kondisi ekonomi konsumen di semua provinsi, kecuali provinsi Kepulauan Bangka Belitung (nilai ITK sebesar 97,90) dan provinsi Jambi (nilai ITK sebesar 99,57). Terdapat 17 provinsi (51,51 persen) dari 33 provinsi di seluruh Indonesia yang memiliki angka indeks diatas nasional. Provinsi yang memiliki nilai ITK tertinggi adalah D.I. Yogyakarta (nilai ITK sebesar 111,73). Sedangkan Provinsi yang memiliki nilai ITK terendah adalah Kepulauan Bangka Belitung (nilai ITK sebesar 97,90).

Kondisi ekonomi konsumen secara nasional pada Triwulan III-2015 meningkat. Hal ini terindikasi dari nilai ITK Triwulan III-2015 sebesar 109,00, artinya kondisi ekonomi konsumen meningkat dibanding triwulan sebelumnya. Tingkat optimisme konsumen juga lebih tinggi dari triwulan sebelumnya (nilai indeks sebesar 105,22). Kondisi ini didorong oleh peningkatan pada semua komponen indeks, yaitu meningkatnya pendapatan rumah tangga (nilai indeks sebesar 108,44), rendahnya pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi (nilai indeks sebesar 108,05), dan tingkat konsumsi yang meningkat (nilai indeks sebesar 111,56).

Meningkatnya kondisi ekonomi konsumen di Triwulan III-2015 di tingkat nasional terjadi karena adanya peningkatan kondisi ekonomi konsumen di semua provinsi. Terdapat 14 provinsi (42,42 persen) dari 33 provinsi di seluruh Indonesia yang memiliki angka indeks diatas nasional. Provinsi yang memiliki nilai ITK tertinggi adalah Provinsi Jawa Timur (nilai ITK sebesar 115,98), sementara provinsi Sulawesi Utara memiliki nilai ITK terendah, yaitu sebesar 100,28.

Indeks Tendensi Konsumen (ITK) nasional pada Triwulan IV-2015 diperkirakan sebesar 102,57, artinya kondisi ekonomi konsumen diperkirakan akan meningkat dibandingkan triwulan sebelumnya. Tingkat optimisme konsumen diperkirakan lebih rendah dibandingkan Triwulan III-2015 (nilai ITK sebesar 109,00). Perkiraan meningkatnya kondisi ekonomi konsumen didorong oleh peningkatan pendapatan rumah tangga mendatang (nilai indeks sebesar 100,91) dan rencana pembelian barang tahan lama, rekreasi, dan pesta/hajatan (nilai indeks sebesar 105,44). (Tabel 4.3.2)

Perkiraan membaiknya kondisi ekonomi konsumen pada Triwulan IV-2015 di Indonesia terjadi pada 26 provinsi, dan 7 provinsi mengalami penurunan kondisi konsumen. Terdapat 18 provinsi diantaranya (54,54 persen) diperkirakan memiliki nilai indeks di atas nasional. Provinsi yang memiliki perkiraan nilai ITK tertinggi adalah Provinsi Bali (nilai ITK sebesar 114,82), dan nilai ITK terendah di Provinsi Riau (nilai ITK sebesar 93,93).

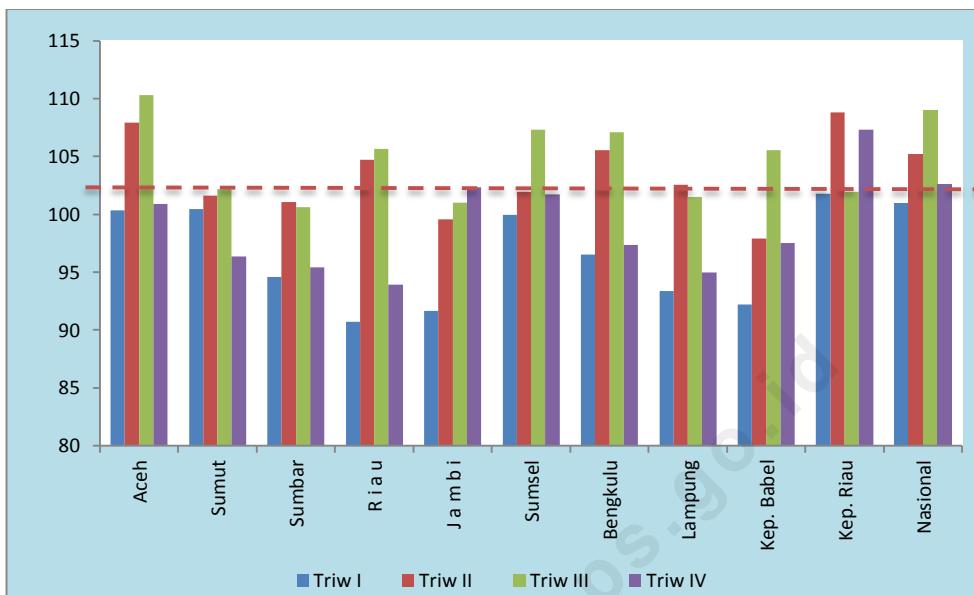
**Tabel 4.3.2.**  
**Perkiraan Nilai Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan IV-2015**  
**Menurut Variabel Pembentuknya**

Variabel Pembentuk ITK	Trw IV-2015
(1)	(2)
Perkiraan pendapatan rumah tangga	100,91
Rencana pembelian barang-barang tahan lama (elektronik, perhiasan, perangkat komunikasi, meubelair, peralatan rumah tangga, kendaraan bermotor, tanah, rumah), rekreasi, dan pesta/hajatan	105,44
<b>Nilai ITK</b>	<b>102,57</b>

Sumber : Diolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2015

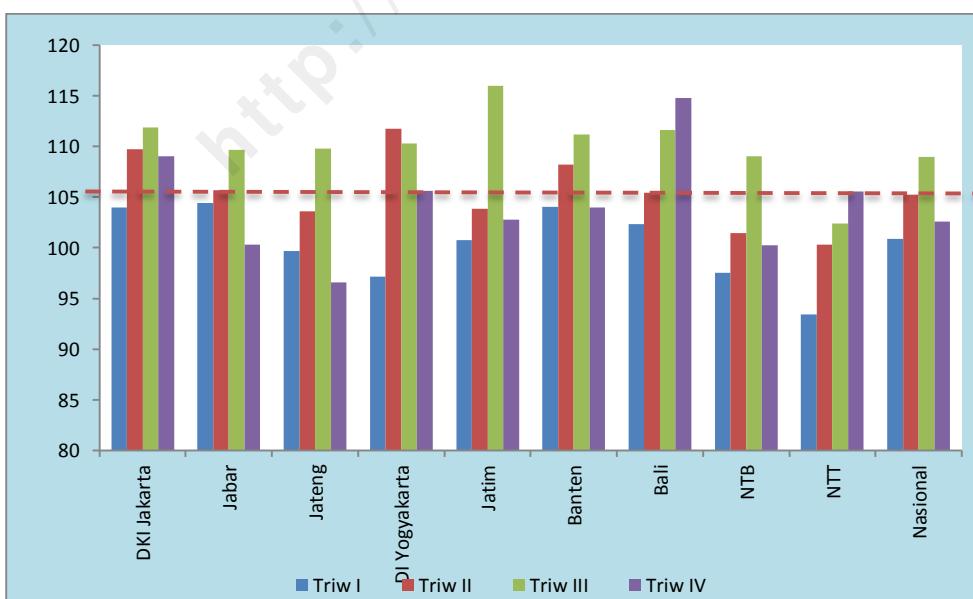
## INDEKS TENDENSI KONSUMEN (ITK) TAHUN 2015

**Gambar 4.3a**  
**Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan I – 2015 s.d. Triwulan IV-2015<sup>a)</sup>**  
**di Pulau Sumatera**



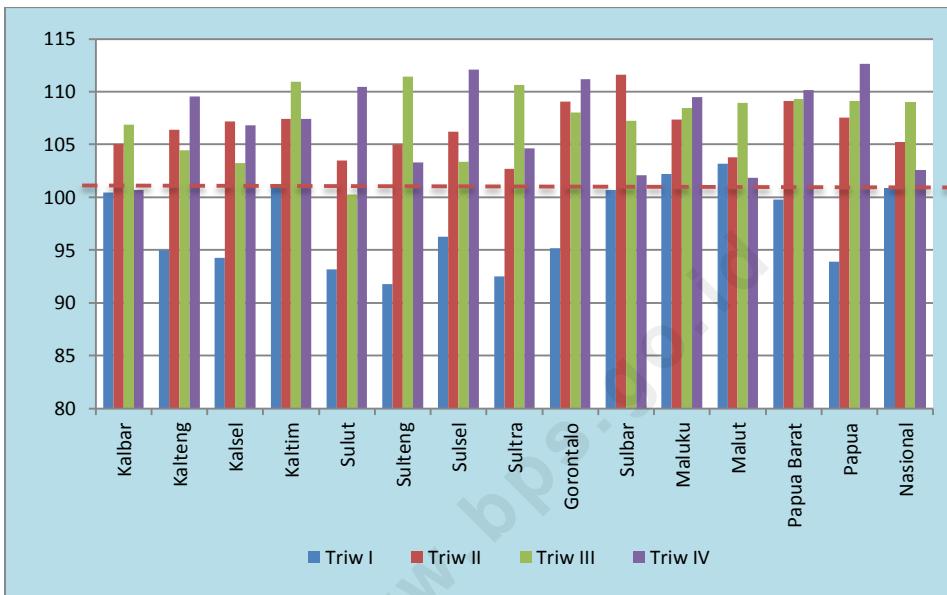
<sup>a)</sup> Angka Perkiraan ITK Trw IV-2015.

**Gambar 4.3b**  
**Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan I – 2015 s.d. Triwulan IV 2015<sup>a)</sup>**  
**di Pulau Jawa, Bali, dan Nustra**



\*) Angka Perkiraan ITK Trw IV-2015.

**Gambar 4.3c**  
**Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan I – 2015 s.d. Triwulan IV 2015<sup>\*)</sup>**  
**di Pulau Kalimantan, Sulawesi, Maluku dan Papua**



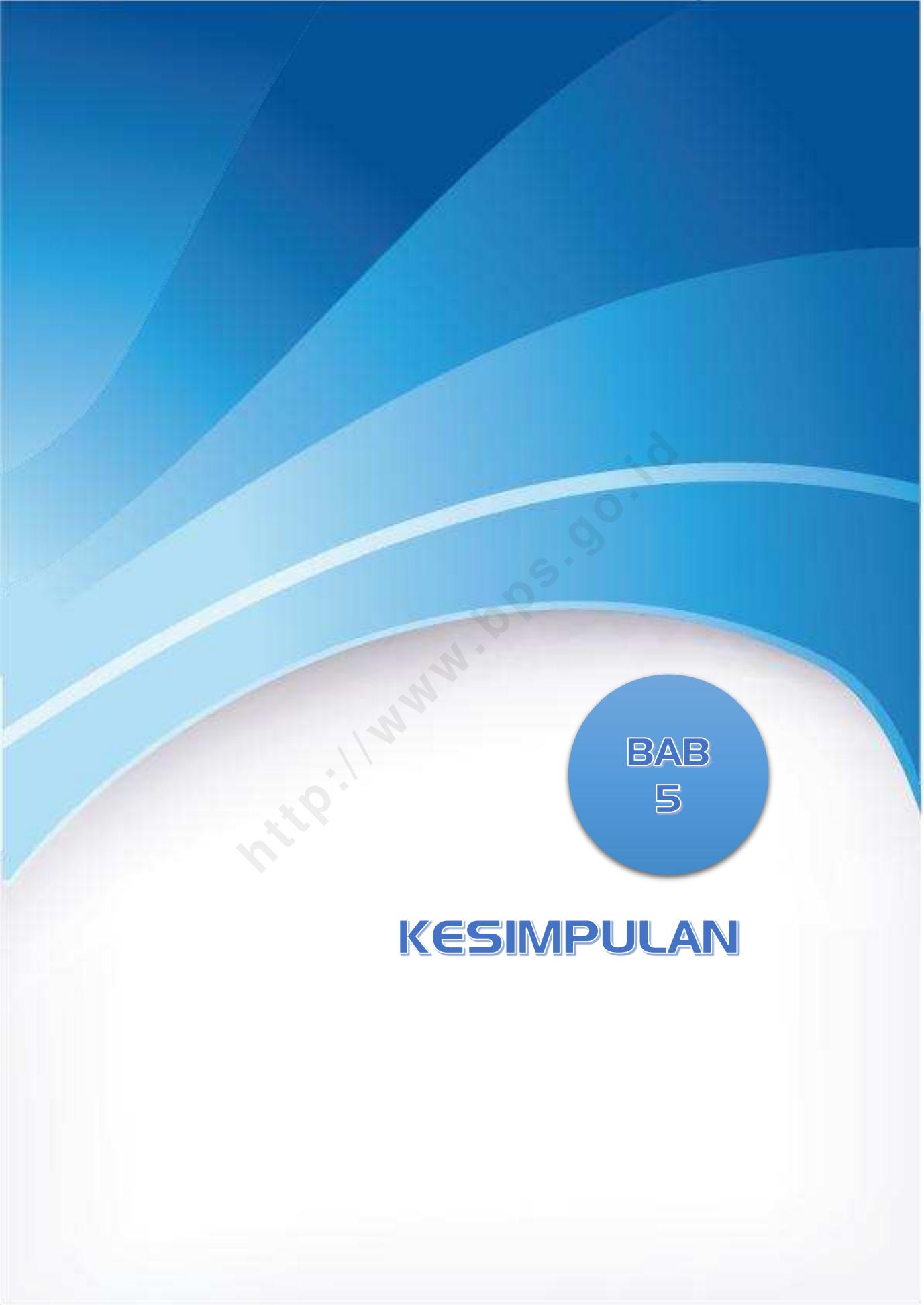
\*) Angka Perkiraan ITK Trw IV-2015

**Tabel 4.3.3.**  
**Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Triwulan I-2015 s.d. Triwulan IV-2015<sup>\*</sup>**  
**Menurut Provinsi**

Provinsi	Triwulan			
	I-2015	II-2015	III-2015	IV-2015 <sup>*</sup>
	(1)	(2)	(3)	(4)
Aceh	100,33	107,92	110,29	100,92
Sumatera Utara	100,48	101,60	102,17	96,37
Sumatera Barat	94,58	101,07	100,61	95,44
Riau	90,72	104,74	105,65	93,93
Jambi	91,66	99,57	101,02	102,32
Sumatera Selatan	99,97	101,97	107,31	101,70
Bengkulu	96,54	105,55	107,07	97,34
Lampung	93,38	102,57	101,51	94,99
Kep. Bangka Belitung	92,19	97,90	105,54	97,53
Kepulauan Riau	101,80	108,82	101,92	107,31
DKI Jakarta	103,97	109,71	111,88	109,06
Jawa Barat	104,43	105,67	109,69	100,32
Jawa Tengah	99,71	103,60	109,81	96,61
DI Yogyakarta	97,18	111,73	110,33	105,65
Jawa Timur	100,75	103,88	115,98	102,81
Banten	104,07	108,19	111,21	103,96
Bali	102,36	105,42	111,66	114,82
Nusa Tenggara Barat	97,50	101,43	109,07	100,24
Nusa Tenggara Timur	93,45	100,30	102,42	105,56
Kalimantan Barat	100,44	105,05	106,86	100,71
Kalimantan Tengah	94,98	106,37	104,46	109,56
Kalimantan Selatan	94,25	107,21	103,25	106,80
Kalimantan Timur	101,03	107,40	110,92	107,42
Sulawesi Utara	93,15	103,46	100,28	110,45
Sulawesi Tengah	91,78	105,03	111,42	103,29
Sulawesi Selatan	96,29	106,24	103,38	112,09
Sulawesi Tenggara	92,52	102,70	110,64	104,64
Gorontalo	95,18	109,08	108,02	111,20
Sulawesi Barat	100,69	111,64	107,24	102,09
Maluku	102,18	107,38	108,48	109,47
Maluku Utara	103,19	103,81	108,94	101,82
Papua Barat	99,77	109,12	109,31	110,15
Papua	93,88	107,57	109,13	112,65
<b>Indonesia</b>	<b>100,87</b>	<b>105,22</b>	<b>109,00</b>	<b>102,57</b>

Sumber : Dolah dari Survei Tendensi Konsumen tahun 2015

Catatan: <sup>\*)</sup> Angka Perkiraan ITK Trw IV-2015



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

BAB  
5

## KESIMPULAN



## V. KESIMPULAN

### 5.1. INDEKS TENDENSI BISNIS TAHUN 2015

- Secara umum kondisi bisnis per triwulan tahun 2015 di Indonesia menurut persepsi pengusaha mengalami peningkatan, kecuali pada triwulan I-2015 mengalami penurunan kondisi bisnis. Tingkat optimisme pelaku bisnis per triwulan tahun 2015 lebih rendah dibandingkan dengan triwulan yang sama tahun sebelumnya.
- Kondisi bisnis pada triwulan I-2015 menurun (nilai ITB sebesar 96,30) dibandingkan triwulan sebelumnya, karena terjadinya penurunan kondisi bisnis pada 10 dari 17 lapangan usaha. Penurunan tersebut juga disebabkan oleh menurunnya semua variabel pembentuknya, yaitu pendapatan usaha (nilai indeks sebesar 96,30), kapasitas produksi/usaha (nilai indeks sebesar 95,06), dan rata-rata jumlah jam kerja (nilai indeks sebesar 95,13). Tingkat optimisme pelaku bisnis lebih rendah dibandingkan triwulan sebelumnya (nilai ITB sebesar 104,07).
- Kondisi bisnis pada triwulan II-2015 meningkat (nilai ITB sebesar 105,46) dibandingkan triwulan sebelumnya, karena terjadinya peningkatan kondisi bisnis di semua lapangan usaha, kecuali lapangan usaha Pertambangan dan Penggalian (nilai ITB sebesar 94,39). Peningkatan tersebut juga disebabkan oleh meningkatnya semua variabel pembentuknya, yaitu pendapatan usaha (nilai indeks sebesar 107,04), kapasitas produksi/usaha (nilai indeks sebesar 107,36), dan rata-rata jumlah jam kerja (nilai indeks sebesar 103,35). Tingkat optimisme pelaku bisnis lebih tinggi dibandingkan triwulan sebelumnya (nilai ITB sebesar 96,30).
- Kondisi bisnis pada triwulan III-2015 meningkat (nilai ITB sebesar 106,04) dibandingkan triwulan sebelumnya, karena terjadinya peningkatan kondisi bisnis di sebagian besar lapangan usaha, kecuali lapangan usaha Pertanian, Kehutanan dan Perikanan (nilai ITB sebesar 99,57); Pertambangan dan Penggalian (nilai ITB sebesar 96,18); dan Industri Pengolahan (nilai ITB sebesar 99,26). Peningkatan tersebut juga disebabkan oleh peningkatan semua variabel pembentuknya, yaitu pendapatan usaha (nilai indeks sebesar 108,20), kapasitas produksi/usaha (nilai indeks sebesar 104,95), dan rata-rata jumlah jam kerja (nilai indeks sebesar 104,71). Tingkat optimisme pelaku

bisnis lebih tinggi dibandingkan triwulan sebelumnya (nilai ITB sebesar 105,46).

- Perkiraan kondisi bisnis pada triwulan IV-2015 akan meningkat (nilai ITB sebesar 103,72) dibandingkan triwulan sebelumnya, karena terjadi peningkatan perkiraan kondisi bisnis semua lapangan usaha, kecuali lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan (nilai ITB sebesar 98,80) serta Pertambangan dan Penggalian (nilai ITB sebesar 97,53). Perkiraan peningkatan tersebut juga disebabkan oleh peningkatan pada semua variabel pembentuknya, yaitu order dari dalam negeri (nilai indeks sebesar 104,59), harga jual produk (nilai indeks sebesar 108,10), dan order barang input (nilai indeks sebesar 104,42), kecuali variabel order dari luar negeri (nilai indeks sebesar 94,76). Tingkat optimisme pelaku bisnis diperkirakan lebih rendah dibandingkan triwulan sebelumnya (nilai ITB sebesar 106,04).
- Lapangan usaha yang selalu optimis per triwulan selama tahun 2015 (nilai ITB diatas 100) terjadi pada 6 lapangan usaha, yaitu Pengadaan Air, Informasi dan Komunikasi, Jasa Keuangan dan Asuransi, Real Estat, Jasa Pendidikan, serta Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial.
- Lapangan usaha yang selalu pesimis per triwulan selama tahun 2015 (nilai ITB lebih kecil dari 100) selama tahun 2015 adalah kategori lapangan usaha Pertambangan dan Penggalian.
- Lapangan usaha dengan peningkatan kondisi bisnis tertinggi per triwulan selama tahun 2015 terjadi pada lapangan usaha Pertanian, Kehutanan dan Perikanan (nilai ITB triwulan I-2015 dan triwulan II-2015 berturut-turut sebesar 106,75 dan 111,90); Transportasi dan Pergudangan (nilai ITB triwulan III-2015 sebesar 112,02), dan Administrasi Pemerintahan, Pertahanan, dan Jaminan Wajib Sosial (nilai perkiraan ITB triwulan IV-2015 sebesar 116,36).

## 5.2. INDEKS TENDENSI KONSUMEN TAHUN 2015

- Secara umum kondisi ekonomi konsumen per triwulan tahun 2015 di Indonesia menurut persepsi rumah tangga mengalami peningkatan. Tingkat optimisme konsumen per triwulan tahun 2015 lebih rendah dibandingkan dengan triwulan yang sama tahun sebelumnya.
- Kondisi ekonomi konsumen pada triwulan I-2015 relatif stagnan (nilai ITK sebesar 100,87) dibandingkan triwulan sebelumnya, karena peningkatan kondisi ekonomi konsumen hanya terjadi di 13 provinsi (nilai ITK diatas 100) meskipun 8 provinsi diantaranya memiliki indeks diatas nasional. Kondisi ekonomi konsumen yang relatif stagnan juga disebabkan oleh penurunan pendapatan rumah tangga (nilai indeks sebesar 96,63) dan tingkat konsumsi yang relatif stagnan (nilai indeks sebesar 100,65), sementara tidak ada pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi (nilai indeks sebesar 109,00). Tingkat optimisme konsumen lebih rendah dibandingkan triwulan sebelumnya (nilai ITK sebesar 107,62).
- Kondisi ekonomi konsumen pada triwulan II-2015 meningkat (nilai ITK sebesar 105,22) dibandingkan triwulan sebelumnya, karena adanya peningkatan kondisi ekonomi konsumen di 31 provinsi dimana 17 provinsi diantaranya memiliki nilai indeks diatas nasional. Perbaikan kondisi ekonomi konsumen juga disebabkan oleh peningkatan pendapatan rumah tangga (nilai indeks sebesar 104,39), tingkat konsumsi yang meningkat (nilai indeks sebesar 106,59), dan rendahnya pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi (nilai indeks sebesar 105,69). Tingkat optimisme konsumen lebih tinggi dibandingkan triwulan sebelumnya (nilai ITK sebesar 100,87).
- Kondisi ekonomi konsumen pada triwulan III-2015 meningkat (nilai ITK sebesar 109,00) dibandingkan triwulan sebelumnya, karena adanya peningkatan kondisi ekonomi konsumen di semua provinsi dimana 14 provinsi diantaranya memiliki indeks diatas nasional. Perbaikan kondisi ekonomi konsumen disebabkan oleh meningkatnya pendapatan rumah tangga (nilai indeks sebesar 108,44), tingkat konsumsi yang meningkat (nilai indeks sebesar 111,56), dan rendahnya pengaruh inflasi terhadap tingkat konsumsi (nilai indeks sebesar 108,05). Tingkat optimisme konsumen lebih tinggi dibandingkan triwulan sebelumnya (nilai ITK sebesar 105,22).

- Perkiraan kondisi ekonomi konsumen pada triwulan IV-2015 akan meningkat (nilai ITK sebesar 102,57), karena adanya peningkatan kondisi ekonomi konsumen di 27 provinsi dimana 18 provinsi diantaranya memiliki indeks diatas nasional. Perbaikan kondisi ekonomi konsumen diperkirakan disebabkan oleh meningkatnya rencana pembelian barang tahan lama, rekreasi dan pesta/hajatan (nilai indeks sebesar 105,44), meskipun perkiraan pendapatan rumah tangga relatif stagnan (nilai indeks sebesar 100,91). Tingkat optimisme konsumen diperkirakan akan lebih rendah dibandingkan triwulan sebelumnya (nilai ITK sebesar 109,00).
- Konsumen yang memiliki optimisme tertinggi per triwulan tahun 2015 terdapat di provinsi-provinsi di pulau Jawa dan Bali, yaitu provinsi Jawa Barat pada triwulan I-2015 (nilai ITK sebesar 104,43), D.I. Yogyakarta pada triwulan II-2015 (nilai ITK sebesar 111,73), provinsi Jawa Timur pada triwulan III-2015 (nilai ITK sebesar 115,98), dan provinsi Bali pada perkiraan triwulan IV-2015 (nilai perkiraan ITK sebesar 114,82).
- Konsumen yang memiliki pesimisme terendah per triwulan tahun 2015 terdapat di provinsi-provinsi yang berada di luar pulau Jawa, yaitu provinsi Riau pada triwulan I-2015 (nilai ITK sebesar 90,72), provinsi Kepulauan Bangka Belitung pada triwulan II-2015 (nilai ITK sebesar 97,90), provinsi Sulawesi Utara pada triwulan III-2015 (nilai ITK sebesar 100,28), dan provinsi Riau pada perkiraan triwulan IV-2015 (nilai perkiraan ITK sebesar 93,93).
- Konsumen yang selalu optimis setiap triwulan selama tahun 2015 dan memiliki optimisme yang lebih tinggi di atas nasional terdapat di 4 provinsi, yaitu DKI Jakarta, Banten, Bali, dan Kalimantan Timur.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bank Indonesia. 2015. Informasi Kurs Rupiah terhadap Dollar Amerika. [[http://www.bi.go.id/informasi\\_kurs\\_rupiah\\_terhadap\\_dollar\\_Amerika](http://www.bi.go.id/informasi_kurs_rupiah_terhadap_dollar_Amerika)]. Diakses 5 Oktober 2015.
- Badan Pusat Statistik. 1976-1991. Indikator Pendahulu di Indonesia, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 1996. Studi Pendahuluan Penyusunan Sistem Pemantauan beberapa Indikator Dini, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 1997. Studi Pendahuluan Penyusunan Sistem Pemantauan beberapa Indikator Dini, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 1998. Sistem Pemantauan Beberapa Indikator Dini: Dalam Rangka Pengembangan Sistem Monitoring Ekonomi Makro Jangka Pendek, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2000. Sistem Pemantauan Beberapa Indikator Dini Ringkasan Metodologi 2000, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2001. Indikator Fundamental Ekonomi Indonesia, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2006. Analisis Indikator Pendahulu Tahun 2006, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2010. Analisis Indikator Pendahulu Tahun 2010, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2002-2014. Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2015. Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan IV-2014, Berita Resmi Statistik 2015. Edisi 5 Februari 2015
- Badan Pusat Statistik. 2015. Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan I-2015, Berita Resmi Statistik 2015. Edisi 5 Mei 2015
- Badan Pusat Statistik. 2015. Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan II-2015, Berita Resmi Statistik 2015. Edisi 5 Agustus 2015
- Badan Pusat Statistik. 2015. Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan III-2015, Berita Resmi Statistik 2015. Edisi 5 November 2015

Badan Pusat Statistik. 2015. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan I-2015, Berita Resmi Statistik 2015. Edisi 5 Mei 2015

Badan Pusat Statistik. 2015. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2015, Berita Resmi Statistik 2015. Edisi 5 Agustus 2015

Badan Pusat Statistik. 2015. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan III-2015, Berita Resmi Statistik 2015. Edisi 5 November 2015

Badan Pusat Statistik. 2015. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2014, Berita Resmi Statistik 2015. Edisi 5 Februari 2015

Badan Pusat Statistik. 2015. Perkembangan Indeks Harga Konsumen/Inflasi Oktober 2015, Berita Resmi Statistik 2015. Edisi 2 November 2015

Badan Pusat Statistik. 2015. PDB dan Pertumbuhan Ekonomi Triwulan III-2015. Publikasi Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi. Edisi 66, November 2015. Hal 19-32.

Badan Pusat Statistik. 2015. Perkembangan bulanan inflasi (s.d. Oktober 2015). Publikasi Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi, Edisi 66, November 2015. Hal 14-18.

Badan Pusat Statistik. 2015. Ekspor-Impor (s.d. September 2015). Publikasi Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi, Edisi 66, November 2015. Hal 33-44.

James Medoff dan Ronald Sellers. 2004. Labor's Capital, Business Confidence, and the Market for Loanable Funds, Oktober 2004.

The Conference Board. 1990. A monthly Report from the Consumer Research Confidence Survey. The Conference Board.

## **TIM PENYUSUN**

Penanggung Jawab/

Pengarah : Dr. Margo Yuwono, S.Si., M.Si

Editor : 1.Harmawanti Marhaeni, M.Sc

2. Rustam, SE, MSE

Penulis : 1. Kartiana Siregar, S.Si

Pengolah Data : 1. Dyah Retno P.

2. Fera Kurniawati, S.ST

Perapihan Naskah : Taufan Tirtayasa



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

## **LAMPIRAN**



Kuesioner STB Triwulan III-2015

SURVEI TENDENSI BISNIS	
Lapangan Usaha (Kategori) : Pertambangan dan Penggalian (B), Industri Pengolahan (C), Pengadaan Listrik dan Gas (D), dan Pengadaan Air (E) Triwulan III – 2015	
1. Tujuan: untuk memperoleh indikasi umum mengenai kondisi perusahaan atau bisnis. 2. Hafiz survai untuk menyusun Indeks Tendensi Bisnis 3. Informasi perusahaan dijamin kerahasiaannya 4. Kewajiban memberikan keterangan dan kerahasiaan data yang diberikan dijamin Undang-Undang Nomor 16 tahun 1997. 5. Survey ini tidak ada hubungan dengan pajak.	
<b>I. INFORMASI UMUM</b>	
1. Provinsi	
2. Kabupaten/Kota	
3. Kecamatan	
4. Desa/Kelurahan	
5. NUP /lihat STB15-DSP)	
6. Nama Perusahaan	
7. NPWP Perusahaan	
8. Alamat Perusahaan	
9. Kegiatan Utama (Tuliskan dgjn rincii)	KBLI 2009 (kode 2 digit)
10. Komposisi Kepemilikan Modal/Saham:	1. Asing : .....% 2. Domestik : .....%
11. Nama Pejabat yang Menjawab	
12. Jabatan	
13. Nomor Telepon	
14. Nomor Faximili	
15. Alamat Email	
16. Produk utama yang dihasilkan: (Tuliskan secara rinci)	
17. Jumlah Karyawan pada akhir tahun 2014	
a. Total Karyawan	: ..... orang
b. Komposisi Karyawan Tetap	: .....%
18. Total Penjualan selama tahun 2014 : .....juta rupiah	
19. Persentase Nilai Ekspor dari Total	: .....%
20. Persentase Nilai Impor dari Total Barang Input selama Tahun 2014	: .....%
21. Total Volume Produksi produk utama selama Tahun 2014	: ..... (cantumkan satuan)
<b>II. KEGIATAN USAHA</b>	
1. Volume pesanan dari Dalam Negeri triwulan III-2015 dibandingkan triwulan II-2015	Meningkat -1 <input type="checkbox"/> Tetap <input checked="" type="checkbox"/> Menurun -3
2. Volume pesanan dari Luar Negeri triwulan III-2015 dibandingkan triwulan II-2015	Meningkat -1 <input type="checkbox"/> Tetap <input checked="" type="checkbox"/> Menurun -3
3. Volume total pesanan triwulan III-2015 dibandingkan triwulan II-2015	Meningkat -1 <input type="checkbox"/> Tetap <input checked="" type="checkbox"/> Menurun -3
4. Volume total pesanan triwulan III-2015 (dibandingkan biasanya)	Di atas normal -1 <input type="checkbox"/> Normal <input checked="" type="checkbox"/> Di bawah normal -3
5. Volume pesanan dari Luar Negeri triwulan III-2015 (dibandingkan biasanya)	Di atas normal -1 <input type="checkbox"/> Normal <input checked="" type="checkbox"/> Di bawah normal -3
6. Penerimaan barang pesanan input triwulan III-2015 (dibandingkan ladiwal)	Lebih cepat -1 <input type="checkbox"/> Sesuai <input checked="" type="checkbox"/> Lebih lambat -3
7. Persentase kapasitas produksi terpakai e) : .....%	
8. Persentase kapasitas produksi terpakai secara normal f): .....%	
a) Kondisi normal adalah kondisi ketika tidak terjadi lonjakan atau penurunan tajam pada triwulan yang bersangkutan	
b) Kapasitas produksi terpakai adalah volume produksi triwulan dihitung dengan data estimasi periode survei, jika belum dilakukan perbaikan silahkan dihitung dengan data estimasi	
c) Kapasitas produksi terpakai dalam kondisi normal adalah kapasitas ketika tidak ada gangguan produksi atau longgaran pemeringkatan	
KBLI 2009 (Kode 5 digit)	

## INDEKS TENDENSI BISNIS DAN INDEKS TENDENSI KONSUMEN 2015

9. Rata-rata jam kerja pada triwulan III-2015	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	<input type="checkbox"/>	
10. Kondisi keuangan perusahaan pada triwulan III-2015 berdasarkan likuiditas <sup>d)</sup>	Lebih Baik -1 Sama -2 Lebih Buruk -3	<input type="checkbox"/>	Jawaban meningkat: 1. Kapasitas produksi yang dimana diperlukan 2. Kondisi cuaca yang mendukung 3. Pergerakan inflasi yang mendukung 4. Penjualan bahan baku, mesin, barang 5. Sarana produksi cukup tersedia (a) bahan baku, tenaga kerja, listrik, air, mesin, bahan bahan 6. Regulasi di bidang ekonomi yang mendukung 7. Lain-lain, sebutkan .....
11. Kondisi keuangan perusahaan pada triwulan III-2015 berdasarkan rentabilitas <sup>e)</sup>	Lebih Baik -1 Sama -2 Lebih Buruk -3	<input type="checkbox"/>	Jawaban menurun: 1. Kapasitas produksi murah 2. Pergerakan inflasi yang mendukung 3. Gangguan dalam arus persediaan pada Pph, yg lain di sektor yg sama 4. Penjualan barang 5. Kebutuhan modal 6. Akse kredit ke bank sulit 7. Biaya finansial (seperempat bunga) terlalu tinggi 8. Lain-lain, sebutkan .....
<sup>d)</sup> Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek (kurang dari 1 tahun)			
<sup>e)</sup> Rentabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menggunakan modal periode tersebut			
12. Memerlukan kredit dari perbankan (jika ya, berapa persen dari total kebutuhan)	Ya -1 Tidak -2 → lanjut ke P.15	<input type="checkbox"/>	Total penjualan
13. Akses kredit ke perbankan	Lebih mudah -1 Normal -2 Lebih sukar -3	<input type="checkbox"/>	20.a. Total penjualan triwulan III-2015 dibandingkan triwulan II-2015
14. Jika P.13 berkode 3, apa faktor penyebabnya?	Surat Rumit -1 Suku bunga tinggi -2 Ketersediaan jaminan-3	<input type="checkbox"/>	b. Penyebab kenaikan/penurunan total penjualan (lihat kode pilihan jawaban, Tabel 2): Lainnya, sebutkan .....
15. Apakah saat ini memiliki hutang ke perbankan yang masih berjalan	Ya -1 Tidak -2 (ke P.15a)	<input type="checkbox"/>	21.a. Perkiraaan Total Penjualan triwulan IV-2015 dibandingkan triwulan III-2015
16. Perkiraaan Deban angsuran hutang perbankan thd pendapatan perusahaan 6 bulan y.a.d	Bertambah berat -1 Tetap -2 → (ke P. 15a) Bertambah ringan -3 → (ke P. 15a)	<input type="checkbox"/>	b. Penyebab kenaikan/penurunan total penjualan (lihat kode pilihan jawaban, Tabel 2): Lainnya, sebutkan .....
17. Jika P.16 berkode 1, apa faktor penyebabnya?	Suku bunga meningkat -1 Permitinan produk menurun -2 Lainnya, ..... -3	<input type="checkbox"/>	
<b>Volume Produk</b>			
18. a. Volume produksi triwulan III-2015 dibandingkan triwulan I-2015	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	<input type="checkbox"/>	Tabel 2: Pilihan Jawaban untuk Pertanyaan Nomor 20.b dan 21.b (lihat kode)
b. Penyebab kenaikan/penurunan volume produksi (lihat kode pilihan jawaban, Tabel 4): Lainnya, sebutkan .....		<input type="checkbox"/>	Jawaban menurun: 1. Permintaan dalam negeri meningkat 2. Permintaan luar negeri menurun 3. Penurunan pangsa pasar 4. Perbaikan produk sejenis menurun 5. Kenaikan harga barang 6. Kualitas barang/jasa meningkat 7. Kegiatan promosi meningkat 8. Pergerakan nilai tukar yang mendukung 9. Faktor musiman (spt. kondisi cuaca) yang mendukung 10. Lain-lain, sebutkan .....
19. a. Perkiraaan volume produksi triwulan IV-2015 dibandingkan triwulan III-2015	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	<input type="checkbox"/>	
b. Penyebab kenaikan/penurunan volume produksi (lihat kode pilihan jawaban, Tabel 4): Lainnya, sebutkan .....		<input type="checkbox"/>	

Harga Jual				
22. a. Rata-rata harga jual produk triwulan III-2015 dibandingkan triwulan II-2015	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	<input type="checkbox"/>	Datas normal -1 Normal a) Dibawah normal -3	
b. Penyebab kenaikan/penurunan harga jual produk (lihat kode pilihan jawaban, Tabel 3); Lainnya, sebutkan .....		<input type="checkbox"/>	Datas normal -1 Normal a) Dibawah normal -3	
23. a. Perkiraaan Rata-rata harga jual produk triwulan IV-2015 dibandingkan triwulan III-2015	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	<input type="checkbox"/>	Datas normal -1 Normal a) Dibawah normal -3	
b. Penyebab kenaikan/penurunan perkiraan harga jual produk (lihat kode pilihan jawaban, Tabel 3); Lainnya, sebutkan .....		<input type="checkbox"/>	Datas normal -1 Normal a) Dibawah normal -3	
<b>Tabel 3: Pilihan Jawaban untuk Pertanyaan Nomor 22.b dan 23.b [pilih kode]</b>				
jawaban meningkat :				
1. Bahan bahan,batu/material/materai meningkat	1. Biaya bahan halu/pengolahan menurun	<input type="checkbox"/>	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	
2. Biaya tenaga kerja meningkat	2. Biaya tenaga kerja menurun	<input type="checkbox"/>	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	
3. Biaya peralatan meningkat	3. Biaya peralatan menurun	<input type="checkbox"/>	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	
4. Biaya promosi/penasaran meningkat	4. Biaya promosi/penasaran menurun	<input type="checkbox"/>	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	
5. Persemaian produk/jenis/jenis dan ukuran meningkat	5. Persemaian produk/jenis/jenis menurun	<input type="checkbox"/>	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	
6. Pengrahan nilai tuar yang mendukung	6. Pengrahan nilai tuar yang tidak mendukung	<input type="checkbox"/>	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	
7. Tingkat suatu bunga kredit meningkat	7. Tingkat suatu bunga kredit menurun	<input type="checkbox"/>	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	
8. Faktor musiman (sp. kondisi cuaca) yang tidak mendukung	8. Produk berlimpah	<input type="checkbox"/>	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	
9. Produk menurun	9. Distribusi lancar	<input type="checkbox"/>	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	
10. Distribusi terhambat	10. Faktor musiman (sp. kondisi cuaca) yang mendukung	<input type="checkbox"/>	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	
11. Lain-lain, sebutkan .....	11. Lain-lain, sebutkan .....	<input type="checkbox"/>	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	
<b>Volume Pesanan</b>				
24. a. Volume pesanan Barang Input Dalam Negeri pada triwulan III-2015 dibandingkan triwulan II-2015	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	<input type="checkbox"/>	Jawaban meningkat: 1. investasi mesin/peralatan berkembang	
b. Perkiraaan volume pesanan Barang Input Dalam Negeri pada triwulan IV-2015 dibandingkan triwulan III-2015	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	<input type="checkbox"/>	2. Produksi menurun	
25. a. Volume pesanan Barang Input Luar Negeri pada triwulan III-2015 dibandingkan triwulan II-2015	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	<input type="checkbox"/>	3. Perkasaan usaha/merambah cabang/outlet	
b. Perkiraaan volume pesanan Barang Input Luar Negeri triwulan IV-2015 dibandingkan triwulan III-2015	Meningkat -1 Tetap -2 Menurun -3	<input type="checkbox"/>	4. Faktor musiman (sp. kondisi cuaca) yang tidak mendukung	
			5. Lain-lain, sebutkan .....	
			6. Efisiensi/proses kerja	
			7. Lain-lain, sebutkan .....	

		CATATAN
Inflasi		
30. Perkiraaan inflasi nasional tahun 2015 sebesar .....% (y on y)		
<b>Perkembangan Upah/Gaji (Pertanyaan Semesteran)</b>		
31. Perkembangan rata-rata upah/gaji buruh/pegawai/ pekerja <sup>g</sup> pada semester II-2015 jika dibandingkan semester I-2015 ?	Meningkat Tetap Menurun	-1 -2 -3
32. Berapakah estimasi rata-rata upah/gaji buruh/pegawai/pekerja pada semester II-2015 ?	<p>a. Level di bawah mandor/supervisor, Rp ..... / bulan</p> <p>b. Level setingkat mandor/supervisor, Rp ..... / bulan</p> <p>c. Rencana kenaikan upah/gaji semester II-2015 ?</p>	
	1. Ada , berapa persen?	<input type="text"/> , <input type="text"/> %
	2. Tidak ada → Lanjut ke P.33	
33. Faktor apa saja yang mempengaruhi kenaikan upah/gaji di perusahaan ? <i>(Isikan kode 1 untuk jawaban yang sesuai dan 0 untuk yang tidak sesuai, Pilih jawaban boleh lebih dari satu)</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
	1. Kebijakan UMP	<input type="checkbox"/>
	2. Inflasi pada periode sebelumnya	<input type="checkbox"/>
	3. Perikiran inflasi ke depan	<input type="checkbox"/>
	4. Produktivitas pekerja	<input type="checkbox"/>
	5. Kesiapan/tujuan kerja	<input type="checkbox"/>
	6. Prospek kegiatan usaha	<input type="checkbox"/>
	7. Lainnya	<input type="checkbox"/>
	Sebutan .....	<input type="checkbox"/>
34. Berapakah estimasi persentase margin keuntungan h) perusahaan pada semester II-2015 ?	<input type="text"/> ...%	
35. Berapakah estimasi persentase margin keuntungan minimum yang belum Menganggu kegiatan usaha pada semester II-2015 ?	<input type="text"/> %	
<p><sup>g</sup> Buruh/pekerja/pegawai yang dimulai adalah level dibawah manidor/supervisor</p> <p><sup>h</sup> Persentase margin keuntungan dilihat dari net profit terhadap total penjualan</p>		

## Kuesioner Survei Tendensi Konsumen, Triwulan III-2015

BLOK III. INFORMASI UMUM RESPONDEN									
<p>Keterangan Responden:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Status responden: Kepala rumah tangga -1 <input type="checkbox"/></li> <li>2. Jenis kelamin responden: Laki-laki -1 <input type="checkbox"/> Perempuan -2 <input type="checkbox"/></li> </ol>									
<p>3. Umur responden: &lt; 20 tahun -1 <input type="checkbox"/> 20- 29 tahun -2 <input type="checkbox"/> 30- 39 tahun -3 <input type="checkbox"/> 40- 49 tahun -4 <input type="checkbox"/> ≥ 50 tahun -5 <input type="checkbox"/></p>									
<p>4. Pendidikan terakhir yang dicapai/makna responden: SLTP/kelulusan TA -1 <input type="checkbox"/> Diploma IV/VII -2 <input type="checkbox"/> Diploma V/ST -3 <input type="checkbox"/> S2/S3 -4 <input type="checkbox"/> -5 <input type="checkbox"/></p>									
<p>Keterangan Rumah Tangga</p> <p>5. Lapangan pekerjaan kepala rumah tangga: .....   <input type="checkbox"/> Informasi dan Komunikasi  <input type="checkbox"/> Kesehatan  <input type="checkbox"/> Kewajiban  <input type="checkbox"/> Administrasi/Pemerintahan, Perdagangan dan Jaminan Sosial Wajib  <input type="checkbox"/> Edukasi/Pendidikan  <input type="checkbox"/> Asuransi/Kesehatan dan Keamanan Sosial  <input type="checkbox"/> Tidak Bekerja/janji wina/pengidat  <input type="checkbox"/> <i>(Ket Kepala Rumah Tangga tidak bekerja/penerima pendidikan atau kode TB, langsung ke Rincian 7)</i></p>									
<p>6. Status Pekerjaan Kepala Rumah Tangga: Bersama Suami/dilanjutkan pasca keruwa ga -1 <input type="checkbox"/> Bersama orangtua/paksa dibayar -2 <input type="checkbox"/>   <input type="checkbox"/> Buruh/Keroyangan/Pegawai -3 <input type="checkbox"/>  <input type="checkbox"/> Paksa keruwa/gantaminya -4 <input type="checkbox"/></p>									
<p>7. Jumlah anggota rumah tangga (termasuk kepala rumah tangga) yang bekerja/mempunya usaha .....   <input type="checkbox"/></p>									
<p>8. Rata-rata pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama sebulan: &lt; 2 juta rupiah -1 <input type="checkbox"/> 2-2,9 juta rupiah -2 <input type="checkbox"/> 3-3,9 juta rupiah -3 <input type="checkbox"/> 4-4,9 juta rupiah -4 <input type="checkbox"/> ≥ 10 juta rupiah -5 <input type="checkbox"/> -6 <input type="checkbox"/></p>									
<p><b>RAHASIA</b></p> <p><b>BLOK I. PENGENALAN TEMPAT</b></p> <p><b>SURVEI TENDENSI KONSUMEN 2015</b> <b>Triwulan III-2015</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Provinsi <input type="checkbox"/></li> <li>2. Kabupaten/Kota* <input type="checkbox"/></li> <li>3. Kecamatan <input type="checkbox"/></li> <li>4. Desa/Kelurahan*) <input type="checkbox"/></li> <li>5. Klasifikasi Desa/Kelurahan*) <input type="checkbox"/></li> <li>6. Nomor Kode Sampel <input type="checkbox"/></li> <li>7. Nomor Urut Sampel <input type="checkbox"/></li> <li>8. Nama Kepala Rumah Tangga <input type="checkbox"/></li> <li>9. Jumlah Anggota Rumah Tangga <input type="checkbox"/></li> <li>10. Keterangan Hasil Penyebaran             <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>1. Belum diwawancara</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>2. Rasa Renggertai di bangunan senjuru yang sama</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>3. Bangunan Senjuru kosong atau Benyolah/Fungsinya</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>4. Tidak pernah diwawancara</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> </li> </ol> <p>*Cocok yang tidak perlu</p> <p><b>BLOK II. KETERANGAN PETUGAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nama Pencarah/No HP: .....   <input type="checkbox"/></li> <li>2. Nama Pengawas/No HP: .....   <input type="checkbox"/></li> </ol>		1. Belum diwawancara	<input type="checkbox"/>	2. Rasa Renggertai di bangunan senjuru yang sama	<input type="checkbox"/>	3. Bangunan Senjuru kosong atau Benyolah/Fungsinya	<input type="checkbox"/>	4. Tidak pernah diwawancara	<input type="checkbox"/>
1. Belum diwawancara	<input type="checkbox"/>								
2. Rasa Renggertai di bangunan senjuru yang sama	<input type="checkbox"/>								
3. Bangunan Senjuru kosong atau Benyolah/Fungsinya	<input type="checkbox"/>								
4. Tidak pernah diwawancara	<input type="checkbox"/>								

BLOK IV. PERSEPSI TERHADAP KONDISI EKONOMI	
<b>A. PENDAPATAN RUMAH TANGGA</b>	
1.	Bagaimana pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama 3 bulan terakhir (Juli-September 2015) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (April-Juni 2015) Meningkat <input type="checkbox"/> Tetap <input checked="" type="checkbox"/> Menurun <input type="checkbox"/> -3 <i>Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 3</i>
2.	Apakah penyebar utama pendapatan meningkat atau menurun pada Rincian 1 ( <i>lihat PILIHAN JAWABAN 1</i> ) <i>Lainnya (tuliskan) .....</i>
3.	Bagaimana perkiraan pendapatan seluruh anggota rumah tangga selama 3 bulan mendatang (Oktober-Desember 2015) dibandingkan 3 bulan terakhir (Juli-September 2015): Meningkat <input type="checkbox"/> Tetap <input checked="" type="checkbox"/> Menurun <input type="checkbox"/> -3 <i>Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 5</i>
4.	Apakah penyebar utama perkiraan pendapatan meningkat atau menurun pada Rincian 3 ( <i>lihat PILIHAN JAWABAN 1</i> ) <i>Lainnya (tuliskan) .....</i>
<p><i>PILIHAN JAWABAN 1 (untuk Rincian 2 dan 4)</i></p> <p>Jawaban meningkat:  <i>Peningkatan cuaca/peningkatan usaha Mendapat tamatan upah/bonus Mendapat pekerjaan/usaha sampingan Mendapat hadiah/ansuran/wansan Lainnya</i></p> <p>Jawaban menurun:  <i>Penurunan cuaca/penghancuran usaha Pekerjaan/usaha sampaingan berhenti Ada anggota keluarga yg berhenti bekerja/bersama Lainnya</i></p>	
<b>B. PERUBAHAN HARGA BARANG DAN JASA</b>	
5.	Bagaimana perubahan harga barang/jasa kebutuhan rumah tangga selama 3 bulan terakhir (Juli-September 2015) dibandingkan 3 bulan yang lalu (April-Juni 2015): Meningkat tajam (>20%) <input type="checkbox"/> Relatif sama <input checked="" type="checkbox"/> Menurun <input type="checkbox"/> -5 Meningkat sedang (10-20%) <input type="checkbox"/> -2 Meningkat sedikit (<10%) <input type="checkbox"/> -3

C. PENGELUARAN DAN KONSUMSI RUMAH TANGGA																																																											
6. Bagaimana volume/frekuensi konsumsi barang/jasa di bawah ini selama 3 bulan terakhir (Juli-September 2015) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (April-Juni 2015)																																																											
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Kelompok Barang/Jasa</th> <th>Meningkat</th> <th>Tetap</th> <th>Menurun</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Perubahan Volume:</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>1. Bahan makanan/minuman.</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 2</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> </tr> <tr> <td>2. Makanan/minuman/jadi, rokok, tembakau, dan makan di restoran/rumah makan.</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 2</td> </tr> <tr> <td>3. Pakaiian</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 2</td> </tr> <tr> <td>4. Pembelian Puisa /HP</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 2</td> </tr> <tr> <td>5. Pendidikan</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 2</td> </tr> <tr> <td>Perubahan Frekuensi:</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>6. Rekreasi/hiburan (nonton di bioskop, karaoke, ke tempat ngebran)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 2</td> </tr> <tr> <td>7. Akomodasi (hotel/peninggapan)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 2</td> </tr> <tr> <td>8. Transportasi</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 2</td> </tr> <tr> <td>9. Perawatan kesehatan dan kecantikan (gym, salon spa, dll.)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 2</td> </tr> </tbody> </table>	Kelompok Barang/Jasa	Meningkat	Tetap	Menurun	Perubahan Volume:				1. Bahan makanan/minuman.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	2. Makanan/minuman/jadi, rokok, tembakau, dan makan di restoran/rumah makan.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	3. Pakaiian	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	4. Pembelian Puisa /HP	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	5. Pendidikan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	Perubahan Frekuensi:					6. Rekreasi/hiburan (nonton di bioskop, karaoke, ke tempat ngebran)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	7. Akomodasi (hotel/peninggapan)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	8. Transportasi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	9. Perawatan kesehatan dan kecantikan (gym, salon spa, dll.)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
Kelompok Barang/Jasa	Meningkat	Tetap	Menurun																																																								
Perubahan Volume:																																																											
1. Bahan makanan/minuman.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3																																																							
2. Makanan/minuman/jadi, rokok, tembakau, dan makan di restoran/rumah makan.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2																																																							
3. Pakaiian	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2																																																							
4. Pembelian Puisa /HP	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2																																																							
5. Pendidikan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2																																																							
Perubahan Frekuensi:																																																											
6. Rekreasi/hiburan (nonton di bioskop, karaoke, ke tempat ngebran)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2																																																							
7. Akomodasi (hotel/peninggapan)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2																																																							
8. Transportasi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2																																																							
9. Perawatan kesehatan dan kecantikan (gym, salon spa, dll.)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2																																																							
7. Bagaimana total Pengeluaran seluruh anggota rumah tangga selama 3 bulan terakhir (Juli-September 2015) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (April-Juni 2015):																																																											
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Meningkat</th> <th>Tetap</th> <th>Menurun</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-1</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td><i>Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 9</i></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>8. Apakah penyebar utama total pengeluaran rumah tangga meningkat atau menurun pada Rincian 7 (<i>lihat PILIHAN JAWABAN 2 di lembar berikut</i>) <i>Lainnya (tuliskan) .....</i></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Meningkat	Tetap	Menurun	-1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<i>Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 9</i>			8. Apakah penyebar utama total pengeluaran rumah tangga meningkat atau menurun pada Rincian 7 ( <i>lihat PILIHAN JAWABAN 2 di lembar berikut</i> ) <i>Lainnya (tuliskan) .....</i>	<input type="checkbox"/>																																															
Meningkat	Tetap	Menurun																																																									
-1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																																																									
<i>Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 9</i>																																																											
8. Apakah penyebar utama total pengeluaran rumah tangga meningkat atau menurun pada Rincian 7 ( <i>lihat PILIHAN JAWABAN 2 di lembar berikut</i> ) <i>Lainnya (tuliskan) .....</i>	<input type="checkbox"/>																																																										
9. Bagaimana perkiraan total pengeluaran seluruh anggota rumah tangga selama 3 bulan mendatang (Oktober-Desember 2015) dibandingkan 3 bulan terakhir (Juli-September 2015):																																																											
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Meningkat</th> <th>Tetap</th> <th>Menurun</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-1</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td><i>Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 11</i></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Meningkat	Tetap	Menurun	-1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<i>Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 11</i>																																																			
Meningkat	Tetap	Menurun																																																									
-1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																																																									
<i>Jika jawaban tetap (kode 2) langsung ke Rincian 11</i>																																																											

		F. PEMBELIAN BARANG TAHAN LAMA																					
		<p>15. Menurut Bapak/Ibu, apakah dalam 3 bulan terakhir (Juli-September 2015) merupakan waktu yang tepat bagi rumah tangga untuk membeli barang-barang tahan lama, seperti barang elektronik, peralatan rumah tangga, pernisian logam/batu mulia, perabot meubelair, perangkat komunikasi, dan alat olahraga dan kesehatannya:</p> <table border="1"> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Ya, waktu yang tepat</td> <td>-1</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Tidak, bukan waktu yang tepat</td> <td>-2</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Lainnya</td> <td>-3</td> </tr> </table> <p>16. Apakah Bapak/Ibu mempunyai rencana untuk membeli barang-barang tahan lama dan melakukan aktivitas di bawah ini selama 3 bulan mendatang (Oktober-Desember 2015)?</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>Jika isian kolom 2 berkode 1, rencana sumber dana: Tabungan -1 Pendapatan -2 Pinjaman -3 Pemberian -4 Belum Tahu -5</td> <td>Jika isian kolom 2 berkode 2, alasan utama Bapak/Ibu: Dana tidak ada -1 Belum butuh -2 Sudah memiliki -3</td> </tr> <tr> <td>(1)</td> <td>(2)</td> <td>(3)</td> </tr> <tr> <td>Kelompok Barang/Jasa</td> <td>Ya Tidak</td> <td></td> </tr> </table>		<input type="checkbox"/>	Ya, waktu yang tepat	-1	<input type="checkbox"/>	Tidak, bukan waktu yang tepat	-2	<input type="checkbox"/>	Lainnya	-3		Jika isian kolom 2 berkode 1, rencana sumber dana: Tabungan -1 Pendapatan -2 Pinjaman -3 Pemberian -4 Belum Tahu -5	Jika isian kolom 2 berkode 2, alasan utama Bapak/Ibu: Dana tidak ada -1 Belum butuh -2 Sudah memiliki -3	(1)	(2)	(3)	Kelompok Barang/Jasa	Ya Tidak			
<input type="checkbox"/>	Ya, waktu yang tepat	-1																					
<input type="checkbox"/>	Tidak, bukan waktu yang tepat	-2																					
<input type="checkbox"/>	Lainnya	-3																					
	Jika isian kolom 2 berkode 1, rencana sumber dana: Tabungan -1 Pendapatan -2 Pinjaman -3 Pemberian -4 Belum Tahu -5	Jika isian kolom 2 berkode 2, alasan utama Bapak/Ibu: Dana tidak ada -1 Belum butuh -2 Sudah memiliki -3																					
(1)	(2)	(3)																					
Kelompok Barang/Jasa	Ya Tidak																						
10. Apakah penyebab utama perkiraan total pengeluaran rumah tangga meningkat atau menurun pada Rincian 9 (lihat PILIHAN JAWABAN 2)		<input type="checkbox"/> <p>Lainnya ( tuliskan ) ..... PILIHAN JAWABAN 2 (untuk Rincian Nomor 8 dan 10)</p> <p>Jawaban menurutku :</p> <table border="1"> <tr> <td>Peningkatan penghasilan</td> <td>-1</td> <td>Penurunan penghasilan</td> <td>-6</td> </tr> <tr> <td>Rengikatan harga barang dan jasa</td> <td>-2</td> <td>Penurunan harga barang dan jasa</td> <td>-7</td> </tr> <tr> <td>Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya/pada triwulan terakhir)</td> <td>-3</td> <td>Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya/pada triwulan sebelumnya)</td> <td>-8</td> </tr> <tr> <td>Sedang membudidaya/tanam atau ada kebutuhan mendadak/darurat</td> <td>-4</td> <td>Melakukan penghematan</td> <td>-9</td> </tr> <tr> <td>Lainnya ..... .....</td> <td>-5</td> <td>Lainnya ..... .....</td> <td>-10</td> </tr> </table>		Peningkatan penghasilan	-1	Penurunan penghasilan	-6	Rengikatan harga barang dan jasa	-2	Penurunan harga barang dan jasa	-7	Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya/pada triwulan terakhir)	-3	Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya/pada triwulan sebelumnya)	-8	Sedang membudidaya/tanam atau ada kebutuhan mendadak/darurat	-4	Melakukan penghematan	-9	Lainnya ..... .....	-5	Lainnya ..... .....	-10
Peningkatan penghasilan	-1	Penurunan penghasilan	-6																				
Rengikatan harga barang dan jasa	-2	Penurunan harga barang dan jasa	-7																				
Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya/pada triwulan terakhir)	-3	Faktor musiman (misalnya: libur sekolah, hari raya/pada triwulan sebelumnya)	-8																				
Sedang membudidaya/tanam atau ada kebutuhan mendadak/darurat	-4	Melakukan penghematan	-9																				
Lainnya ..... .....	-5	Lainnya ..... .....	-10																				
D. KONDISI KEUANGAN RUMAH TANGGA																							
11. Gambaran kondisi keuangan rumah tangga Bapak/Ibu selama 3 bulan terakhir (Juli-September 2015):		<input type="checkbox"/> <p>Menabung lebih banyak dibanding triwulan sebelumnya -1 Menabung relatif sama dengan triwulan sebelumnya -2 Menabung lebih sedikit dibanding triwulan sebelumnya -3 Tidak dapat menabung sama sekali -4 Mengambil tabungan -5 Haus meminjam uang/mengandalkan barang -6</p>																					
12. Bagaimana peluang rumah tangga Bapak/Ibu untuk menabung selama 3 bulan mendatang (Oktober-Desember 2015):		<input type="checkbox"/> <p>Sangat mungkin -1 Mungkin -2 Tidak mungkin -3</p>																					
E. KETERSEDIAAN LAPANGAN PEKERJAAN																							
13. Bagaimana ketersediaan lapangan Pekerjaan (formal dan non formal) selama 3 bulan terakhir (Juli-September 2015) dibandingkan 3 bulan sebelumnya (April-Juni 2015):		<input type="checkbox"/> <p>Lebih banyak -1 Sama -2 Lebih sedikit -3</p>																					
14. Bagaimana perkiraan ketersedian lapangan Pekerjaan (formal dan non formal) selama 3 bulan mendatang (Oktober-Desember 2015) dibandingkan 3 bulan terakhir (Juli-September 2015):		<input type="checkbox"/> <p>Lebih banyak -1 Sama -2 Lebih sedikit -3</p>																					

# DATA

## MENCERDASKAN BANGSA



BADAN PUSAT STATISTIK

Jl. Dr. Sutomo No. 6-8 Jakarta 10710  
Telp : (021)3841195, 3842508, 3810291-4, Fax : (021) 3857046  
Homepage : <http://www.bps.go.id> E-mail : bps@bps.go.id

ISSN 2086-2350



2086 2350