

BAB IV

PENUTUP

Kesimpulan

Bank Indonesia Yogyakarta sangat menyadari akan pentingnya kestabilan inflasi dan besarnya inflasi yang dicapai oleh suatu daerah bagi pencapaian kesejahteraan masyarakat. Untuk itu pihak Bank Indonesia Yogyakarta berupaya untuk menjaga kestabilan inflasi dan mencapai target inflasi yang telah ditentukan. Supaya kestabilan inflasi dan target inflasi 2011 dapat tercapai maka pihak Bank Indonesia Yogyakarta melakukan sosialisasi inflasi kepada masyarakat mengingat bahwa kebijakan inflasi adalah suatu kebijakan yang harus diketahui oleh masyarakat karena menyangkut keberlangsungan hidup masyarakat. Berdasarkan hasil Penelitian, maka kesimpulan dari penelitian strategi Komunikasi Sosialisasi Kebijakan Bank Indonesia kepada *stakeholder* antara lain:

- a. Strategi yang digunakan untuk mensosialisasikan inflasi dilakukan dengan menggunakan strategi manajemen informasi strategis yang merupakan manajemen pengelolaan informasi untuk mencapai tujuan.
- b. Strategi manajemen informasi strategis dilakukan melalui komunikasi tatap muka langsung yang digunakan untuk mengetahui umpan balik langsung dari target sasaran dan komunikasi bermedia yang merupakan komunikasi informatif.

Tahapan perencanaan strategis meliputi analisis keadaan, pengenalan tantangan yang dihadapi, perumusan misi dan tujuan yang ingin dicapai, penetapan strategi yang meliputi penentuan target sasaran, pesan yang akan disampaikan, media yang digunakan, metode, dan komunikator dalam penyampaian pesan, dan pemilihan instrumen komunikasi yang akan digunakan.

Proses penerimaan dalam mensosialisasikan inflasi memerlukan waktu yang tidak singkat. Adapun hasil akhir yang diharapkan pihak Bank Indonesia Yogyakarta kepada target sasaran adalah terjadinya pemahaman mengenai pentingnya inflasi. Melalui sosialisasi inflasi ini memudahkan masyarakat untuk mengenal dan mengetahui mengenai inflasi sehingga pemahaman akan nilai-nilai dan visi Bank Indonesia Yogyakarta akan memaksa masyarakat untuk memahami apa yang menjadi tujuan utama Bank Indonesia Yogyakarta.

B. Saran

Untuk menyempurnakan strategi komunikasi yang efektif dalam mengelola ekspektasi inflasi di masa yang akan datang, Penulis menyarankan beberapa hal, antara lain:

- a. Membedakan strategi komunikasi pada setiap target sasaran yang berbeda dengan memformulasikan strategi komunikasi khusus untuk target audiens yang berbeda.

Menambah varian media untuk sosialisasi supaya mempermudah akses masyarakat luas terhadap informasi.

Perlunya memperhatikan pemilihan kata dan penggunaan bahasa komunikasi yang sederhana yang mudah dipahami oleh target sasaran.



DAFTAR PUSTAKA

- ifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. Bandung : Armico.
- itlip and Center. 2000. *Effective Public Relations*. New Jersey:Prentice hall.
- fendy, Onong Uchjana. 1987. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- fendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : P1. Remaja Rosdakarya.
- regory, Anne. 2004. *Kampanye Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- anafi, M. Mamduh. 1997. *Penuntun belajar Manajemen*. Yogya : UPP AMP YKPN
- litzberg, H. & Quinn. B.C. 1991. *The Strategy, Concepts, Contents, Cases*. 2nd ed. New Jersey : Prentice Hall Inc.
- lorissan. 2006. *Pengantar Public Relations*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- fulyana, Deddy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*. Bandung:PT. Remaja Rosdakarya.
- lgurah Putra, Gusti. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta:ANDI offset.
- oliver, Sandra. 2004. *Strategi Public Relations*. Jakarta : Erlangga
- akhmat, Jalaludin. 1993. *Metode Penelitian Komunikasi, Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- R.E. Simmons. *Communication Campaign Management: A System Approach*, New York : Logman
- Ruslan, Rosady. 1998. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta:Grafindo.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Grafindo
- Rogers, M.Everett & F.F Shoemaker. 1971. *Communication of Innovation: A Cross Cultural Approach*. New York: The Free Press
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Public Relations Perusahaan*. Bandung:Nuansa.
- Suyanto. 2007. *Metode Penelitian Sosial*. Jakrta:Kencana Prenada Media.

ylor, Steven J. dan Bogdan, Robert, 1984. *Introduction to Qualitative Research Methods: the Search for Meaning*. New York: Wiley & Sons, Inc.

ore, Linda. 2007. *Five Tips For Strategic Information Management*. Computing.

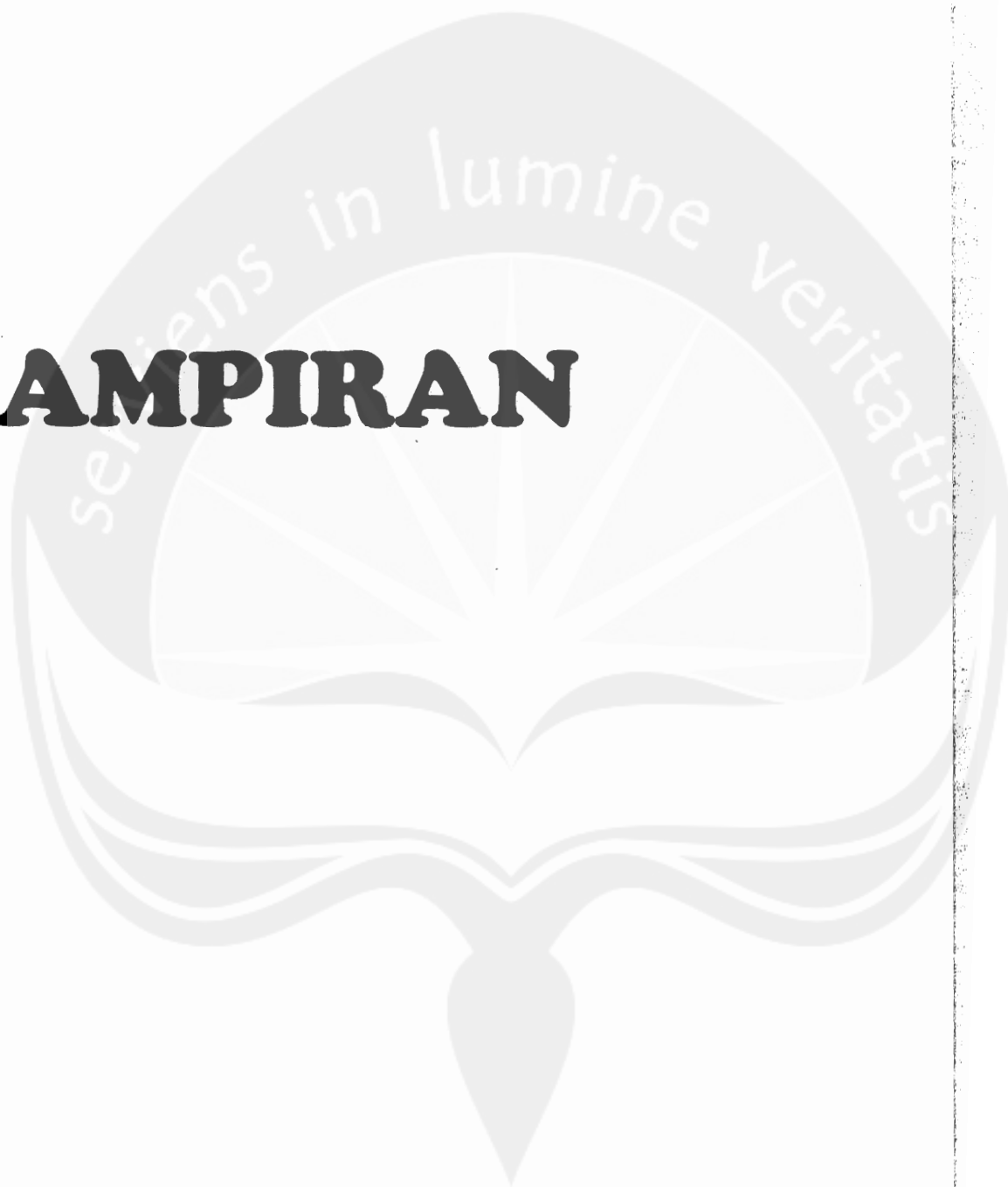
burgh, Sue. 2002. *Strategic Information Management : Understanding A New Reality*. Information Management Journal.

ayne, Pace, F., Faules, F. Don. 1993. *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

orking Paper. Wahyu Dewati, Muslimin Anwar, Tevy Chawana. 2009. *Strategi Komunikasi yang Efektif dalam Mengelola Ekspektasi Inflasi*.

http://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Indonesia akses 5 Februari 2010

LAMPIRAN



INTERVIEW GUIDE

A. Gambaran Umum tentang Bank Indonesia

1. Bagaimana sejarah berdirinya Bank Indonesia?
2. Apa visi dan misi Bank Indonesia?
3. Nilai-nilai strategis apa yang dijalankan Bank Indonesia?
4. Bagaimana struktur organisasi Bank Indonesia?

B. Strategi Komunikasi Sosialisasi (pertanyaan diajukan kepada staff Hubungan Masyarakat dan Kajian Ekonomi Bank Indonesia Yogyakarta)

1. Bagaimana bentuk sosialisasi informasi inflasi triwulan IV 2010 yang dilakukan oleh Bank Indonesia?
2. Tujuan apa yang ingin dicapai dalam sosialisasi informasi inflasi Triwulan IV 2010?
3. Siapa saja target sasaran dalam sosialisasi informasi inflasi Triwulan IV 2010?
4. Hasil apa yang ingin dicapai dalam sosialisasi informasi inflasi Triwulan IV 2010?
5. Apa yang melatarbelakangi dirumuskan strategi komunikasi untuk mensosialisasikan Informasi Inflasi Triwulan IV 2010?
6. Bagaimana proses pembuatan strategi komunikasi untuk mensosialisasikan Informasi Inflasi Triwulan IV 2010?
7. Bagaimana menentukan tahapan dalam merancang strategi komunikasi untuk mensosialisasikan Informasi Inflasi Triwulan IV 2010?
8. Kesuksesan dan Hambatan-hambatan apa saja yang dialami saat implementasi strategi komunikasi untuk mensosialisasikan Informasi Inflasi Triwulan IV 2010?
9. Bagaimana cara mengevaluasi strategi komunikasi untuk mensosialisasikan Informasi Inflasi Triwulan IV 2010?

HASIL WAWANCARA

Apa rumusan strategi komunikasi menurut Bank Indonesia Yogyakarta?

“ya, menurut kami mbak, strategi komunikasi itu merupakan suatu cara untuk menyampaikan pesan ke masyarakat luas dan yang paling penting mudah dimengerti oleh mereka...kebetulan masih bahasa teknik...kadang-kadang hambatan terbesar kami ingin membumikan bahasa kita,,banyak teknisnya tidak semua orang memahaminya,,siaran pers yang bahasanya membumi,,itu tantangan kita...masih mencari format komunikasi yang baik...selama ini kami sangat terbantu dengan temen-temen wartawan, begitu mbak”

Bagaimana strategi komunikasi yang efektif untuk mensosialisasikan inflasi Triwulan IV?

“Strategi komunikasi yang efektif akan mengurangi noise atau meminimalkan selisih forecasting error yang dilakukan oleh bank sentral dan agen ekonomi, untuk itulah mbak mengapa perlu ada yang namanya strategi komunikasi”

5. Strategi komunikasi yang bagaimana yang dipakai untuk mensosialisasikan inflasi Triwulan IV?

“kita tahu mbak bahwa kita itu bertanggungjawab terhadap seluruh hajat hidup orang banyak.apapun kebijakan yang kita buwat itu juga untuk orang banyak. Target sasaran kitapun juga tidak hanya untuk kalangan tertentu,,ya tau sendiri seluruh lapisan masyarakat tergantung dengan keputusan Bank Indonesia..ya padahal masyarakat itu kan beda-beda ya latarbelakangnya mulai dari ekonomi, pendidikan, status sosial,,itu yang membuat kami agak susah dalam merancang suatu strategi.maka dari itu kami mencoba untuk merancang suatu strategi yang sederhana namun

bisa mencapai seluruh target sasaran..kami tidak muluk-muluk yang penting pesan kami dapat sampai ke masyarakat..maka dari itu kami sering menggunakan manajemen informasi untuk menyampaikan kebijakan kami termasuk inflasi juga..,begitu mbak kalau ditanya mengenai strategi kami..”

Tahapan apa yang dilakukan sebelum menentukan strategi komunikasi?

“kita itu mbak sebelum menentukan komunikasi yang akan kita pakai untuk mensosialisasikan kebijakan apapun itu ya kalau disini khususnya inflasi ya mbak..,kita selalu melakukan survei atau analisis keadaan pasar. Biasanya kami itu dibantu pemerintah daerah untuk melakukan survei. Ya melalui survei ini kita bisa mengetahui keadaan pasar saat ini dan bisa memperkirakan kedepannya. Kita juga bisa tahu apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat dan tidak hanya itu saja ya mbak kita juga bisa mengetahui kesan masyarakat..”

Setelah melakukan survey hasilnya bagaimana Pak mengenai keadaan perekonomian DIY?

“kalau ditanya bagaimana keadaan perekonomian DIY untuk kedepannya ya masih dalam taraf baik-baik saja.., itu kalau berdasarkan survey kami dipertengahan tahun ini ya mbak.sejauh kami memantau bahwa kami sangat yakin kita dan pemerintah DIY bisa mencapai target inflasi 6,5% karena memang untuk persediaan seperti bahan pokok, kemudian bahan bakar dan kebutuhan-kebutuhan yang lainnya memang masih aman..bahkan kita bisa memprediksikan harga saat lebaran tahun 2011 ini tidak akan mengalami peningkatan yang begitu tinggi dikarenakan ya memang stoknya masih ada..”

Apa saja yang dibutuhkan untuk mensosialisasikan inflasi?

'ya kalau berbicara mengenai apa saja yang kita punyai untuk mendukung mensosialisasikan inflasi tentunya tidak begitu banyak ya mbak...ya mengingat bahwa kita hanya tatap muka langsung dengan masyarakat dan melalui media. Paling yang kita butuhkan ya cuman pembicara tentu saja pembicara dari sumber daya yang kita punya. Untuk yang lainnya seperti fasilitas ya kita punya web yang bisa diakses oleh masyarakat kapanpun kita juga ada layanan informasi, masyarakat bisa menghubungi kami bila ada hal yang mau ditanyakan...jadi begitu"

Kalau mengenai biaya untuk mensosialisasikan inflasi bagaimana, Pak?

"kalau ditanya biaya, maaf mbak kami tidak bisa menyebutkan jumlah nominalnya, namun menurut saya tidak begitu besar biaya yang kami keluarkan untuk mensosialisasikan inflasi dibandingkan dengan biaya lain yang kami keluarkan untuk membuat sebuah program. ya kami merasa beruntung ya mbak karna dalam hal ini kami dibantu oleh banyak pihak seperti pemerintah daerah dan rekan-rekan media sehingga dapat menekan budget yang harus kami keluarkan...ya itulah keuntungan mempunyai relasi yang baik dengan para stakeholder.."

1. Saat survei, bagaimana Pak kesan para pelaku pasar?

"kalau dilihat-lihat saat survey ya mbak., secara umum masyarakat itu sangat responsif terhadap kami, kalau mereka kurang paham, mereka langsung bertanya, bahkan mereka juga bertanya kira-kira barang yang akan langka di DIY itu apa saja, mereka juga secara umum sangat antusias untuk mewujudkan inflasi DIY sebesar 6,5% karena ya tau sendiri kan mbak bahwa besarnya inflasi atau nantinya tekanan inflasi akan bergerak seperti apa itulah yang akan mempengaruhi kehidupan mereka."

Tantangan apa saja yang dihadapi Bank Indonesia Yogyakarta dalam mensosialisasikan inflasi?

“memang tidak mudah ya melakukan sebuah sosialisasi, banyak tantangan yang harus dihadapi..ya kita tahu ya mbak November kemaren merapi meletus..nah keadaan seperti itu kan memang tidak pernah kita prediksi ya..pada waktu kita merancang komunikasi tahun lalu,,kita juga tidak pernah mengira bahwa akan terjadi bencana di Jogja..namun kita tetap siaga, memantau dan terjun langsung untuk mengatasi bencana tersebut..ya alhamdulillah walaupun terjadi bencana tapi keadaan perekonomian tetap stabil”

1. Target sasaran Bank Indonesia Yogyakarta dalam mensosialisasikan inflasi ini siapa saja ya, Pak?

“sebetulnya target sasaran yang ingin kami capai sangat luas ya mbak, yaitu seluruh lapisan masyarakat. sebetulnya kami juga mengalami kebingungan dalam mensegmentasikan sasaran ini. Sehingga kami menggunakan strategi manajemen informasi ini supaya informasi yang kami sampaikan bisa diterima oleh seluruh lapisan masyarakat...biasanya kami membagi target sasaran ini ada masyarakat luas dalam hal ini pelaku ekonomi yang dipasar-pasar, kemudian ada pemerintah daerah, ada juga kaum akademisi, kita juga sasarannya perbankan di DIY, dan juga wartawan yang selalu membantu kita dalam sosialisasi ke target sasaran”

1. Apakah ada strategi komunikasi yang berbeda untuk setiap target sasaran yang berbeda?

“jujur ya mbak kalau ditanya mengenai apakah ada perbedaan dalam sosialisasi di setiap target sasaran kami tidak membedakan...mengapa

demikian karena memang target sasaran kami adalah seluruh masyarakat jadi tidak ada yang kami prioritaskan ataupun kami istimewa. Kami hanya manage supaya pesan kami dapat sampai ke masyarakat dengan cara membuat suatu informasi yang strategis. Jadi intinya kami punya satu pesan dan itu harus bisa diterima masyarakat..hehe..nah itu pekerjaan yang tidak mudah kan mbak, maka dari itu tadi saya sebutkan bahwa memang rekan-rekan wartawan sangat membantu dan mempermudah kami dalam mengemas pesan”

2. Rancangan pesan seperti apa yang digunakan untuk mensosialisasikan inflasi Triwulan IV?

“Biasanya Kantor Bank Indonesia Yogyakarta menginformasikan bahwa bulan ini pergerakan harga seperti apa, seperti bulan januari ini cabe naek, itu bukan karna stok ga ada tapi karna harga atau permintaan lebih tinggi, persuasifnya masyarakat ga usah khawatir, cabe naek bukan karna barang ga ada, secara stok ada tidak ada kekurangan . masyarakat tidak perlu memborong dan konsumsi secukupnya dan tidak perlu memborong”

3. Metode yang bagaimana yang digunakan Bank Indonesia Yogyakarta untuk mensosialisasikan inflasi?

“Kantor Bank Indonesia Yogyakarta bekerjasama dengan forum ekonomi dan perbankan. press relase kami kirim ke mereka kalo saya lihat di tv di koran jadi sudah dikemas sama teman. Kita menyampaikan inti-intinya saja...teman-teman wartawan yang mengemas berdasarkan tingkat pengetahuan masyarakat. kemasan tidak mengarahkan yang penting pesan dalam siaran pers sampe ke masyarakat. Kantor Bank Indonesia Yogyakarta sangat terbantu dengan kretivitas teman-teman wartawan. Pihak kamipun Secara berkala mengadakan pemantauan

harga di pasar. Dengan wartawan kirta mitra,kita perlu wartwaan untuk disminasi,dan wartwan membutuhkan kita dalam mencari informasi . Setaun sekali kami mengadakan workshop dengan wartawan...memberikan wawasan tambahan tentang perekonomian sehingga mereka bisa objektif dalam menuliskan berita”

Kegiatan apa saja yang dilakukan untuk mendukung pelaksanaan sosialisasi?

“Biasanya kami melakukan sosialisasi di awal tahun dan di akhir tahun secara tahunan...sekitar bulan desember-januari..desember teman-teman akademisi banyak melakukan seminar realisasi 2010 dan prospeknya, kita menyampaikan dalam forum itu,, teman-teman waratwan kalau ke sini juga disampaikan, melalui press release, pertemuan pertahunan perbankan juga menyampaikan”

5. Efek apa yang diharapkan setelah melakukan sosialisasi inflasi kepada masyarakat?

“Masyarakat berfikir rasional,,walapun terjadi gejolak harga ga usah beli barang dalam jumlah besar,,klo harga naek,, stok ada, masyarakat beli seperlunya ga usah menimbun kol ga harga tnggi”

6. Hambatan apa yang dialami saat mensosialisasikan inflasi?

“Bukan konsep yang mudah dipahami, teman-teman pedagang klo harga naik mereka ikut naekkan harga,, mereka ga ngerti sebetulnya ga perlumenaekkan harga... kita juga ga bisa menyalahkan karna edukasi ke meraka mungkin kurang... kepada masyarakat sendiri hasil pengamatan stok aman mereka akan beli secukupnya”

Apa saja kriteria untuk komunikator yang menyampaikan pesan inflasi?

“tidak mudah mbak untuk memilih seorang pembicara yang akan berbicara didepan masyarakat. Tentunya banyak hal yang harus dipertimbangkan supaya pesan-pesan yang ingin kami sampaikan kepada masyarakat dapat diterima dengan baik syukur-syukur masyarakat dapat berubah sikap...iya to mbak...memang ini tidak mudah mengingat pesan yang disampaikan mengenai masalah urgent tentunya juga harus disampaikan oleh orang yang benar-benar mengerti tentang masalah ini. Dan biasanya banyak masyarakat yang meminta pembicara dari atasan..begitu mbak, Yang menyampaikan pesan biasanya tim ketua tim ekonomi moneter. Biasanya para komunikator meminta pembicara dari pemimpin,,tapi kebanyakan ketua tim yang mewakili sebagai komunikator”

Siaran Pers

Tekanan Permintaan Rendah, Pasokan dan Stock Cukup Tekanan Inflasi di DIY Desember 2010 Normal

Berdasarkan hasil pemantauan Tim Pengendali Inflasi (TPI) DIY, perkembangan harga di bulan Desember 2010 hanya mengalami sedikit peningkatan. Untuk komoditas yang tergolong *Volatile Food* perkembangannya bervariasi, yaitu ada yang naik dan ada yang turun. Komoditas *administered price* relatif stabil karena tidak ada kebijakan Pemerintah yang signifikan. Sedangkan untuk komoditas *non administered* cenderung normal.

Beberapa faktor yang mempengaruhi pergerakan harga agak tertahan antara lain: (1). Konsumsi masyarakat yang masih relatif rendah, (2). Pasokan dan stok hampir sebagian besar komoditas mencukupi, kecuali pada beberapa komoditas bumbu-bumbuan. (3). Nilai tukar rupiah yang cenderung menguat. (4). Kebijakan pemerintah melakukan operasi pasar beras yang dilakukan secara berbarengan, yaitu : **a. Operasi Pasar Khusus** : Menyalurkan beras raskin ke 13 kepada 201.628 Rumah Tangga Sasaran sebanyak 3.024 ton diharapkan dapat mengurangi tekanan permintaan dan harga di pasar, **b. Operasi Pasar Biasa**, Pemda DIY bekerja sama dengan Bulog dan juga pedagang beras mulai tanggal 13 Desember sampai dengan jangka waktu yang tidak terbatas melakukan operasi pasar beras medium dengan harga maksimal Rp6.100 per kg. Hal ini didukung dengan ketersediaan Bulog yang memadai dan adanya panen raya di beberapa daerah di DIY, kabupaten Sleman dan Kabupaten Purwodadi, (5) kegiatan pro aktif Pemerintah Daerah, Bank Indonesia, Masyarakat dan anggota TPID untuk mengawal perkembangan harga-harga komoditas pokok.

Selanjutnya terkait dengan komoditas gula, saat ini ketersediaan stok di Gudang pabrik mencapai 894.000 ton. Stok di gudang pabrik tersebut cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumsi 5 bulan ke depan, dan akan lebih panjang jika stok di pedagang juga diperhitungkan. Turunnya harga lelang di pabrik gula di bulan Desember juga turun dibandingkan dengan lelang di bulan November, searah dengan penurunan harga gula di pasar internasional mengingat ketersediaan stok. Dengan kondisi tersebut diperkirakan pemerintah bahkan perlu melakukan impor.

Untuk kebutuhan energi, pasokan gas 3 kg (bersubsidi) Pertamina akan secara bertahap ditambah sesuai dengan kebutuhan. Sedangkan untuk premium, pasokan di DIY dipastikan cukup, bahkan realisasi pengiriman premium di DIY sampai dengan akhir tahun dipastikan melebihi rencana awal dan terpenuhi.

Pada kesempatan ini, diimbau kepada semua pelaku usaha agar dalam situasi yang belum lepas dari pengaruh bencana letusan Merapi untuk bekerjasama menjaga agar harga-harga di DIY tetap stabil. Hal ini sebagai bentuk partisipasi semua pihak dalam menciptakan situasi DIY yang stabil, berdaya saing dan tetap menjaga daya beli masyarakat.

Dengan kondisi-kondisi di atas, diperkirakan laju inflasi di DIY pada bulan Desember tetap akan terjaga kondusif.

Yogyakarta, 16 Desember 2010
Tim Pengendali Inflasi DIY

Dewi Setyowati

Siaran Pers

Stabilitas Inflasi Kota Yogyakarta Pada bulan September Relatif Terkendali

Rapat Tim Pengendalian Inflasi Daerah (TPID) di bulan September 2010 ini menyimpulkan bahwa perkembangan harga-harga di bulan September relatif masih terkendali. Komoditas yang berkontribusi terhadap kenaikan harga antara lain adalah kelompok pendidikan dan sub kelompok transportasi. Sementara itu, untuk komoditas lainnya perkembangan harganya bervariasi, untuk kelompok bumbu-bumbu cenderung turun, dan untuk komoditas minyak goreng, gula dan daging stabil di level yang tinggi.

Adapun faktor yang mempengaruhi antara lain adalah pasokan dan stok yang tidak mencukupi, sementara itu tekanan permintaan ternyata relatif tidak sekuat yang diperkirakan sebelumnya. Kenaikan biaya transportasi dan biaya pendidikan diperkirakan akan lebih berkontribusi terhadap inflasi di bulan laporan.

Khusus untuk komoditas beras, stok sangat mencukupi. Stok beras mampu cover penyaluran raskin sampai bulan Maret 2011. Sementara itu, penyaluran beras rutin bulanan sebanyak 3.024 ton lancar tersalurkan yang diharapkan mampu menambah suplai di masyarakat dan disisi lain mengurangi tekanan permintaan. Pertamina secara fleksibel akan menambah pasokan di pasar dengan kebutuhan. Supply gas 3 kg bahkan terindikasi terjadi kelebihan.

Untuk komoditas gula, diperkirakan harga relatif stabil. Untuk menjaga stok nasional pemerintah akan mengimpor gula dengan harga kontrak yang posisinya di bawah harga pasar dunia.

Beberapa isu strategis yang mengemuka antara lain adalah :

Permintaan kepada Pemerintah Pusat untuk melakukan intervensi pasar di daerah-daerah yang mengalami permasalahan produksi padi terkait dengan anomali musim. Melanjutkan langkah-langkah Pabrik Gula Madu Baru yang difasilitasi Badan Ketahanan Pangan dan Penyuluhan DIY berupaya mengurangi rantai distribusi melalui penyaluran langsung ke Gabungan Kelompok Tani, khususnya pada saat harga gula meningkat diluar kewajaran.

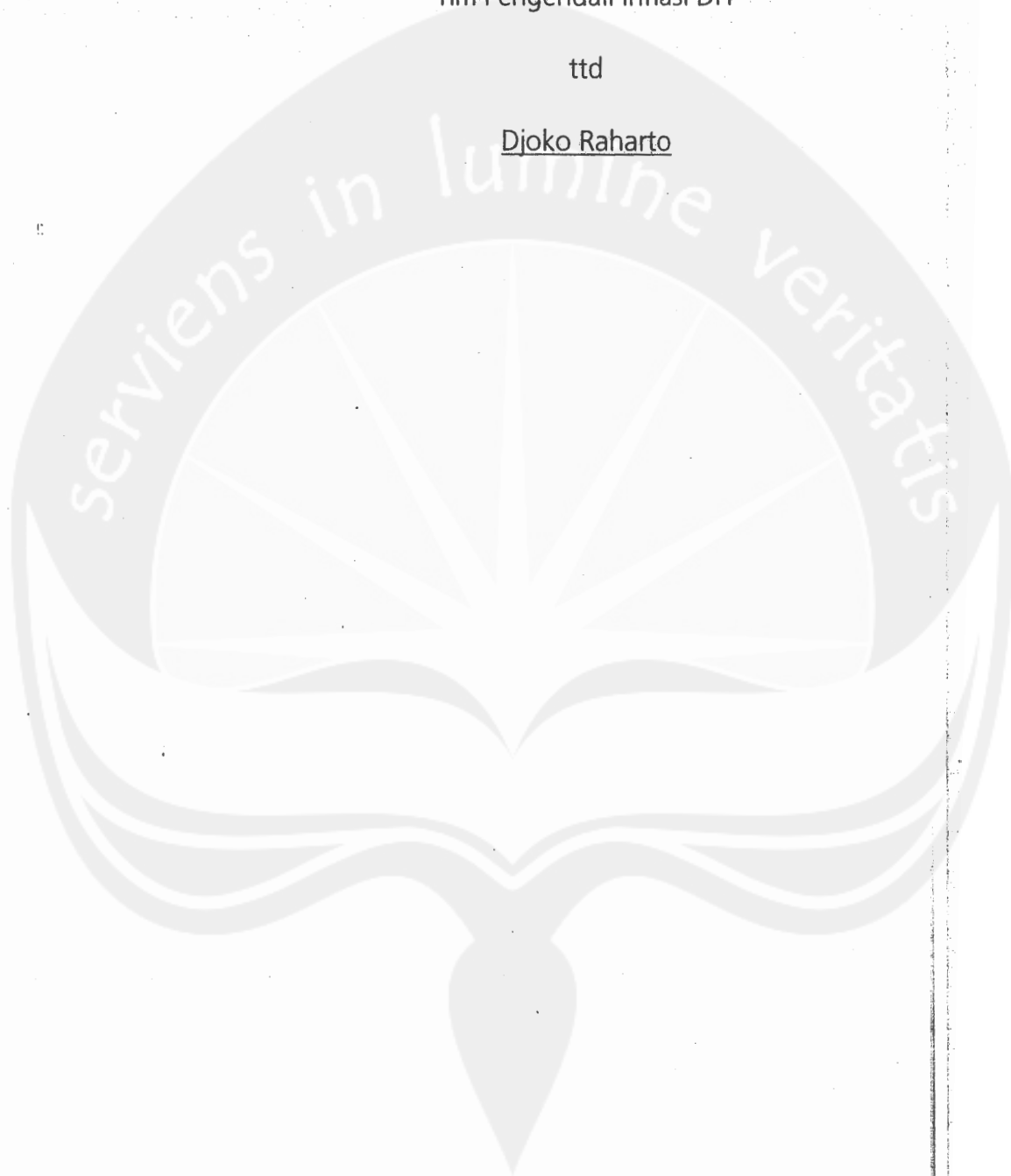
Permintaan kepada pemerintah pusat melakukan campur tangan secara langsung dalam pengendalian harga untuk komoditas-komoditas tertentu yang meningkat di luar kewajaran. Intervensi antara lain dilakukan dengan menambah pasokan di pasar-pasar yang menjadi acuan harga melalui impor terbatas, namun dengan tetap memperhatikan kesejahteraan Petani.

Dengan perkembangan kondisi di atas, prakiraan inflasi bulan September 2010 pada kisaran 0,7 - 1,0 % (mtm).

Yogyakarta, 22 September 2010
Tim Pengendali Inflasi DIY

ttd

Djoko Raharto



Siaran Pers

Inflasi Kota Yogyakarta Pada bulan November Relatif Terkendali

Rapat Tim Pengendalian Inflasi Daerah (TPID) di bulan November 2010 ini menyimpulkan perkembangan harga-harga di bulan November relatif masih terkendali, walaupun sedikit tekanan terhadap beberapa komoditas sayur-sayuran dan bumbu-bumbuan. Salah satu faktor yang mempengaruhi antara lain adalah produksi dan pasokan yang terganggu akibat erupsi Gunung Merapi yang merusak budidaya tanaman semusim di sekitar lereng gunung tersebut.

Untuk mengurangi tekanan harga komoditas yang tergolong *volatile* tersebut, pemerintah telah mengupayakan tambahan pasokan dari daerah lain, seperti Tawangmangu, Sukoharjo dan Bandungan. Selain itu, pemerintah daerah akan melakukan koordinasi dengan pemerintah daerah lain untuk menjaga pasokan kebutuhan komoditas bahan pokok masyarakat tersebut. Pemerintah daerah bersama dengan aparat kepolisian juga akan memantau langsung ke pasar guna memantau kecukupan stok dan menjaga kelancaran distribusi barang kebutuhan pokok, dan menghimbau agar agen/pedagang tidak melakukan monopoli.

Secara umum stok komoditas bahan pokok di wilayah DIY dijamin masih mencukupi kebutuhan masyarakat. Khusus untuk komoditas beras, stok sangat mencukupi. Stok beras mampu men-cover penyaluran raskin sampai bulan Maret 2011. Penyaluran raskin rutin sebanyak 3.024 ton lancar tersalurkan yang diharapkan mampu menambah suplai di berbagai daerah dan disisi lain mengurangi tekanan permintaan.

Tim Pengendali Inflasi Daerah akan terus meningkatkan koordinasi, khususnya dalam 2 minggu ke depan, untuk menekan agar angka inflasi November 2010 tetap terjaga.

Yogyakarta, 16 November 2010

Tim Pengendali Inflasi DIY

Dewi Setyowati

Siaran Pers

Tekanan Permintaan Rendah, Pasokan dan Stock Cukup Tekanan Inflasi di DIY Desember 2010 Normal

Berdasarkan hasil pemantauan Tim Pengendali Inflasi (TPI) DIY, perkembangan harga di bulan Desember 2010 hanya mengalami sedikit peningkatan. Untuk komoditas yang *Volatile Food* perkembangannya bervariasi, yaitu ada yang naik dan ada yang turun. Komoditas *administered price* relatif stabil karena tidak ada kebijakan Pemerintah yang. Sedangkan untuk komoditas *non administered* cenderung normal.

Beberapa faktor yang mempengaruhi pergerakan harga agak tertahan antara lain : (1). Konsumsi masyarakat yang masih relatif rendah, (2). Pasokan dan stok hampir an besar komoditas mencukupi, kecuali pada beberapa komoditas bumbu-bumbuan. (3) rkar rupiah yang cenderung menguat. (4). Kebijakan pemerintah melakukan operasi beras yang dilakukan secara berbarengan, yaitu : **a. Operasi Pasar Khusus** : lurkan beras raskin ke 13 kepada 201.628 Rumah Tangga Sasaran sebanyak 3.024 ton diharapkan dapat mengurangi tekanan permintaan dan harga di pasar, **b. Operasi Pasar** , Pemda DIY bekerja sama dengan Bulog dan juga pedagang beras mulai tanggal 13 ber sampai dengan jangka waktu yang tidak terbatas melakukan operasi pasar beras medium dengan harga maksimal Rp6.100 per kg. Hal ini didukung dengan ketersediaan bulog yang memadai dan adanya panen raya di beberapa daerah di DIY, kabupaten dan Kabupaten Purwodadi, (5) kegiatan pro aktif Pemerintah Daerah, Bank Indonesia, sian dan anggota TPID untuk mengawal perkembangan harga-harga komoditas pokok.

Selanjutnya terkait dengan komoditas gula, saat ini ketersediaan stok di Gudang pabrik ipai 894.000 ton. Stok di gudang pabrik tersebut cukup untuk memenuhi kebutuhan nsi 5 bulan ke depan, dan akan lebih panjang jika stok di pedagang juga diperhitungkan. rtnya harga lelang di pabrik gula di bulan Desember juga turun dibandingkan dengan lelang di bulan November, searah dengan penurunan harga gula di pasar internasional ngginya ketersediaan stok. Dengan kondisi tersebut diperkirakan pemerintah bahkan erlu melakukan impor.

Untuk kebutuhan energi, pasokan gas 3 kg (bersubsidi) Pertamina akan secara el ditambah sesuai dengan kebutuhan. Sedangkan untuk premium, pasokan di DIY ikan cukup, bahkan realisasi pengiriman premium di DIY sampai dengan akhir tahun dipastikan melebihi rencana awal dan terpenuhi.

Pada kesempatan ini, dihimbau kepada semua pelaku usaha agar dalam situasi yang belum lepas dari pengaruh bencana letusan Merapi untuk bekerjasama menjaga agar harga di DIY tetap stabil. Hal ini sebagai bentuk partisipasi semua pihak dalam ptakan situasi DIY yang stabil, berdaya saing dan tetap menjaga daya beli masyarakat.

Dengan kondisi-kondisi di atas, diperkirakan laju inflasi di DIY pada bulan Desember tetap akan terjaga kondusif.

Yogyakarta, 16 Desember 2010
Tim Pengendali Inflasi DIY

Dewi Setyowati