

1. Perkembangan inflasi daerah dan atau perkembangan harga barang kebutuhan pokok dan penting, barang lainnya dan jasa serta risiko ke depan.

1. Perkembangan inflasi daerah dan atau perkembangan harga barang kebutuhan pokok dan penting, barang kelangka dan jasa serta risiko ke depan

Pada Trivulan III 2025, Perkembangan Inflasi di Kota Serang pada awal Trivulan III Tahun 2025 yaitu Pada bulan Juli 2025 sebesar 2,34% (yoy), 0,24% (mtm) dan 1,55% (ytd). Pada bulan Agustus 2025 yaitu sebesar 2,23% (yoy), inflasi bulanan sebesar 0,10% (mtm) dan 1,63% (ytd). Pada bulan September 2025 Kota Serang mengalami inflasi sebesar 2,64% (yoy), 0,11% (mtm) dan 1,56% (ytd). Berikut adalah tabel inflasi di Kota Serang pada Trivulan III 2025 :

Bulan	Inflasi Bulanan (m-4-m) %	Inflasi Tahun Kalender (ytd) %	Inflasi Tahunan (y-o-y) %	IKK
Juli	6,34	1,55	2,34	108,45
Agustus	-0,10	1,45	2,28	108,34
September	0,11	1,56	2,64	108,46

Sumber : BPS Kota Serang

Pada Juli 2025 inflasi yoy terjadi karena adanya kenaikan harga yang ditunjukkan oleh naiknya hampir seluruh indeks kelompok pengeluaran, yaitu kelompok perumahan pribadi dan jasa lainnya sebesar 11,95%, kelompok makanan, minuman dan tembakau sebesar 3,15%, kelompok Pendidikan sebesar 2,70%, kelompok penyediaan makanan dan minuman/restoran sebesar 2,67%, kelompok rekreasi, olahraga dan budaya sebesar 2,65%, kelompok kesehatan sebesar 0,78%, %, kelompok pakaian dan alas kaki sebesar 0,43%, Kelompok transportasi sebesar 0,36%, kelompok perumahan, air, listrik dan bahan bakar rumah tangga sebesar 0,31%, Kelompok informasi, komunikasi, dan jasa keuangan sebesar 0,03%, kelompok perlengkapan, peralatan dan pemeliharaan rutin rumah tangga sebesar 0,07%. Sementara kelompok perlengkapan, peralatan, dan pemeliharaan rutin rumah tangga mengalami deflasi yoy sebesar 0,07%.

Pada Agustus 2025 inflasi yoy terjadi karena adanya kenaikan harga yang ditunjukkan oleh naiknya hampir seluruh indeks kelompok pengeluaran, yaitu kelompok perumahan pribadi dan jasa lainnya sebesar 11,14%, kelompok pendidikan sebesar 3,62%, kelompok makanan, minuman dan tembakau sebesar 3,29%, kelompok penyediaan makanan dan minuman/restoran sebesar 2,65%, kelompok rekreasi, olahraga dan budaya sebesar 1,93%, kelompok kesehatan sebesar 1,26%, kelompok pakaian dan alas kaki sebesar 0,45%, kelompok perumahan, air, listrik dan bahan bakar rumah tangga sebesar 0,28%. Kelompok informasi, komunikasi, dan jasa keuangan sebesar 0,11%, kelompok transportasi sebesar 0,03%. Sementara, kelompok perlengkapan, peralatan, dan pemeliharaan rutin rumah tangga mengalami deflasi yoy sebesar 1,13%.

Pada September 2025 inflasi yoy terjadi karena adanya kenaikan harga yang ditunjukkan oleh naiknya hampir seluruh indeks kelompok pengeluaran, yaitu : kelompok perumahan pribadi dan jasa lainnya sebesar 13,06%, kelompok makanan, minuman dan tembakau sebesar 4,13%, kelompok Pendidikan sebesar 3,48%, kelompok penyediaan makanan dan minuman/restoran sebesar 2,69%, kelompok rekreasi, olahraga, dan budaya sebesar 2,15%, kelompok kesehatan sebesar 1,22%, kelompok pakaian dan alas kaki sebesar 0,42%, kelompok transportasi sebesar 0,31%, kelompok perumahan, air, listrik dan bahan bakar rumah tangga sebesar 0,20%, kelompok informasi, komunikasi dan jasa keuangan sebesar 0,11%. Sementara kelompok perlengkapan, peralatan, dan pemeliharaan rutin rumah tangga mengalami deflasi yoy sebesar 1,36%.

Perkembangan harga barang dan kebutuhan pokok di Kota Serang pada Trivulan II 2025 Pada minggu ke-2 Juli 2025 harga bahan pokok seperti harga cabai merah besar mengalami penurunan karena pasokan lancar, namun sempat mengalami kenaikan diakhir minggu ke-2 Juli, harga Cabai rawit merah mengalami kenaikan karena pasokan berkurang, sementara harga bawang merah, bawang putih, daging ayam dan komoditas lainnya stabil. Pada minggu ke-3 Juli, harga cabai merah besar, bawang merah dan bawang putih stabil karena pasokan lancar. Pada akhir minggu ke-4 Juli harga cabai merah besar mengalami penurunan karena pasokan lancar dan cabai rawit merah sedikit mengalami penurunan karena permintaan turun, harga komoditas lainnya stabil.

Pada bulan Agustus 2025 harga komoditas bahan pokok cenderung stabil, pada minggu ke-3 Agustus 2025 harga cabai merah besar mengalami penurunan karena permintaan turun, namun pada minggu ke-4 Agustus 2025 terjadi kenaikan harga cabai merah besar karena pasokan kurang, harga cabai rawit merah juga sedikit mengalami kenaikan karena permintaan naik, harga bawang merah, bawang putih, minyak goreng, daging sapi dan telur stabil.

Pada awal bulan September 2025 terjadi kenaikan harga pada beberapa komoditas seperti daging ayam ras, cabai merah besar, cabai rawit merah karena banyaknya permintaan menjelang Maulid Nabi Muhammad. Namun pada minggu ke-3 dan ke-4 September harga bahan pokok mulai mengalami penurunan karena permintaan turun.

Berikut tabel perkembangan Harga Bahan Pokok setiap bulan di Trivulan III Tahun 2025 sebagai berikut:

Perkembangan Harga pada Bulan Juli 2025

Perkembangan harga pada Bulan Agustus 2025

Perkembangan Harga Bulan September 2025

Potensi/risiko kedepan yang mempengaruhi inflasi di Kota Serang adalah Potensi/risiko kedepan yang mempengaruhi inflasi pada Trivulan III adalah pada kelompok jasa perumahan pribadi, kelompok makanan, minuman dan tembakau, serta kelompok Pendidikan. Kelompok jasa perumahan pribadi yang menjadi indikator penyebab inflasi tertinggi untuk komoditas esse perumahan telah menjadi indikator penyebab inflasi di setiap bulan pada Trivulan III. kelompok makanan, minuman, dan tembakau tertinggi untuk harga cabai, daging ayam ras yang sempat mengalami kenaikan karena banyak permintaan menjelang Maulid Nabi, kelompok Pendidikan karena pada bulan Juli masuk tahun ajaran baru. Pada bulan Juli 2025, komoditas yang menjadi indikator penyebab inflasi tertinggi bawang merah, beras, umbulda dasar, jagung, tomat, benih, telur ayam ras, cabai rawit, Pendidikan anak usia dini (PAUD), Sigaret Putih Mesin SP6). Pada bulan Agustus 2025, komoditas dominan penyumbang inflasi (yoy) yaitu emas perhiasan, bawang merah, sigaret putih mesin (SP6), tomat, ayam goreng, Sigaret Kotak Tenggul (SKT) dan Sigaret

2. Identifikasi permasalahan pengendalian inflasi di daerah.

1. Identifikasi permasalahan pengendalian inflasi di daerah

Secara spasial, pada triwulan III, hampir seluruh kota/kabupaten di Provinsi Banten mengalami inflasi. Pada bulan Juli 2025, Kota/Kab IHK di Provinsi Banten mengalami inflasi tahunan (yoy), Inflasi tertinggi terjadi di Kab. Pandeglang sebesar 3,14%, sedangkan inflasi terendah di Kota Tangerang yaitu sebesar 2,03%. Inflasi bulanan (mtm) bulan Juli Kota/Kab IHK di Provinsi Banten mengalami inflasi, inflasi bulanan tertinggi di Kota Cilegon yaitu sebesar 0,52%, sedangkan inflasi bulanan terendah di Kab. Pandeglang sebesar 0,04%. Pada bulan Agustus 2025, Inflasi yoy tertinggi terjadi di Kab. Pandeglang sebesar 2,53% dan terendah di Kab. Lebak sebesar 1,68%. Pada bulan September 2025, Inflasi tahunan (yoy) tertinggi terjadi di Kab. Pandeglang sebesar 3,13%, sedangkan inflasi terendah di Kota Tangerang sebesar 1,96%. Inflasi bulanan (mtm) di Provinsi Banten ada yang deflasi dan inflasi. Deflasi bulanan terjadi di Kota Tangerang sebesar 0,09%, sedangkan inflasi bulanan terendah di Kota Serang sebesar 0,11% dan tertinggi terjadi di Kabupaten Lebak sebesar 0,70%.

Secara tahunan, seluruh wilayah di Provinsi Banten mengalami inflasi. Inflasi tahunan Banten pada September 2025 sebesar 2,31% (yoy) lebih rendah dibandingkan inflasi nasional 2,65% (yoy). Inflasi tahunan (yoy) tertinggi terjadi di Kab. Pandeglang sebesar 3,13% (yoy), Kota Serang sebesar 2,64% (yoy), Kab. Lebak sebesar 2,47%, Kota Cilegon sebesar 2,39% (yoy) dan Kota Tangerang sebesar 1,96% (yoy). Pada bulan September 2025, Inflasi secara tahunan Provinsi Banten tercatat sebesar 2,31% (yoy), relative lebih tinggi dibandingkan bulan sebelumnya yang mengalami inflasi sebesar 1,95% (yoy). Secara tahunan, inflasi Provinsi Banten pada September 2025 didorong oleh inflasi pada kelompok Makanan, Minuman dan Tembakau sebesar 4,46 % (yoy) dengan andil sebesar 1,40%, kelompok Perawatan Pribadi dan Jasa lainnya sebesar 8,14% (yoy) dengan andil sebesar 0,49%, dan kelompok Penyediaan Makanan dan Minuman/Restoran sebesar 2,05% (yoy) dengan andil sebesar 0,22%. Kondisi inflasi secara tahunan disebabkan beberapa faktor yaitu (1) kenaikan harga emas perhiasan, (2) bawang merah mengalami kenaikan harga didorong oleh peningkatan harga dari pihak pemasok setelah jumlah pasokan bawang merah cenderung mengalami penurunan pada September 2025, (3) Kenaikan harga pada komoditas daging ayam ras yang mengalami peningkatan harga didorong oleh penurunan jumlah pasokan dari daerah Bogor, Ciamis dan Karawang, serta disebabkan oleh peningkatan biaya input produksi (harga jagung pakan), (4) komoditas minyak goreng menjadi penyumbang inflasi karena kondisi pasokan yang cenderung menurun dipasaran terutama untuk minyak kita dan minyak curah, (5) telur ayam ras mengalami kenaikan harga didorong oleh peningkatan harga dari pihak pemasok akibat tingginya harga jagung pakan.

Identifikasi permasalahan pengendalian inflasi di Kota Serang

Inflasi Kota Serang terutama berasal dari kelompok Perawatan pribadi dan jasa lainnya sebesar 1,67% (mtm) dengan andil sebesar 0,12%, kelompok perlengkapan, peralatan dan pemeliharaan rutin rumah tangga sebesar 0,11% (mtm) dengan andil sebesar 0,01%, dan kelompok penyediaan makanan dan minuman/restoran sebesar 0,05% (mtm) dengan andil sebesar 0,01%.

Berdasarkan komoditasnya inflasi Kota Serang didorong oleh komoditas daging ayam ras (andil: 0,22%), emas perhiasan (andil: 0,12%), cabai merah (andil: 0,06%), ikan bandeng (andil: 0,02%) dan kulit melinjo (andil: 0,01%). Menurut pengamatan tim Survei Pemantauan Harga (SPH) pada Pasar Rau di Kota Serang, kondisi pasar tidak terlalu ramai dari pengunjung karena mulai berakhirnya masa perayaan Maulid Nabi, juga karena masyarakat menghadapi akhir bulan yang mana sebagian masyarakat memilih untuk berbelanja kebutuhan di pedagang sayur keliling. Pada minggu ke-4 September 2025, komoditas yang mengalami peningkatan harga yaitu cabai merah besar, cabai merah keriting, dan bawang merah. Menurut informasi pedagang, peningkatan harga pada komoditas tersebut terjadi karena (i) adanya gangguan hama, (ii) penanggulangan yang lambat untuk jenis hama saat ini, (iii) keterlambatan pengiriman pangan dari daerah sentra. Lebih lanjut, untuk 10 komoditas yang disurvei pada saat ini tidak ada kendala dan tidak ada komoditas yang mengalami kelangkaan.

3. Pelaksanaan kebijakan pengendalian inflasi di daerah.

1. The first step in the process of creating a new product is to identify a market need.

2. The second step is to develop a prototype of the product.

3. The third step is to conduct market research to determine if there is a demand for the product.

4. The fourth step is to create a business plan that outlines the financial and operational aspects of the product.

5. The fifth step is to secure funding to develop and launch the product.

6. The sixth step is to launch the product and monitor its performance in the market.

7. The seventh step is to gather feedback from customers and make improvements to the product.

8. The eighth step is to scale the production of the product to meet market demand.

9. The ninth step is to establish a distribution network for the product.

10. The tenth step is to continue to innovate and develop new products to stay competitive in the market.

11. The eleventh step is to build a strong brand identity for the product.

12. The twelfth step is to establish a customer support system to address any issues or questions.

13. The thirteenth step is to analyze the market and adjust the product strategy as needed.

14. The fourteenth step is to build a strong network of industry contacts and partners.

15. The fifteenth step is to stay up-to-date on the latest trends and technologies in the industry.

16. The sixteenth step is to establish a clear vision and mission statement for the product.

17. The seventeenth step is to build a strong team of talented individuals to develop and launch the product.

18. The eighteenth step is to establish a clear timeline and milestones for the product development process.

19. The nineteenth step is to establish a clear budget and financial goals for the product.

20. The twentieth step is to establish a clear communication plan for the product launch.

21. The twenty-first step is to establish a clear marketing strategy for the product.

22. The twenty-second step is to establish a clear sales strategy for the product.

23. The twenty-third step is to establish a clear customer service strategy for the product.

24. The twenty-fourth step is to establish a clear intellectual property strategy for the product.

25. The twenty-fifth step is to establish a clear legal strategy for the product.

26. The twenty-sixth step is to establish a clear financial strategy for the product.

27. The twenty-seventh step is to establish a clear operational strategy for the product.

28. The twenty-eighth step is to establish a clear human resources strategy for the product.

29. The twenty-ninth step is to establish a clear technology strategy for the product.

30. The thirtieth step is to establish a clear environmental strategy for the product.

31. The thirty-first step is to establish a clear social media strategy for the product.

32. The thirty-second step is to establish a clear public relations strategy for the product.

33. The thirty-third step is to establish a clear corporate governance strategy for the product.

34. The thirty-fourth step is to establish a clear risk management strategy for the product.

35. The thirty-fifth step is to establish a clear sustainability strategy for the product.

36. The thirty-sixth step is to establish a clear diversity and inclusion strategy for the product.

37. The thirty-seventh step is to establish a clear ethics strategy for the product.

38. The thirty-eighth step is to establish a clear compliance strategy for the product.

39. The thirty-ninth step is to establish a clear security strategy for the product.

40. The fortieth step is to establish a clear data privacy strategy for the product.

41. The forty-first step is to establish a clear cybersecurity strategy for the product.

42. The forty-second step is to establish a clear disaster recovery strategy for the product.

1. The first step in the process of creating a new product is to identify a market need. This involves conducting market research to determine what consumers are looking for and what gaps exist in the current market.

2. Once a market need is identified, the next step is to develop a concept for the new product. This involves brainstorming ideas and creating a prototype that demonstrates the basic functionality of the product.

3. The third step is to conduct a feasibility study to determine if the product is viable. This involves analyzing the costs of production, the potential for sales, and the competitive landscape.

4. If the feasibility study is positive, the next step is to develop a business plan. This involves outlining the marketing strategy, the production process, and the financial projections for the new product.

5. The final step is to launch the product and monitor its performance. This involves creating a marketing campaign to promote the product and tracking sales and customer feedback to make any necessary adjustments.

4. Evaluasi kebijakan pengendalian inflasi di daerah.

1. Evaluasi Kebijakan Pengendalian Inflasi di Kota Serang Triwulan III Tahun 2025 adalah sebagai berikut:

- Dalam rangka penanganan inflasi Kota Serang, pada Triwulan III Tahun 2025 Pemerintah Kota Serang telah melakukan beberapa upaya seperti Gerakan Pangan Murah, Gerakan menanam bawang, cabai, padi dan jagung, sidak ke distributor dan Pasar Induk Rau, serta pemantauan harga yang dilakukan setiap hari oleh Disperindagkop serta neraca pangan yang dilakukan oleh DKP3 setiap minggunya.
- Dalam rangka memastikan stok/ketersediaan beras, pemerintah Kota Serang melalui DKP3 juga membuat prognosa atau memastikan ketersediaan stok beras dan potensi kekurangan stok beras setiap minggunya.
- Adanya Sekolah Lapang Holtikultura di Sawah Luhur, Kasemen untuk menjaga ketersediaan pasokan terutama pada komoditas bawang dan cabai;
- Selain itu, Pemerintah Kota Serang membuat warung inflasi atau warung jaga bahan pokok (warjok) sebagai upaya menjaga ketersediaan bahan pokok dengan harga yang terjangkau.
- Tim Pengendalian Inflasi Daerah (TPID) harus terus bersinergi dengan berbagai instansi vertikal maupun daerah lain terutama daerah penghasil untuk melakukan Kerjasama antar daerah (KAD) baik secara B2B maupun G2G.

Pada Triwulan III 2025, Pemerintah Kota Serang melalui Dinkopukmperindag, Bag. Pemerintahan dan Bag. Perekonomian telah melaksanakan penjajakan dalam rangka Kerjasama Antar Daerah (KAD) ke Kab. Brebes dan Kab. Magelang sebagai daerah penghasil bawang merha dan cabai.

5. Rekomendasi kebijakan pengendalian inflasi di daerah.

3. Rekomendasi kebijakan pengendalian inflasi di daerah.

- Memastikan ketersediaan bahan pokok yang mengalami andil inflasi di Triwulan III 2025;
- Melakukan pemantauan harga dan pengawasan distribusi barang kebutuhan pokok dan barang penting lainnya di Kota Serang agar harga barang tetap terkendali;
- Penguatan Program Unggulan TPID Kota Serang yaitu terkait kelembagaan petani dalam rangka Sekolah Lapang Hortikultura dan perluasan tambah tanam;
- Dibentuknya Warung Inflasi untuk menyediakan bahan pokok dengan harga terjangkau atau harga dibawah HET untuk masyarakat Kota Serang serta perluasan Warung inflasi di setiap kecamatan di Kota Serang;
- Untuk jangka panjang, akan dibentuk pusat distribusi pangan dengan menunjuk/mendorong pembentukan BUMD Pangan serta optimalisasi Koperasi Korpri dan Koperasi Merah Putih yang ada di setiap kelurahan Kota Serang.