

**ANALISIS TINGKAT HARGA YANG DITERIMA KONSUMEN GAS LPG
3 KG
DITINJAU DARI ASPEK PENAWARAN
(STUDI KASUS KABUPATEN/KOTA XYZ)**

Oleh:

Saladdin Wirawan Effendy¹⁾
E-mail: uibila360@gmail.com
¹⁾Program Studi Manajemen STIM Amkop XYZ

ABSTRACT

The research objective is to analyze the degree to prices received 3 kg LPG gas consumers in terms of aspects of supply (a case study Regency / City XYZ).

This study design is a case study method, the method of data collection of data through observation, interviews and documentation analysis.

Based on the research results can lead to results at consumer price level differences are as follows: 1). The cost factor is a factor that greatly affects the price of LPG 3 kg gas received by consumers, especially the cost of distribution. The longer the distribution channel, the higher the price received by consumers in this case is the community. 2). In addition to distribution costs other costs are the costs for capital. The lower the frequency of the deliveries carried out by the agency, the higher capital base must be removed so that it will increase the base price specified to consumers. Vice versa the higher the frequency of the deliveries were done by the agent, the lower the capital to be issued by the base. thereby decreasing the specified price to the consumer base. 3). Factors speculation is one factor that led to the price received by the community to be high. This condition usually occurs due to the scarcity of supply from Pertamina parties so it can not meet the demand cause prices to rise this condition. Or going from the agency's disobedience with regulations on the distribution of prices and cause to be expensive.

Keywords: Price, supply

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dihilangkannya subsidi terhadap minyak tanah oleh pemerintah menyebabkan harga menjadi tinggi sehingga masyarakat beralih menggunakan gas LPG untuk memenuhi kebutuhan akan energi. Penghapusan subsidi minyak tanah ini merupakan kebijakan pemerintah untuk mengurangi pengeluaran yang berasal dari subsidi.

Pemerintah menyediakan sumber energi baru yaitu LPG yang dikemas dalam 2 jenis kemasan yaitu kemasan tabung subsidi (3 kg) dan tabung non subsidi

(5,5 kg dan 12 kg). Kemasan lpg 3 kg merupakan kemasan yang paling banyak dipilih oleh masyarakat dikarenakan harga yang relatif murah dan terjangkau oleh masyarakat, sedangkan kemasan tabung 5,5 kg dan 12 kg sangat sedikit masyarakat yang memilih sehingga dapat dikatakan sebagai pelengkap saja.

Jika dilihat struktur pasar dari sisi produsen maka gas lpg 3 kg merupakan pasar monopoli sebab hanya di produksi oleh Pertamina, sedangkan jika dilihat dari sisi penjual maka struktur pasar adalah oligopoli. Dengan kondisi seperti ini maka harga sangat ditentukan oleh produsen atau penjual dan masyarakat hanya sebagai price taker sebab sama sekali tidak dapat mempengaruhi harga sebab mereka tidak mempunyai atau sangat sedikit sekali pilihan barang pengganti.

Dalam pasar gas lpg 3 kg ini pemerintah telah menentukan harga eceran (HET) tertinggi pada daerah Kabupaten/Kota XYZ adalah Rp. 14.800,-/tabung. Harga ini merupakan harga yang seharusnya di terima oleh masyarakat sebagai konsumen akhir. Tetapi pada kenyataan harga yang diterima oleh masyarakat lebih dari harga yang telah ditentukan bahkan sangat sedikit atau hampir tidak ada masyarakat yang dapat memperoleh harga gas lpg 3 kg seharga Rp. 14.800,- atau jika d bulatkan menjadi Rp. 15.000,-/tabung. Bahkan ada kecenderungan masyarakat mendapatkan harga sekitar Rp. 16.000,- hingga Rp. 20.000,-/tabung. Selain itu pada waktu-waktu tertentu terjadi kelangkaan akan gas lpg 3 kg ini sehingga harga ang diterima oleh masyarakat sebagai konsumen akhir dapat mencapai Rp. 20.000,- hingga Rp, 22.000,-/tabung. Jika dilihat disini masyarakat sebagai price taker tidak dapat melakukan pilihan dalam konsumsi gas lpg 3 kg ini sehingga pihak penjual dapat menentukan harga jual terutama penjual eceran yang tidak dapat dikontrol oleh pihak yang berwenang. Dengan kondisi ini maka pihak penjual menentukan harga sangat tergantung dari biaya yang mereka keluarkan. Selain dari dari itu masih terdapat penyimpangan-penyimpangan yang dilakukan oleh pihak agen tetapi sangat susah untuk mendapatkan bukti konkrit.

Berdasarkan kondisi di atas tersebut maka penulis tertarik untuk mengetahui proses terbentuknya harga dari penjual yang dimulai dari tingkat agen hingga diterima oleh masyarakat sehingga penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian “Analisis tingat harga yang diterima konsumen gas lpg 3 kg ditinjau dari aspek penawaran (studi kasus Kabupaten/Kota XYZ).

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Harga yang diterima oleh masyarakat lebih dari harga yang telah ditentukan atau harga eceran tertinggi (HET) bahkan sangat sedikit atau hampir tidak ada masyarakat yang dapat memperoleh harga gas lpg 3 kg seharga Rp. 14.800,- atau jika dibulatkan menjadi Rp. 15.000,-/tabung. Bahkan ada kecenderungan masyarakat mendapatkan harga sekitar Rp. 16.000,- hingga Rp. 20.000,-/tabung.
2. Pada waktu-waktu tertentu terjadi kelangkaan akan gas lpg 3 kg ini sehingga harga ang diterima oleh masyarakat sebagai konsumen akhir dapat mencapai Rp. 20.000,- hingga Rp, 22.000,-/tabung

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis tingkat harga yang diterima konsumen gas lpg 3 kg ditinjau dari aspek penawaran (studi kasus Kabupaten/Kota XYZ).

Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Referensi bagi instansi terkait dalam penyaluran gas lpg 3 kg kepada masyarakat,
2. Referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai harga dan saluran,

Tinjauan Literatur Dan Pengembangan Hipotesis

1. Harga

Harga (price) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Philip Kolter, 2008). Sedangkan menurut Basu Swastha (2005) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya

Dalam memilih strategi harga untuk mencapai target pasar, dalam hal ini penjual dapat memilih diantara dua macam strategi harga yang dianggap paling ekstrim (<http://www.organisasi.org>), yaitu:

- a. Skim the cream pricing. Skim the cream pricing merupakan strategi penetapan harga yang setinggi-tingginya. Harga yang tinggi tersebut dimaksudkan untuk menutup biaya penelitian, pengembangan dan promosi.
- b. Penetration pricing. Penetration pricing merupakan strategi penetapan harga yang serendah-rendahnya yang bertujuan untuk mencapai volume penjualan sebesar-besarnya dalam waktu yang relatif singkat. Dibandingkan skim the cream pricing, strategi ini lebih agresif dan dapat memperkuat kedudukan perusahaan dalam persaingan.

2. Penawaran

Penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang tersedia dan dapat dijual oleh penjual pada berbagai tingkat harga, dan pada waktu tertentu (<https://id.wikipedia.org>). Hukum penawaran menyatakan bila tingkat harga mengalami kenaikan maka jumlah barang yang ditawarkan akan naik, dan bila tingkat harga turun maka jumlah barang yang ditawarkan turun. Dalam hukum penawaran jumlah barang yang ditawarkan akan berbanding lurus dengan tingkat harga, di hukum penawaran hanya menunjukkan hubungan searah antara jumlah barang yang ditawarkan dengan tingkat harga.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran, diantaranya:

- Biaya produksi. Harga bahan baku yang mahal akan mengakibatkan tingginya biaya produksi dan menyebabkan produsen menawarkan barang dalam jumlah terbatas untuk menghindari kerugian karena takut tidak laku.

- Teknologi. adanya kemajuan teknologi akan menyebabkan pengurangan terhadap biaya produksi dan produsen dapat menawarkan barang dalam jumlah yang lebih besar lagi.
- Harga barang pelengkap dan pengganti. Apabila harga barang pengganti mengalami kenaikan maka produsen akan memproduksi lebih banyak lagi karena berasumsi konsumen akan beralih ke barang pengganti karena harganya lebih murah.
- Pajak. semakin tinggi tarif pajak yang dikenakan akan berakibat naiknya harga barang dan jasa yang akan membawa dampak pada rendahnya permintaan konsumen dan berkurangnya jumlah barang yang ditawarkan.
- Perkiraan harga barang di masa datang/Spekulasi. Apabila kondisi pendapatan masyarakat meningkat, biaya produksi berkurang dan tingkat harga barang dan jasa naik, maka produsen akan menambah jumlah barang dan jasa yang ditawarkan. Tetapi bila pendapatan masyarakat tetap, biaya produksi mengalami peningkatan, harga barang dan jasa naik, maka produsen cenderung mengurangi jumlah barang dan jasa yang ditawarkan atau beralih pada usaha lain.
- Tujuan dari perusahaan. Bila perusahaan berorientasi untuk dapat menguasai pasar, maka dia harus mampu menekan harga terhadap barang dan jasa yang ditawarkan sehingga keuntungan yang diperoleh kecil. Bila orientasinya pada keuntungan maksimal maka perusahaan menetapkan harga yang tinggi terhadap barang dan jasa yang ditawarkannya

Metode Penelitian

1. Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah metode studi kasus, dimana studi kasus dapat didefinisikan sebagai strategi penelitian di mana di dalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu.

2. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini kasus metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumentasi.

3. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah :

- a. Pemilik agen gas lpg 3 kg
- b. Pemilik pangkalan gas lpg 3 kg
- c. Warung yang menjual gas lpg 3 kg
- d. Pemilik motor yang menjual gas lpg 3 kg
- e. Konsumen/masyarakat pengguna gas lpg 3 kg

4. Metode Analisis

Sebelum data-data di analisis maka untuk mendapatkan data yang valid digunakan alat validasi triangulasi. Triangulasi adalah metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memeriksa dan menetapkan validitas dengan menganalisa dari berbagai perspektif.

Adapun metode analisis mengikuti tahap-tahap sebagai berikut :

- a. Mengorganisasikan Data. Peneliti mendapatkan data langsung dari subjek melalui wawancara mendalam (indepth inteviwer) maupun observasi terhadap objek penelitian.
- b. Pengelompokan berdasarkan Kategori, Tema dan pola jawaban. Pada tahap ini dibutuhkan pengertian yang mendalam terhadap data, perhatian yang penuh dan keterbukaan terhadap hal-hal yang muncul di luar apa yang ingin digali.
- c. Menguji Asumsi atau Permasalahan yang ada terhadap Data. Setelah kategori pola data tergambar dengan jelas, peneliti menguji data tersebut terhadap asumsi yang dikembangkan dalam penelitian ini.
- d. Mencari Alternatif Penjelasan bagi Data. Setelah kaitan antara kategori dan pola data dengan asumsi terwujud, peneliti masuk ke dalam tahap penejelasan. Dan berdasarkan kesimpulan yang telah didapat dari kaitanya tersebut, penulis merasa perlu mencari suatu alternative penjelasan lain tetng kesimpulan yang telah didapat.
- e. Menulis Hasil Penelitian. Penulisan data subjek yang telah berhasil dikumpulkan merupakan suatu hal yang membantu penulis unntuk memeriksa kembali apakah kesimpulan yang dibuat telah selesai.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang lihat dari teori penawaran bahwa yang mempengaruhi harga pada tingkat konsumen adalah sebagai berikut :

Faktor Biaya

Faktor biaya merupakan faktor yang sangat mempengaruhi harga gas lpg 3 kg yang diterima konsumen terutama biaya distribusi. Berdasarkan hasil temuan observasi di lapangan menunjukkan saluran distrubusi gas lpg 3 kg yang berasal dari Agen hingga konsumen adalah sebagai berikut :

1. Agen----> Masyarakat

Pada saluran distribusi ini masyarakat mendapatkan harga berkisar Rp.15.500,- s/d Rp. 16.000,-/tabung. Untuk mendapatkan harga HET Rp. 14.800,-/Rp. 15.000,-/tabung sangat jarang terjadi. Selain itu bisanya agen membatasi jumlah tabung yang dijual kepada masyarakat, sehingga masyarakat yang mendapat membelinya sangat terbatas.

2. Agen----> Pangkalan----> Masyarakat

Pada saluran distribusi ini pangkalan mendapatkan harga dari pihak agen sebesar Rp. 13.800,- /tabung. Selanjutnya pangkalan seharusnya menjual ke masyarakat sebesar Rp. 15.000,- s/d Rp. 15.500,-/tabung dimana pangkalan mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 1.500,-/tabung. Tetapi temuan penelitian menunjukkan pangkalan akan menjual sebesar Rp. 16.000,- s/d Rp. 18.000,-/tabung. Kondisi ini diakibatkan jumlah kuota yang diterima oleh masing-masing pangkalan. Jika pangkalan mendapatkan kuota yang relatif banyak

(misalkan 1.250 – 7.000 tabung/bulan) maka akan cenderung menjual dengan harga Rp. 15.500,- s/d Rp. 16.000,-/tabung. Tetapi jika kurang dari jumlah tersebut misalnya 120 – 500 tabung/bulan maka pangkalan akan menjual dengan harga Rp. 17.000,- s/d Rp. 18.000,-/tabung. Selain jumlah kuota, frekuensi pengantaran tabung ke pangkalan dari agen sangat berpengaruh. Semakin tinggi frekuensi pengantaran maka semakin rendah harga jual ke konsumen, begitu sebaliknya semakin rendah frekuensi pengantaran maka semakin tinggi harga jual ke konsumen.

3. Agen----> Pangkalan----> Warung----> Masyarakat

Pada saluran distribusi ini pangkalan mendapatkan harga dari pihak agen sebesar Rp. 13.800,- /tabung. Selanjutnya pangkalan menjual ke warung sebesar Rp. 15.500,- s/d Rp. 16.000,-/tabung dimana pangkalan mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 1.500,-/tabung. Dari pangkalan ke warung akan menimbulkan biaya transportasi yang tidak mendapatkan subsidi oleh pihak Pertamina. Biaya transportasi tersebut biasanya sebesar Rp. 500,- s/d Rp. 1.000,-/tabung. Sedangkan warung biasanya akan mengamil keuntungan sebesar Rp. 2.000,- s/d Rp. 3.000,- tabung. Sehingga harga jual ke masyarakat dari warung sebesar biaya transportasi + keuntungan yang diambil warung = Rp. 19.000,- s/d Rp. 20.000,- . Pada saluran ini biasanya pangkalan yang menjualnya ke warung lagi adalah pangkalan yang mempunyai kuota yang banyak (1.250 – 7.000 tabung/bulan). Sedangkan pangkalan yang mendapatkan kuota yang sedikit biasanya menjual sendiri langsung ke masyarakat dengan harga yang relatif tinggi berkisar Rp. 18.000,-/tabung

4. Agen----> Pangkalan----> Pengecer (sepeda motor) ----> Masyarakat

Pada saluran distribusi ini pangkalan mendapatkan harga dari pihak agen sebesar Rp. 13.800,- /tabung. Selanjutnya pangkalan menjual ke Pengecer (sepeda motor) sebesar Rp. 15.500,- s/d Rp. 16.000,-/tabung dimana pangkalan mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 1.500,-/tabung. Dari Pengecer (sepeda motor) ke masyarakat akan menimbulkan biaya transportasi yang tidak mendapatkan subsidi oleh pihak Pertamina. Biaya transportasi tersebut biasanya sebesar Rp. 500,- s/d Rp. 1.000,-/tabung. Sedangkan Pengecer (sepeda motor) biasanya akan mengamil keuntungan sebesar Rp. 2.000,- s/d Rp. 3.000,- tabung. Sehingga harga jual ke masyarakat dari warung sebesar biaya transportasi + keuntungan yang diambil warung = Rp. 19.000,- s/d Rp. 20.000,- .

5. Agen----> Warung----> Masyarakat

Pada saluran distribusi ini biasanya merupakan saluran yang tidak resmi sebab agen tidak boleh menjual langsung ke warung/Pengecer (sepeda motor) jika bukan pangkalan, tetapi untuk alasan-alasan tertentu pihak agen menjual ke warung/Pengecer (sepeda motor). Pihak agen menjualnya sebesar Rp. 15.000,-/tabung dengan jumlah maksimal 10 tabung/hari, tetapi biasanya agen tidak memberikannya

setiap hari pada warung/Pengecer (sepeda motor) yang sama. warung/Pengecer (sepeda motor) menjual sebesar Rp. 19.000,- s/d Rp. 20.000,-/tabung kepada masyarakat.

Selain biaya distribusi yang mempengaruhi harga yang diterima konsumen, faktor timbul dari frekuensi pengantaran tabung juga mempengaruhinya. Pada pangkalan yang mendapat frekuensi pengantaran yang rendah akan menyebabkan harga tinggi sebab pangkalan yang mempunyai frekuensi yang rendah pula biasanya mempunyai modal yang relatif tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika suatu pangkalan mendapatkan kuota 1.250 tabung,-/bulan maka biasanya tabung akan diantarkan sebulan sebanyak 250 tabung sebanyak 5 kali pengantaran. Dengan kondisi ini maka pihak pangkalan harus menyediakan tabung sebanyak 250 dengan harga berkisar Rp. 25.000.000,- hingga Rp. 30.000.000,-. Sedangkan pangkalan dengan kuota yang sama dengan frekuensi pengantaran yang tinggi misalnya 50 tabung/hari atau 100 tabung/2 hari jelas akan mempunyai modal berupa tabung sebanyak 50 – 100 tabung dengan harga berkisar Rp. 5.000.000,- s/d Rp. 10.000.000,-.

Faktor Spekulasi

Faktor spekulasi merupakan salah faktor yang menyebabkan harga yang diterima oleh masyarakat menjadi tinggi. Kondisi ini biasanya terjadi akibat langkanya pasokan dari pihak Pertamina sehingga tidak bisa memenuhi permintaan yang menyebabkan harga naik kondisi ini. Kondisi ini pernah terjadi beberapa tahun yang lalu sebagai akibat pengalihan kuota ke daerah lain yang baru melakukan konversi gas. Tetapi kondisi ini jarang terjadi sebab dengan kondisi yang semakin stabil Pertamina selalu menambah kuota tiap daerah tiap periode misalnya setahun sekali, sehingga kelangkaan tidak terjadi.

Kelangkaan dapat juga terjadi sebagai akibat dari ketidak taatan pihak Agen dalam pendistribusian yang sesuai peraturan. Hasil wawancara terhadap pangkalan atau informan lain menunjukkan ada beberapa kasus dimana agen menjual gas nya diluar daerah yang menjadi wilayahnya dengan harga yang lebih mahal. Kondisi ini jelas menunjukkan bahwa agen tersebut ingin mendapatkan keuntungan lebih. Selain itu pada beberapa kejadian menunjukkan bahwa agen menjual bahwa agen mengurangi jumlah kuota pangkalan, dengan tujuan pangkalan tetap menginginkan jumlah kuotanya tetapi dengan harga yang lebih tinggi. Kondisi ini jelas membuat pangkalan menjual ke masyarakat dengan harga yang lebih mahal. Tetapi kondisi ketidak taatan ini perlu pembuktian yang konkrit sebab menyangkut masalah hukum, sehingga dalam tulisan ini belum dapat menyajikan fakta yang konkrit tetapi hanya hasil wawancara dari informan saja.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor biaya merupakan faktor yang sangat mempengaruhi harga gas LPG 3 kg yang diterima konsumen terutama biaya distribusi. Semakin panjang saluran distribusi maka semakin tinggi harga yang diterima oleh konsumen dalam hal ini adalah masyarakat. Kondisi ini terjadi disebabkan timbulnya biaya transportasi dan jumlah penjual yang semakin banyak.
2. Selain biaya distribusi biaya lain adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk modal. Semakin rendah frekuensi hari pengantaran yang dilakukan oleh pihak agen maka semakin tinggi modal yang harus dikeluarkan pangkalan sehingga akan meningkatkan harga yang ditentukan pangkalan ke konsumen. Begitu pula sebaliknya semakin tinggi frekuensi hari pengantaran yang dilakukan oleh pihak agen maka semakin rendah modal yang harus dikeluarkan oleh pangkalan. sehingga akan menurunkan harga yang ditentukan pangkalan ke konsumen.
3. Faktor spekulasi merupakan salah faktor yang menyebabkan harga yang diterima oleh masyarakat menjadi tinggi. Kondisi ini biasanya terjadi akibat langkanya pasokan dari pihak Pertamina sehingga tidak bisa memenuhi permintaan yang menyebabkan harga naik kondisi ini. Atau terjadi dari ketidak taatan pihak agen terhadap peraturan mengenai distribusi dan harga yang menyebabkan menjadi mahal.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha, (2005), Manajemen Penjualan, Cetakan ke-duabelas, Penerbit Liberty Yogyakarta, Yogyakarta
- Freddy Rangkuti, (2004), Riset Pemasaran, Cetakan Kelima, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, (2008), Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12, Jilid 1. Erlangga, Jakarta
- ,
- Malhotra, N,K, (2004), Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan, Edisi Bahasa Indonesia, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- _____, (2016), Cara Strategi Menentukan Harga Produk dan Jasa-Manajemen Pemasaran, www.organisasi.org (diakses 26 Juli 2016)

_____, (2016), Teori Penawaran, <https://id.wikipedia.org> (diakses 26 Juli 2016)