

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR TINGGINYA HARGA LPG 3 KG DI KABUPATEN BARITO UTARA

Tajeri¹, Rima Puspita², Rus Mala Sari³

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Muara Teweh

Email: tajeri5555@gmail.com¹, rimapuspita228@gmail.com²,
arifmayrusmala@gmail.com³

Abstract

This study aims to analyze the factors contributing to the high price of 3-kilogram Liquefied Petroleum Gas (LPG) in Barito Utara Regency. The research focuses on five main aspects: distribution, demand, price regulation, consumer behavior, and suspected stockpiling and diversion by certain individuals. The method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques including observation, interviews, and document study. The results show that the distribution of 3-kg LPG in Barito Utara Regency remains uneven, leading to an imbalance between supply and demand at the end-user level. High demand from non-target consumers has worsened market conditions, exerting pressure on the supply chain and causing prices to rise above the government-determined Retail Price Ceiling (HET). Weak enforcement of pricing regulations has created space for unofficial distribution practices and violations of subsidy policies. On the other hand, consumer behavior that deviates from the intended purpose of the subsidy—such as excessive purchasing and normalization of high prices—has strengthened unregulated informal distribution channels. In addition, there are strong suspicions of stockpiling and diversion of 3-kg LPG by agents and distribution points to gain economic advantage, supported by a significant discrepancy between the realized distribution volume and the estimated actual needs of the intended target groups.

Keywords: 3-kg LPG Price, Distribution, Energy Subsidy, Consumer Behavior, Barito Utara.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor penyebab tingginya harga Liquefied Petroleum Gas (LPG) 3 kilogram di Kabupaten Barito Utara. Fokus utama penelitian diarahkan pada lima aspek, yaitu distribusi, permintaan, regulasi harga, perilaku konsumen, serta dugaan adanya praktik penimbunan dan penyelewengan stok oleh oknum tertentu. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa distribusi LPG 3 Kg di wilayah kabupaten Barito Utara belum merata, yang mengakibatkan ketidakseimbangan antara ketersediaan dan kebutuhan di tingkat konsumen akhir. Permintaan yang tinggi dari masyarakat non-sasaran turut memperburuk kondisi pasar, menyebabkan tekanan pada rantai pasok dan kenaikan harga yang melampaui Harga Eceran Tertinggi (HET). Lemahnya pengawasan dan pelaksanaan regulasi harga menciptakan ruang bagi praktik distribusi tidak resmi dan pelanggaran kebijakan subsidi. Di sisilain, perilaku konsumen yang tidak sesuai peruntukan, seperti pembelian berlebih dan normalisasi harga tinggi, memperkuat jalur distribusi informal yang tidak terkendali. Selain itu, terdapat dugaan kuat terjadinya praktik penimbunan serta penyelewengan stok LPG 3 Kg di tingkat agen dan pangkalan yang dilakukan demi keuntungan ekonomi, diperkuat dengan adanya selisih besar antara jumlah realisasi distribusi dan estimasi kebutuhan riil kelompok sasaran.

Kata kunci: Harga LPG 3 Kg, distribusi, subsidi energi, perilaku konsumen, Barito Utara.

PENDAHULUAN

Energi merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat dalam menunjang aktivitas sehari-hari, terutama untuk memasak. Di Indonesia, salah satu sumber energi yang paling banyak dipakai adalah LPG (Liquefied Petroleum Gas). Dalam beberapa tahun terakhir, tabung LPG ukuran 3 kg menjadi pilihan utama rumah tangga berpenghasilan menengah ke bawah karena mendapatkan subsidi dari pemerintah guna menjaga daya beli masyarakat. Meskipun demikian, di sejumlah daerah termasuk Kabupaten Barito Utara, harga LPG 3 kg tetap mengalami kenaikan yang cukup tajam.

Kenaikan tersebut berdampak pada meningkatnya pengeluaran rumah tangga sekaligus menekan daya beli masyarakat. Ada beberapa faktor yang diduga menjadi penyebab, mulai dari biaya distribusi, kebijakan pemerintah, perilaku konsumsi masyarakat, hingga kondisi geografis yang memengaruhi kemudahan akses. Selain itu, lemahnya pengawasan dalam rantai distribusi dan praktik penimbunan yang dilakukan sebagian agen atau pengecer juga sering dilaporkan sebagai pemicu kelangkaan serta kenaikan harga.

Secara nasional, permintaan LPG juga menunjukkan tren naik pada tahun 2023. Konsumsi LPG Indonesia tercatat mencapai 8,7 juta ton, dan sebagian besar masih bergantung pada impor karena keterbatasan produksi domestik. Situasi ini turut memberikan tekanan terhadap harga LPG di berbagai wilayah, termasuk di Barito Utara. Sebagai energi pengganti minyak bumi yang cadangannya terus menurun, peran LPG semakin penting. Indonesia sebenarnya memiliki potensi gas bumi yang besar dan belum sepenuhnya dimanfaatkan. Selain lebih ramah lingkungan dibanding minyak bumi, gas juga dinilai lebih bersih. Namun, tantangan utama dalam pemanfaatan LPG adalah keterbatasan infrastruktur transportasi gas

serta persaingan harga dengan minyak bumi dan batubara.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah dijelaskan di atas, maka di rumuskan sebuah rumusan masalah yaitu: Apakah faktor-faktor tingginya harga LPG 3 kg di Barito Utara?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor tingginya harga LPG 3 kg di Barito Utara.

KAJIAN PUSTAKA

Distribusi

Distribusi merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran yang melibatkan proses penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen akhir. Menurut Kotler (2000), distribusi mencakup berbagai aktivitas seperti pengangkutan, penyimpanan, dan pengorganisasian untuk memastikan barang tersedia di tempat dan waktu yang tepat.

Fungsi Distribusi

1. Fungsi pertukaran

Meliputi aktivitas pemasaran atau transaksi jual beli barang dan jasa, yang mencakup kegiatan membeli, menjual, serta mengelola risiko. Risiko tersebut dapat diminimalkan melalui pengelolaan gudang yang baik atau dengan mengasuransikan barang yang diperdagangkan, baik sebelum maupun saat proses distribusi berlangsung.

2. Fungsi penyediaan fisik

Terkait dengan penyediaan barang dalam jumlah yang sesuai, yang mencakup proses pengumpulan, penyimpanan, pengelompokan, hingga pengangkutan barang.

3. Fungsi penunjang

Berperan sebagai pendukung agar proses distribusi dapat berjalan lancar. Fungsi ini mencakup layanan,

pembiayaan, penyebaran informasi, serta koordinasi antar pihak yang terlibat.

barang yang tersedia di pasar, sehingga dapat menghindari kelebihan atau kekurangan stok.

Tujuan Distribusi

1. Menyalurkan Produk dari Produsen ke Konsumen
Tujuan utama distribusi adalah untuk memindahkan barang dari produsen ke tangan konsumen akhir, baik melalui perantara maupun secara langsung. Hal ini bertujuan agar produk yang dihasilkan dapat segera dimanfaatkan oleh konsumen (Bowersox & Closs, 2002).
2. Menjaga Ketersediaan Produk di Pasar
Sistem distribusi yang baik mampu menjaga ketersediaan barang di berbagai wilayah sesuai dengan tingkat permintaan, sehingga menghindari kelangkaan barang.
3. Meningkatkan Efisiensi Biaya dan Waktu
Distribusi yang dirancang secara optimal dapat menekan biaya transportasi, penyimpanan, dan penanganan barang. Efisiensi ini berdampak langsung terhadap harga jual dan daya saing produk di pasar (Christopher, 2005).
4. Meningkatkan Kepuasan Konsumen
Dengan pelayanan distribusi yang cepat, akurat, dan tepat waktu, maka tingkat kepuasan konsumen dapat meningkat. Kepuasan ini berpengaruh pada loyalitas pelanggan terhadap produk yang ditawarkan (Mentzer et al., 2001).
5. Memperluas Jangkauan Pasar
Melalui distribusi, perusahaan dapat memperluas cakupan pemasaran produknya, sehingga produk dapat dijangkau oleh konsumen di berbagai daerah, termasuk wilayah yang jauh dari pusat produksi.
6. Menyesuaikan Penawaran dengan Permintaan Pasar
Distribusi yang responsif terhadap perubahan permintaan akan membantu perusahaan menyesuaikan volume

Indikator Distribusi

1. Ketersediaan Produk
Ketersediaan barang di lokasi distribusi menjadi indikator penting yang mencerminkan.
2. Keberlanjutan Pasokan.
Hal ini mencakup jumlah stok di pangkalan atau pengecer dan kesinambungan pasokan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Stanton (1984) menekankan bahwa ketersediaan produk yang terjaga di sepanjang saluran distribusi adalah kunci untuk memastikan konsumen dapat mengakses barang kapan pun diperlukan.
3. Aksesibilitas Wilayah
Kemudahan akses ke wilayah terpencil atau sulit dijangkau juga menjadi indikator penting dalam distribusi. Gitosudarmo (1997) menekankan bahwa infrastruktur jalan dan transportasi yang baik adalah faktor utama dalam menjaga kelancaran distribusi, terutama di daerah seperti Kabupaten Barito Utara yang memiliki tantangan geografis signifikan.
4. Harga yang Wajar
Harga yang wajar mengacu pada kepatuhan terhadap Harga Eceran Tertinggi (HET) yang ditetapkan pemerintah dan stabilitas harga di tingkat konsumen. Lamb, Hair, dan McDaniel (2001) menyoroti pentingnya distribusi yang mampu mengurangi kesenjangan harga antara produsen dan konsumen.
5. Fleksibilitas Penyediaan
Kemampuan sistem distribusi untuk merespons lonjakan permintaan pada musim tertentu atau hari besar keagamaan adalah indikator penting lainnya. Distribusi yang fleksibel dapat memastikan barang tetap tersedia

meskipun terjadi kenaikan kebutuhan yang mendadak.

6. Pengelolaan Persediaan

Sistem penyimpanan yang memadai dan manajemen stok yang baik menjadi faktor pendukung distribusi. Ali (1990) menyatakan bahwa pengelolaan stok yang efisien dapat mencegah kelangkaan dan memastikan barang tersedia dalam jumlah yang cukup di tingkat pengecer.

Permintaan

Permintaan menggambarkan jumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen pada berbagai tingkat harga dalam periode tertentu. Menurut Marshall (1890) permintaan adalah hubungan antara tingkat harga dan kuantitas barang yang ingin dan mampu dibeli oleh konsumen selama periode tertentu, dengan asumsi faktor lain tetap (*ceteris paribus*).

Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

1. Harga barang/jasa itu sendiri: Harga merupakan faktor utama yang memengaruhi permintaan. Berdasarkan Hukum Permintaan, semakin tinggi harga suatu barang atau jasa, semakin rendah jumlah barang atau jasa tersebut yang diminta oleh konsumen.
2. Pendapatan konsumen: Tingkat pendapatan konsumen juga memengaruhi permintaan. Peningkatan pendapatan biasanya mendorong peningkatan permintaan untuk barang-barang normal, sementara penurunan pendapatan dapat menurunkan permintaan.
3. Harga barang terkait: Harga barang substitusi dan barang pelengkap turut memengaruhi permintaan. Ketika harga barang substitusi naik, permintaan untuk barang ini cenderung meningkat. Sebaliknya, jika harga barang pelengkap naik, permintaan untuk barang terkait ini justru menurun.
4. Preferensi konsumen: Selera dan kebiasaan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan. Barang atau jasa yang sesuai dengan preferensi konsumen akan lebih banyak diminta.
5. Ekspektasi masa depan: Antisipasi konsumen terhadap perubahan harga di masa depan juga memengaruhi permintaan saat ini. Jika konsumen mengharapkan harga barang akan naik di kemudian hari, mereka cenderung meningkatkan permintaan saat ini untuk menghindari harga yang lebih tinggi. Jumlah populasi: Besarnya populasi dalam suatu wilayah memengaruhi tingkat permintaan. Semakin besar jumlah populasi, semakin tinggi pula total permintaan untuk berbagai barang dan jasa.

Indikator Permintaan

1. Harga Barang/Jasa

Harga merupakan indikator utama yang memengaruhi permintaan. Berdasarkan hukum permintaan, semakin tinggi harga suatu barang, semakin rendah kuantitas yang diminta, dengan asumsi faktor lain tetap (*ceteris paribus*). Menurut Mankiw (2017), hubungan ini menjadi dasar analisis perilaku konsumen dalam pasar.

2. Pendapatan Konsumen

Tingkat pendapatan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan. Pendapatan yang meningkat biasanya mendorong permintaan untuk barang normal, seperti produk premium, sementara permintaan untuk barang inferior cenderung menurun. Case dan Fair (2012) menyatakan bahwa elastisitas pendapatan sangat penting dalam memahami pola konsumsi berbagai kelompok pendapatan.

3. Preferensi Konsumen

Preferensi atau selera konsumen memainkan peran kunci dalam menentukan tingkat permintaan.

Perubahan tren, gaya hidup, atau preferensi individu dapat meningkatkan atau menurunkan permintaan suatu barang. Kotler dan Keller (2016) mencatat bahwa pemahaman terhadap perubahan preferensi membantu perusahaan untuk tetap relevan di pasar.

4. Harga Barang Substitusi dan Pelengkap

Barang Substitusi: Jika harga barang substitusi meningkat, permintaan barang ini cenderung meningkat karena konsumen mencari alternatif yang lebih murah.

Barang Pelengkap: Jika harga barang pelengkap meningkat, permintaan barang utama biasanya menurun. Misalnya, kenaikan harga bensin dapat mengurangi permintaan kendaraan bermotor. Rosenbloom (2013) menekankan pentingnya memahami interaksi ini dalam pengambilan keputusan pemasaran.

5. Ekspektasi Konsumen

Ekspektasi mengenai harga di masa depan dapat memengaruhi permintaan saat ini. Jika konsumen memperkirakan kenaikan harga, mereka cenderung meningkatkan pembelian sekarang untuk menghindari harga yang lebih tinggi di masa depan. Menurut Samuelson dan Nordhaus (2010), ekspektasi adalah faktor psikologis yang penting dalam analisis permintaan jangka pendek.

6. Jumlah Populasi dan Demografi

Ukuran populasi dan komposisi demografi sangat memengaruhi permintaan. Misalnya, populasi yang lebih besar menghasilkan permintaan yang lebih tinggi untuk kebutuhan pokok, sementara demografi tertentu, seperti usia dan lokasi geografis, memengaruhi permintaan spesifik. Chopra dan Meindl (2013) menekankan bahwa analisis demografis adalah elemen kunci dalam perencanaan bisnis.

Regulasi Harga

Robert Baldwin, Martin Cave, dan Martin Lodge (2012) menegaskan bahwa regulasi adalah upaya otoritas untuk mengubah perilaku masyarakat melalui aturan, standar, atau pedoman, yang dilengkapi dengan mekanisme pemantauan dan penegakan.

Ciri – ciri Regulasi

1. Bersifat Mengikat: Regulasi harus dipatuhi oleh pihak-pihak yang berada dalam lingkup penerapannya.
2. Dibuat oleh Otoritas Berwenang: Regulasi biasanya dikeluarkan oleh institusi atau lembaga yang memiliki kekuasaan, seperti pemerintah, badan hukum, atau organisasi.
3. Bertujuan Spesifik: Regulasi dirancang untuk mencapai tujuan tertentu, seperti melindungi lingkungan, menjaga ketertiban, atau mengatur perdagangan.
4. Menyertakan Sanksi: Pelanggaran terhadap regulasi biasanya diikuti dengan sanksi atau hukuman sebagai bentuk penegakan.

Contoh Regulasi

1. Regulasi Pemerintah: Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, atau Peraturan Daerah.
2. Regulasi Bisnis: Standar operasional perusahaan, kebijakan kerja, atau peraturan perdagangan.
3. Regulasi Sosial: Aturan komunitas atau pedoman organisasi non-pemerintah.

Tujuan Regulasi

1. Melindungi Konsumen: Memastikan barang dan jasa penting tetap terjangkau, terutama bagi kelompok masyarakat berpenghasilan rendah.
2. Menjaga Keseimbangan Pasar: Menghindari praktik monopoli atau kartel yang dapat mengakibatkan harga tidak wajar.

3. Menstabilkan Ekonomi: Mengurangi dampak inflasi atau deflasi terhadap barang dan jasa tertentu.
4. Meningkatkan Kesejahteraan Sosial: Menjamin akses terhadap kebutuhan pokok bagi seluruh lapisan masyarakat.

Resiko Regulasi

1. Kekurangan Pasokan (Shortages): Harga maksimum yang terlalu rendah dapat mengurangi insentif produsen untuk memproduksi barang.
2. Kelebihan Pasokan (Surplus): Harga minimum yang terlalu tinggi dapat menghasilkan barang yang tidak teresap di pasar.
3. Pasar Gelap: Penjualan di luar jalur resmi sering terjadi jika regulasi harga dianggap tidak mencerminkan realitas pasar.

Indikator Regulasi Harga

1. Stabilitas Harga
Stabilitas harga merupakan indikator penting yang menunjukkan kemampuan regulasi dalam mencegah fluktuasi harga yang ekstrem, baik inflasi maupun deflasi. Mankiw (2019) menekankan bahwa stabilitas harga adalah salah satu tujuan utama kebijakan ekonomi makro, di mana regulasi yang efektif menjaga inflasi pada tingkat moderat demi mendukung daya beli masyarakat. Sementara itu, Friedman (1968) dalam teori monetaris menyoroti perlunya pengendalian suplai uang untuk menjaga stabilitas harga, karena fluktuasi yang tidak terkendali dapat mengganggu kestabilan ekonomi.
2. Ketersediaan Barang dan Jasa
Ketersediaan barang dan jasa adalah indikator yang memastikan regulasi tidak menyebabkan kelangkaan akibat ketidakseimbangan pasar. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa regulasi yang efektif harus mendukung kelancaran rantai pasokan, sehingga barang dan jasa tetap tersedia bagi konsumen tanpa

hambatan. Dalam konteks analisis institusional, North (1990) menegaskan bahwa regulasi harus menciptakan struktur insentif yang mendorong produksi dan distribusi barang secara efisien, sehingga ketidakseimbangan pasar dapat dihindari.

3. Kepatuhan Pasar

Kepatuhan pasar menjadi tolak ukur efektivitas regulasi melalui pengawasan dan penegakan aturan yang tegas. Becker (1968) menyatakan bahwa pasar yang patuh mencerminkan regulasi yang memiliki pengawasan yang baik serta insentif dan hukuman yang seimbang. Stigler (1971) menambahkan bahwa transparansi dalam pengawasan regulasi dapat meningkatkan tingkat kepatuhan pasar, di mana kurangnya penegakan aturan akan melemahkan kepercayaan pelaku pasar terhadap regulasi yang ada.

4. Keseimbangan Pasar

Keseimbangan pasar mencerminkan distribusi barang yang merata dan keadilan dalam harga, yang menjadi tujuan utama regulasi pasar. Samuelson dan Nordhaus (2010) menjelaskan bahwa keseimbangan pasar terjadi ketika penawaran dan permintaan bertemu pada tingkat harga yang stabil, memastikan akses yang adil bagi konsumen. Teori keseimbangan umum dari Arrow dan Debreu (1954) juga menegaskan bahwa regulasi harus mendukung efisiensi alokasi sumber daya agar keseimbangan pasar dapat tercapai.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah studi mengenai bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Kotler dan Keller (2016), perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor

seperti budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, yang saling berinteraksi dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) menekankan bahwa perilaku konsumen adalah proses yang melibatkan pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan pasca-pembelian.

Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

1. Faktor Budaya: Menurut Kotler (2003), budaya adalah pengaruh terbesar yang membentuk perilaku konsumen karena mencakup nilai, norma, dan tradisi yang dianut oleh individu.
2. Faktor Sosial: Schiffman dan Kanuk (2010) menyatakan bahwa kelompok referensi, keluarga, dan peran sosial turut memengaruhi keputusan pembelian konsumen.
3. Faktor Pribadi: Engel et al. (1995) menjelaskan bahwa usia, pekerjaan, gaya hidup, dan keadaan ekonomi memengaruhi preferensi dan pilihan konsumen.
4. Faktor Psikologis: Menurut Hawkins dan Mothersbaugh (2016), motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap merupakan elemen psikologis yang sangat penting dalam perilaku konsumen.

Indikator Perilaku Konsumen

1. Pengenalan Kebutuhan
Pengenalan kebutuhan adalah langkah pertama yang memicu perilaku konsumen, di mana individu menyadari adanya perbedaan antara keadaan saat ini dan keadaan yang diinginkan. Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) menegaskan bahwa pengenalan kebutuhan menjadi dasar seluruh proses pengambilan keputusan, karena tanpa kesadaran akan kebutuhan, perilaku pembelian tidak akan terjadi.

2. Evaluasi Alternatif

Dalam tahap ini, konsumen membandingkan berbagai produk atau jasa berdasarkan kriteria tertentu seperti harga, kualitas, atau merek. Schiffman dan Kanuk (2010) menyebutkan bahwa evaluasi alternatif mencerminkan bagaimana konsumen menggunakan atribut-atribut produk yang mereka anggap penting untuk membuat keputusan pembelian yang optimal.

3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah langkah konkret ketika konsumen memilih produk tertentu untuk dibeli. Solomon (2018) menjelaskan bahwa keputusan ini dipengaruhi oleh faktor situasional seperti promosi, pengalaman konsumen, atau opini dari orang-orang di sekitar mereka.

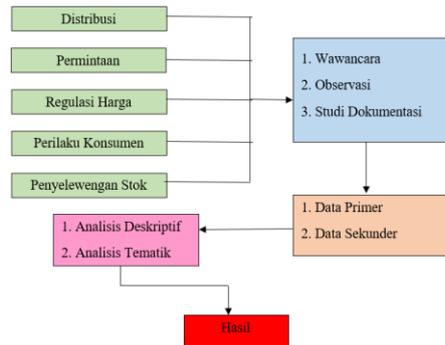
4. Sikap terhadap Produk

Sikap adalah evaluasi konsumen terhadap produk yang mencakup dimensi afektif, kognitif, dan konatif. Ajzen (1991) menyatakan bahwa sikap konsumen terhadap suatu produk memengaruhi niat pembelian mereka secara signifikan, terutama jika dikombinasikan dengan norma sosial dan persepsi kontrol perilaku.

5. Respons Emosional terhadap Produk

Keterlibatan emosional dengan produk atau merek memengaruhi perilaku pembelian dan loyalitas konsumen. Hawkins dan Mothersbaugh (2016) menegaskan bahwa pengalaman positif menciptakan ikatan emosional yang kuat, yang pada akhirnya meningkatkan retensi konsumen.

Kerangka Berfikir



METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi tingginya harga LPG 3 Kg di wilayah Muara Teweh berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Barito Utara dengan lama waktu penelitian adalah 3 bulan.

Populasi

Populasi dalam penelitian merujuk pada pihak-pihak yang menjadi fokus utama penelitian, yaitu individu atau kelompok yang secara langsung terkait dengan permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini, populasi yang dituju meliputi Pemerintah Barito Utara yaitu Dinas Perdagangan dan Perindustrian, agen, pangkalan, pengecer, serta pengguna LPG tabung 3 kg yang berada di wilayah Kabupaten Barito Utara.

Sampel

Purposive sampling dipilih karena memberikan fleksibilitas kepada peneliti untuk menentukan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Arikunto (2016) menyatakan bahwa purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang

dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan kriteria yang ditentukan peneliti, sehingga subjek tersebut relevan dengan masalah yang sedang diteliti. Convenience sampling adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan kemudahan akses atau ketersediaan subjek yang dapat dijangkau oleh peneliti. Teknik ini termasuk dalam kategori non-probability sampling, di mana elemen populasi dipilih karena mereka mudah diakses atau bersedia berpartisipasi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Sugiyono (2018) menyebut wawancara sebagai metode utama dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan penggalan data tentang fenomena sosial, seperti persepsi masyarakat terhadap harga dan distribusi LPG. Miles dan Huberman (1994) menekankan bahwa observasi memberikan data aktual dan kontekstual, memungkinkan peneliti memahami realitas lapangan dengan lebih baik.

Studi dokumentasi adalah Teknik yang mengumpulkan data dari dokumen-dokumen resmi atau literatur yang relevan. Dalam penelitian harga LPG, sumber dokumentasi dapat berupa laporan harga historis, kebijakan pemerintah, atau regulasi terkait subsidi energi. Bowen (2009) menyebut dokumentasi sebagai metode yang berguna untuk melacak pola historis atau tren yang berkaitan dengan variabel penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Distribusi Yang Tidak Merata Mengakibatkan Ketidakseimbangan Antara Ketersediaan Dan Kebutuhan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik pangkalan LPG di Kabupaten Barito Utara, ditemukan bahwa distribusi LPG 3 kg belum merata, di mana beberapa wilayah hanya menerima

pasokan dalam jumlah terbatas, sementara wilayah lain mendapatkan pasokan yang lebih banyak. Ketidakseimbangan ini berdampak pada kelangkaan di wilayah tertentu, terutama yang jauh dari pusat distribusi atau memiliki akses jalan yang buruk.

Data yang diperoleh menunjukkan variasi signifikan dalam kuota pengiriman antar pangkalan, misalnya Pangkalan I & N hanya menerima 70 tabung, sedangkan Pangkalan Susilawati memperoleh 102 tabung dengan jadwal operasional yang sama. Bahkan, ada pangkalan yang mendapatkan pasokan setiap hari, sementara lainnya hanya dua kali seminggu. Kondisi ini menunjukkan bahwa sistem distribusi belum berjalan secara optimal, sehingga memicu potensi permainan stok oleh oknum tertentu demi keuntungan pribadi.

Ketimpangan kuota dan jadwal operasional yang tidak seragam memperparah kelangkaan, memicu panic buying, serta mendorong masyarakat membeli dari pengecer dengan harga lebih tinggi. Oleh karena itu, pernyataan bahwa distribusi yang tidak merata menyebabkan ketidakseimbangan antara ketersediaan dan kebutuhan LPG 3 kg dapat dibenarkan dan didukung oleh data di lapangan. Peningkatan permintaan LPG 3 kg, tidak hanya dari rumah tangga sasaran tetapi juga dari konsumen non-sasaran, menyebabkan tekanan pada rantai distribusi. Akibatnya, harga LPG di beberapa wilayah mengalami kenaikan yang tidak lagi mencerminkan harga pasar yang wajar.

Berdasarkan observasi di lapangan, peningkatan permintaan terhadap LPG 3 kg tidak hanya berasal dari rumah tangga sasaran, tetapi juga dari konsumen non-sasaran seperti pelaku usaha kecil dan rumah tangga menengah ke atas. Lemahnya pengawasan distribusi dan segmentasi konsumen menyebabkan penggunaan LPG 3 kg menjadi tidak terkendali, sehingga

menekan rantai pasok akibat permintaan yang melebihi pasokan. Akibatnya, terjadi kelangkaan di sejumlah wilayah dan harga LPG 3 kg melonjak melebihi Harga Eceran Tertinggi (HET). Akses yang mudah tanpa verifikasi identitas, ditambah kurangnya sosialisasi kebijakan subsidi, membuat masyarakat menganggap penggunaan gas bersubsidi adalah hak semua warga. Faktor kenyamanan seperti ukuran tabung yang kecil dan praktis juga mendorong pelaku usaha kecil memilih LPG 3 kg untuk efisiensi operasional.

Data dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Barito Utara menunjukkan bahwa pada tahun 2024, realisasi distribusi LPG 3 kg mencapai 1.033.200 tabung, melebihi kuota sebesar 876.000 tabung, atau selisih 157.200 tabung. Fakta ini membuktikan bahwa lonjakan permintaan sangat tinggi, membuka celah bagi oknum tertentu untuk menaikkan harga seenaknya. Dengan demikian, pernyataan bahwa peningkatan konsumsi dari konsumen non-sasaran menyebabkan tekanan pada distribusi dan memicu kenaikan harga LPG 3 kg di atas harga wajar adalah benar dan didukung oleh data.

Regulasi Harga Yang Lemah Dalam Implementasi Dan Pengawasan, Membuka Celah Bagi Praktik Pelanggaran HET Serta Distribusi Tidak Resmi

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, peneliti menemukan bahwa harga LPG 3 kg di Kabupaten Barito Utara sangat bervariasi, antara Rp45.000 hingga Rp75.000 per tabung, jauh di atas Harga Eceran Tertinggi (HET) yang ditetapkan pemerintah daerah, yakni Rp25.000 hingga Rp38.000. Ketidaksesuaian ini menunjukkan lemahnya implementasi dan pengawasan terhadap regulasi harga. Distribusi tidak resmi juga masih banyak terjadi, seperti penyaluran ke pelaku usaha non-mikro dan individu di luar jalur resmi, yang bertentangan dengan Peraturan

Menteri ESDM No. 26 Tahun 2009. Lemahnya pendataan konsumen dan belum maksimalnya sistem digitalisasi seperti program “subsidi tepat” turut memperparah situasi.

Ketika peneliti mengajukan permintaan dokumen seperti surat teguran kepada Dinas Perdagangan dan Perindustrian setempat, pihak dinas menolak dengan alasan kerahasiaan data, sehingga memperkuat dugaan lemahnya pengawasan. Peneliti juga menemukan adanya pengecer yang mendapat pasokan dari pihak tidak resmi dan menjual LPG dengan harga tinggi karena harga beli sudah melampaui HET. Praktik ini menunjukkan potensi penyelewengan yang sistemik dan membutuhkan tindakan tegas dari pemerintah. Dengan demikian, pernyataan bahwa lemahnya regulasi harga dan pengawasan membuka peluang bagi pelanggaran HET serta distribusi ilegal terbukti benar berdasarkan data empiris. Diduga Terjadi Praktik Penimbunan Dan Penyelewengan Stok Oleh Pihak Tertentu, Baik Di Tingkat Agen Maupun Pangkalan, Yang Dilakukan Untuk Memperoleh Keuntungan Lebih Tinggi.

Distribusi LPG 3 kg sebagai barang subsidi pemerintah seharusnya ditujukan secara eksklusif bagi kelompok masyarakat tertentu, yakni rumah tangga miskin, pelaku usaha mikro, nelayan kecil, dan petani gurem, sebagaimana tertuang dalam Peraturan Presiden Nomor 104 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri ESDM Nomor 26 Tahun 2009. Namun, di Kabupaten Barito Utara, diduga terjadi penyimpangan dalam implementasi kebijakan tersebut.

Distribusi LPG 3 kg sebagai barang subsidi pemerintah seharusnya ditujukan secara eksklusif bagi kelompok masyarakat tertentu, yakni rumah tangga miskin, pelaku usaha mikro, nelayan kecil, dan petani gurem, sebagaimana tertuang dalam Peraturan Presiden Nomor 104 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri ESDM Nomor 26 Tahun 2009. Namun, di Kabupaten Barito

Utara, diduga terjadi penyimpangan dalam implementasi kebijakan tersebut. Berdasarkan data sekunder dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Barito Utara, kuota LPG 3 kg pada tahun 2024 ditetapkan sebesar 876.000 tabung, dengan realisasi mencapai 1.033.200 tabung. Untuk mengevaluasi apakah angka realisasi tersebut sejalan dengan kebutuhan riil, dilakukan estimasi konsumsi berdasarkan kelompok sasaran penerima subsidi. Estimasi tersebut meliputi 1.785 keluarga miskin (setara 21.420 tabung per tahun), 1.051 pelaku UMKM binaan (189.180 tabung per tahun), 3.118 petani gurem (37.416 tabung per tahun), dan 1.000 nelayan kecil (12.000 tabung per tahun). Total kebutuhan LPG 3 kg subsidi berdasarkan perhitungan tersebut hanya sebesar 260.016 tabung per tahun.

Perbandingan antara realisasi distribusi dan kebutuhan riil menunjukkan adanya selisih sebesar 773.184 tabung, atau hampir empat kali lipat dari kebutuhan seharusnya. Selisih yang signifikan ini mengindikasikan kemungkinan terjadinya konsumsi oleh kelompok non-sasaran, termasuk rumah tangga mampu dan pelaku usaha berskala besar. Selain itu, temuan di lapangan menunjukkan ketidaksesuaian antara kuota distribusi dan realisasi di tingkat pangkalan, jadwal distribusi yang tidak konsisten, serta disparitas harga antara pangkalan resmi dan pengecer. Fenomena ini semakin memperkuat dugaan bahwa terdapat praktik penimbunan atau penyelewengan stok oleh pihak tertentu, baik di tingkat agen maupun pangkalan, yang bertujuan memperoleh keuntungan ekonomi yang lebih tinggi. Lemahnya sistem pengawasan dari instansi terkait turut menjadi faktor pendukung terjadinya penyimpangan tersebut. Minimnya transparansi dalam dokumentasi pengawasan, serta sikap tertutup dalam memberikan informasi mengenai sanksi administratif, mencerminkan kurang optimalnya kontrol pemerintah daerah terhadap jalur distribusi. Di sisi lain, perilaku konsumen yang lebih memilih

membeli LPG 3 kg dari pengecer dengan harga lebih tinggi turut memperkuat sistem distribusi informal yang rentan terhadap penyalahgunaan. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa dugaan praktik penimbunan dan penyelewengan stok LPG 3 kg di Kabupaten Barito Utara memiliki dasar yang kuat, baik dari segi data kuantitatif maupun observasi kualitatif. Penelitian lanjutan berbasis data primer, seperti wawancara langsung dengan pelaku distribusi dan konsumen, diperlukan untuk membuktikan secara empiris bentuk-bentuk penyimpangan yang terjadi di lapangan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai tingginya harga LPG 3 Kg di Kabupaten Barito Utara, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Distribusi yang tidak merata menjadi faktor utama ketidakseimbangan antara ketersediaan dan kebutuhan LPG 3 Kg. Ketimpangan kuota antar pangkalan dan jadwal distribusi yang tidak konsisten menciptakan kelangkaan di sejumlah wilayah, terutama daerah yang sulit dijangkau.
2. Peningkatan konsumsi LPG 3 Kg oleh kelompok non-sasaran seperti pelaku usaha mikro hingga rumah tangga menengah ke atas menyebabkan tekanan signifikan pada sistem distribusi. Hal ini terjadi akibat lemahnya pengawasan serta absennya sistem kontrol yang ketat terhadap konsumen akhir.
3. Regulasi harga yang lemah dalam pelaksanaan dan pengawasan menjadi celah munculnya praktik pelanggaran terhadap Harga Eceran Tertinggi (HET), serta maraknya distribusi tidak resmi. Ketertutupan informasi dan minimnya transparansi dari instansi terkait memperbesar potensi pelanggaran yang bersifat sistemik.

4. Perilaku konsumen yang menyimpang dari peruntukan subsidi, seperti pembelian berlebih, normalisasi harga tinggi, dan ketidakselektifan dalam memilih saluran distribusi, turut memperparah tekanan terhadap pasar LPG 3 Kg dan memperkuat praktik jalur distribusi informal.

Terdapat indikasi kuat adanya praktik penimbunan dan penyelewengan stok oleh oknum di tingkat agen maupun pangkalan, yang berorientasi pada keuntungan semata. Hal ini diperkuat oleh perbedaan mencolok antara kuota realisasi distribusi (1.033.200 tabung) dan estimasi kebutuhan riil (260.016 tabung), yang menunjukkan kemungkinan kebocoran dan penyalahgunaan LPG subsidi secara masif.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai tingginya harga LPG 3 Kg di Kabupaten Barito Utara, maka diperoleh saran sebagai berikut:

1. Pemerintah tidak seharusnya hanya berfokus pada aspek pemenuhan kuota distribusi, melainkan harus segera berani membuka mata terhadap fakta di lapangan bahwa LPG 3 Kg tidak lagi dinikmati oleh kelompok yang benar-benar membutuhkan. Kelebihan realisasi distribusi tidak dapat dijadikan indikator keberhasilan apabila masyarakat miskin masih harus mengantre berjam-jam atau membeli LPG dengan harga tidak wajar.
2. Pemerintah perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap sistem pendataan penerima subsidi, memperkuat pengawasan berbasis teknologi (seperti digitalisasi transaksi), dan menerapkan sanksi tegas terhadap agen, pangkalan, maupun oknum pejabat yang terbukti melakukan pelanggaran. Tanpa penegakan hukum yang tegas dan transparansi distribusi, subsidi energi hanya akan menjadi komoditas empuk yang diperdagangkan oleh pihak yang tidak berhak.

3. Isu LPG 3 Kg harus menjadi perhatian serius. Perbedaan besar antara distribusi dan kebutuhan riil adalah bukti nyata kebocoran subsidi yang sistemik, yang berpotensi menimbulkan kerugian negara dalam jumlah besar. Maka dari itu, perlu disusun kebijakan yang:
 - a. Menegaskan kewajiban pelaporan distribusi secara terbuka oleh pemerintah daerah.
 - b. Mendorong transparansi harga dan distribusi melalui platform digital nasional.
 - c. Melakukan audit menyeluruh terhadap seluruh rantai distribusi LPG 3 Kg, termasuk pengecekan mendalam terhadap aktor-aktor yang terlibat dalam distribusi informal.

Jika pemerintah terus mengabaikan kebocoran ini, maka subsidi energi akan berubah menjadi sumber ketimpangan baru, bukan alat pemerataan kesejahteraan. Masyarakat diharapkan lebih bijak dalam mengakses LPG 3 Kg. Penggunaan di luar kelompok sasaran hanya akan mempersempit akses bagi mereka yang benar-benar membutuhkan. Kesadaran kolektif harus dibangun melalui edukasi dan literasi kebijakan energi, agar subsidi dapat tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. Free Press.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ali, M. (1990). *Distribusi barang dan jasa*. Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Revisi ke-15)*. Rineka Cipta.
- Arrow, K. J., & Debreu, G. (1954). Existence of an equilibrium for a competitive economy. *Econometrica*, 22(3), 265–290.
- Assael, H. (2004). *Consumer Behavior: A Strategic Approach*. Houghton Mifflin College Division.
- Badan Pusat Statistik Barito Utara. (2024). Barito Utara dalam Angka tahun 2024. <https://barutkab.bps.go.id/id/pressrelease/2024/07/01/1355/persentase-penduduk-miskin-maret-2024-sebesar-5-17-persen.html>
- Baldwin, R., Cave, M., & Lodge, M. (2012). *Understanding regulation: Theory, strategy, and practice (2nd ed.)*. Oxford: Oxford University Press.
- Basu Swastha, D. H. (2008). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Becker, G. S. (1968). Crime and punishment: An economic approach. *Journal of Political Economy*, 76(2), 169–217.
- Bintarto, R. (1981). *Pengantar Geografi Lingkungan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Case, K. E., & Fair, R. C. (2012). *Principles of economics (10th ed.)*. Boston: Prentice Hall.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. Sage Publications.
- Dano, S. (2022). Analisis distribusi LPG bersubsidi di Indonesia Timur. *Jurnal Energi dan Kebijakan Publik*, 18(3), 45–60.

- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The Sage Handbook of Qualitative Research* (4th ed.). Sage Publications.
- Dinas Tenaga Kerja, Transmigrasi dan Koperasi. (2024). *Laporan Kinerja Tahun 2024*. Pemerintah Daerah Kabupaten Barito Utara. https://berita.baritoutarakab.go.id/assets/download/data/lkip-disnakertranskop-2023.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Dye, T. R. (1972). *Understanding public policy*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Dryden Press.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. Basic Books.
- Gitosudarmo, I. (1997). *Manajemen pemasaran: Analisis dan strategi*. Yogyakarta: BPFE.
- Hammerle, A., et al. (2024). Reformasi kebijakan subsidi energi di negara berkembang. *Energy Policy Review*, 32(2), 120–135.
- Hanson, S., & Giuliano, G. (2004). *The Geography of Urban Transportation* (3rd ed.). Guilford Press.
- Hartshorne, R. (1959). *Perspective on the Nature of Geography*. Rand McNally & Company.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The Theory of Buyer Behavior*. Wiley.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2023). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (edisi daring)*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. Retrieved from <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Krugman, P., & Wells, R. (2018). *Economics* (5th ed.). New York: Worth Publishers.
- Levi-Faur, D. (2011). Regulation and regulatory governance. In D. Levi-Faur (Ed.), *Handbook on the politics of regulation* (pp. 3–21). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (1993). *Consumer Behavior: Concepts and Applications* (4th ed.). McGraw-Hill.
- Mankiw, N. G. (2017). *Principles of economics* (8th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Marshall, A. (1890). *Principles of economics*. London: Macmillan.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nicholson, W., & Snyder, C. (2012). *Microeconomic theory: Basic principles and extensions* (11th ed.). Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Parsons, T. (1951). *The Social System*. Routledge & Kegan Paul.
- Parsons, W. (1995). *Public policy: An introduction to the theory and practice of policy analysis*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics* (19th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). Consumer Behavior (10th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Selznick, P. (1949). TVA and the grass roots: A study of politics and organization. Berkeley: University of California Press.
- Skinner, B. F. (1953). Science and Human Behavior. Macmillan.
- Solomon, M. R. (2018). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (12th ed.). Pearson Education.
- Stern, N. (2007). The Economics of Climate Change: The Stern Review. Cambridge University Press.
- Stigler, G. J. (1971). The theory of economic regulation. The Bell Journal of Economics and Management Science, 2(1), 3–21.
- World Bank. (2009). World Development Report 2009: Reshaping Economic Geography. The World Bank.

Profil Penulis

Dr. H. Tajeri, S.E., M.M., S.H., M.H., Dosen Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Muara Teweh Jl. Berlian No.55, Kec. Teweh Tengah, Kalimantan tengah 73811
Email: tajeri5555@gmail.com

Rima Puspita, S.E., M.M, Dosen Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Muara Teweh Jl. Berlian No 55, Kec. Teweh Tengah, Kota Muara Teweh, Kalimantan Tengah 73811
Email: rimapuspita228@gmail.com

Rus Mala Sari, Mahasiswa STIE Muara Teweh. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Muara Teweh Jl. Berlian No.55, Kec. Teweh Tengah, Kalimantan tengah 73811
Email: rusmala837@gmail.com