

STRATEGI PENETAPAN HARGA BENSIN ECERAN PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (STUDI PEDAGANG BENSIN ECERAN KELURAHAN LALOEHA)

Oleh:

¹Sukriawan, ²Abdul Haris Nasution, ³Rina Nur Afifa

^{1,2,3}Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

Sukriawan727@gmail.com

abd.harisnasution@usimar.ac.id

rina.nurafifah@usimar.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengkaji strategi penetapan harga bensin eceran di Kelurahan Laloeha serta analisisnya berdasarkan ekonomi syariah. Penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus ini mengandalkan observasi, dokumentasi, dan wawancara sebagai metode pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang bensin eceran di kawasan tersebut menetapkan harga dengan mempertimbangkan harga pesaing, pendapatan, laba, dan membangun citra positif di masyarakat. Harga yang diterapkan berkisar Rp12.000–Rp13.000 per liter, disesuaikan dengan kondisi pasar dan biaya operasional. Dari perspektif ekonomi syariah, strategi penetapan harga ini dianggap memenuhi prinsip keadilan dan transparansi, selaras dengan nilai-nilai Islam. Selain memberikan fleksibilitas dan kenyamanan bagi konsumen, penjualan bensin eceran juga menjadi sumber pendapatan bagi pedagang kecil. Penelitian ini memberikan wawasan tentang praktik ekonomi lokal yang relevan dengan prinsip syariah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Kata Kunci: Penetapan Harga, Ekonomi Syariah, Bensin Eceran

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu dari beberapa deretan negara dengan penduduk paling banyak di dunia, dengan banyaknya mobilitas penduduk yang ada di Indonesia berimbas pada banyaknya rakyat sebagai pengguna kendaraan dalam setiap aktivitasnya, supaya kendaraan yang digunakan tersebut dapat berjalan tentunya memerlukan Bahan Bakar Minyak. Bahan Bakar Minyak (BBM).¹ Semakin tinggi harga BBM maka akan menjadi beban bagi masyarakat, khususnya masyarakat desa yang jauh dari perkotaan yakni dari tempat pengambilan bensin yakni di SPBU. Terhambatnya persediaan SPBU dan langkanya persediaan Bensin di SPBU, khususnya di tempat pinggir kota. Oleh sebab itu

¹Ghilman Rozy Hrp dan Nuri Aslami, “Analisis Dampak Kebijakan Perubahan Publik Harga BBM terhadap Perekonomian Rakyat Indonesia”, *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, Vol II, Nomor I, 2022, hlm, 1465.

sudah mulai bermunculan bisnis BBM secara ecer. Penerapan jual beli bensin eceran pada umumnya dalam bentuk ecer yang dimasukkan kedalam botol yang bervolume 1 liter yang akan di jual kembali kepada konsumen oleh penjual yang sebelumnya membeli di tempat bensin yakni SPBU.² Penjualan bensin eceran memberikan kemudahan akses, fleksibilitas, dan kenyamanan bagi konsumen. Ini juga menjadi sumber pendapatan tambahan bagi pedagang. Kehidupan sehari-hari berusaha dengan tekun dalam mencari penghasilan yang halal dan berkah serta jangan pernah melupakan kebaikan serta keberkahan yang Allah anugerahkan kepada kita. Setiap langkah yang kita ambil dalam mencari nafkah, hendaklah kita selalu mengutamakan kepatuhan kepada-Nya. Sebagai mana Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ١٧٢

Terjemahannya:

“Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya.” QS. Al-Baqarah (2):172.

Kelangkaan BBM disebabkan oleh Konflik antara Rusia dan Ukraina telah mempengaruhi stabilitas ekonomi global. Perang yang dimulai pada Februari 2014 dan mencapai puncaknya dengan invasi Rusia ke Ukraina tepatnya pada Februari 2022 telah mengakibatkan yang berujung pada pengaruh peningkatan harga energi dan juga pangan di seluruh dunia.³ Beberapa orang berpendapat bahwa pemerintah memerlukan pemberian subsidi minyak bumi untuk melindungi orang miskin.⁴ Perubahan pada harga bahan bakar minyak tersebut merupakan poin penentu bagi besar maupun kecilnya defisit anggaran, juga penentu naik turunnya harga-harga bahan lainnya dalam hal ini seperti bahan pokok, bahan baku industri, dan daya beli masyarakat serta perubahan-perubahan pada biaya operasional yang berimbas pada perubahan tingkat keuntungan

²Nur Afifah Masuara dan Abdur Rahman Adi Saputera, “Analisis Efektivitas UU No 22 Tahun 2001 terhadap Praktik Jualan Bensin Eceran Masyarakat Kota Timur Gorontalo”, *Jurnal Pengabdian Ilmiah*, Vol III, No 2. 2020. hlm, 43.

³Stefanus Sampe, “Efektivitas Penerapan Kebijakan Subsidi Bahan Bakar Minyak”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol XIII, Nomor 1, 2023, hlm, 43.

⁴*Ibid*, h. 43.

dalam kegiatan investasi.⁵ Kondisi sosial dan ekonomi masyarakat di Kelurahan Laloeha yang beragam memberikan kesempatan untuk mengeksplorasi bagaimana pedagang bensin eceran menetapkan harga dalam konteks ekonomi syariah. Kelurahan Laloeha adalah satu dari kelurahan yang terletak di Kecamatan Kolaka, Kabupaten Kolaka, Provinsi Sulawesi Tenggara. Kecamatan Kolaka secara keseluruhan memiliki luas wilayah sebesar 21.63 Km².⁶

METODE PENELITIAN

Pada Penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan metode kualitatif, Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis.⁷ Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif memuat survey dan pencarian kenyataan dari beberapa jenis. Tujuan utama penelitian deskriptif adalah mendeskripsikan keadaan urusan seperti saat ini.⁸ Peneliti mengkaji Strategi Penetapan Harga Bensin Eceran Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pedagang Bensin Eceran Kelurahan Laloeha) peneliti mengkaji Strategi Penetapan Harga Bensin Eceran Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pedagang Bensin Eceran Kelurahan Laloeha).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penetapan harga merupakan memungkinkan perusahaan atau lembaga memperoleh bayaran untuk nilai yang dihasilkan bagi pelanggan. Tindakan pesaing mempengaruhi penetapan harga dengan menentukan harga pasar dan mengubah dinamika persaingan. Inovasi, promosi dan diskon dari pesaing dapat memaksa perusahaan untuk menyesuaikan harga atau menawarkan nilai tambah serupa. Tindakan tersebut mempengaruhi penetapan harga bagi pedagang, hal ini sejalan dengan wawancara ibu Haniju:

⁵Hamdanil, "Jual Beli Bensin Eceran Perspektif Hukum Ekonomi Syariah" *Jurnal Mabisya*, Vol III, Nomor 2. 2022, hlm, 43.

⁶Badan Pusat Statistik, Kecamatan Kolaka dalam Angka 2023 (Kolaka: Badan Pusat Statistik, 2023) hlm 40.

⁷Azkari Zakariah, Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research And Development (R N D)*, (Cet I, Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al-Mawaddah Warramah, 2020), hlm, 27.

⁸Anim Purwanto, *Konsep Dasar Penelitian Kualitatif Teori dan Contoh Praktis*, (Cet. I, Lombok Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia, 2021) hlm. 9.

“Ikut miki juga sama orang karena tiga belas da jualkan mana mungkin kita mau jualkan dua belas, kalo ta balu harga seppulo dua na musuhwiki tawwe jadi di balui seppulo tellu. Jadi i paratai”⁹

Maksud dari pemaparan ibu Haniju jika pesaing menetapkan harga Rp.13.000 maka kami sebagai pedagang lain harus juga menetapkan harga yang sama karena kalau tidak permusuhan akan terjadi, karena dilokasi tersebut para pedagang menjual dengan harga Rp.13.000 walaupun ditempat lain juga menjual diharga yang berbeda. Penentuan harga barang dikaitkan dengan tujuan yang ingin dicapai. Tujuan utama yang ingin dicapai yakni keuntungan maksimum, kuantitas penjualan tertentu optimalisasi pasar dan target waktu yang ditargetkan, hal ini sejalan dengan wawancara bapak Marsuki:

“Kita jual harga Rp.13.000 yah untung nya juga supaya banyak karena kita hitung juga pulang baliknya ke pertamina sama biaya listrik juga sama tenaga juga”¹⁰

Maksud dari pemaparan bapak Marsuki bahwa alasan khusus menetapkan harga Rp.13.000 karena ingin mendapatkan keuntungan yang maksimal dan minimnya risiko, karena sudah terhitung dimodal awal, tenaga dan waktu ketika antri di pertamina sehingga penetapan harga ditetapkan di harga Rp.13.000. Citra atau kesan pihak masyarakat pada suatu barang maupun jasa mampu berpengaruh terhadap harga. Hal ini sejalan dengan wawancara ibu Nurlela yakni.

"Saya jual harga bensin dua belas per liter karena sa mau bagus sama orang, karena kita jualan bensin eceran, pandangannya pembeli dibangun di masyarakat penting. Kita jual harga yang lebih rendah daripada orang, sa harap bisa menarik lebih banyak pelanggan terus bisa da kenal baik ki orang”¹¹

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Nurlela, dapat disimpulkan bahwa penetapan harga bensin di Rp12.000 per liter, yang lebih rendah dibandingkan pesaing yang menjual dengan harga Rp13.000, didasarkan pada strategi untuk membangun citra positif di mata masyarakat. Biaya adalah dasar dalam hal penentuan harga, hal ini disebabkan karena suatu tingkat harga yang tidak bisa menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Hal ini sejalan dengan wawancara bapak Rusli, berikut hasil wawancaranya:

⁹ Wawancara, Haniju, Pedagang Bensin Eceran, Tanggal 11 Agustus 2024.

¹⁰ Wawancara, Marsuki, Pedagang bensin eceran, Tanggal 11 Agustus 2024.

¹¹ Wawancara, Nurlela, Pedagang Bensin eceran, Tanggal 15 Agustus 2024.

“Kita jual bensin disini sudah lamami di tiga belas, karena kita pikir juga operasionalnya kita hitung modalnya kita pake bensin mobil, listrik mesin digital pertamini belum lagi kerusakan mesin pertamini, kalau kita jual dua belas pasti tidak bisa da tutupi itu biaya semua. Jadi tiga belas itu mi harga paling da tutupi biayanya semua, supaya ada juga untung yang cukup bisa jalani ini usaha terus”¹²

Maksud dari hasil wawancara tersebut adalah bahwa penetapan harga bensin eceran di Rp13.000 per liter didasarkan pada kebutuhan untuk menutupi seluruh biaya yang terkait dengan usaha, termasuk biaya pembelian bensin, transportasi, penyimpanan, dan pemeliharaan fasilitas. Dalam konteks ekonomi syariah, penetapan harga barang dan jasa harus memenuhi prinsip keadilan dan transparansi Faktor yang mempengaruhi penawaran dalam ekonomi islam adalah banyaknya permintaan tingkat keuntungan relatif (tingkat harga), tingkat usaha manusia (produktivitas), besarnya tenaga buruh termasuk ilmu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki. Hal ini sejalan dengan wawancara bapak Aco:

“Dijual harga tiga belas karena faktor cari, kalau disini bensin kadang ada di pertamina kadang juga tidak ada di jual, jadi berpengaruh sama harga yang kita jual, mulai dari biaya supaya bisa ada bensin tenaga sama yang lain-lain. Begituji kalau susah lagi bensin pasti naik lagi harganya. Bukan ji kita mau untung besar tapi supaya bisa ji usaha ini jalan terus.”¹³

Penetapan harga Rp13.000 per liter untuk bensin eceran di daerah tersebut mencerminkan prinsip-prinsip yang diajukan oleh Ibnu Khaldun. Ketidakstabilan pasokan dan biaya distribusi yang tinggi memaksa penyesuaian harga untuk menutupi biaya dan memastikan kelangsungan usaha. Hal ini juga dikatakan oleh ibu Asra:

“Kalau disini kita kita ji yang tentukan harga, nda ada ji yang tentukan, kita mau jual tiga belas atau dua belas semuanya tergantung pembeli ji juga, mau beli atau tidak”¹⁴

Dari hasil wawancara dengan Ibu Asra, dapat disimpulkan bahwa dalam menetapkan harga bensin eceran pedagang mempertimbangkan biaya pembelian harga yang adil dan kompetitif. Ibu Asra berkomitmen untuk tidak menaikkan harga secara tidak wajar, bahkan dalam kondisi kelangkaan, sehingga sejalan dengan prinsip ekonomi syariah dan Pendekatan ini mencerminkan upaya untuk menjaga keadilan pasar dan melindungi

¹² Wawancara, Rusli, pedagang bensin eceran, tanggal 16 Agustus 2024

¹³ Wawancara, Aco, Pedagang Bensin eceran, tanggal 12 agustus 2024.

¹⁴ Wawancara, Asra, Pedagang bensin Eceran.tanggal 20 Agustus 2024.

masyarakat dari kemudahan tanpa memerlukan intervensi pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang bensin eceran di Kelurahan Laloeha menggunakan beberapa pendekatan dalam penetapan harga. Mereka umumnya menetapkan harga berdasarkan harga pesaing untuk tetap bersaing di pasar, serta mempertimbangkan pendapatan dan laba agar usaha mereka tetap menguntungkan. Selain itu, citra atau kesan masyarakat juga diperhatikan agar harga yang ditetapkan diterima dengan baik oleh konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang berhasil menyeimbangkan kebutuhan bisnis dengan kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah dalam pasar yang kompetitif.

Harga merupakan faktor penting dalam manajemen pemasaran hal ini dikarenakan harga memegang posisi strategis dalam manajemen pemasaran.¹⁵ Harga mempengaruhi daya saing relatif terhadap pesaing sehingga perannya di pemasaran/*marketing* perlu diperhatikan dengan baik. Karena itu, harga produk pesaing adalah pertimbangan penting dalam menetapkan harga. Perusahaan mungkin mengenakan harga di bawah, sama dengan atau di atas rata-rata pesaing. Masing-masing berimplikasi pada kesuksesan produk di pasar. Mana yang paling tepat dari ketiganya, itu tergantung pada tujuan perusahaan.¹⁶ *Tas'ir* menentukan harga tertentu yang menjadi batas maksimal harga suatu komoditas. Misalnya, seperti kalimat *„As'artuhu bi Alf* "Aku menetapkan harga seribu padanya." Kata *sy'ir* juga digunakan untuk menunjukkan arti kenaikan harga barang. Tidak dinamakan *sy'ir* jika penurunan harganya terlalu tajam. Bentuk jamaknya *as'ār*, seperti kaata *himlahmal*.¹⁷

Peningkatan jumlah penduduk di suatu kota biasanya menyebabkan peningkatan kebutuhan dan permintaan terhadap berbagai barang. Akibatnya, barang-barang tersebut menjadi lebih mahal, terutama jika barang tersebut termasuk kebutuhan pokok yang tidak bisa diabaikan. Di samping itu, keberadaan berbagai macam produk dan barang di kota-kota besar, serta kemudahan akses terhadapnya, juga berperan dalam menentukan harga.¹⁸ Penentuan harga (*tas'ir* ada yang dikategorikan tindakan *zhalim* dan diharamkan. Ada

¹⁵ Munawir Nasir dan Yan Herdiansyah, *Buku Referensi Manajemen Pemasaran*, (Cet. I; Purbalingga: Ureka Media Aksara, 2023), hlm. 218.

¹⁶ Novi Angga Safitri, *Manajemen Pemasaran*, (Cet. I, Yogyakarta: Penerbit K-Media, 2023) hlm, 119

¹⁷Imam An-Nawawi, *Op,Cit*, hlm, 249.

¹⁸Abdurrahman Khaldun, *Muqaddimah*, (1406 M) hlm, 808.

juga yang tergolong perbuatan adil dan diperbolehkan. Apabila penentuan harga ini berdampak pada tindakan zhalim terhadap masyarakat dan memaksa mereka tanpa alasan yang benar untuk membeli dengan harga yang tidak disepakatinya; atau mencegah mereka dari perbuatan yang diperbolehkan Allah, maka hukumnya haram.¹⁹

KESIMPULAN

Pedagang bensin eceran di Kelurahan Laloeha menetapkan harga antara Rp12.000–Rp13.000 per liter dengan mempertimbangkan harga pesaing, keuntungan, dan citra masyarakat, sambil tetap fleksibel menghadapi dinamika pasar. Penetapan harga ini juga sesuai dengan prinsip ekonomi syariah, yaitu adil, transparan, tidak memberatkan konsumen, dan menghindari praktik yang merugikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghilman Rozy Hrp dan Nuri Aslami, “Analisis Dampak Kebijakan Perubahan Publik Harga BBM terhadap Perekonomian Rakyat Indonesia”, *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, Vol II, Nomor I, 2022,
- Muchamad Riki dan Ahmad Makhtum, “Analisis Perdagangan BBM pasca Penetapan Kenaikan Harga Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol V, Nomor III, 2023
- Nur Afifah Masuara dan Abdur Rahman Adi Saputera, “Analisis Efektivitas UU No 22 Tahun 2001 terhadap Praktik Jualan Bensin Eceran Masyarakat Kota Timur Gorontalo”, *Jurnal Pengabdian Ilmiah*, Vol III, No 2. 2020.
- Stefanus Sampe, “Efektivitas Penerapan Kebijakan Subsidi Bahan Bakar Minyak”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol XIII, Nomor 1, 2023
- Hamdanil, “Jual Beli Bensin Eceran Perspektif Hukum Ekonomi Syariah” *Jurnal Mabisyah*, Vol III, Nomor 2. 2022,
- Badan Pusat Statistik, Kecamatan Kolaka dalam Angka 2023 (Kolaka: Badan Pusat Statistik, 2023)
- Mimin Yatminiwati, “Manajemen Strategi Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa” (Cet I, Lumajang: Widya Gama Press, 2019)

¹⁹ Al Allamah ibnul Qayyim dalam buku Imam An Nawawi, “Al Majmu Syarah Al Muhadzdzab (Jakarta: Edisi 15, Buku Islam Rahmatan) hlm. 250.

- Yusuf Suhardi, dkk., "Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan", *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*, Vol 31, No 2, 2022
- Sulkifli, Manajemen Keuangan, (Cet I: Boyolali: CV. Nimteler Mediatama, 2022)
- Surya Kencana. "Analisis Strategi Penetapan Harga SKM. CLOTHING", *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, Vol II, No II, 2019
- Supriadi Muslimin, Dkk, "Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam", *Journal of Islamic Economics*, Vol II, Nomor I, 2020
- Budi Karyanto, *Pengantar Ekonomi Syariah* (Cet I, Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021)
- Aan Ansori, "Digitalisasi Ekonomi Syariah", *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Islam*, Vol VII, Nomor 01, 2016
- Ainiah Abdullah, "Masalah Dalam Pelegalan Tas'ir Menurut Ibnu Qayyim Al-Jauziyyah", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol III, No IV, No 01, 2019
- Abdul Hamid, Dkk, "Analisis Penetapan Upah Minimum Buruh Dalam Undang-Undang No 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan Menurut Hukum Tas'ir Al-Jabbariy Dalam Fiqh Muamalah", *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol I, Nomor 05, 2023
- ¹Nurasiah Ahmad, "Penetapan Harga Oleh Pemerintah Dalam Pandangan Fuqaha", *Jurnal Mau'izhah*, Vol IX, Nomor 01
- Indra Hidayatullah, "Pemikiran Ibnu Khaldun Tentang Mekanisme Pasar & Penetapan Harga" *Jurnal Profit*, Vol I, Nomor 01, 2017
- Azkari Zakariah, Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research And Development (R N D)*, (Cet I, Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al-Mawaddah Warrahmah, 2020)
- Anim Purwanto, *Konsep Dasar Penelitian Kualitatif Teori dan Contoh Praktis*, (Cet. I, Lombok Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia, 2021)
- V. Wiratna Sujarweni, "Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi". (Cet I, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020)
- Kaharuddin, Kualitatif, "Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi", *Jurnal Pendidikan*, Vol IX, Nomor 1, 2021
- Natalina Nilamsari, "Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif", *Jurnal Moestopo*, Vol 12, No 02, 2014
- Anak Agung Putu Agung, Anik Yunesti, "Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif & Kualitatif" (Cet. I, Bali: Noah Aletheia, 2019)
- Abdul Fattah Nasution, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Cet. I, Bandung: Harva Creative, 2023)

- Umar Sidiq dan Moh Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, (Cet. I, Ponorogo: Nata Karya, 2019)
- Feni Rita Fiantika, Dkk., *Metodolgi Penelitian Kualitatif*, (Cet. I, Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2022)
- Munawir Nasir dan Yan Herdiansyah, *Buku Referensi Manajemen Pemasaran*, (Cet. I; Purbalingga: Ureka Media Aksara, 2023)
- Novi Angga Safitri, *Manajemen Pemasaran*, (Cet I, Yogyakarta: Penerbit K-Media, 2023)
- Mheitiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* , (Cet, I; Surabaya: Unitomo Press 2019)
- Arif Fakhruddin, dkk., *Bauran Pemasaran*, (Cet. I; Yogyakarta: Deepublish, 2022)
- M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, (Cet. I; Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019)
- Sudiyono, Dkk, *manajemen Pemasaran usaha wisata*, (Cet, I; Malang: Media Buku, 2018)