

---

## DAMPAK EKONOMIS DAN PSIKOLOGIS KENAIKAN HARGA BBM

Erni Setiawati<sup>1</sup>, Aurellia Leonny Suryanli<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda

[ernisetiawati043@gmail.com](mailto:ernisetiawati043@gmail.com)

---

### Abstract

*Economic and Psychological Impact of Fuel Price Increase. The purpose of this study is to analyze the impact of fuel price increases in Indonesia in 2022. The research method is empirical social research with a qualitative descriptive approach method, that is, research that investigates the relationship between two or more social symptoms, or social practices concerning individuals, groups, societies, institutions or also the wider environment. In this study, the symptoms or social practices observed were about the increase in fuel prices and their impact economically and psychologically on the economy and people's lives in Indonesia.*

*Economically, the impact of rising fuel prices encourages an increase in production costs, encourages inflation (cost push inflation) which in turn will negatively affect economic growth, decrease in real wages and household consumption. The psychological impact from the community side occurs when people collectively have an expectation that the increase in fuel prices will be followed by price increases in other sectors, where producers (including traders) raise prices more than the increase in production or distribution costs they incur. Sectorally, sectors that use a lot of fuel will definitely experience the highest contraction, especially the land transportation, sea transportation, rail transportation, courier and delivery services. To survive these sectors, of course, will increase prices and this can already be seen from the increase in freight costs.*

*Price increases in the transportation sector will in turn affect other sectors of the economy through multiplier impacts, and the simultaneous increase in prices of goods will encourage inflation in Indonesia. In turn, it can trigger unrest in all walks of life, from producers, traders, and consumers.*

---

**Keywords:** *economic impact, psychological impact, fuel price increase.*

---

### Abstrak

Dampak Ekonomis dan Psikologis Kenaikan Harga BBM. Tujuan penelitian ini adalah menganalisa dampak kenaikan harga BBM di Indonesia pada tahun 2022 ini. Metode penelitiannya adalah merupakan penelitian sosial empiris dengan metode pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang menyelidiki hubungan antara dua atau lebih gejala sosial, atau praktik-praktik sosial

---

menyangkut individu, kelompok, masyarakat, institusi atau juga lingkungan yang lebih luas. Dalam penelitian ini gejala atau praktik sosial yang diamati adalah tentang kenaikan harga BBM dan dampaknya secara ekonomis dan psikologis pada perekonomian dan kehidupan masyarakat di Indonesia.

Secara ekonomis, dampak kenaikan harga BBM mendorong kenaikan biaya produksi, mendorong inflasi (cost push inflation) yang pada gilirannya akan berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan ekonomi, penurunan upah riil dan konsumsi rumah tangga. Dampak psikologis dari sisi masyarakat terjadi manakala masyarakat secara bersama-sama memiliki ekspektasi bahwa kenaikan harga BBM akan diikuti oleh kenaikan harga di sektor-sektor lainnya, di mana produsen (termasuk pedagang) menaikkan harga melebihi dari kenaikan biaya produksi atau distribusi yang mereka keluarkan. Secara sektoral, sektor-sektor yang banyak menggunakan BBM pasti akan mengalami kontraksi yang paling tinggi terutama sektor angkutan darat, angkutan laut, angkutan kereta api, jasa kurir dan pengiriman. Untuk bertahan sektor-sektor tersebut tentu saja akan menaikkan harga dan ini sudah terlihat dari kenaikan ongkos angkutan.

Kenaikan harga pada sektor transportasi pada gilirannya akan mempengaruhi sektor-sektor perekonomian lainnya melalui dampak multiplier, dan kenaikan harga-harga barang yang terjadi secara serentak tersebut akan mendorong kenaikan inflasi di Indonesia. Pada gilirannya dapat memicu keresahan di semua lapisan masyarakat, mulai dari produsen, pedagang, dan konsumen

---

**Kata Kunci:** Dampak Ekonomis, Dampak Psikologis, Kenaikan Harga BBM

---

EISSN : 2580-8117

## PENDAHULUAN

Pemerintah resmi menaikkan harga BBM jenis pertalite dari Rp 7.650 menjadi Rp 10.000 per liter, solar bersubsidi dari Rp 5.150 menjadi Rp 6.800 per liter dan harga pertamax dari Rp 12.500 menjadi Rp 14.500 per liter.

Sebelum kenaikan resmi harga BBM, Menteri Investasi/Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) Bahlil Lahadalia sempat mengungkapkan bahwa APBN 2022 tidak kuat lagi untuk menahan kenaikan harga BBM. Beliau menyampaikan sampai kapan APBN kita akan kuat menghadapi subsidi yang lebih tinggi. Dalam konferensi pers yang ditayangkan YouTube Sekretariat Presiden, Sabtu (3/9/2022), Presiden Jokowi mengatakan bahwa dari 70 persen subsidi justru dinikmati oleh kelompok masyarakat yang mampu yaitu pemilik mobil-mobil pribadi.

Menteri Keuangan Sri Mulyani dalam unggahan di akun Instagram resminya, dikutip Minggu (4/9/2022). mengungkapkan alasan dibalik keputusan harga BBM naik. Mengutip ucapan presiden Joko Widodo (Jokowi), dia mengupayakan pemerintah memprioritaskan uang negara untuk melindungi masyarakat kurang mampu. Beliau menjelaskan anggaran subsidi dan kompensasi pada Perpres 98 tahun 2022 sebesar Rp 502,4 triliun. Ini berarti sudah ada peningkatan tiga kali lipat dari alokasi awal dan sebagian besar untuk BBM. Jumlah itu dihitung dari rata-rata ICP yang mencapai US\$100/barrel. Serta juga pada volume Peralite dan Solar Bersubsidi masing-masing mencapai 23 juta kilo liter serta 15 juta kilo liter. Dengan konsumsi Peralite dan Solar Subsidi yang melebihi kuota, anggaran subsidi dan kompensasi BBM diperkirakan melewati Rp 502,4 triliun.

Perkembangan harga ICP harus dan akan terus dimonitor, sebab suasana geopolitik dan proyeksi ekonomi dunia masih sangat dinamis. Dengan kenaikan harga tersebut, Sri Mulyani menambahkan pemerintah akan memantau dampak inflasi pertumbuhan ekonomi dan indikator kemiskinan.

Menurut Pakar Kebijakan Publik Narasi Institute Achmad Nur Hidayat, menilai Kenaikan BBM subsidi pada hari Sabtu 3 September 2022 dilakukan pada waktu yang tidak tepat. Karena akibat kenaikan BBM pasti akan berdampak pada kenaikan harga berbagai bahan pangan dan kebutuhan masyarakat lainnya. Menurut beliau, kebijakan penyesuaian harga BBM bersubsidi tersebut akan sangat memberatkan kehidupan rakyat. Pasalnya kenaikan harga BBM ini pasti akan langsung disusul kenaikan berbagai harga komoditas kehidupan lainnya. Langkah pemerintah dianggap kejam dan tega di tengah kondisi masyarakat yang berada di bawah himpitan ekonomi yang sulit dan daya beli yang masih sangat rendah. Kebijakan tersebut juga dianggap kurang sejalan dengan kondisi saat ini dimana harga minyak dunia sedang turun. Belum lagi, dampak dari pandemi yang menghantam ekonomi masyarakat belum usai, kini masyarakat harus di hadapkan pada berbagai kenaikan harga.

Achmad Nur Hidayat mengungkapkan, bahwa dampak kenaikan BBM ini membuat Indonesia terancam stagflasi. Dimana kenaikan berbagai harga harga tidak diikuti oleh kesempatan kerja, bahkan terdapat potensi PHK besar besaran karena pabrik pabrik juga akan keberatan menghadapi dampak dari kenaikan harga BBM ini. Kemudian bantuan sosial yang digelontorkan sebesar Rp 24,17 triliun juga dinilai tidak akan sebanding dengan tingkat risiko

yang akan ditanggung atas kebijakan kenaikan BBM. Pemerintah bisa menggunakan defisit anggaran yang masih ada ruang di atas 3% sebagaimana Undang-Undang membolehkan untuk mempertahankan subsidi BBM, dan juga proyek-proyek infrastruktur yang lemah proyeksi benefitnya terhadap APBN harus dialihkan dulu untuk menangani subsidi BBM. Seperti contohnya penundaan pembangunan Ibu Kota Negara (IKN) Nusantara dan proyek Kereta Api Cepat Jakarta-Bandung. Akibat kenaikan BBM juga akan menyebabkan potensi penambahan orang miskin baru dari kelas menengah. Sedangkan anggaran pengalihan subsidi BBM sebesar Rp 24,17 triliun masih tidak mencukupi.

Di sisi lain, *Direktur Center of Economic and Law Studies (CELIOS)* Bhima Yudhistira mengungkapkan opsi menaikkan harga BBM rupanya dapat membantu pemerintah menghemat anggaran subsidi untuk dialokasikan ke proyek infrastruktur. Proyek infrastruktur akan membekas di konstituen sebagai warisan Jokowi. Selain itu, beliau menilai kenaikan harga BBM akan memberikan ruang fiskal bagi pemerintah dalam mengantisipasi penurunan pendapatan dari komoditas. Bhima juga menyampaikan jika pemerintah mengupayakan menahan harga BBM, inflasi akan tetap terjaga. Alhasil, risiko gejolak politik jelang pemilu bisa lebih minim dan daya beli masyarakat dan produktivitas industri bisa terjaga.

Pengamat Ekonomi dari Universitas Muhammadiyah Palembang Dr. Sri Rahayu Oesman mengatakan, dampak yang akan segera dirasakan setelah kenaikan harga BBM ini adalah naiknya barang-barang di pasaran. Kenaikan BBM akan menjadi salah satu faktor penyumbang naiknya *cost of production* sehingga akan menaikkan harga jual. Menurutnya, kenaikan harga BBM bersubsidi diprediksi juga akan menjadi salah satu faktor penyumbang naiknya biaya produksi di pasaran sehingga perusahaan akan menaikkan harga jual barang. Tidak hanya itu, ketika harga naik, maka logikanya permintaan akan turun sehingga dalam jangka panjang akan terjadi *over supply*. Kondisi ini tidak baik bagi unit usaha maupun perusahaan, dalam jangka panjang bisa saja akan terjadi pemutusan hubungan kerja (PHK) karyawan di banyak tempat.

Dr. Sri Rahayu Oesman menambahkan, selain dampak di atas, pemerintah seharusnya dapat mengatur strategi pemasaran yang bisa menekan harga agar tidak terjadi inflasi yang terlalu tinggi. Namun jika kondisi ini terus terjadi, bukan tidak mungkin inflasi diprediksi akan melaju hingga 7 persen. Hal ini yang perlu diantisipasi pemerintah bagaimana harga tidak melonjak terlalu tinggi, disinilah butuh strategi pemasaran bagaimana cara menekan harga agar

tidak terlalu tinggi karena saat ini inflasi sudah 4 persen dan berdasarkan prediksi akan melaju pada angka 7 persen, ungkap beliau.

Fenomena ini lah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian dan analisa ilmiah untuk menganalisis “Dampak Ekonomis dan Psikologis Kenaikan Harga BBM di Indonesia”

## **TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### *Definisi Harga*

Harga adalah suatu nilai tukar (*a of exchange*) yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain atas manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu. (Muhammad Abdul Halim, 2018:149). Menurut Jhon Stanton (2004:220), harga adalah “*price is value expressed in terms of dollars and cents, or any other monetary medium of exchange*”, artinya harga adalah nilai yang dinyatakan dalam dolar dan sen atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar. Sedangkan menurut Alex S. Nitisemito (2001:55), harga diartikan sebagai nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang di mana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain. Kemudian menurut Tjiptono (2001:151), harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

### *Tujuan Penetapan Harga*

Dalam bukunya Muhammad Abdul Halim (2018:151-152), beberapa jenis tujuan penetapan harga, yaitu:

1. Untuk mencari keuntungan
2. Untuk mencari volume produksi yang ideal
3. Untuk membentuk citra (*image*) yang terkenal
4. Untuk pencarian stabilitas harga
5. Untuk mencegah masuknya pesaing
6. Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan
7. Untuk mendukung penjualan ulang
8. Untuk menghindari campur tangan pemerintah

Menurut Kotler dan Keller (2016:155), terdapat 6 (enam) tujuan penetapan harga, di antaranya sebagai berikut:

1. Kemampuan Bertahan (*Survival*).

Tujuan penetapan harga ini dilakukan saat perusahaan berada di kondisi yang mendesak. Harga yang ditetapkan tidak berfokus pada nilai keuntungan, tapi cukup dengan menutup biaya variabel dan beberapa biaya tetap.

2. Memaksimalkan Laba (*Maximum Current Profit*).

Mempertimbangkan permintaan pasar, perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba yang sudah didapatkan saat ini.

3. Memaksimalkan target pasar.

Semakin besar target pasar yang dijangkau, maka semakin tinggi pula volume penjualan. Secara langsung biaya unit akan semakin rendah dan keuntungan jangka panjang akan semakin tinggi.

4. *Maximum Market Skimming*.

Penetapan harga yang tinggi di awal dan turun secara perlahan seiring dengan waktu. Hal ini akan gagal jika pesaing besar melakukan hal yang sama.

5. *Product Quality Leadership*. Perusahaan menetapkan harga berdasarkan tingkat kualitas dan status yang tinggi dengan harga yang terjangkau.

Dikutip dari pendidikan ekonomi, tujuan penetapan harga menurut Harini (2008:55), adalah sebagai berikut:

1. Penetapan harga untuk mencapai penghasilan atas investasi. Biasanya besar keuntungan dari suatu investasi telah ditetapkan persentasenya dan untuk mencapainya diperlukan penetapan harga tertentu dari barang yang dihasilkan.
2. Penetapan harga untuk kestabilan harga. Hal ini biasanya dilakukan untuk perusahaan yang kebetulan memegang kendali atas harga.
3. Penetapan harga untuk mempertahankan atau meningkatkan bagiannya dalam pasar.
4. Penetapan harga untuk menghadapi atau mencegah persaingan.

Penetapan harga untuk memaksimalkan laba.

### *Kebijakan Penetapan Harga*

Penetapan harga merupakan kebijakan pemerintah dalam mengendalikan harga di pasar. Tujuannya untuk melindungi dan mengendalikan harga produk-produk tertentu, sehingga tidak menimbulkan masalah yang merugikan, baik bagi produsen maupun konsumen. Ada 2 (dua) bentuk kebijakan penetapan harga, yaitu kebijakan harga terendah (*floor price*) dan kebijakan harga tertinggi (*ceiling price*). (Asfia Murni, Lia Amaliawati; 2012)

Kebijakan harga terendah (*floor ceiling*) merupakan kebijakan harga minimum yang ditetapkan oleh pemerintah terhadap produk-produk tertentu. Jika harga produk di pasar terlalu rendah, jadi pemerintah menetapkan harga terendahnya. Bila pemerintah menetapkan harga terendah sama atau kurang dari harga yang terjadi di pasar (*price equilibrium*), kebijakan ini tidak berpengaruh apa-apa terhadap kondisi pasar. Tetapi bila pemerintah menetapkan harga terendah lebih tinggi dari harga *equilibrium*, maka kebijakan ini akan menaikkan harga pasar. Kebijakan ini akan efektif karena dapat mengikat perkembangan harga pasar.

Kenaikan harga akan menimbulkan *excess supply* yaitu jumlah produk (*supply*) bertambah banyak, dan jumlah permintaan (*demand*) berkurang. Contoh kasus penetapan harga minimum/terendah ini berlaku pada pasar tenaga kerja (UMP) dan produk-produk pertanian. Tujuannya agar meningkatkan penghasilan para pekerja dan petani. (Asfia Murni, Lia Amaliawati; 2012)

Kebijakan harga tertinggi (*ceiling price*) merupakan kebijakan harga maksimum yang ditetapkan oleh pemerintah terhadap produk-produk tertentu. Jika di pasar harga produk-produk tersebut terlalu tinggi sehingga pemerintah harus menetapkan harga tertingginya. Bila pemerintah menetapkan harga tertinggi sama atau lebih tinggi dari harga yang terjadi di pasar (*price equilibrium*), kebijakan ini tidak berpengaruh apa-apa terhadap kondisi pasar. Tetapi bila pemerintah menetapkan harga tertinggi lebih rendah dari harga *equilibrium*, maka kebijakan ini akan menurunkan harga pasar.

Kebijakan ini akan efektif karena dapat mengikat perkembangan harga pasar. Penurunan harga akan menimbulkan *excess demand* yaitu permintaan produk (*demand*) bertambah banyak, dan jumlah produk (*supply*) berkurang. Kondisi ini sering menimbulkan praktik pasar gelap (*black market*), yaitu setiap bentuk pasar di mana barang-barang dijual secara tidak resmi dengan harga yang melebihi ketentuan yang ditetapkan pemerintah, juga terjadinya penimbunan produk oleh

oknum-oknum yang ingin mengambil keuntungan berlebih dari kondisi tersebut. (Asfia Murni, Lia Amaliawati; 2012)

### *Harga dan Keseimbangan Pasar*

Dalam ekonomi, keseimbangan pasar atau *equilibrium* adalah suatu keadaan di mana jumlah barang yang ditawarkan sama dengan jumlah barang yang diminta atau harga jual (harga penawaran) sama dengan harga beli (harga permintaan). Bertemunya kurva permintaan dan kurva penawaran pada satu titik akan membentuk harga keseimbangan pasar (*price of equilibrium*) dan kuantitas pasar (*quantity of equilibrium*). (Sadono Sukirno, 2016)

Harga suatu barang dan jumlah barang tersebut yang diperjualbelikan, ditentukan oleh permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) barang tersebut. Oleh karena itu, untuk menganalisis mekanisme penentuan harga dan jumlah barang yang diperjualbelikan, secara serentak perlu dianalisis permintaan dan penawaran terhadap sesuatu barang tertentu yang ada di pasar.

Terbentuknya harga dan jumlah keseimbangan di pasar adalah hasil kesepakatan antara pembeli (konsumen) dan penjual (produsen) di mana jumlah yang diminta (*demand*) dan yang ditawarkan (*supply*) sama besarnya. Jika keseimbangan (*equilibrium*) ini telah tercapai, biasanya titik keseimbangan ini akan bertahan relatif lama dan menjadi patokan pihak pembeli dan pihak penjual dalam menentukan harga. Jadi, pada dasarnya harga pasar (*market price*) terjadi karena kesepakatan antara pembeli dan penjual. Jika tidak ada kesempatan antara pembeli dan penjual, maka tidak akan terjadi harga pasar. Jika kekuatan pembeli (*demand power*) dan kekuatan penjual (*supply power*) sama kuat, maka terbentuklah harga keseimbangan pasar (*price of equilibrium*). (Suhardi, 2016)

Keadaan di suatu pasar dikatakan dalam keseimbangan (*equilibrium*) apabila jumlah yang ditawarkan para penjual pada suatu harga tertentu adalah sama dengan jumlah yang diminta para pembeli pada harga tersebut. Dengan demikian harga suatu barang dan jumlah barang yang diperjualbelikan dapat ditentukan dengan melihat keadaan keseimbangan dalam suatu pasar. Keseimbangan pasar (*equilibrium*) dapat dijelaskan dengan 3 (tiga) cara, yaitu: dalam bentuk angka, dalam kurva/grafik dan secara matematis. (Sadono Sukirno, 2016)



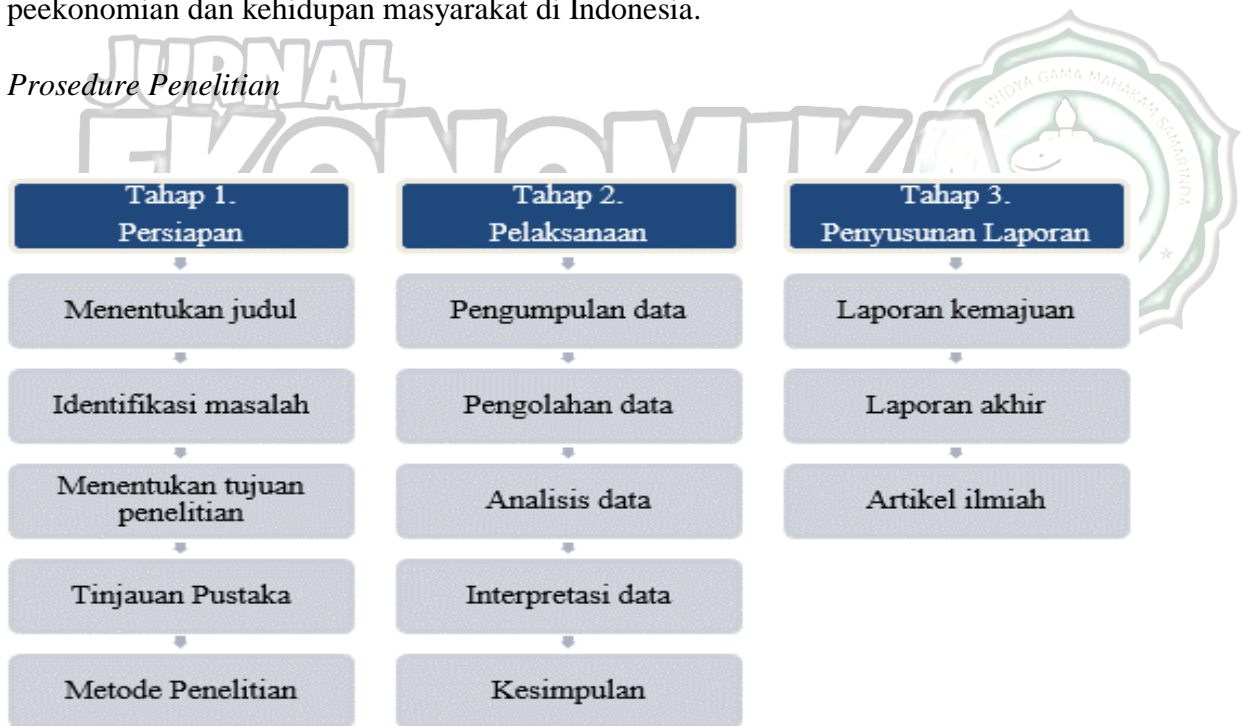
## METODE PENELITIAN

### *Jenis Penelitian*

Merupakan penelitian sosial empiris dengan metode pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang menyelidiki hubungan antara dua atau lebih gejala sosial, atau praktik-praktik sosial menyangkut individu, kelompok, masyarakat, institusi atau juga lingkungan yang lebih luas. Dalam penelitian ini gejala atau praktik sosial yang diamati adalah negara Indonesia.

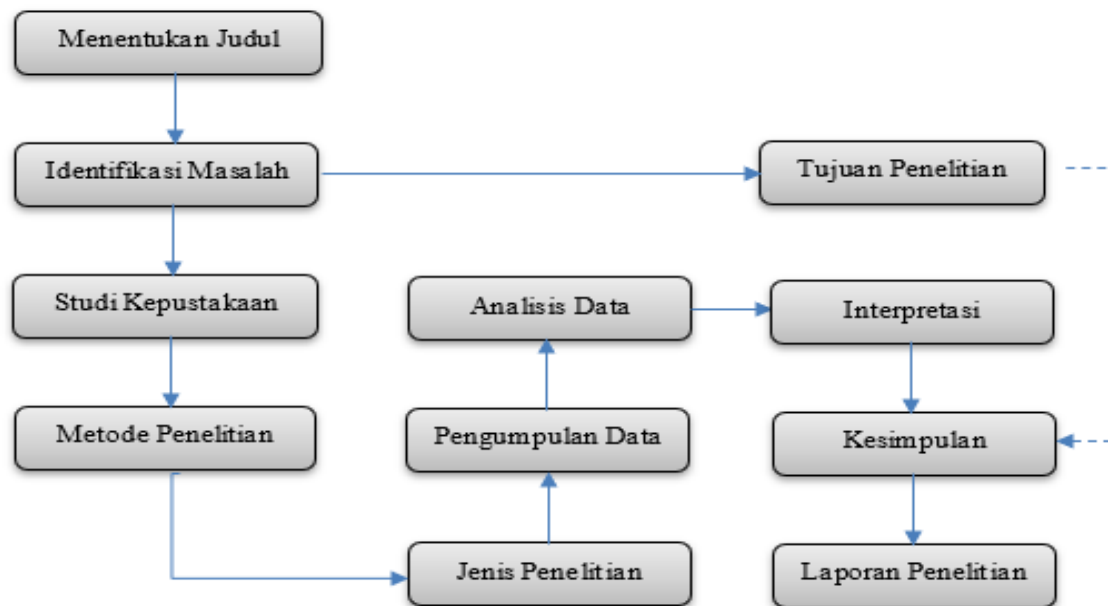
Pendekatan deskriptif kualitatif adalah cara penelitian untuk memahami (*to understand*) fenomena atau gejala sosial dengan lebih menitikberatkan pada gambaran yang lengkap tentang fenomena yang dikaji, dengan tujuan untuk menguraikan, menjelaskan, memaparkan secara mendalam fakta yang terjadi melalui pengumpulan data sebanyak-banyaknya. Fenomena yang dikaji dalam penelitian ini adalah data-data yang dijadikan parameter dan indikator untuk menjelaskan tentang kenaikan harga BBM dan dampaknya secara ekonomis dan psikologis pada peekonomian dan kehidupan masyarakat di Indonesia.

### *Prosedure Penelitian*



Gambar 1. Prosedur Penelitian

*Sumber: Diolah Penulis, 2022*



Gambar 2. Bagan Penelitian

Sumber: Diolah Penulis, 2022

Berikut uraian dan penjelasan masing-masing prosedur pada gambar tersebut:

- 1) Menentukan topik/judul yang disesuaikan dengan parameter yang telah ditetapkan, dan sesuai dengan informasi awal pada latar belakang
- 2) Identifikasi masalah dengan membuat rumusan inti permasalahan dan formula pertanyaan. Formulasi berdasarkan fakta dan fenomena yang ada
- 3) Menentukan tujuan penelitian, di mana tujuan penelitian adalah merupakan jawaban rumusan masalah.
- 4) Tinjauan pustaka melalui studi teoritis dari buku-buku literatur yang sesuai dan terkait dengan topik permasalahan penelitian.
- 5) Metode penelitian, yaitu menjelaskan tentang jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan dan instrumen data, serta analisis data
- 6) Analisis data, yaitu melakukan pengumpulan dan pengolahan data kualitatif, tapi tidak menolak data kuantitatif. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi kesimpulan.
- 7) Menarik kesimpulan berdasarkan hasil interpretasi data dan pembahasan. Kesimpulan merupakan jawaban dari rumusan masalah dan tujuan penelitian

- 8) Menyusun laporan akhir dan luaran dalam bentuk artikel ilmiah untuk dipublikasi ke *e-journal* nasional yang terakreditasi atau yang berskala internasional.

#### *Teknik Pengumpulan Data*

Pengumpulan data penelitian ini berdasarkan sumber datanya adalah sumber sekunder, yaitu merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misal lewat orang lain atau lewat dokumen. Teknik pengumpulan datanya dilakukan lewat dokumen. Dokumen merupakan catatan peristiwa, bisa berupa tulisan-tulisan yang berisi tentang catatan-catatan harian, artikel, kebijakan dan peraturan berkenaan dengan kenaikan harga BBM di Indonesia tahun 2022 ini, serta dampaknya secara ekonomis dan psikologis

#### *Analisis Data*

Pada intinya analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari sebelum dan setelah selesai pengumpulan. Sugiyono (2018: 247 – 252). Langkah-langkah analisis adalah sebagai berikut:

- 1) Reduksi data (*data reduction*), adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dalam penelitian ini penulis akan merangkum dan memfokuskan hal-hal sesuai tema yaitu berkaitan tentang kenaikan harga BBM di Indonesia pada tahun 2022 ini.
- 2) Penyajian data (*data display*). Dalam penelitian kualitatif ini, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat atau dinarasikan dalam teks-teks atau penjelasan naratif dan hubungan antar kategori. Peneliti mengumpulkan data dan informasi, lalu membuat uraian singkat tentang kenaikan harga BBM di Indonesia tahun 2022 dan dampaknya secara ekonomis dan psikologis pada perekonomian negara.
- 3) Verifikasi (*conclusion drawing*). Tahapan verifikasi atau menarik kesimpulan. Menjawab identifikasi masalah dalam bentuk menarik suatu kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan suatu temuan yang dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Peneliti akan membuat kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah yang telah diidentifikasi, yaitu bagaimana dan apa dampak ekonomis dan psikologis kenaikan harga BBM di Indonesia tahun 2022 in?

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Dampak Kenaikan BBM*

Hubungan antara harga (*price*) dengan permintaan (*demand*) sangat kuat, termasuk implikasinya jika terjadi kenaikan harga terhadap makro ekonomi (Samuelson, 2004). Bagi masyarakat negara-negara berkembang dan negara miskin, harga menjadi salah satu faktor dominan dalam mempengaruhi permintaan terhadap produk/jasa.

Secara sederhana keterkaitan harga (P) dan permintaan (Qd) dapat diformulasikan secara matematis sebagai berikut:  $Qd = f(P)$ , di mana jumlah permintaan terhadap barang/jasa merupakan fungsi dari harga nya. Jika harga berubah, maka permintaan akan turut berubah.

Harga merupakan salah satu faktor dari sekian banyak faktor-faktor lainnya yang akan mempengaruhi permintaan. Sisi lain menyatakan bahwa permintaan akan terjadi apabila ada kebutuhan dan daya beli. Ini artinya untuk kebutuhan-kebutuhan yang sifatnya primer, termasuk kebutuhan akan bahan bakar minyak bagi kebanyakan masyarakat merupakan kebutuhan yang sifatnya harus dipenuhi, karena berkenaan dengan berbagai pemenuhan akan kebutuhan hidup sehari-hari.

Dalam hal implikasi harga terhadap makro ekonomi, bagi masyarakat di berbagai negara-negara berkembang menjadi sesuatu yang berarti atau penting. Berkenaan dengan harga BBM dan implikasinya terhadap kondisi makro ekonomi, Samuelson (2004) telah memperlihatkan gambaran umum yang terjadi pada negara-negara di dunia, bahwa adanya kenaikan harga BBM, dalam hal ini berupa guncangan harga minyak dunia berpengaruh nyata terhadap kondisi makro ekonomi, diantaranya dicerminkan adanya *gross domestic product* (GDP) riil yang menurun, tingkat pengangguran (*unemployment*) yang meningkat, dan tingkat inflasi yang menunjukkan kenaikan. Dampak kenaikan bahan bakar minyak dalam situasi ekonomi masyarakat yang sulit, maka kenaikan BBM bisa kontraproduktif. Kenaikan harga BBM akan menimbulkan kemarahan masal, sehingga ketidakstabilan dimasyarakat akan meluas.

Menurut Kepala Ekonomi BNI Sekuritas Damhuri Nasution (2022) dikutip pada laman [www.katadata.com](http://www.katadata.com), kenaikan harga BBM di tengah kenaikan suku bunga BI akan berpengaruh ke kinerja ekonomi. Dampak kenaikan harga BBM bahkan lebih besar dari pengetatan moneter yang telah dilakukan BI. Begitu harga BBM naik, masyarakat harus membayar lebih mahal beli bahan bakar, mungkin sebagian harga barang naik hampir pada saat yang sama dengan kenaikan

BBM sehingga biaya hidup pun menjadi lebih mahal. Kenaikan harga bahan bakar memiliki efek yang langsung terasa ke perekonomian. Jika harga dinaikan dalam waktu dekat, ini akan memicu inflasi. Efek kenaikan inflasi terhadap daya beli bisa diminimalisasi jika pemerintah menyediakan tambahan bantuan sosial untuk masyarakat rentan.

Ekonom Bank Mandiri Faisal Rachman (2022) dalam risetnya menyebutkan kenaikan harga BBM jenis subsidi, khususnya Pertalite dan Solar akan menggerus pertumbuhan ekonomi. Hitung-hitungannya, kenaikan harga Pertalite menjadi Rp 10 ribu per liter akan menggerus pertumbuhan ekonomi 0,17% dan mengerek inflasi 0,83%. Sementara kenaikan Solar menjadi Rp 8.500 per liter, akan mengerek inflasi 0,33% dan mengoreksi pertumbuhan ekonomi 0,07%. Dengan demikian, kenaikan Solar menjadi Rp 6.800 per liter akan mengerek inflasi 0,17% dan mengoreksi pertumbuhan ekonomi 0,03%. Dampak dari kenaikan diperkirakan tidak hanya akan memiliki dampak putaran pertama pada inflasi harga diatur pemerintah, tetapi juga dampak putaran keduanya untuk barang lainnya dan jasa di samping bahan bakar dan transportasi.

Pendapat Arin (2022) seorang dosen sekaligus Pakar Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya, yang dikutip dilaman <https://www.um-surabaya.ac.id/> menyebut kenaikan harga BBM akan berdampak beberapa hal pada masyarakat menengah ke bawah, yaitu:

Pertama, timbulnya penurunan daya beli dalam jangka pendek karena *income effect* (dampak pendapatan) yang secara riil mengalami penurunan, meskipun bebannya akan berbeda menurut kelas pendapatan rumah tangga. Khususnya kelompok rumah tangga terbawah/miskin yang tidak memiliki ruang yang cukup untuk menghadapi masalah *cashflow* jangka pendek.

Kedua, secara simultan kenaikan harga BBM akan menaikkan harga-harga bahan pokok lain yang tentu memberatkan bagi masyarakat menengah ke bawah yang masih dalam proses pemulihan ekonomi setelah terdampak adanya pandemic Covid-19.

Ketiga, pada aspek sosial masyarakat adalah mendorong peningkatan angka pengangguran. Pasalnya, BBM merupakan bahan dasar operasional perusahaan, dengan adanya kenaikan harga maka akan membebani biaya produksi. Untuk pertimbangan efisiensi produksi, maka pilihan yang harus diambil perusahaan adalah menghentikan proses perekrutan karyawan baru hingga terpaksa pemutusan hubungan kerja (PHK). Sehingga berpotensi meningkatkan angka pengangguran.

Keempat, dengan meningkatnya angka pengangguran, maka akan berujung pada peningkatan juga tingkat kemiskinan Indonesia, sehingga tidak salah jika kondisi-kondisi yang ditimbulkan dari kenaikan harga BBM mendorong timbulnya permintaan akan kebijakan kompensasi, seperti BLT (Bantuan Langsung Tunai) maupun BSU (Bantuan Subsidi Upah) sebagai bentuk kompensasi atas kenaikan harga BBM. Bagi kelas menengah atas, kenaikan harga BBM tidak memberikan dampak signifikan, namun mereka tetap mengalami penurunan *disposable income* atau pendapatan yang siap dibelanjakan.

Kenaikan harga BBM diyakini menimbulkan dampak bagi perekonomian Indonesia. Mengutip dari website [www.blog.amartha.com](http://www.blog.amartha.com), berikut adalah lima dampak kenaikan harga BBM bagi ekonomi Indonesia dilansir dari berbagai pendapat para ahli ekonomi:

1) Tingkat Inflasi Bisa Mencapai Titik Tertinggi

Menurut Irman Faiz, Analis Makro Ekonomi Bank Danamon Indonesia, dampak kenaikan harga BBM adalah inflasi. Peningkatan inflasi, akan membuat BI semakin agresif dalam meningkatkan suku bunga acuannya.

2) Suku Bunga Acuan Semakin Tinggi

Ekonom Bank Mandiri Faisal Rachman mengatakan, peningkatan harga BBM ini berpotensi meningkatnya inflasi yang kemudian juga mendorong BI (Bank Indonesia) untuk menaikkan suku bunga acuan yang lebih tinggi dibandingkan perkiraan awal. Kepala Ekonom Bahan Sekuritas Satria Sambijantoro memperkirakan BI akan melakukan penyesuaian kenaikan suku bunga acuannya sebesar maksimal 100 basis poin (bps) di semester pertama tahun 2023 ini.

3) Kenaikan Sejumlah Harga Barang dan Jasa

Selain inflasi, naiknya harga BBM memang berdampak besar pada kehidupan masyarakat termasuk mempengaruhi naiknya harga bahan pokok di pasaran berdasarkan biaya logistik yang dibutuhkan.

4) Terjadinya Stagplasi

Efek kenaikan harga BBM ini juga berisiko menyebabkan stagflasi, sebagai rambatan efek dari kenaikan berbagai harga, dan dikhawatirkan terjadinya PHK (pengangguran) besar-besaran. Menurut Ekonom *Center of Economic and Law Studies* (Celios) Bhima Yudhistira, mengatakan ekonomi 40 persen kelompok rumah tangga terbawah dikhawatirkan akan semakin berat, ditambah lagi, 64 juta UMKM bergantung pada BBM subsidi.

5) Pengaruh Pada Pasar Saham

Analisis Binaartha Sekuritas Ivan Rosanova mengatakan, dengan kebijakan naiknya harga beberapa jenis BBM yang digunakan masyarakat akan berimbas pada naiknya harga kebutuhan pokok serta berpotensi menekan harga saham karena inflasi yang akan naik. Trimegah Sekuritas menyebutkan IHSG pada akhir tahun 2022 bertahan di level 7.100 dan pada tahun 2023 IHSG diperkirakan akan mencapai 7.500. Trimegah Sekuritas menyarankan investor memperhatikan saham-saham tertentu secara spesifik saat ini.

6) Tarif angkutan darat bisa naik 15%

Ketua Umum Organisasi Angkutan Darat (Organda) Adrianto Djokosoetono mengatakan, sebagai imbas penyesuaian harga BBM, maka tarif angkutan darat mengalami kenaikan bervariasi antara 5% sampai 15% bergantung jenis angkutannya. Sementara, kementerian Perhubungan merilis tarif baru ojek online (ojol) yang berlaku per 10 September 2022. Salah satu perbedaannya adalah aturan soal biaya jasa aplikasi. Di aturan sebelumnya ditetapkan maksimal 20%, namun dalam aturan baru ini maksimal hanya 15%.

Pengamat Ekonomi dari Universitas Muhammadiyah Palembang Dr. Sri Rahayu Oesman (2022) di laman [www.regional.kompas.com](http://www.regional.kompas.com) mengatakan, dampak yang akan segera dirasakan setelah kenaikan harga BBM ini adalah naiknya barang-barang di pasaran. Kenaikan BBM akan menjadi salah satu faktor penyumbang naiknya *cost of production* sehingga akan menaikkan harga jual. Ketika harga naik, maka logikanya permintaan akan turun sehingga dalam jangka panjang akan terjadi *excess supply*. Kondisi ini tidak baik bagi unit usaha maupun perusahaan, dalam jangka panjang yang bisa menimbulkan pemutusan hubungan kerja (PHK) karyawan di banyak tempat.

Dikutip dari website [www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com) ada 5 (lima) dampak yang terjadi akibat kenaikan BBM, yaitu:

1) Penyesuaian Harga di Berbagai Sektor

Kenaikan harga BBM akan membawa konsekuensi penyesuaian harga pada berbagai sektor, artinya harga-harga akan semakin meningkat mengingat kebutuhan BBM berkaitan dengan hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk di antaranya adalah industri logistik, barang dan jasa, transportasi, dan lain-lain yang membutuhkan bahan bakar dalam menjalankan operasionalnya, dan dengan begitu biaya hidup juga turut meningkat.

2) Daya Beli Masyarakat Menurun

Tingkat harga BBM bisa dibidang krusial dalam perekonomian Indonesia, sehingga jika terjadi kondisi seperti sekarang ini, perekonomian negara kita juga turut terdampak. Salah satunya daya beli masyarakat yang menurun. Lambat laun perekonomian bisa kacau jika kondisi tersebut terus terjadi pada berbagai barang pokok yang lain.

3) Menyebabkan Terjadinya Inflasi

Inflasi juga menjadi pemicu berkurangnya daya beli masyarakat. Kenaikan harga BBM saat ini sudah pasti akan menyulut inflasi mengingat jumlah pengguna bahan bakar subsidi solar dan pertalite mencapai lebih dari 70%. Keadaan yang lebih buruk sebagai dampak inflasi adalah stagflasi, yaitu kondisi ekonomi yang ditunjukkan dengan pertumbuhan yang lemah, serta jumlah pengangguran yang semakin tinggi.

4) Usaha Kecil Semakin Terpuruk

Peningkatan harga BBM akan paling terasa dampaknya pada berbagai sektor usaha kecil karena beban produksi menjadi semakin besar. Dampak kenaikan BBM bagi mereka salah satunya adalah makin membengkaknya ongkos operasional. Sementara mereka juga sulit membebaskan biaya produksi kepada konsumen, pasalnya target market usaha kecil biasanya juga masyarakat bawah, karena mereka tidak sanggup bersaing pada pangsa pasar kelompok menengah ke atas.

5) Pengangguran dan Kemiskinan Bertambah

Kenaikan harga BBM akan menimbulkan efek domino bagi masyarakat. Berawal dari kenaikan harga BBM bersubsidi, biaya produksi usaha jadi membengkak, memaksa pengusaha untuk melakukan PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) demi meminimalkan beban usaha. Atau pada skenario kedua, kenaikan harga BBM membuat daya beli masyarakat menurun sehingga perusahaan terpaksa mengurangi produksinya. Akhirnya pemilik bisnis terpaksa mengurangi karyawannya karena kesibukan produksi jauh berkurang. Akhirnya PHK tetap harus dilakukan.

*Dampak Psikologis Kenaikan Harga BBM*

Dampak negatif akan lebih dahsyat lagi jika efek psikologis terasa lagi jika dari sisi masyarakat dan pemerintah diperhitungkan. Dampak psikologis dari sisi masyarakat terjadi manakala masyarakat secara bersama-sama memiliki ekspektasi bahwa kenaikan harga BBM akan diikuti oleh kenaikan harga di sektor-sektor lainnya. Kenaikan harga BBM akan



menimbulkan efek psikologis di masyarakat di mana produsen (termasuk pedagang) menaikkan harga melebihi dari kenaikan biaya produksi atau distribusi yang mereka keluarkan. Jadi ketika produsen menaikkan harga mereka tidak menghitung berapa besar kontribusi BBM terhadap biaya produksi yang mereka keluarkan untuk memproduksi barang/jasa tersebut.

Sebagai contoh, ketika harga BBM naik sebesar Rp 500 per liter, maka sopir angkutan umum akan memilih menaikkan ongkos sebesar Rp 500 per penumpang, pedagang makanan akan menaikkan harga Rp 500 per porsi, dan pedagang sayuran juga akan menaikkan harga Rp 500 per kg/per ikat sayur yang mereka jual. Padahal kontribusi BBM per penumpang atau kontribusi BBM terhadap biaya makanan atau sayuran per ikat tidaklah sebesar tersebut. Kondisi tersebut diperparah oleh adanya pihak yang memanfaatkan momentum kenaikan harga BBM dengan menaikkan harga semua komoditi padahal kenaikan biaya produksi yang dikeluarkan tidak sebesar kenaikan harga yang mereka lakukan. Jika hal tersebut dilakukan oleh produsen dan pedagang secara serentak di seluruh Indonesia, maka inflasi yang terjadi akan lebih besar daripada dampak ekonomi yang seharusnya. Kenaikan harga secara serentak dan melebihi dari *cost push inflation* tersebut akan menyebabkan inflasi yang tinggi dan pada gilirannya dapat memicu keresahan di semua lapisan masyarakat, mulai dari produsen, pedagang, dan konsumen.

Dari sisi pemerintah, adanya kenaikan harga BBM yang menimbulkan keresahan tersebut akan berdampak pada kredibilitas pemerintah di mata masyarakat. Apalagi menjelang tahun politik 2024 di mana isu kenaikan harga BBM akan dijadikan kubu oposisi untuk menurunkan popularitas pemerintah.

Sebagai penutup, dampak ekonomi dan psikologis kenaikan harga BBM harus diwaspadai oleh pemerintah. Di sinilah perlunya peran pemerintah untuk menenangkan masyarakat bahwa kenaikan harga BBM tidak perlu ditanggapi dengan kepanikan. Pemerintah harus bisa meyakinkan masyarakat bahwa dana subsidi BBM akan dikompensasikan untuk membantu masyarakat yang terkena dampak terutama untuk golongan rumah tangga menengah ke bawah.

Dana subsidi juga harus dialokasikan ke sektor-sektor lain yang memberikan manfaat langsung bagi masyarakat, misalnya untuk pembangunan irigasi, subsidi harga pertanian, pembangunan jalan, pelabuhan, sarana pendidikan, kesehatan, dan lain-lain. Subsidi bioenergi juga dapat dijadikan alternatif penyaluran dana kompensasi BBM sehingga ketergantungan terhadap bahan bakar fosil bisa dikurangi.

Yang tidak kalah pentingnya adalah keseriusan pemerintah untuk memerangi praktik-praktik ekonomi biaya tinggi di Indonesia wajib dilakukan. Kita tahu adanya praktik pungli, korupsi, dan aksi para pemburu rente akan menyebabkan kenaikan harga barang dan jasa melebihi harga keekonomiannya. Penghematan pos-pos anggaran yang memang tidak terlalu mendesak juga perlu dilakukan.

## **SIMPULAN**

Dampak ekonomis, kenaikan harga BBM mendorong kenaikan biaya produksi, mendorong inflasi (*cost push inflation*) yang pada gilirannya akan berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan ekonomi, penurunan upah riil dan konsumsi rumah tangga. Konsumsi rumah tangga memiliki kontribusi yang tinggi terhadap Produk Domestik Bruto (sekitar 50%) dan merupakan penghela utama pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Dampak psikologis dari sisi masyarakat terjadi manakala masyarakat secara bersama-sama memiliki ekspektasi bahwa kenaikan harga BBM akan diikuti oleh kenaikan harga di sektor-sektor lainnya. Kenaikan harga BBM akan menimbulkan efek psikologis di masyarakat di mana produsen (termasuk pedagang) menaikkan harga melebihi dari kenaikan biaya produksi atau distribusi yang mereka keluarkan.

Secara sektoral, sektor-sektor yang banyak menggunakan BBM pasti akan mengalami kontraksi yang paling tinggi terutama sektor angkutan darat, angkutan laut, angkutan kereta api, jasa kurir dan pengiriman. Untuk bertahan sektor-sektor tersebut tentu saja akan menaikkan harga dan ini sudah terlihat dari kenaikan ongkos angkutan.

Kenaikan harga pada sektor transportasi pada gilirannya akan mempengaruhi sektor-sektor perekonomian lainnya melalui dampak *multiplier*, dan kenaikan harga-harga barang yang terjadi secara serentak tersebut akan mendorong kenaikan inflasi di Indonesia. Pada gilirannya dapat memicu keresahan di semua lapisan masyarakat, mulai dari produsen, pedagang, dan konsumen.

## **REFERENSI**

Arbar, Thea Fathanah. 2022. Harga BBM Pertamina Resmi Naik. Banyak Untung atau Rugi? Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220904150728-4-369148/harga-bbm-pertamina-resmi-naik-banyak-untung-atau-rugi>

Bestari, Novina Putri. 2022. Sri Mulyani Ungkap Alasan Harga BBM Naik, Ini Hitungannya. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220904094859-4-369108/sri-mulyani-ungkap-alasan-harga-bbm-naik-ini-hitungannya>

<https://nasional.kontan.co.id/news/kenaikan-harga-bbm-diikuti-kenaikan-harga-komoditas-lain-ini-kata-pengamat#:~:text=Pemerintah%20resmi%20menaikkan%20harga%20BBM,menjadi%20Rp%2014.500%20per%20liter.>

Halim, Muhammad Abdul. 2018. Teori Ekonomi Mikro. Edisi 3. Mitra Wacana Media. Jakarta  
Kotler, Philip. Keller, Kevin Lane. 2016. Marketing Management. Edition: 15<sup>th</sup>. Global Edition  
Publisher Pearson Education. London

Murni, Asfia dan Amaliawati, Lia. 2012. Ekonomi Mikro. Penerbit Refika Aditama. Bandung  
Nitisemito, Alex S. 2001, Manajemen Personalia (Manajemen SDM), Edisi kedua, Ghalia.  
Indonesia

Sahara. 2022. Dampak Ekonomi dan Psikologis Kenaikan Harga BBM. Diakses dari  
<https://news.detik.com/kolom/d-6293046/dampak-ekonomi-dan-psikologis-kenaikan-harga-bbm>

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Penerbit Alfabeta. Bandung

Sukirno, Sadono. 2016. Mikro Ekonomi Teori Pengantar. Penerbit RajaGrafindo Persada. Jakarta

Rosa, Maya Citra. 2022. Dampak Kenaikan Harga BBM, Pengamat Ekonomi: Inflasi Diprediksi  
Melaju hingga 7 Persen. Diakses dari

<https://regional.kompas.com/read/2022/09/07/212047978/dampak-kenaikan-harga-bbm-pengamat-ekonomi-inflasi-diprediksi-melaju-hingga?page=all>.

Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta

William J. Stanton. 2004. Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga

