JSHI:
Jurnal Studi Humaniora Interdisipliner
JSHI, 9(6), Juni 2025

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PRAKTIK KECURANGAN VOLUME DAN PELANGGARAN HARGA ECERAN TERTINGGI PADA PRODUK MINYAKITA

Ridwan Handoko[1], Muhammad Dzaky Setyadin[2], Azmi Muhammad Kamil[3], Aliudin[4], Nazlah Amilatullah[5], Fadhilatul Qubro[6]
ridwanhandoko12@gmail.com[1], mdzaky280@gmail.com[2], azmimkamil25@gmail.com[3], aliudin@untirta.ac.id[4], nazlahamilatullah@gmail.com[5], tuldila009@gmail.com[6]
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Abstrak

Distribusi produk bersubsidi yang tidak sesuai standar volume dan harga menimbulkan kekhawatiran di tengah masyarakat, terutama ketika berkaitan dengan kebutuhan pokok seperti minyak goreng. Kasus penyimpangan pada produk Minyakita memicu reaksi publik yang luas dan menimbulkan pertanyaan terhadap efektivitas pengawasan pemerintah. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi persepsi masyarakat terhadap praktik kecurangan volume dan pelanggaran Harga Eceran Tertinggi (HET) yang terjadi pada produk tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk menangkap pengalaman serta pandangan subjektif konsumen di Kota Serang, Banten. Informan dipilih secara purposive yang terdiri dari tiga kelompok sosial, yakni ibu rumah tangga, pedagang kecil, dan mahasiswa. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan dianalisis dengan pendekatan tematik. Hasil menunjukkan bahwa persepsi masyarakat dipengaruhi oleh pengalaman menggunakan produk, tingkat pengetahuan terhadap regulasi, dan kepercayaan terhadap sistem pengawasan. Mayoritas informan merasa dirugikan oleh ketidaksesuaian volume dan harga, namun keterbatasan informasi dan pilihan membuat respons mereka cenderung pasif. Selain itu, ditemukan kesenjangan pemahaman mengenai aturan HET serta toleransi terhadap pelanggaran dalam situasi ekonomi tertentu. Penelitian ini menekankan perlunya peningkatan pengawasan distribusi, edukasi konsumen, dan evaluasi berkelanjutan terhadap kebijakan subsidi agar perlindungan konsumen dapat diwujudkan secara nyata.

Kata Kunci: Persepsi Masyarakat; Minyakita; Kecurangan Volume; Pelanggaran Het; Subsidi Pemerintah.

Abstract

The distribution of subsidized products with incorrect volume and price standards has raised public concern, especially regarding essential goods like cooking oil. Irregularities in the Minyakita product have prompted public reactions and questions about government oversight. This study explores public perceptions of volume fraud and violations of the Highest Retail Price (HET) for the product. A qualitative approach using phenomenology was employed to capture the subjective experiences of consumers in Serang City, Banten. Informants, including housewives, small traders, and students, were purposively selected. Data were gathered through in-depth interviews and analyzed thematically. The findings indicate that public perceptions are influenced by product usage, knowledge of regulations, and trust in the monitoring system. Most informants felt disadvantaged by discrepancies in volume and price, but limited information and options led to passive responses. A gap in understanding HET regulations and tolerance for violations in specific economic situations was also found. The study highlights the need for improved distribution

supervision, consumer education, and ongoing evaluation of subsidy policies for effective consumer protection.
Keywords: *Public Perceptions; Minyakita; Volume Fraud; HET Violations; Government Subsidies.*

PENDAHULUAN

Minyak goreng merupakan satu diantara bahan pangan lainnya yang masuk ke dalam kelompok sembilan bahan pokok, sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 27/M-DAG/PER/5/2017, bersama dengan beras, gula pasir, mentega, daging sapi dan ayam, telur ayam, susu, bawang merah dan bawang putih, gas elpiji dan minyak tanah, serta garam (Permendag, 2017). Menurut data yang dirilis oleh Badan Pangan Nasional (BAPANAS), tingkat konsumsi minyak goreng per kapita di Indonesia pada tahun 2023 tercatat sebesar 9,56 kilogram dalam setahun. Angka ini mengalami peningkatan sebesar 0,95% dibandingkan dengan tahun 2022, di mana konsumsi minyak goreng per kapita tercatat sebesar 9,47 kilogram per tahun. Rata-rata konsumsi minyak per hari oleh masyarakat, termasuk minyak goreng, minyak sawit, dan minyak sejenisnya, mencapai 253 kilokalori per kapita atau setara dengan 12% dari total kebutuhan kalori harian (Yonatan, 2024). Data ini menunjukkan bahwa minyak goreng memiliki peran yang cukup krusial dalam pemenuhan kebutuhan primer masyarakat Indonesia.

Seiring dengan tren peningkatan konsumsi minyak goreng, permasalahan dominasi minyak curah di pasar domestik turut memunculkan kekhawatiran dalam segi keamanannya. Pasalnya, minyak curah kerap kali dijual dalam kemasan terbuka dan disimpan dalam wadah yang tidak memenuhi standar sanitasi, seperti penggunaan jerigen bekas atau drum terbuka yang rentan terpapar debu, kotoran, bahkan kontaminasi bakteri salmonella yang dapat menyebabkan gangguan pada kesehatan konsumen (Mulasari & Siswanto, 2015 dalam Parida Hutapea, 2021). Masalah ini semakin kompleks ketika dikaitkan dengan kondisi fluktuatif harga minyak goreng di pasaran. Harga yang tidak stabil akibat pengaruh intervensi kebijakan pemerintah, ketersediaan pasokan bahan baku dalam negeri, serta dinamika pasar global juga telah memberikan dampak negatif bagi konsumen kelas menengah ke bawah yang sangat bergantung pada minyak goreng sebagai kebutuhan pokok sehari-hari. Dengan demikian, diperlukan peran aktif pemerintah dalam memperkuat pengawasan keamanan pangan serta perumusan kebijakan, serta program strategis yang selalu berpihak kepada konsumen.

Menyikapi kondisi tersebut, pemerintah langsung merespons dengan meluncurkan program “Minyakita”. Menurut Hapsa (2022), Minyakita merupakan merek dagang milik Kementerian Perdagangan yang bergerak untuk menyediakan minyak goreng sawit curah berkualitas dengan kemasan plastik bantal berukuran 1 liter. Program ini diluncurkan untuk untuk memenuhi dua tujuan pokok, yaitu memperkuat aspek keamanan pangan dan menstabilkan harga minyak goreng di pasar domestik. Awalnya, program ini diatur melalui Peraturan Menteri Perdagangan No. 2/MDAG/PER/1/2009 dan Peraturan Menteri Keuangan No. 231/PMK.011/2008, kemudian terus mengalami penyempurnaan melalui diterbitkannya PERMENDAG No. 41 Tahun 2022 dan diperbarui dengan Permendag No. 49 Tahun 2022 tentang Tata Kelola Program Minyak Goreng Rakyat. Selanjutnya, pembaruan kembali dilakukan melalui Keputusan Menteri Perdagangan No. 1028 Tahun 2024 yang menetapkan sejumlah ketentuan baru, antara lain Harga Eceran Tertinggi (HET) untuk Minyak Goreng Rakyat ditetapkan sebesar Rp15.700,00 untuk setiap liter, harga Domestic Price Obligation (DPO) untuk minyak goreng kemasan merek Minyakita paling tinggi sebesar Rp13.500,00 per liter di Distributor Lini 1, Rp14.000,00 per liter di Distributor Lini 2, dan Rp14.500,00 per liter di pengecer, serta menetapkan kewajiban pemenuhan kebutuhan dalam negeri DMO sebesar 250.000 ton per bulan. Keputusan ini

mulai berlaku sejak 14 Agustus 2024 dan sekaligus mencabut Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 1531 Tahun 2022.

Sejak awal peluncuran, Minyakita sempat mendapat sambutan positif dari masyarakat karena harganya yang lebih terjangkau dibandingkan produk sejenis di pasaran Program Minyakita dianggap berhasil menekan gejolak harga minyak goreng yang sempat melambung tinggi akibat krisis pasokan global, sekaligus dinilai efektif dalam menjangkau masyarakat berpenghasilan rendah melalui sistem distribusi langsung yang difokuskan pada pasar tradisional dan pelaku UMKM (Daina et al., 2024). Keberhasilannya pun juga sejalan dengan kebijakan pemerintah mengenai Domestic Market Obligation (DMO) dan distribusi minyak goreng bersubsidi dalam kemasan Minyakita, yang bertujuan menjaga kestabilan harga di tengah fluktuasi pasar internasional (Faradissa et al., 2024). Namun, reputasi positif tersebut mulai terkikis seiring munculnya berbagai dinamika di lapangan, terutama terkait penyimpangan dalam proses distribusi. Salah satunya adalah kasus viralnya dugaan praktik kecurangan volume dan pelanggaran HET yang dilakukan oleh beberapa produsen Minyakita pada awal tahun 2025. Kasus ini menarik perhatian publik karena mencakup isu kualitas dan kuantitas produk yang seharusnya dijamin oleh pemerintah, terutama bagi masyarakat berpenghasilan rendah yang sangat bergantung pada produk subsidi ini. Kronologi kejadian bermula pada 3 Maret 2025, saat sebuah video yang menunjukkan kemasan Minyakita dengan dugaan isi kurang dari satu liter tersebar luas di berbagai platform media sosial. Dalam video tersebut, seseorang menuangkan isi minyak ke dalam gelas ukur, dan hasilnya menunjukkan hanya berisikan sekitar 800-920 mililiter, jauh di bawah volume yang seharusnya. Video ini langsung viral dan memicu polemik di berbagai kalangan masyarakat. Meskipun Menteri Perdagangan saat itu menanggapi bahwa video tersebut merupakan dokumentasi lama, akan tetapi keresahan masyarakat sudah telanjur meluas (Fika, 2025).

Keresahan tersebut diperkuat saat 8 Maret 2025, Menteri Pertanian melakukan pemeriksaan mendadak di Pasar Lenteng Agung, Jakarta Selatan. Dalam sidak tersebut, ditemukan bahwa Minyakita dijual dengan harga di atas HET, yaitu Rp18.000 per liter. Selain itu, Menteri Pertanian juga mengungkapkan bahwa volume MinyaKita di dalam kemasan tidak sesuai dengan informasi pada label, di mana isinya hanya berkisar antara 750 hingga 800 mililiter (Harianto, 2025). Fakta ini tidak hanya memperkuat dugaan adanya pelanggaran harga, tetapi juga memunculkan pertanyaan tentang bagaimana pengawasan pemerintah terhadap produk bersubsidi.

Tiga hari berselang, pada 11 Maret 2025, Satgas Pangan Polri bersama Kementerian Perdagangan dan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) melakukan penyelidikan langsung ke sejumlah perusahaan pengemas Minyakita. Salah satu perusahaan yang menjadi perhatian adalah PT Artha Eka Global Asia yang berlokasi di Kota Depok, karena terbukti melakukan pengemasan Minyakita dengan volume yang tidak sesuai label (Hukmana, 2025). Dalam penggerebekan tersebut, ditemukan bahwa perusahaan tersebut tidak hanya mengemas Minyakita di bawah standar, tetapi juga tidak memiliki izin edar dan menggunakan dokumen palsu, serta memanfaatkan minyak sawit non-Domestic Market Obligation (DMO). Selanjutnya, dalam konferensi pers yang dilakukan oleh pihak Kepolisian mengumumkan bahwa terdapat dua perusahaan tambahan yang turut diduga melakukan praktik serupa, yaitu:

1. PT Tunas Agro Indolestari (Tangerang),
2. Koperasi Produsen UMKM Kelompok Terpadu Nusantara (Kudus), dan

Beberapa hari kemudian, tepatnya pada 19 Maret 2025, Satgas Pangan kembali mengungkap kasus serupa yang melibatkan perusahaan lain. Perusahaan tersebut adalah PT Jaya Batavia Globalindo yang berlokasi di Meruya, Jakarta Barat. Berdasarkan hasil

penyelidikan, perusahaan ini terbukti mengemas Minyakita dengan volume yang tidak sesuai label, yakni hanya sekitar 800 mililiter per kemasan, namun tetap mencantumkan takaran 1 liter. Lebih mengkhawatirkan lagi, perusahaan tersebut diketahui telah memperoleh keuntungan mencapai Rp800 juta per bulan dari praktik curang tersebut. Selain itu, perusahaan ini juga tidak memiliki izin edar dan menggunakan bahan baku yang tidak sesuai ketentuan DMO (Fadilah, 2025). Temuan ini semakin menegaskan adanya pelanggaran sistematis oleh oknum pelaku usaha terhadap ketentuan distribusi dan perlindungan konsumen, khususnya pada produk bersubsidi seperti Minyakita.

Praktik kecurangan yang terjadi ini tidak hanya menimbulkan kerugian material bagi konsumen, tetapi juga dapat memunculkan beragam persepsi yang timbul di berbagai kalangan masyarakat terhadap produk Minyakita. Dalam konteks ini, persepsi masyarakat menjadi hal penting yang layak dikaji secara mendalam, sebab persepsi yang terbentuk akan memengaruhi efektivitas program pemerintah. Hal ini juga sejalan dengan teori persepsi yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012) dalam Silva (2017), yang mendefinisikan persepsi sebagai suatu prosedur di mana individu menangkap, mengorganisasi, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan sekitarnya untuk membentuk pemahaman atau gambaran tertentu. Oleh karena itu, berdasarkan peristiwa yang berkembang terkait dengan temuan ketidaksesuaian volume dan harga eceran tertinggi pada produk Minyakita, penulis bermaksud untuk meneliti persepsi masyarakat terhadap praktik kecurangan tersebut dengan tujuan untuk menggali berbagai pandangan yang muncul di tengah masyarakat, baik yang bersifat netral, positif, maupun kritis.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk menggali secara mendalam bagaimana persepsi masyarakat terhadap praktik kecurangan volume dan pelanggaran Harga Eceran Tertinggi (HET) pada produk Minyakita. Lokasi penelitian berada di Kota Serang, Banten, yang dipilih karena merupakan wilayah dengan distribusi aktif Minyakita dan memiliki keberagaman sosial ekonomi. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu pada April, Mei, dan Juni 2025. Informan penelitian terdiri dari tiga kelompok utama yaitu ibu rumah tangga (IRT), pedagang kecil (PK), dan mahasiswa (MHS), yang dipilih secara purposive dengan kriteria memiliki pengalaman menggunakan Minyakita dalam dua bulan terakhir. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi non-partisipatif, dan dokumentasi, guna memperoleh informasi yang komprehensif sekaligus meningkatkan validitas temuan. Data dianalisis menggunakan analisis tematik, dimulai dari pembacaan transkrip, kodefikasi, pengelompokan kategori, dan diakhiri dengan penggabungan tema-tema yang memiliki kesamaan makna. Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian mampu memberikan pemahaman yang utuh dan kontekstual mengenai cara konsumen memaknai dan merespons praktik pelanggaran harga dan kecurangan volume pada produk Minyakita dalam kehidupan sehari-hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Informan.

Tabel 1: Profil Informan

Nama	Jenis Kelamin	Umur	Status
Risyati	Perempuan	43 tahun	Ibu Rumah Tangga
Edi	Laki-laki	53 tahun	Pedagang Kecil
Izaaz	Laki-laki	19 tahun	Mahasiswa

Sumber: Data Sekunder

Informan dalam penelitian ini terdiri dari tiga individu dengan latar belakang yang berbeda. Informan pertama, Risyati, seorang ibu rumah tangga berusia 43 tahun; informan kedua, Edi, seorang pedagang kecil berusia 53 tahun; dan informan ketiga, Izaaz, seorang mahasiswa berusia 19 tahun. Ketiga informan tersebut dipilih untuk memberikan berbagai perspektif terkait topik penelitian mengenai kecurangan volume pada produk Minyakita.

Persepsi Masyarakat Terhadap Kecurangan Volume Minyakita

Persepsi masyarakat terhadap praktik kecurangan volume pada produk Minyakita dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang saling terkait, antara lain pengalaman pribadi konsumen dalam menggunakan produk, tingkat pengetahuan tentang regulasi pemerintah yang mengatur standar volume, serta sikap dan harapan terhadap pelaku usaha dan sistem pengawasan yang ada. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena ini, penelitian ini melibatkan wawancara dengan tiga informan yang mewakili latar belakang sosial yang berbeda: seorang ibu rumah tangga (IRT), pedagang kecil (PK), dan mahasiswa (MHS). Data yang diperoleh dikelompokkan dalam tiga kategori utama, yaitu (K1) pengalaman konsumen dalam menggunakan Minyakita, (K2) pengetahuan konsumen tentang ketentuan standar volume produk yang ditetapkan oleh pemerintah, dan (K3) persepsi mereka terhadap praktik kecurangan volume pada produk tersebut. berikut ini adalah sajian hasil wawancara dengan para informan:

K1 "Pernah, kayak saya liat-liat secara sekilas, sepertinya volumenya emang kurang dari informasi pada label yang tertera. Tapi ya, nggak saya ukur secara pasti. Kayanya hampir semua merk minyak goreng juga begitu deh, jadi saya pikir mungkin memang begitu adanya" (IRT);

K2 "Nggak tahu, saya kan cuma ibu rumah tangga biasa yang nggak terlalu ngikutin hal-hal kayak gitu. Jadi soal aturan atau standar volume dari pemerintah saya kurang paham" (IRT);

K3 "Merugikan sekali bagi saya, seorang ibu rumah tangga. Biasanya satu liter bisa dipakai untuk dua hari, tapi sekarang rasanya baru sehari saja sudah habis. Lagian, harusnya pemerintah bisa mengawasi dong yang modelan begini" (IRT);

K1 "Yaa kita mah ngga pernah ngerasain yah, kita mah nuang nuangin aja gitu, jadinya nggak ngerasain, nggak pernah merhatiin kesitunya" (PK);

K2 "Baru tau aja pas ada kasusnya kemaren di media" (PK);

K3 "Yaa setelah kita tahu sebagai pedagang kecil, saya merasa keberatan lah" (PK);

K1 "Sempat merasa demikian setelah saya liat minyakita ini dirasa kurang dari 1 liter, jadi menurut saya kurang diperhatikan dari produksi ataupun hal lain atau bisa saja ini merupakan tindak kecurangan dari oknum tertentu. Jadi perlu di awasi lebih lanjut karena bisa merugikan kita sebagai konsumen begitu" (MHS).

K2 "Saya tahu hal ini pasti sudah ada penetapan mulai dari jumlah volumenya 1 liter, tetapi banyak beberapa kasus belakang yg masih menjual produk minyakita yg hanya berisi 800ml" (MHS).

K3 "Menurut saya, ini sangat merugikan sekali bagi saya dan masyarakat selaku konsumen yang juga memang menggunakan minyak untuk memasak dan untuk berjualan contohnya. Saya rasa pemerintah harus turun tangan supaya kasus semacam ini tidak terulang dan bahkan ditinjau terus supaya rakyat tidak di rugikan dan pihak yg mengedarkan minyak kurang dari volume yg di tetapkan bisa di tindak seadil adilnya" (MHS).

Pengalaman Konsumen

Setiap konsumen memiliki pengalaman yang berbeda dalam menggunakan Minyakita, terutama dalam memperhatikan volume isi yang tercantum pada kemasan. Sebagian konsumen mungkin tidak secara langsung mengukur volume isi, namun tetap memiliki

kesan atau dugaan berdasarkan pengamatan visual dan kebiasaan penggunaan sehari-hari. Hal ini bisa dipengaruhi oleh bentuk kemasan, cara menuang, atau pengalaman membandingkan dengan produk sejenis.

Hasil wawancara dengan tiga informan menunjukkan bahwa terdapat beragam pengalaman konsumen terkait penggunaan Minyakita, terutama mengenai kesesuaian volume isi produk. Dua informan, yaitu seorang ibu rumah tangga dan pedagang kecil, menunjukkan sikap yang lebih pasif terhadap ketepatan volume, mengandalkan pengamatan visual dan kebiasaan penggunaan sehari-hari tanpa memverifikasi volume secara akurat. Bagi mereka, ketidaksesuaian volume isi sering dianggap sebagai fenomena yang umum terjadi pada berbagai merek minyak goreng. Sebaliknya, seorang mahasiswa dengan pandangan yang lebih kritis mengungkapkan ketidakcocokan antara volume yang tercantum pada label dan kenyataan, yang kemudian memunculkan dugaan adanya praktik kecurangan dalam pengemasan yang dapat merugikan konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat perhatian konsumen terhadap ketepatan produk sangat dipengaruhi oleh pola interaksi mereka dengan produk, serta sejauh mana mereka merasa perlu untuk memperhatikan detail produk secara cermat.

Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan konsumen terhadap standar volume yang ditetapkan oleh pemerintah berperan penting dalam membentuk kesadaran mereka terhadap keakuratan isi suatu produk. Namun, tidak semua konsumen memiliki informasi yang cukup terkait regulasi ini. Sebagian mungkin mengetahui bahwa ada aturan tertentu, tetapi tidak memahami secara rinci isi atau ketentuannya. Kurangnya informasi dapat memengaruhi sikap konsumen saat menemui ketidaksesuaian antara volume yang tertera pada label dan isi sebenarnya.

Hasil wawancara dengan tiga informan menunjukkan adanya berbagai variasi pengetahuan konsumen mengenai standar volume yang ditetapkan oleh pemerintah, khususnya terkait produk Minyakita. Informan yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga mengungkapkan kurangnya pemahaman terkait regulasi ini, karena mereka tidak mengikuti perkembangan aturan atau standar yang berlaku di pasar. Bagi mereka, perhatian terhadap volume isi produk bukanlah prioritas utama dalam kegiatan sehari-hari. Sebaliknya, pedagang kecil mengaku baru menyadari adanya regulasi mengenai standar volume tersebut setelah kasus ketidaksesuaian volume produk Minyakita terungkap di media. Walaupun mereka terlibat langsung dalam transaksi jual beli produk, pemahaman mereka terhadap ketentuan regulasi ini masih terbatas. Sementara itu, mahasiswa yang memiliki pemahaman lebih kritis mengenai regulasi produk mengonfirmasi bahwa standar volume yang ditetapkan pemerintah sudah jelas, namun ia juga menyoroti adanya beberapa kasus di pasar yang menunjukkan ketidaksesuaian antara volume yang tercantum pada label dan isi produk yang sebenarnya, seperti penurunan volume dari 1 liter menjadi 800 ml. Temuan ini menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen terhadap regulasi terkait volume produk sangat dipengaruhi oleh tingkat paparan informasi yang diterima, baik melalui media maupun interaksi langsung dengan produk, yang selanjutnya berkontribusi pada sikap dan perilaku konsumen terhadap kualitas dan ketepatan informasi yang tertera pada kemasan.

Persepsi Konsumen

Persepsi konsumen terhadap praktik penjualan produk yang volumenya tidak sesuai dengan label kemasan mencerminkan tingkat kepercayaan mereka terhadap produsen maupun pengawasan dari pihak berwenang. Persepsi ini dapat dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, tingkat pengetahuan, dan nilai-nilai yang dianut oleh masing-masing individu. Ada yang menganggap hal tersebut sebagai bentuk kecurangan serius, sementara lainnya mungkin lebih memaklumi atau bahkan tidak terlalu mempermasalahkan.

Hasil wawancara dengan tiga informan menunjukkan bahwa terdapat kesamaan persepsi mengenai ketidaksesuaian volume Minyakita dengan yang tercantum pada kemasan, meskipun dengan penekanan yang berbeda.Kedua informan, Ibu rumah tangga (IRT) dan mahasiswa (MHS) menekankan pentingnya pengawasan yang lebih ketat dari pemerintah terhadap produsen untuk memastikan bahwa volume yang tertera pada label sesuai dengan kenyataan, karena mereka merasa dirugikan oleh praktik tersebut. Sementara itu, pedagang kecil (PK) lebih fokus pada beban yang ditanggung akibat ketidaksesuaian tersebut, namun tidak menyoroti pengawasan pemerintah secara spesifik. Secara keseluruhan, ketiga informan sepakat bahwa pengawasan yang lebih tegas dan kepatuhan terhadap peraturan terkait volume isi produk perlu diperhatikan untuk melindungi kepentingan konsumen dan mencegah kerugian yang lebih lanjut.

Persepsi Konsumen Terhadap Pelanggaran HET

Persepsi konsumen terhadap pelanggaran Harga Eceran Tertinggi (HET) pada produk Minyakita mencerminkan bagaimana masyarakat menilai kebijakan harga pemerintah serta kepercayaan mereka terhadap praktik penetapan harga oleh produsen dan pengawasan yang dilakukan oleh pihak berwenang. Persepsi ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengetahuan konsumen tentang regulasi harga, pengalaman pribadi mereka dalam berinteraksi dengan produk, serta ekspektasi terhadap keadilan dan transparansi dalam sektor distribusi barang kebutuhan pokok. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara terhadap tiga informan dari latar belakang sosial yang berbeda: seorang ibu rumah tangga (IRT), pedagang kecil (PK), dan mahasiswa (MHS). Hasil wawancara ini kemudian dianalisis dan dikelompokkan ke dalam tiga dimensi utama: (K1) pengalaman konsumen dalam membeli dan menggunakan Minyakita, (K2) pengetahuan konsumen tentang peraturan HET, serta (K3) persepsi mereka terhadap praktik pelanggaran harga yang terjadi di pasar. Pendekatan ini bertujuan untuk menggali pandangan masyarakat terhadap pelanggaran HET dan mengidentifikasi tingkat kesadaran mereka mengenai pentingnya pengawasan serta penegakan hukum dalam menjaga kepatuhan terhadap peraturan harga yang ditetapkan oleh pemerintah. Berikut ini adalah sajian hasil wawancara dengan para informan:

K1 “Harganya Rp17.000, beli di Pasar Rau” (IRT);
K2 “Kurang tau, taunya beli aja” (IRT);
K3 “Mau gimana lagi, emang di pasar menjual segitu harganya, tetapi sebetulnya kalo begitu yaa saya merasa dirugikan, kan lumayan selisih Rp1.300” (IRT);

K1 ”Saya biasa beli 2 L dengan harga Rp34.000, berarti kalau beli 1L diharga Rp17.000, dan saya di warung agen dekat rumah saya” (PK);
K2 “Saya belum tahu ada peraturan itu” (PK);
K3 “Saya sebetulnya keberatan dengan kualitas yang kurang bagus sebenernya mah, yaa kalau pingin bagus ya pakai merk minyak fortune atau bimoli, cuma kan harganya juga lebih mahal” (PK);

K1 “Waktu itu seingat saya sekitar 17ribuan masih banyak dijual dipasar, dan kebetulan saya membelinya di pasar untuk keperluan jualan produk makanan” (MHS).
K2 “Saya kurang mengetahui tentang itu, dan pada saat beli memang tujuan saya untuk keperluan membuat produk jualan aja tidak terlalu spesifik ke HET dari pemerintah” (MHS).
K3 “Setelah membaca berita terkait HET minyakita saya rasa ini tidak menjadi permasalahan yg signifikan sebab HET dari pemerintah itu di harga Rp15.700 per liter dan ketika sudah masuk ke pasar memang memiliki harga yg cenderung naik

meskipun mungkin ada juga yg menetapkan harga sesuai HET. Dan menurut saya pribadi ini bukan menjadi persoalan karena sebagai konsumen kita bisa memilih preferensi dari produk lain" (MHS).

Pengalaman Konsumen

Pengalaman konsumen dalam membeli Minyakita, terutama terkait dengan harga, menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam menilai dampak kebijakan Harga Eceran Tertinggi (HET) yang ditetapkan pemerintah. Bagi sebagian konsumen, harga yang telah ditetapkan menjadi acuan utama dalam membuat keputusan pembelian. Namun, tidak sedikit pula yang merasa bahwa harga yang mereka bayar masih dapat diterima asalkan berada dalam batas kewajaran dan tidak jauh lebih tinggi dari harga pasaran yang biasa mereka temui.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa adanya pola pengalaman yang relatif seragam di antara ketiga informan terkait dengan harga pembelian Minyakita, baik ibu rumah tangga (IRT), pedagang kecil (PK), maupun mahasiswa (MHS). Seluruh informan melaporkan membeli Minyakita dengan harga yang konsisten, yaitu sekitar Rp17.000 per liter. Menariknya, kesamaan harga ini tercermin meskipun lokasi pembelian berbeda, mulai dari pasar tradisional seperti Pasar Rau hingga warung agen yang berada dekat dengan tempat tinggal konsumen. Konsistensi harga tersebut mengisyaratkan bahwa distribusi produk Minyakita telah menjangkau berbagai kanal distribusi ritel dengan relatif stabil, tanpa adanya perbedaan mencolok antara harga di pusat perdagangan dan di lingkungan permukiman.

Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan konsumen terhadap kebijakan Harga Eceran Tertinggi (HET) memainkan peran penting dalam menentukan respons mereka terhadap dinamika harga Minyakita yang tersedia Sebagai instrumen pengendalian harga dari pemerintah, HET seharusnya menjadi acuan utama bagi konsumen dalam menilai kewajaran harga jual di pasaran. Namun, dalam kenyataannya, tidak semua konsumen memahami secara rinci ketentuan tersebut, baik dari segi besaran harga yang ditetapkan maupun fungsi kebijakan itu sendiri. Ketidaktahuan ini dapat membuat konsumen cenderung menerima harga yang melebihi batas HET tanpa mempertanyakan keabsahannya. Untuk melihat sejauh mana pemahaman konsumen mengenai kebijakan Harga Eceran Tertinggi (HET) pada produk Minyakita,

Hasil wawancara dengan informan dari berbagai latar belakang menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen mengenai kebijakan Harga Eceran Tertinggi (HET) pada produk Minyakita masih sangat terbatas. Baik ibu rumah tangga (IRT), pedagang kecil (PK), maupun mahasiswa (MHS), semuanya mengungkapkan kurangnya pemahaman mengenai ketentuan HET yang seharusnya menjadi acuan bagi konsumen dalam menilai kewajaran harga. IRT mengaku hanya mengetahui harga produk tanpa mempedulikan adanya regulasi pemerintah terkait HET, sementara PK dan MHS juga tidak mengetahui adanya peraturan tersebut dan lebih fokus pada tujuan praktis mereka dalam membeli Minyakita, yakni untuk kebutuhan rumah tangga dan bisnis. Ketidaktahuan ini menunjukkan bahwa meskipun konsumen mengalami langsung dampak dari kebijakan HET, mereka tidak memiliki pemahaman yang jelas tentang peran kebijakan ini dalam mengendalikan harga di pasaran. Hasil temuan ini juga mengindikasikan bahwa pengawasan terhadap penerapan HET di tingkat konsumen masih sangat minim, sehingga penting bagi pihak berwenang untuk meningkatkan sosialisasi mengenai peraturan harga agar konsumen lebih sadar dan mampu melakukan tindakan yang tepat jika harga yang dikenakan tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Persepsi Konsumen

Persepsi konsumen terhadap praktik penjualan di atas Harga Eceran Tertinggi (HET) mencerminkan sejauh mana kebijakan pengendalian harga diterima dan dipahami oleh masyarakat. Kebijakan HET ditetapkan sebagai upaya pemerintah untuk memastikan keterjangkauan harga bagi seluruh lapisan masyarakat, termasuk dalam distribusi komoditas penting seperti Minyakita. Namun, dalam implementasinya, terdapat variasi dalam tanggapan konsumen terhadap harga yang melebihi HET, yang dipengaruhi oleh pemahaman individu, pengalaman pembelian, serta persepsi mereka terhadap kewajaran harga. Beberapa konsumen mungkin melihat harga di atas HET sebagai hal yang dapat diterima dalam konteks ketersediaan barang dan kondisi pasar, sementara yang lain mungkin menilainya sebagai penyimpangan dari aturan yang berlaku. Untuk memahami lebih lanjut bagaimana konsumen memaknai praktik penjualan Minyakita yang melebihi Harga Eceran Tertinggi (HET), berikut ini disajikan kutipan hasil wawancara dengan para informan terkait:

Hasil wawancara menunjukkan adanya variasi dalam cara pandang masing-masing informan. Sebagian konsumen, seperti ibu rumah tangga dan pedagang kecil, mengungkapkan adanya rasa dirugikan akibat selisih harga, namun tetap melakukan pembelian karena terbatasnya pilihan dan kebutuhan sehari-hari. Sementara itu, konsumen dari kalangan mahasiswa menunjukkan sikap yang lebih pragmatis, dengan menganggap kenaikan harga sebagai konsekuensi dari mekanisme pasar dan distribusi, serta tidak melihat pelanggaran HET sebagai persoalan signifikan karena adanya kebebasan dalam memilih alternatif produk. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi konsumen terhadap pelanggaran HET tidak semata-mata dipengaruhi oleh pemahaman terhadap regulasi, melainkan juga oleh kondisi ekonomi, urgensi kebutuhan, dan akses terhadap informasi. Ketika kebutuhan mendesak dan pilihan terbatas, konsumen cenderung mentoleransi pelanggaran tersebut meskipun menyadari adanya ketidaksesuaian dengan kebijakan harga yang berlaku. Di sisi lain, konsumen yang memiliki akses informasi lebih baik dan daya beli yang relatif stabil cenderung bersikap lebih fleksibel dan rasional dalam merespons dinamika harga.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa praktik kecurangan volume dan pelanggaran Harga Eceran Tertinggi (HET) pada produk Minyakita secara nyata telah memengaruhi persepsi dan kepercayaan masyarakat terhadap efektivitas program subsidi pemerintah. Ketiga informan dari latar belakang berbeda menunjukkan bahwa meskipun menyadari adanya ketidaksesuaian volume dan harga, mayoritas konsumen tidak memiliki pengetahuan yang memadai mengenai regulasi yang mengaturnya. Rendahnya tingkat literasi kebijakan serta lemahnya pengawasan distribusi menyebabkan konsumen bersikap pasif dan cenderung mentoleransi pelanggaran tersebut karena kebutuhan mendesak dan terbatasnya pilihan. Dengan demikian, keberhasilan program seperti Minyakita tidak hanya bergantung pada kebijakan harga dan distribusi semata, melainkan juga pada kejelasan informasi, partisipasi masyarakat, dan ketegasan penegakan hukum sebagai upaya perlindungan konsumen secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

Daina, W., Fitriadi, B. W., & Jakiyah, U. (2024). The Influence Of Perceptions Of Price And Production Quality On Consumer Satisfaction Of Minyakita Cooking Oil. Journal of Multidisciplinary Research, 1(1), 11–24.

Fadilah, K. (2025). Perusahaan Curangi Takaran Minyakita di Jakbar Dapat Rp 800 Juta Per Bulan.

News.Detik.Com. https://news.detik.com/berita/d-7831467/perusahaan-curangi-takaran-minyakita-di-jakbar-dapat-rp-800-juta-per-bulan

Faradissa, N. A., Shintia, N., Amelia, R., Mutammimah, H., & Fitriani, F. (2024). Analisis Dampak Penerapan Kebijakan Domestic Market Obligation (DMO) terhadap Penjualan Ekspor Minyak Goreng (RBDP Olein) pada PT Citra Borneo Utama Tbk. Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 3(2), 65–75.

Fika, D. R. (2025). Viral Video MinyaKita Isinya Cuma 0,75 Liter, Mendag Klaim Kasus Lama. Tempo.Co. https://www.tempo.co/ekonomi/viral-video-minyakita-isinya-cuma-0-75-liter-mendag-klaim-kasus-lama--1215712

Hapsa, Baidawi, A., & Salmia. (2022). Responsibilitas Pemerintah Daerah dalam Mengatasi Ketidakstabilan Harga Minyak Goreng di Provinsi Jambi. 6, 1.

Harianto, M. (2025). Mentan temukan MinyaKita tak sesuai takaran di Pasar Lenteng Agung. Antaranews.Com. https://www.antaranews.com/berita/4697397/mentan-temukan-minyakita-tak-sesuai-takaran-di-pasar-lenteng-agung

Hukmana, S. Y. (2025). PT Artha Global Cuma Kemas Minyak Curah jadi MinyaKita. Metrotvnews.Com. https://www.metrotvnews.com/read/b7WCgEpn-pt-artha-global-cuma-kemas-minyak-curah-jadi-minyakita

Parida Hutapea, H., Sembiring, Y. S., & Ahmadi, P. (2021). Uji Kualitas Minyak Goreng Curah yang dijual di Pasar Tradisional Surakarta dengan Penentuan Kadar Air, Bilangan Asam dan Bilangan Peroksida. QUIMICA: Jurnal Kimia Sains Dan Terapan, 3(1), 6–11. https://doi.org/10.33059/jq.v3i1.3311

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 27/M-DAG/PER/5/2017 Tahun 2017 Tentang Penetapan Harga Acuan Pembelian Di Petani Dan Harga Acuan Penjualan Di Konsumen, Pub. L. No. 27 (2017). https://peraturan.bpk.go.id/Details/128677/permendag-no-27m-dagper52017-tahun-2017

Silva, P. M. (2017). Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi, 5(3), 352–357. https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v5i3.4420

Yonatan, A. Z. (2024). Konsumsi Minyak Goreng di Indonesia Cenderung Stabil. https://data.goodstats.id/statistic/konsumsi-minyak-goreng-di-indonesia-cenderung-stabil-gtJOj