

## **FENOMENA RELASI HARI RAYA BESAR KEAGAMAAN TERHADAP KENAIKAN HARGA SEMBAKO di PASAR MAKALE TANA TORAJA**

**Berbelina Ratte Lebok<sup>1</sup>, Muhammad Badar<sup>2</sup>, Intan Timur<sup>3</sup>**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pejuang Republik Indonesia, Makassar**

**Berbelina01@gmail.com<sup>1</sup>, badargallardo@gmail.com<sup>2</sup>, intan.timur@upri.ac.id<sup>3</sup>,**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Fenomena Relasi Hari Raya Besar Keagamaan Terhadap Kenaikan Harga Sembako di Pasar Makale Tana Toraja. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data antara lain: observasi, wawancara dan dokumentasi kepada pedagang dan konsumen sebagai responden. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kebutuhan pokok sering kali meningkat sangat cepat menjelang hari raya besar keagamaan, tingginya permintaan terhadap sembako menjelang hari raya besar keagamaan yang menyebabkan terjadinya lonjakan harga barang. Dalam hal ini, permintaan terhadap suatu komoditas cenderung naik atau tinggi, sementara jumlah sediaan barangnya dalam jumlah yang tetap.

**Kata kunci: kenaikan harga bahan pokok, hari raya besar keagamaan.**

### *Abstract*

*This research aims to determine the phenomenon of the relationship between major religious holidays and the increase in prices of basic necessities at Makale Tana Toraja Market. Techniques used in data collection include: observation, interviews and documentation with traders and consumers as respondents. The data analysis method used is descriptive qualitative. The results of the research show that basic needs often increase very quickly before major religious holidays, the high demand for basic necessities ahead of major religious holidays which causes a spike in the price of goods. In this case, demand for a commodity tends to increase or be high, while the supply of goods is a fixed amount.*

*Keywords: increase in prices of basic commodities, major religious holidays.*

### **Pendahuluan**

Kenaikan harga merupakan fenomena ekonomi yang mempengaruhi hampir setiap negara di dunia. Mengingat kenaikan harga berpotensi berdampak pada pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, maka penting bagi pemerintah

untuk mempertimbangkan masalah ini dengan cermat (Kencono, 2018). Fenomena kenaikan harga selalu menarik untuk dikaji, karena kenaikan harga pada akhirnya berdampak signifikan terhadap perekonomian. Kenaikan harga tinggi pada akhirnya akan membuat semua orang, terutama yang miskin, semakin miskin dengan menyebabkan pendapatan aktual orang terus menyusut dan menurunkan standar hidup. Selain itu, kenaikan harga yang tidak dapat diprediksi akan menimbulkan ketidakpastian bagi pelaku ekonomi dalam mengambil keputusan.

Jika kenaikan harga dikaitkan dengan hari raya besar keagamaan merupakan sesuatu yang menarik untuk diteliti. Jika dibandingkan dengan keadaan sebelum dan setelah hari raya keagamaan, terlihat konsumsi masyarakat cenderung meningkat. Secara umum, barang-barang seperti makanan, pakaian, transportasi, dan sebagainya merupakan penyebab meningkatnya konsumsi. Bagi karyawan perusahaan, pemerintah menawarkan libur panjang dan kompensasi lebih tinggi. Akibatnya, biaya produk dan layanan mungkin meningkat. Harga produk dan jasa akan naik jika permintaan tidak mencukupi untuk menyeimbangkannya.

Tingkat kenaikan harga sangat penting bagi pemerintah untuk menjaga stabilitas ekonomi negara. Jika kenaikan harga tidak dapat dikendalikan, harga produk dan jasa akan naik tak terkendali. Peningkatan ini akan berdampak negatif terhadap perekonomian negara jika tidak diimbangi dengan peningkatan pendapatan. Perhitungan kenaikan harga membantu pemerintah membuat keputusan kebijakan ekonomi.

Secara teori, kenaikan harga menyebabkan turunnya daya beli konsumen. Namun pada hari-hari besar keagamaan seperti Ramadhan dan Paskah, daya beli masyarakat justru meningkat karena adanya kelebihan permintaan barang dan jasa dari masyarakat sehingga menaikkan harga berbanding terbalik dengan teori yang ada. Spekulasi masyarakat terkadang dapat menyebabkan kenaikan harga seiring dengan pergeseran

kebiasaan konsumsi masyarakat dan cenderung meningkat. Biasanya, selama bulan Ramadhan, masyarakat cenderung mengonsumsi lebih banyak makanan dan komoditas. Banyak harga barang naik akibat meningkatnya permintaan karena para pedagang memanfaatkan kesempatan untuk menaikkan harga guna meningkatkan keuntungan, terutama jika menyangkut kebutuhan.

Selain itu, ada kalanya terbatasnya pasokan barang di pasar mengakibatkan berkurangnya barang tersebut, yang pada akhirnya menaikkan harga. Biasanya, hal ini terjadi ketika distribusi barang dibatasi atau ketika sejumlah besar orang dengan sengaja menimbun atau mengendalikan barang-barang kebutuhan untuk mengendalikan atau memperlambat distribusinya ke pasar dan masyarakat. Proses penurunan nilai mata uang secara terus-menerus dikenal sebagai laju kenaikan harga.

Selain bulan Ramadhan, hari libur lain seperti Natal, Tahun Baru, dan Maulid Nabi Muhammad SAW yang sering jatuh pada bulan Desember atau Januari juga ditandai dengan kenaikan harga. Tercatat, harga bahan pokok hingga Desember 2022 masih terus meningkat. Selain beras, harga cabai rawit juga mengalami kenaikan. Berdasarkan Panel Harga Badan Pangan Nasional (Bapanas), harga beras premium kini Rp 12.810 per kg, naik Rp 30. Faktanya, harga per kilogram tetap di Rp 12.740 pada 28 November. Pada 28 November, harga beras medium beras masih Rp 11.160 per kg, namun naik menjadi Rp 11.240 per kg.

Penelitian ini berangkat dari keresahan peneliti terkait fenomena menjelang hari raya Natal dimana kenaikan harga sembako dipasar Makale mulai mengalami kenaikan yang signifikan. Di pasar Makale, beberapa sembako mengalami kenaikan harga cabai naik dari harga normal sebesar 15.000/kilogram kini naik menjadi 35.000/kilogram, hal ini menunjukkan harga cabai naik 20.000/kilogram. Kemudian harga bawang merah naik dari harga normal sebesar 25.000/kilogram naik menjadi 35.000/kilogram hal ini

menunjukkan adanya selisih sebesar 10.000/kilogram. Kemudian, berita yang sama pentingnya adalah harga minyak goreng yang naik dua kali lipat dari harga eceran pada umumnya. (Badan Pusat Statistik Kab.Tana Toraja 2022)

Minyak goreng juga menjadi salah satu komoditas yang memberikan kontribusi signifikan terhadap kenaikan harga nasional pada bulan Desember 2021. Minyak goreng memberikan kontribusi sebesar 0,31 persen terhadap kenaikan harga secara umum pada tahun 2021. Harga minyak goreng telah meningkat sebesar 46,32 persen sejak Juli 2020. Harga minyak goreng adalah Rp. 19.900,00 per liter per 31 Desember 2021 menurut statistik Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS).

## **Tinjauan Pustaka**

### **A. Harga**

Harga dalam bahasa Inggris dikenal dengan *Price*, sedangkan dalam bahasa Arab berasal dari kata *tsaman* atau *si'ru* yang berarti nilai suatu barang dan harga berdasarkan suka dan tidak suka (*an-taradin*). Penggunaan kata *tsaman* lebih umum dibandingkan *qimah* yang menunjukkan harga sebenarnya. Sedangkan *si'ru* adalah harga barangnya. Harga adalah nilai yang diberikan pada barang yang dipertukarkan. Harga juga dapat berarti daya beli untuk mencapai kepuasan dan keuntungan. Semakin tinggi nilai tukar barang atau jasa tersebut. Kisaran harga tersebut antara lain meliputi harga produk, sewa rumah, biaya sekolah, pengobatan, dan layanan. Semua ini adalah nilai yang dibayarkan untuk sesuatu atau sesuatu yang dibuat.

Menurut Enizar (2005), harga adalah merupakan salah satu unsur yang terdapat dalam transaksi jual beli, yaitu adalah harga yang jelas dari benda yang diperjualbelikan. Pada saat yang sama, kenaikan harga merupakan hal yang wajar terjadi dalam perekonomian sebagai akibat dari permintaan dan penawaran barang dan jasa.

Secara umum terdapat tiga teori mengenai kenaikan harga, yaitu teori kuantitas Milton Friedman yang merupakan hipotesis tentang faktor-faktor penyebab perubahan tingkat harga yaitu peningkatan jumlah uang beredar (JUB). Secara khusus teori kuantitas menjelaskan bahwa tingkat harga biasanya ditentukan oleh interaksi jumlah uang beredar (JUB) dan permintaan. Jika tingkat harga lebih tinggi dari tingkat keseimbangan, maka jumlah uang yang diminta masyarakat lebih besar dibandingkan dengan uang yang dikeluarkan bank sentral, sehingga pada akhirnya tingkat harga turun ke tingkat keseimbangan dan sebaliknya. Pada tingkat harga keseimbangan, jumlah uang yang ingin dimiliki masyarakat sama persis dengan jumlah uang yang beredar di bank sentral (Diah *et al.*, 2015). Kedua, Menurut teori Keynesian, harga naik karena permintaan masyarakat melebihi uang yang tersedia. Menurut teori Keynesian, kenaikan harga disebabkan oleh keinginan masyarakat untuk hidup melebihi kemampuannya sehingga menyebabkan terjadinya kesenjangan harga (Karim, 2008).

Proses kenaikan harga terus berlanjut hingga permintaan semua kelompok sosial melebihi jumlah output yang diproduksi. Kenaikan harga berhenti ketika total permintaan pada harga berlaku tidak melebihi volume produksi yang tersedia. Model ini menegaskan bahwa perekonomian saat ini berada pada kapasitas penuh (full opportunity), artinya penawaran agregat tidak dapat ditingkatkan. Ketiga, teori struktural yang menyatakan bahwa kenaikan harga disebabkan oleh keseimbangan perekonomian. Teori struktural disebut juga teori inflasi jangka panjang, karena inflasi harga mengacu pada faktor struktural ekonomi yang dapat berubah secara bertahap dan dalam jangka waktu yang lama. Teori ini menunjukkan bahwa kenaikan harga bukan hanya merupakan fenomena finansial, namun juga merupakan fenomena struktural.

Harga memungkinkan orang menggunakan pendapatannya untuk menentukan jenis barang yang akan dibeli. Dengan memperhatikan harga pasar, masyarakat dapat menghitung barang mana yang akan dibeli terlebih dahulu sesuai kebutuhannya.

Menurut Nanga (2001), kenaikan harga berdasarkan sifatnya dibagi dalam tiga tingkatan yaitu pertama, inflasi sedang, merupakan suatu kondisi yang ditandai dengan kenaikan tingkat harga yang lambat dan jangka waktu yang relatif lama. Kedua, kenaikan harga menengah merupakan suatu kondisi yang ditandai dengan kenaikan harga yang cukup besar dan kadang berlanjut dan meningkat dalam waktu yang relatif singkat. Ketiga, kenaikan harga tinggi merupakan keadaan dimana harga telah naik lima atau enam kali lipat dan orang tidak memiliki keinginan untuk menabung lagi karena nilai mata uang telah turun begitu tajam sehingga ingin ditukar dengan barang.

## **B. Hari Raya Besar Keagamaan**

Hari raya keagamaan merupakan hari istimewa bagi tiap umat yang menjalankan karena hari-hari tersebut mempunyai makna atau fungsi keagamaan yang sangat penting bagi kehidupan manusia baik karena dampaknya maupun karena nilai-nilai spiritual yang dikandungnya. Perayaan hari raya keagamaan adalah bagian dari cara orang beriman, di bawah bimbingan Tuhan Yang Maha Esa, merenungkan apa yang belum mereka lakukan dan apa yang telah mereka lakukan untuk mencapai kesuksesan dan kebahagiaan dalam hidup.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di pasar Makale. Alasan pemilihan tempat penelitian ini adalah relevansinya dengan permasalahan yang diteliti serta kemudahan memperoleh informasi sesuai dengan sifat dan karakteristik penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Gagasan tentang populasi tidak digunakan dalam penelitian kualitatif sebaliknya, digunakan konsep situasi sosial yang terdiri dari

tiga komponen: tempat, aktor, dan fungsi yang bekerja sama untuk menciptakan situasi sosial (Sugiyono, 2009). Menurut Sugiyono (2012), penelitian kualitatif adalah suatu teknik melakukan penelitian yang berfokus pada keadaan lokasi alam dan berpijak pada filosofi post-positivis. Alat utama dalam proses pengumpulan data adalah peneliti; analisis datanya bersifat indikatif atau kualitatif; dan hasilnya diperoleh melalui triangulasi. Pentingnya penelitian kualitatif lebih ditekankan daripada generalisasi.

Rencana penelitian yang dibuat agar peneliti dapat menemukan jawaban atas pertanyaan penelitiannya disebut desain penelitian (Setiadi, 2013). Desain penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Sukmadinata (2011) menyatakan bahwa penelitian deskriptif kualitatif lebih menitikberatkan pada ciri-ciri, atribut, dan hubungan antara berbagai aktivitas guna menggambarkan dan mengilustrasikan peristiwa-peristiwa yang terjadi saat ini, baik yang bersifat alami maupun buatan manusia. Analisis interaktif data Miles dan Huberman digunakan dalam penelitian ini.

Menurut Miles dan Huberman, penelitian kualitatif menghasilkan data yang diungkapkan secara verbal, bukan numerik. Analisis kualitatif melekat pada kata-kata, yang biasanya disusun menjadi teks yang diperluas. Data mungkin dikumpulkan dengan berbagai cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, rekaman), dan biasanya “diproses” beberapa saat sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau menyalin).

### **Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Tondon Mamullu, Kecamatan Makale, Kabupaten Tana Toraja merupakan lokasi Pasar Makale. 320 hingga 330 dealer hadir pada waktu tertentu. Pasar ini merupakan tempat jual beli barang-barang seperti gawai, telepon genggam, asesoris, kosmetik, obat-obatan, kue tori, pakaian, buah-buahan, kebutuhan pokok, ikan, unggas, sayur mayur, kelapa

parut, bumbu/rempah-rempah, dan daging babi. Diperkirakan ada 235 pengunjung (atau pelanggan) setiap hari.



Gambar Lokasi Pasar Makale, Tana Toraja

#### **A. Jenis sembako yang mengalami kenaikan di pasar Makale Tana Toraja kategori cabai rawit, bawang putih, bawang merah dan tomat.**

Meningkatnya harga kebutuhan pokok seperti makanan menjelang hari raya keagamaan menjadi semakin merugikan masyarakat. Kenaikan harga ini menuai keluhan masyarakat dan tampaknya merupakan kejadian biasa. Namun tidak semua makanan pokok mengalami kenaikan harga; hanya segelintir cabai tertentu, seperti cabai rawit, bawang putih, bawang merah, dan tomat, yang sering mengalami kenaikan harga.

berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu informan ibu Rini yang merupakan konsumen di pasar Makale Tana Toraja :

*“saya sebagai ibu rumah tangga yang biasa membeli bahan pokok merasa sangat keberatan dengan terjadinya kenaikan harga bahan pokok, dimana bawang merah yang sebelumnya Rp 32 ribu per kilogram sudah mulai merangkak Rp 35 ribu per kilogram, cabai rawit dari Rp 23 ribu per kilogram naik Rp 27 ribu per kilogram, sementara tomat dari Rp 10 ribu per kilogram merangkak naik Rp 15 ribu per kilogram. Menjelang hari raya harga cabai, bawang merah, bawang putih dan tomat melambung tinggi biasanya naik Rp 5 ribu dan bahkan sampai naik Rp 10 ribu.”*

hasil wawancara diatas dapat dilihat bahwa bawang merah mengalami kenaikan harga dari harga Rp 30 ribu naik menjadi 35 ribu, cabai rawit dari harga Rp 23 ribu



menjadi Rp 27 ribu per kilogram. Dari harga sembako yang mengalami kenaikan rata-rata naik Rp 5 ribu sampai Rp 10 ribu.

Teori Permintaan dan Penawaran menyatakan bahwa hubungan antara penawaran dan permintaan menentukan harga suatu barang, hal ini sejalan dengan temuan wawancara di atas. Harga suatu barang biasanya akan naik jika permintaan meningkat sementara pasokan tetap atau menurun. Hal ini diakibatkan oleh ketidakseimbangan antara jumlah barang yang diinginkan pelanggan dan jumlah komoditas yang tersedia untuk dibeli. Jadi, berdasarkan temuan wawancara, terjadi peningkatan pada bawang merah, cabai, bawang putih, dan tomat sebelum Ramadhan. Harga per kilogram bahan pokok naik dari Rp5.000 menjadi Rp10.000.

### **1. Cabai**

Harga cabai di Tana Toraja, Sulawesi Selatan terus merangkak naik. Satu kilogram cabai tembus Rp 50 ribu. Pedagang dipasar Makale, Tana Toraja.

*“naik semua sekarang barang-barang. Ada yang naik bertahap ada yang sekaligus. Kalau cabai itu naiknya bertahap sekarang sudah tembus Rp 50 ribu”.*

Berdasarkan penjelasan informan, bahwa kenaikan bahan sembako naik secara bertahap sedangkan cabai tembus Rp 50 ribu per kilogram. Permintaan cabai cenderung meningkat menjelang Lebaran karena banyak orang mempersiapkan makanan khas Lebaran yang pedas dan lezat. Permintaan yang tinggi ini dapat membuat harga cabai naik karena penawaran cabai terbatas. Di Indonesia, harga beberapa bahan pangan pokok seperti cabai masih mengalami kenaikan. Semakin dekat Ramadhan, biaya kebutuhan pokok biasanya semakin meningkat. Menjelang bulan puasa, cabai menjadi bahan pokok yang harganya paling naik. Rata-rata harga cabai di Indonesia masih Rp 52.600 per kilogram (kg) pada awal Maret 2023, menurut statistik Sistem Pemantauan Pasar dan Kebutuhan Pokok (SP2KP) Kementerian Perdagangan. Namun per 17 Maret 2023, seminggu menjelang Ramadhan, harganya sudah naik 37,45% menjadi Rp 72.300 per kilogram (BPS, 2023).

## 2. Bawang

Pedagang pasar di Pasar Makale Tana Toraja menyayangkan lonjakan harga bawang merah belakangan ini. Harga bawang merah yang dulu berkisar antara Rp24 ribu hingga Rp26 ribu per kilogram (kg), kini menjadi Rp38 ribu. Kami bertemu dengan Sakka, seorang pedagang di pasar Makale, yang memberitahu kami bahwa harga bawang merah dan bawang putih mengalami kenaikan selama seminggu terakhir.

*"Dulu harganya berkisar antara Rp 24 ribu sampai Rp 26 ribu per kg. Tapi, sekarang ini Rp 34 ribu sampai Rp 38 ribu,"*

Dijelaskan bahwa harga cabai yang dulunya Rp 20-23 ribu per kilogram naik menjadi Rp 27-30 ribu per kilogram. Beberapa spekulasi atau pedagang mungkin memanfaatkan situasi menjelang Lebaran dengan menaikkan harga cabai untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Praktik penimbunan juga dapat mempengaruhi ketersediaan cabai di pasar dan menyebabkan kenaikan harga. Menjelang lebaran cabai sangat berperan penting untuk kebutuhan sehari-hari sehingga pada saat menjelang lebaran atau hari raya lainnya harga cabai melambung naik.

### **B. Jenis sembako yang mengalami kenaikan di pasar Makale Tana Toraja Kategori beras dan telur dan Minyak Goreng**

Menurut salah seorang informan yang merupakan pedagang sembako di pasar Makale Tana Toraja menjelaskan bahwa :

*"ya biasanya yang mengalami kenaikan menjelang hari raya lebaran atau hari raya lainnya itu di antaranya beras, telur, dan bahan pokok lainnya, saya sebagai penjual juga terkadang mengeluh karna pembeli tidak sama seperti saat sebelum harga naik."*

Keluhan yang sama juga diungkapkan oleh ibu Marta sebagai konsumen :

*"kenaikan harga bahan pokok ini cukup sulit untuk kami masyarakat miskin atau kalangan masyarakat bawah yang bekerja sebagai petani, terkadang kami tidak mampu mengimbangi*

*harga barang yang mengalami kenaikan seperti beras kadang melonjak naik menjadi 15 ribu per liter telur dari harga 50 naik menjadi 60 sampai 70 ribu.”*

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang dan konsumen bahwa menjelang hari raya besar keagamaan seperti bulan Ramadhan, Idul Fitri Natal dan tahun Baru bahan sembako yang mengalami kenaikan secara signifikan adalah beras dan telur. Harga beras bisa mengalami kenaikan menjadi Rp 15 ribu per liter dan telur naik menjadi Rp 60 sampai Rp 70 ribu per rak.

Kenaikan harga beras, telur, minyak goreng, gula pasir dan daging ayam menjelang Lebaran dapat dipengaruhi oleh permintaan bahan sembako cenderung meningkat menjelang Lebaran karena banyak orang mempersiapkan makanan khas Lebaran seperti ketupat, lontong, atau kue-kue tradisional yang membutuhkan beras dan telur sebagai bahan utama. Permintaan yang tinggi ini dapat membuat harga naik karena penawaran barang terbatas.

Menurut hukum dasar perekonomian, “jika permintaan meningkat sedangkan persediaan barang yang disediakan hanya terbatas, maka harga barang akan meningkat,” Indonesia sering mengalami kenaikan harga kebutuhan pokok menjelang hari raya keagamaan. Kenaikan harga pangan ini disebabkan oleh peningkatan jumlah permintaan barang yang tidak dibarengi dengan persediaan barang yang siap pakai. Menjelang hari raya, harga produk naik dengan cepat karena pasokan barang tetap atau menurun dibandingkan dengan jumlah yang dibutuhkan yang terus meningkat. Sebaliknya jika tidak ada hari raya besar maka jumlah barang yang diminta bersifat relatif.

*“Biasanya dari awal bulan ramadhan terus merangkak naik hingga setelah lebaran mbak. selisih sekitar 10% dari penjualan sebelum ada kenaikan harga, dan biasanya itu terjadi setiap tahun menjelang hari raya besar keagamaan. jika dibandingkan dengan harga kemarin misalnya seperti telur biasanya naik 5 ribu sampai 10 ribu, yang biasanya harga 45 ribu atau 50 ribu naik menjadi 55 ribu bahkan ada yang sampai 60 ribu.”*

Pernyataan pedagang tersebut sejalan dengan yang di ungkapkan oleh salah satu pembeli di pasar Makale Tana Toraja yang menyatakan bahawa :

*“iya, tentu akan ada perbandingan harga jual sebelum dan saat hari raya besar keagamaan, dimana harga sebelum lebaran lebih mampu untuk membelinya dibandingkan harga jual saat hari raya, sebelum lebaran dengan uang 40.000.000 sudah bisa membeli beras 5kg, sedangkan kalau saat hari raya dengan uang 40.000.000 hanya dapat beras 4kg saja.”*

Di Pasar Sentral Makale, Kabupaten Tana Toraja, Provinsi Sulawesi Selatan, harga kebutuhan pokok mulai naik menjelang Ramadhan. Bahkan harga minyak telah meningkat hingga dua kali lipat harga eceran tertingginya, baik dibeli dalam jumlah besar maupun dalam kemasan. Sejumlah barang kebutuhan pokok di pasar Makale mengalami kenaikan harga jelang Ramadan akibat meningkatnya permintaan. Beras, telur, bawang bombay, cabai, dan bahan makanan pokok lainnya mengalami kenaikan harga akhir-akhir ini. Minyak goreng saat ini masih menjadi produk yang dibutuhkan masyarakat namun harganya masih mahal. Harga minyak goreng telah meningkat dua kali lipat sejak harga eceran tertinggi tahun lalu.

Persediaan minyak goreng masih terbatas di sejumlah pasar, antara lain di pasar induk Makale dan beberapa pasar tradisional. menurut pedagang, harga minyak dalam kemasan 2 liter mencapai Rp 50 ribu. Masyarakat berharap harga minyak tersebut bisa kembali normal. Kenaikan harga minyak sangat berpengaruh besar terhadap kehidupan masyarakat. Masyarakat merasa cukup terbebani dengan kenaikan harga sembako terutama minyak goreng yang melambung tinggi.

### **1. Telur**

salah satu jenis sembako yang mengalami kenaikan yang cukup signifikan adalah telur. Saat ini harga telur dipasaran tembus Rp 55 ribu per rak.

*"Telur ini naik sekali. Bayangkan sebelum mengalami kenaikan itu harganya masih Rp 50 ribu, sekarang sudah naik Rp 55 ribu per rak. Banyak memang permintaan dari pedagang dan*

*masyarakat, na sementara di peternak itu kurang stoknya. Saya saja ini ambil stok sedikit sekali,"*

Berdasarkan penjelasan informan diatas harga telur yang mengalami kenaikan harga dari harga Rp 50 ribu naik menjadi Rp 55 ribu per-rak. Permintaan telur sangat meningkat dari pedagang dan Masyarakat namun stok dari peternak sangat kurang. Harga telur juga bisa dipengaruhi oleh faktor musiman, seperti peningkatan konsumsi telur selama periode liburan atau perayaan tertentu. Permintaan yang meningkat selama periode ini dapat menyebabkan kenaikan harga.

Harga kebutuhan pokok mengalami peningkatan karena penawaran dan permintaan mempengaruhi harga barang-barang tersebut khususnya di pasar Makale. Hal ini disebabkan konsumen membatasi pembeliannya ketika harga naik karena besarnya kebutuhan barang:

*"dampaknya banyak pembeli yang mengurangi jumlah pembeliannya bahkan pembeli yang sudah menjadi langganan yang biasanya membeli cabe ½ Kg berkurang menjadi 1 ons. Memang dengan naiknya harga barang-barang bahan pokok jadinya kami sebagai pembeli terkadang mengurangi pembelian bahan-bahan pokok atau hanya membeli sesuai dengan yang dibutuhkan."*

Paskah adalah salah satu perayaan penting dalam agama Kristen yang memperingati kebangkitan Yesus Kristus. Biasanya menjelang atau pada saat hari raya paskah, bahan pokok yang mengalami kenaikan yaitu telur. Telur adalah simbol penting dalam perayaan paskah. Permintaan yang tinggi menjelang paskah, terutama untuk tujuan pewarnaan dan dekorasi telur, dapat menyebabkan kenaikan harga.

*"Ramadhan tahun lalu saja paling mahal 50 ribu, itu sudah telur paling besar. Sekarang yang kecil 55, sedang 60, dan yang besar 65. Harganya naik secara bertahap mbak, sehari naik seribu lama-lama jadi semahal ini."*

*“memang menjelang idul fitri atau pada saat dul fitri rata-rata semua bahan pokok mengalami kenaikan seperti daging bahan-bahan kue, minyak, dan bahan sembako lainnya karena banyak orang mempersiapkan makanan khas dan kebutuhannya akan bahan pokok tersebut menjadi meningkat.”*

## **2. Beras**

Menjelang lebaran, harga beras kerap naik. Seperti yang di ungkapkan oleh bapak Soleman selaku pedagang di pasar Makale Tana Toraja yaitu:

*“ya kenaikan beras merupakan salah satu bahan pokok yang paling sering mengalami kenaikan harga. Apalagi pada saat acara-acara keagamaan karena komsumsi atau kebutuhan Masyarakat akan cenderung lebih meningkat dari sebelumnya”.*

Beras merupakan bahan sembako yang paling sering mengalami kenaikan pada saat hari-hari besar atau hari raya keagamaan. Pemerintah menerapkan kebijakan khusus menjelang Hari Raya, seperti pembatasan ekspor beras atau subsidi beras untuk masyarakat. Kebijakan semacam itu dapat mempengaruhi harga beras di pasar.

### **C. Fenomena Relasi Hari Raya Besar Keagamaan Terhadap Kenaikan Harga Sembako dan Cabai di Pasar Makale**

Fenomena menurut Waluyo (2011:18) adalah kumpulan kejadian dan situasi yang dapat dilihat dan dievaluasi melalui penggunaan disiplin ilmu tertentu atau lensa ilmiah. Secara teori, ada dua alasan mengapa harga naik. Secara khusus, permintaan mendorong inflasi sementara biaya mendorongnya. Harga komoditas biasanya naik menjelang hari raya keagamaan karena adanya penurunan permintaan. Dalam hal ini pasokan suatu komoditas stabil, namun permintaan terhadap suatu komoditas cenderung meningkat atau kuat. Pada akhirnya, kejadian ini menyebabkan kenaikan harga. Mengingat banyaknya orang yang membeli barang yang sama, kenaikan harga sebelum Idul Fitri

seharusnya tidak mengejutkan. Karena itu, permintaan lebih tinggi sehingga menyebabkan harga naik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis terhadap pedagang dan pembeli sembako di Pasar Makale, bahan sembako yang biasanya mengalami kenaikan harga menjelang hari raya besar keagamaan diantaranya beras, telur, cabai rawit, bawang putih, bawang merah dan bahan pokok lainnya. Beras yang biasanya Rp 10 ribu per liter menjadi Rp 13 ribu sampai Rp 14 ribu per liter, telur dari harga Rp 50 ribu per rak menjadi Rp 55 ribu sampai Rp 60 ribu per rak, cabai rawit dari harga Rp 23 ribu per kilogram menjadi Rp 27 ribu per kilogram, bawang merah dan bawang putih yang sebelumnya Rp 32 ribu per kilogram naik menjadi Rp 35 ribu per kilogram.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis di lapangan dan wawancara terstruktur dengan informan maka dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga bahan pokok atau sembako disebabkan karena menjelang hari raya besar keagamaan daya beli masyarakat meningkat namun tidak diimbangi dengan stok barang. Kenaikan harga sembako merupakan sebuah fenomena yang sudah seperti rutinitas yang terjadi setiap tahun menjelang hari raya besar keagamaan. Harga bahan pokok sering naik di pasaran. Kenaikan harga dapat disebabkan oleh berbagai hal, misalnya kurangnya pasokan barang, tingginya permintaan dan pasokan sampai pedagang mendapat untung atas inisiatifnya sendiri. Beberapa faktor yang mempengaruhi kenaikan harga menjelang hari raya antara lain permintaan yang tinggi, banyak orang mempersiapkan diri dengan membeli bahan makanan, dan bahan kebutuhan lainnya. Faktor selanjutnya adalah keterbatasan penawaran, biasanya terjadi karena keterbatasan stok barang, hal ini bisa menyebabkan pedagang memanfaatkan situasi ini untuk menaikkan harga.

**Bibliografi**

- Aidit, M., Galib, S. A., Rachim, N. S., Federika, D., & Muhammad Isra, I. (2022). Pelatihan Pengemasan Produk Kuliner Umkm Desa Lasiai Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai. *Celebes Journal of Community Services*, 1(1).
- Akhmad, Z., & Rahman, R. (2022). Peranan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kecamatan Tamalanrea dalam Perencanaan Pembangunan Daerah di Kota Makassar. *Journal of Governance and Policy Innovation*, 2(1), 15-27.
- Arfah, A. (2019). Studi Analisis Manajemen Distribusi Pada PT. Pabrik Cat Dan Tinta Pacific Makassar. *Journal Equilibrium*, 2(1), 55-60.
- Asmin, E. A., SE, M., Normiyati, N., Rizqi, M. N., SE, M., Nasihin, I., ... & Hurriyaturrohman, S. E. (2021). *Manajemen Keuangan (Tinjauan Teori dan Penerapannya)*. Media Sains Indonesia.
- Asmin, E. A., SE, M., Normiyati, N., Rizqi, M. N., SE, M., Nasihin, I., ... & Hurriyaturrohman, S. E. (2021). *Manajemen Keuangan (Tinjauan Teori dan Penerapannya)*. Media Sains Indonesia.
- Asmin, E. A., Syam, A. H., Normiyati, N., Sitaniapessy, R. H., Sudirman, A., Augustinah, F., ... & Hartini, S. E. (2021). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)*. Media Sains Indonesia.
- Asmin, E. A., Syam, A. H., Normiyati, N., Sitaniapessy, R. H., Sudirman, A., Augustinah, F., ... & Hartini, S. E. (2021). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)*. Media Sains Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tana Toraja (2022). [www.tatorkab.bps.go.id](http://www.tatorkab.bps.go.id)
- Website Resmi Badan Pusat Statistik Garut (2016). [www.garutkab.bps.go.id](http://www.garutkab.bps.go.id)
- Badar, M. (2022). Manajemen Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Umum Daerah Batara Siang Kabupaten Pangkep. *KAIZEN: Kajian Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Kewirausahaan*, 1(1), 1-9.
- Badar, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Martabak Di Kota Makassar.
- Badar, M. (2023). Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan Serta Motivasi Kerja Terhadap Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada Kantor Dinas Kesehatan Kabupaten Wajo. *KAIZEN: Kajian Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Kewirausahaan*, 2(1), 1-11.
- Badrianto, Y., Sitingjak, W., Budi, H., Sulaiman, S., Marlana, N., Wardhana, A., ... & Normiyati, N. (2021). *Manajemen Strategi (Membangun Keunggulan Kompetitif)*. Media Sains Indonesia.
- Badrianto, Y., Sitingjak, W., Budi, H., Sulaiman, S., Marlana, N., Wardhana, A., ... & Normiyati, N. (2021). *Manajemen Strategi (Membangun Keunggulan Kompetitif)*. Media Sains Indonesia.
- Bili, A. S., Normiyati, N., & Gaffar, A. (2022). PENGARUH ALOKASI DANA DESA TERHADAP TINGKAT KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *KAIZEN: Kajian Berbelina Ratte Lebok, Muhammad Badar, Intan Timur*



Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Kewirausahaan, 1(1), 1-13.

Enizar, Syarah Hadits Ekonomi, (Metro: STAIN Press, 2005)

Fidiawani, M., Timur, I., & Gaffar, A. (2023). Analisis Hasil Rekonsiliasi Laporan Keuangan Badan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Maros. *KAIZEN: Kajian Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Kewirausahaan*, 2(2), 1-11.

Gaffar, A. (2022). Pengaruh Sistem Pengendalian Internal terhadap Kinerja Karyawan PT. Sermani Steel Makassar. *KAIZEN: Kajian Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Kewirausahaan*, 1(2), 1-5.

Gaffar, A., & Dahlan, H. (2020). Pengaruh Motivasi Terhadap Kualitas Audit Inspektorat dalam Pengawasan Keuangan Daerah dengan Kecerdasan Spiritual Sebagai Variabel Moderasi. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 3(1), 56-61.

Gaffar, A., Zulfaidah, Z., & Halim, M. R. (2022). Pengaruh Penerapan Anggaran Berbasis Kinerja Terhadap Kinerja Badan Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah Kota Makassar. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 711-715.

Hartini, H., Wardhana, A., Normiyati, N., & Sulaiman, S. (2022). Peran self-efficacy dalam meningkatkan minat berwirausaha women entrepreneur yang dimediasi oleh pengetahuan kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(2), 132-148.

Herniah, S., & Wahid, A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada PT. Yotta Berkah Mulia). *KAIZEN: Kajian Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Kewirausahaan*, 1(1), 1-11.

Hutagaol, B. (2024). Peranan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Pt. Pabrik Cat Dan Tinta Pacific Makassar. *YUME: Journal of Management*, 7(1), 658-663.

Irwan, A. (2022). Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Manajerial PT.. Pabrik Cat Dan Tinta Pacific Makassar. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 370-377.

Irwan, A., & Nasir, M. (2023). Pengaruh Human Capital Terhadap Kinerja Organisasi Pada PT. Pabrik Cat Dan Tinta Pacific Makassar. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 6(1), 22-33.

Irwan, A., & Nasir, M. (2023). Pengaruh Human Capital Terhadap Kinerja Organisasi Pada PT. Pabrik Cat Dan Tinta Pacific Makassar. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 6(1), 22-33.

Irwan, A., & Sahrir, S. (2022). Pengaruh Pemberdayaan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. PLN (Persero) Sektor Tello Kota Makassar. *KAIZEN: Kajian Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Kewirausahaan*, 1(2), 1-7.

Istiqomah, N., Badar, M., & Wahid, A. (2022). Pengaruh Peran Internal Audit Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten Pangkep. *KAIZEN: Kajian Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Kewirausahaan*, 1(2), 1-7.

Juharni, J., Rauf, A., & Musfirah, A. (2023). Analisis Perilaku Aparat Birokrasi Pemerintahan Berbelina Ratte Lebok, Muhammad Badar, Intan Timur

- Dalam Menberikan Pelayanan Publik di Kecamatan Tutar Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 23(2), 389-404.
- Kadun, A., Timur, I., & Gaffar, A. (2022). Menganalisis Kesehatan PT. Allo Bank Indonesia Tbk dari Sisi Good Governance. *KAIZEN: Kajian Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Kewirausahaan*, 1(2), 1-8.
- Kasim, A. I., Gaffar, A., Herniah, S., & Hutagaol, B. (2024). Strategi Pemasaran Produk Abon Ikan Tuna Rubons Sinjai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(2), 292-298.
- Kasim, A. I., Suhenrik, P., Alim, A., & Irfan, A. (2022). Pengaruh Stres Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Dinas Perhubungan Kota Makassar. *Humano: Jurnal Penelitian*, 13(2), 74-86.
- Kencono, Aris. 2018. Analisis Inflasi Ihk Dan Inflasi Ihp Di Indonesia (Periode 2000:T1-2016:T4).Skripsi.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
- Lebok, B. R., Badar, M., & Timur, I. (2023). FENOMENA RELASI HARI RAYA BESAR KEAGAMAAN TERHADAP KENAIKAN HARGA SEMBAKO di PASAR MAKALE TANA TORAJA. *KAIZEN: Kajian Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Kewirausahaan*, 2(2).
- Miles, Matthew B. and A. Michael Huberman. 2005. *Qualitative Data Analysis* (terjemahan). Jakarta : UI Press.
- Miles,M.B, Huberman,A.M, dan Saldana,J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Muhammad, A., Herniah, S., & Aidit, M. (2023). Efektivitas Penerapan Absensi Online dalam Meningkatkan Kedisiplinan Pegawai pada Kantor Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Kepulauan Selayar. *KAIZEN: Kajian Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Kewirausahaan*, 2(1), 1-10.
- Musfirah, A. (2024). PENGARUH MOTIVASI DAN ETOS KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI. *Sawerigading: Journal Public Administration*, 2(1), 1-14.
- Musfirah, A., & Putra, S. M. (2023). Analisis Pengelolaan Dana Desa dan Pemberdayaan Masyarakat Petani di Kabupaten Maros.
- Nanga, Muana. (2001). *Makroekonomi: Teori, Masalah Dan Kebijakan*,Cet.1.Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nasir, M., & Hafisah, N. (2022). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Organisasi Sektor Publik (Studi Empiris Pegawai Pemerintah Daerah Kabupaten Tana Toraja). *KAIZEN: Kajian Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Kewirausahaan*, 1(2), 1-8.
- Normiyati, N., & Wardhana, A. (2022). Kecerdasan Emosional, Motivasi Berprestasi, dan Self-esteem serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Kerja Guru. *Jurnal Manajemen (edisi Berbelina Ratte Lebok*, Muhammad Badar, Intan Timur

*elektronik*), 13(2), 150-164.

Normiyati, N., & Wardhana, A. (2022). Kecerdasan Emosional, Motivasi Berprestasi, dan Self-esteem serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Kerja Guru. *Jurnal Manajemen (edisi elektronik)*, 13(2), 150-164.

Rostini, R., & Nasir, M. (2024). Pengaruh Kepuasan Kerja, Motivasi, Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Movere Journal*, 6(1), 61-69.

Rostini, R., & Nasir, M. (2024). Pengaruh Kepuasan Kerja, Motivasi, Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Movere Journal*, 6(1), 61-69.

Sukmadinata, N.S. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Website Resmi Bank Indonesia (2020). [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)

Sumandiyar, A., Musfirah, A., Mandala, S., & Karim, A. (2024). Analysis of the Potential of the Agricultural Sector in Mallawa District, Maros Regency in Development as an Agropolitan Area. *Nanotechnology Perceptions*, 1361-1377.

Syarfaini, S., Syahrir, S., Jayadi, Y. I., & Musfirah, A. A. (2021). Hubungan tipe pola asuh dan perilaku makan dengan status gizi anak disabilitas di SLB Negeri 1 Makassar tahun 2020.

Timur, I. (2021). Perhitungan Kerugian Keuangan Negara Dalam Tindak Pidana Kasus Korupsi. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 4(2), 201-208.

Timur, I. (2021). Perhitungan Kerugian Keuangan Negara Dalam Tindak Pidana Kasus Korupsi. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 4(2), 201-208.

Timur, I. (2022). PENTINGNYA KEWIRAUSAHAAN BAGI IBU RUMAH TANGGA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN KELUARGA. *KAIZEN: Kajian Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Kewirausahaan*, 1(2).

Timur, I., & Rahayu, F. S. (2022). ANALISIS ISI: TUTURAN AUDITOR DALAM PERSIDANGAN BERDASARKAN BUKTI AUDIT (Kasus Korupsi Dana LPDB-KUMKM). *KAIZEN: Kajian Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Kewirausahaan*, 1(1), 1-11.

Website Resmi Badan Pusat Statistik. [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)

Yasin, N. A., Nasir, M., & Kurniawaty, K. (2023). The Influence of Leadership and Organizational Culture on Organizational Commitment To Employees of Grand Mode Cendrawasih. *Economos: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 48-54.

Yasin, N. A., Nasir, M., & Nurjaya, N. (2022). Determinasi Konsumen Online Terhadap Implementasi Pemasaran Digital. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 525-532.

Yasin, N. A., Nasir, M., & Nurjaya, N. (2022). Determinasi Konsumen Online Terhadap Implementasi Pemasaran Digital. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 525-532.

Yulianto, A., Setiadi, R., & Herniah, H. (2023). How Visitor Satisfaction and Intention to Revisit Are Created by Event Quality and Perceived Value? A Lesson from the Local Food Festival in Brebes. *Business Review and Case Studies*, 4(3), 215-215.

Berbelina Ratte Lebok, Muhammad Badar, Intan Timur

Yulianto, A., Wibowo, U. D. A., Kharismasyah, A. Y., Primadona, S. E., & Herniah Syamsudin, S. E. (2023). Gen Z Marketing Menggali Potensi Dan Memahami Karakteristik Generasi Z Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Digital. Penerbit Lakeisha.