



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 9464-9478

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Persepsi Masyarakat Dalam Penggunaan Gas LPG Non Subsidi Di Kecamatan Anggrek Kabupaten Gorontalo Utara

Sukarman^{1✉}, Ellys Rahman², Tety Thalib³

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Bina Taruna Gorontalo

Email: sukarman.tad@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Gas LPG Non Subsidi Di Kecamatan Anggrek Kabupaten Gorontalo Utara. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang dan perilaku yang dapat di amati. Hasil penelitian ini menunjukkan Harga LPG Non Subsidi sudah sesuai aturan nasional pertamina untuk penjualan harga LPG Non Subsidi sangat mahal untuk kalangan menengah kebawah namun bisa di jangkau untuk kalangan menengah ke atas sehingga mengakibatkan peminatnya kurang, Sosialisasi sudah dilakukan oleh PT TRIARRESTA DINAMIKA sudah sesuai SOP namun belum optimal kenyataan pada waktu sosialisasi yang datang sedikit padahal sosialisasi sudah dilakukan lewat undangan, media masa dan lain sebagainya, serta Kemasan Tabung Gas LPG Non Subsidi sudah sesuai dengan sop dengan arahan dari pihak pertamina, kalau dari bodinya sudah safety dan bagus apabila ada yg bocor atau berkarat langsung diganti oleh perusahaan, adaun gas ukuran 50 kg, 12 kg tergolong sangat berat, dibutuh kan dua orang untuk mengangkat ada juga yang ukuran 5,5 kg agak ringan. Saran Harga harus disesuaikan di setiap pangkalan agar harga di setiap pangkalan sama dengan meningkatkan sosialisasi serta perlu di adakan tabung gs lpg ukuran 3 kg agar harga murah lebih di jangkau

Kata Kunci: *Persepsi, Masyarakat, LPG Non Subsidi*

Abstract

This research aims to analyze public perceptions regarding the use of non-subsidized LPG gas in Anggrek District, North Gorontalo Regency. This research uses qualitative research methods, qualitative research is a research procedure that produces descriptive data in the form of written words from people and behavior that can be observed. The results of this research show that the price of non-subsidized LPG is in accordance with Pertamina's national regulations for the sale of non-subsidized LPG. The price is very expensive for the lower middle class but can be reached by the upper middle class, resulting in less interest. Socialization has been carried out by PT TRIARIESTA DINAMIKA, it is in accordance with the SOP, however The reality is that at the time of socialization, only a small amount came even though socialization had been carried out through invitations, mass media and so on, and the packaging of the Non-Subsidized LPG Gas Cylinder was in accordance with the soup with the instructions from Pertamina, if the body was safe and good if there was a leak or it is rusty, it is immediately replaced by the company, the 50 kg, 12 kg gas units are very heavy, you need two people to lift them, there are also the 5.5 kg sizes which are quite light. Suggestion: Prices must be adjusted at each base so that the price at each base is the same by increasing socialization and it is necessary to provide 3 kg GS LPG cylinders so that cheap prices are more affordable.

Keywords: Perception, Community, Non-Subsidized LPG

PENDAHULUAN

Gas elpiji merupakan merupakan sumber energy pokok di Indonesia. Banyak sektoryang menggunakan gas ini mulai dari rumah tangga kecil hingga industry menengah bakhanyang besar. Apalagi setelah pemerintah melakukan konversi bahan bakarminyak tanah menjadi gas elpiji. Sehingga terjadi perubahan yang sangat besar dalampenggunaan bahan bakar dari minyak ke gas. Dimana gas merupakan bahan bakar yang ramah lingkungan dengan tingkat polusi yang sangat rendah di bandingkan dengan minyak tanah.Selain itu gas mempunyai kalori yang lebih tinggi dari minyak tanah.

Gas elpiji non subsidi merupakan gas elpiji yang tanpa ada bantuan dari pemerintah yang di kelola oleh pertamina sehingga bebas di beli di oleh masyarakat bawah menengah atas dan industri.

Perusahaan yang bergerak dalam penjualan gas elpiji yang non subsidi, tidak lepas dari persaingan, dimana suatu perusahaan dituntut untuk mampu menghadapi berbagai kendala yang timbul dalam perusahaan serta bagaimana cara meningkatkan minat masarakat menggunakan gas elpigi non subsidi , guna menjamin perusahaan supaya dapat beroperasi dengan manajemen yang efektif dan efisien. Diperlukan strategi meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan gas elpigi. Namun peningkatan minat masyarakat dalam

penggunaan gas elpigi bukanlah pekerjaan yang mudah jika tidak didukung dengan SDM yang ada, agar masyarakat tertarik menggunakan gas elpigi tersebut.

Persepsi sebagai suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya. Manusia sebagai makhluk sosial yang sekaligus juga makhluk individual, maka terdapat perbedaan antara individu yang satu dengan yang lainnya. Persepsi terjadi ketika seseorang mendapatkan informasi melalui inderanya. Manusia umumnya dianugerahi lima macam indera, yaitu indera penglihatan (mata), indera pendengaran (telinga), indera peraba (kulit), inderapenciuman (hidung), dan inderaperasa (lidah). Masing-masing dari indera tersebut dapat memberikan informasi yang berbeda mengenai apa yang ada di lingkungan manusia. Persepsi masyarakat adalah kesan yang diterima seseorang dari adanya suatu objek atau sebuah kejadian dalam kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu, sehingga hasilnya dapat diamati oleh seseorang tersebut. Lebih singkatnya, persepsi masyarakat dapat diartikan dengan kesan yang diterima masyarakat dari suatu kejadian atau realita dalam lingkungannya, sehingga hal tersebut menjadi pengamatan mereka.

Seiring dengan perkembangan dimasyarakat kebutuhan akan gas elpiji ini relative sangat tinggi bahkan banyak dari pihak lain yang tidak seharusnya menggunakan bahan bakar gas elpiji bersubsidi mereka tetap menggunakannya sehingga kurang tepat sasaran.

Adapun gas elpigi non subsidi ini di peruntukan untuk masyarakat luas target sasaran utama adalah rumah tangga, usaha, dan industry sehingga manfaat yang di dapat oleh masyarakat banyak adanya gas elpigi salah satunya mengurangi polusi udara karena lebih ramah lingkungan yang dulunya masih menggunakan kayu bakar dan minyak kini lebih praktis dengan adanya gas elpigi ini. Setiap perusahaan yang didirikan pasti mempunyai tujuan utama, yaitu mencapai tingkat keuntungan tertentu, pertumbuhan perusahaannya.

PT. TRI ARIESTA Dinamika didirikan pada tanggal 24 juni 2006 berdasarkan akta notaris Endang Soelianti, SH menurut SK Menteri Hukum Dan HAM RI NO. AHU-27145.AH.01.02 tahun 2013. Dengan kondisi ini maka pemerintah melalui PT. TRI ARIESTA DINAMIKA mengeluarkan produk gas elpiji non subsidi diantaranya tabung elpiji 5,5 kg, elpiji 12 kg, dan elpiji 50 kg yang bukan subsidi atau non subsidi sehingga dapat mengurangi subsidi yang kurang tepat sasaran. Adapun cabang agen PT. TRI ARIESTA DINAMIKA di Kecamatan Angrek yang meliputi tiga belas desa terdapat tiga agen besar yang menyupley LPG non subsidi antara lain Togo Jaya, Sinar Berkat Abadi, Tinelo dengan total seluruh 40 pangkalan di kecamatan agrek yang menjual LPG non subsidi 5,5 kg dan 12 kg namun dalam penjualannya semua di titipkan pada

agen subsidi seiringnya waktu pembelian LPG non subsidi sangat rendah, sebab dalam penjualan di setiap pangkalan sekitar 20 tabung akan habis sekitar 10 sampai 20 hari dilihat dari penjualan tersebut minat masyarakat menggunakan gas lpg sangat kurang .adapun harga tabung gas LPG Non Subsidi refil apabila sudah memiliki tabung LPG 5,5 kg di agen dengan harga Rp. 103.000 per tabungnya akan tetapi tiba di pangkalan harga menjadi Rp.110.000 namun apabila membeli tabung beserta isinya dengan harga agen Rp. 340.000 dan di pangkalan di jual dengan harga Rp 350.000, begitu pula dengan tabung ukuran 12 kg di agen di jual dengan harga Rp. 214.000 dan di jual kembali dipangkalan Rp. 220.000 apabila membeli tabung baru ukuran 12 kg di agen dengan harga Rp.600.000 dan di pangkalan dengan harga Rp.610.000 dan tabung gas LPG ukuran 50 kg beli refil di agen dengan harga Rp. 1.200.000 apabila beli baru tambah isi dengan harga Rp. 2.030.000 khusus hotel dan rumah saki dll.

Namun kenyataan dilapangan perjalanan pemerintah selama ini terkesan menyepikan masalah sosialisasi,seolah-olah jika sudah mengumumkan ke media massa semua unsur masyarakat akan mengerti dan selanjutnya mendukung program tersebut, padahal proses sosialisasi ini sangat dibutuhkan untuk membentuk opini publik tentang menggunakan gas elpiji non subsidi agar program elpiji subsidi tepat sasaran untuk masyarakat kalangan bawah serta terdapat beberapa kendala yang ada diantaranya persaingan antara agen dan agen LPG non subsidi, dimana dalam segi harga jelas setiap agen gas non subsidi pada pangkalan-pangkalan tersebut berbeda, yang mengakibatkan kurangnya minat masyarakat untuk membeli tabung non subsidi. Sehingga menimbulkan persepsi yang berbeda-beda di kalangan masyarakat dalam menggunakan gas elpigi non subsidi, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Gas LPG Non Subsidi Di Kecamatan Anggrek Kabupaten Gorontalo Utara.

Kajian teori

Pengertian Administrasi Publik

Menurut Pasolong (2013:2) untuk menyamakan persepsi dan interpretasi tentang apa sesungguhnya yang dimaksud administrasi, dikutip beberapa pendapat pakar administrasi, baik dari pakar luar negeri maupun pakar dalam negeri sendiri, yaitu Menurut Simon, mendefinisikan administrasi sebagai kegiatan-kegiatan kelompok kerjasama untuk mencapai tujuan-tujuan bersama. Kumorotomo (2015: 79) Administrasi berarti penyelenggaraan wewenang dan otoritas. Otoritas disini dapat dimiliki oleh para aparat birokrasi karena mereka telah mendapatkan legitimasi dari rakyat melalui negara.

Menurut Syafiie (2011:17) istilah publik berasal dari bahasa Inggris *public* yang berarti umum, masyarakat atau negara. Sebenarnya, dalam bahasa Indonesia sesuai bila diberi terjemahan *praja*, hanya sejak zaman Belanda kata-kata Sansakerta tersebut sudah salah kaprah. Artinya sebenarnya dari kata praja tersebut adalah rakyat, sehingga untuk pemerintah yang melayani keperluan seluruh rakyat diberi istilah pamong praja (pelayan rakyat).

Administrasi publik, menurut Chandler dan Plano dalam Keban (2014: 3) adalah proses dimanan sumberdaya dan personel pubik diorganisir dan dikooordinasikan untuk memformulasikan, mengimplementasikan da mengelola (memanage) keputusan-keputusan dalam kebijakan publik. kedua pengarang tersebut juga menjelaskan bahwa administrasi publik merupakan seni dan ilmu (art and science) yang ditujukan untuk mengatur public affairs dan melaksanakan berbagai tugas yangtelah ditetapkan. Dan sebagai suatu disiplin ilmu, administrasi publik bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah publik melalui perbaikan atau penyempurnaan terutama di bidang organisasi, sumberdaya manusia dan keuangan.

Ruang Lingkup Administrasi Pubik

Nicholas Henry dalam Pasolong (2019), memberikan rujukan tentang ruang lingkup administrasi publik yang dapat dilihat dari topik-topik yang dibahas selain perkembangan ilmu administrasi publik itu sendiri, antara lain: (1) Organisasi publik, pada prinsipnya berkenaan dengan model-model organisasi dan perilaku birokrasi, (2) Manajemen publik, yaitu berkenaan dengan sistem dan ilmu manajemen, evaluasi program dan produktivitas, anggaran publik dan manajemen sumberdaya manusia, dan (3) Implementasi yaitu menyangkut pendekatan terhadap kebijakan publik dan implementasinya, privatisasi, administrasi antar pemerintahan dan etika birokrasi.

Dimock & Dimock dalam Pasolong (2019), membagi empat komponen administrasi publik, yaitu: (1) Apa yang dilakukan pemerintah: pengaruh kebijakan dan tindakan-tindakan politis, dasar-dasar, wewenang, lingkungan kerja pemerintah, penentuan tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan administratif yang bersifat ke dalam, dan rencana-rencana, (2) Bagaimana pemerintah mengatur organisasi, personalia, dan pembiayaan usaha-usahanya : struktur administrasi dari segi formalnya. (3) Bagaimana para administrator mewujudkan kerja sama (teamwork). Aliran dan proses administrasi dalam pelaksanaan, dengan titik berat pada pimpinan, tuntutan, koordinasi, pelimpahan wewenang, hubungan pusat dengan bagian-bagian, pengawasan, moril, hubungan masyarakat dan sebagainya. (4) Bagaimana pemerintah tetap bertanggung jawab: baik mengenai pengawasan dalam badan-badan eksekutif sendiri, dan yang lebih penting lagi mengenai pengawasan oleh badan-badan perwakilan rakyat, badan-badan yudikatif, dan berbagai badan lainnya.

Dimock & Dimock dalam Pasolong (2019), juga mengatakan bahwa administrasi publik merupakan suatu bagian dari administrasi umum yang mempunyai lapangan yang lebih luas, yaitu suatu ilmu pengetahuan yang mempelajari bagaimana lembaga-lembaga, mulai dari suatu keluarga hingga Perserikatan Bangsa-Bangsa, disusun digerakkan dan kemudian dikendalikan.

Nigro dalam Tjokroamidjojo dalam Pasolong (2019), seorang tokoh administrasi publik dari Amerika Serikat, berpendapat bahwa yang termasuk ke dalam lingkup administrasi negara adalah masalah "perumusan dan penentuan kebijakan". Tetapi kemudian dinyatakan bahwa administrasi publik bukan saja mempunyai fungsi tradisional berupa "pelaksanaan kebijakan" tetapi juga "perumusan dan penentuan serta penilaian hasil-hasil pelaksanaan berbagai kebijakan negara".

Pengertian Kebijakan Publik

Dalam kepustakaan ilmu-ilmu kebijakan (*policy sciences*) yang adakalanya disebut sebagai studi-studi kebijakan (*policy studies*) yang hingga kini sudah mencapai ribuan jumlahnya, dapat kita temukan berbagai definisi mengenai kebijakan publik. Namun dengan begitu banyaknya definisi itu, memang harus diakui pula bahwa semakin dirasa sulit untuk mendapatkan rumusan atau definisi yang benar-benar memuaskan, baik lantaran sifatnya yang terlalu luas, kabur, atau tidak terlalu spesifik dan operational. Contoh-contoh definisi kebijakan publik yang kendati cukup akurat dalam menjelaskan hal-hal berkaitan langsung dengan kebijakan publik, tetapi cangkupannya terlalu luas, ialah definisi Eystone (dalam Solichin Abdul Wahab, 2015: 13), yang merumuskan dengan pendek bahwa kebijakan publik ialah "*the relationship of governmental unit to its environment*" (antara hubungan yang berlangsung di antara unit/ satuan pemerintah dengan lingkungannya).

Menurut Endang (2018:78) Kebijakan (*policy*) umumnya digunakan untuk memilih dan menunjukkan pilihan terpenting untuk mempererat kehidupan, baik dalam kehidupan organisasi pemerintahan maupun privat. Kebijakan harus bebas dari konotasi atau nuansa yang dicakup dalam kata politis (*political*), yang sering diyakini mengandung makna keberpihakan akibat adanya kepentingan. Kebijakan sebuah ketetapan berlaku dan dicirikan oleh perilaku yang konsisten serta berulang, baik dari yang membuatnya maupun yang menaatinya (yang terkena kebijakan). Adapun kebijakan publik (*public policy*) merupakan rangkaian pilihan yang lebih kurang saling berhubungan (termasuk keputusan-keputusan yang tidak bertindak) yang dibuat oleh badan dan pejabat pemerintah. Kebijakan publik pada umumnya dipahami sebagai salah satu upaya atau tindakan pemerintah yang dibuat dalam

rangka melaksanakan tugas-tugas pemerintahannya, dalam wujud pengaturan ataupun keputusan.

Pada praktiknya, kebijakan publik merupakan hasil dari proses politik yang dijalankan dalam suatu sistem pemerintahan negara, yang di dalamnya terkandung langkah-langkah atau upaya yang harus dilaksanakan oleh pemerintah selaku penyelenggara negara. Dalam praktiknya, kebijakan publik tidak terlepas dari peran dan fungsi aparat pemerintah yang disebut birokrasi. Kebijakan publik adalah keputusan yang mengikat bagi orang banyak pada tataran strategis atau bersifat garis besar yang dibuat oleh pemegang otoritas publik. Sebagai keputusan yang mengikat publik, kebijakan publik harus dibuat oleh otoritas politik, yaitu mereka yang menerima mandat dari publik atau orang banyak, umumnya melalui suatu proses pemilihan untuk bertindak atas nama rakyat banyak. Selanjutnya, kebijakan publik akan dilaksanakan oleh administrasi negara yang dijalankan oleh birokrasi pemerintah Endang (2018:99).

Robert Eyestone sebagaimana dikutip Leo Agustino (2014 : 6) mendefinisikan kebijakan publik sebagai "hubungan antara unit pemerintah dengan lingkungannya".

Pengertian Manajemen

Dalam memberikan pengertian manajemen, penulis menggunakan dua pendekatan yang lazim digunakan, yaitu pengertian secara *etimologi* dan pengertian secara *terminologi*. *Etimologi* merupakan ilmu ketata bahasa yang menekankan pada arti sesungguhnya yang terkandung dalam suatu kata berdasarkan asal mula atau asal usulnya yang disepakati oleh masyarakat dalam tatanan sistem politik tertentu. Artinya, suatu kata apabila dipandang dari sisi etimologinya, pasti hanya memiliki satu arti, kecuali sudah mengalami perubahan dalam struktur kata, maka secara otomatis akan mengalami pergeseran arti dari yang seharusnya terkandung. Sebagian ahli menggunakan istilah "pengertian secara bahasa" untuk menyebut pengertian secara *etimologi*. Selanjutnya *terminologi* dipandang sebagai kata yang digunakan untuk mengistilahkan satu kata atau lebih yang sudah mengalami pergeseran arti dari arti sesungguhnya yang digunakan oleh tatanan masyarakat dalam sistem politik tertentu Makmur dan Rohana Thahier. (2016 ; 10). Oleh karena itu, pendapat lain menggunakan istilah "pengertian secara istilah" untuk menyebut pengertian secara *terminologi*. Agar lebih memahami dua pendekatan (*etimologi* dan *terminologi*) ini, penulis memberikan contoh sederhana dengan kata "sawah", dimana arti sesungguhnya yang terkandung dalam kata tersebut merupakan sepetak tanah dataran rendah tempat bercocok tanam seperti padi dan sejenisnya. Arti tersebut merupakan artiasal mulanya yang disepakati untuk digunakan oleh masyarakat dalam suatu tatanan politik tertentu, yang selanjutnya disebut pengertian secara

etimologi. Pada perkembangannya, kata "sawah" mengalami perubahan struktur kata seperti "persawahan", yang secara otomatis juga mengalami pergeseran dari arti yang sesungguhnya. Kata "persawahan" merupakan suatu wilayah yang di dalamnya terdapat banyak sawah. Arti tersebut sudah mengalami pergeseran dari arti asal mulanya, yang selanjutnya disebut pengertian secara *terminologi*.

Menurut Usman, (2018;3) kata "manajemen" berasal dari bahasa latin "*manus*" yang berarti "tangan" dan "*agere*" yang berarti "melakukan". Dari dua kata tersebut dengan arti masing-masing yang terkandung di dalamnya merupakan arti secara *etimologi*. Selanjutnya kata "*manus*" dan "*agere*" digabung menjadi satu kesatuan kata kerja "*managere*" yang mengandung arti "menangani". Pengertian ini dalam ilmu ketata bahasa disebut sebagai pengertian secara *terminologi*. "*Managere*" diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dalam bentuk kata kerja menjadi "*to manage*" dengan kata benda "*management*". Julukan bagi orang yang melakukan kegiatan *managenent* disebut *manager* atau manajer (dalam bahasa Indonesia). sedangkan dalam bahasa Prancis disebut "*ménagement*" yang berarti senimelaksanakan dan mengatur. Kata "*management*" dalam bahasa Indonesia diterjemahkan menjadi manajemen, yang mengandung arti "pengelolaan".

Menurut Lihat Ismainar, Hetty. (2015; 36) Pengertian manajemen yang dikemukakan para ahli dapat ditemukandalam banyak literatur dan merujuk pada persepsi masing-masing. Konsekuensinya adalah cenderung memunculkan pengertian yang berbedapula antara satu dengan yang lainnya.

Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

MSDM adalah suatu bidang manajemen yang khusus mempelajari hubungan dan peranan manusia dalam organissi perusahaan. Unsur MSDM adalah manusia yang merupakan tenaga kerja pada perusahaan. dengan demikian, fokus yang dipelajari MSDM ini hanyalah masalah yang berhubungan dengan tenaga kerja manusia saja. Manusia selalu berperan aktif dan dominan dalam setiap kegiatan organisasi , karena manusia menjadi perencana, pelaku, dan penentu terwujudnya tujuan organisasi. Tujuan tidak mungkin terwujud tanpa peran aktif karyawan meskipun alat-alat yang dimiliki perusahaan begitu canggihnya.

Manajemen sumber daya manusia (MSDM) merupakan bidang strategisdalam suatu organisasi. Manajemen sumber daya manusia harus dipandang sebagai perluasan dari pandangan tradisional untuk mengelola orang secara efektif dan untuk itu membutuhkan pengetahuan tentang perilaku manusia dankemampuan mengelolanya.

Menurut Simamora, (2016;23), dimaksud dengan manajemen sumber dayamanusia adalah pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balasjasa, dan pengelolaan individu

anggota organisasi atau kelompok pekerja. Sedangkan menurut Gary Dessler, (2015:7) pengertian dari manajemen sumberdaya manusia merupakan suatu kebijakan dan praktek yang dibutuhkan seseorang yang menjalankan aspek orang dari posisi seorang manajemen, meliputi perekrutan, penyingkapan, pelatihan, pengimbangan dan penilaian.

Jadi dapat dikatakan bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dapat juga merupakan kegiatan perencanaan, pengadaan, pengembangan, pemeliharaan, serta penggunaan SDM untuk mencapai tujuan baik secara individu maupun organisasi. Walaupun obyeknya sama sama manusia, namun pada hakekatnya ada perbedaan hakiki antara manajemen sumber daya manusia dengan manajemen tenaga kerja atau dengan manajemen personalia.

Persepsi

Persepsi adalah proses kognitif yang memungkinkan kita menginterpretasikan dan memahami sekitar kita. Dikatakan pula sebagai proses menginterpretasikan suatu lingkungan. Orang harus mengenal objek untuk berinteraksi sepenuhnya dengan lingkungan mereka. Persepsi merupakan proses menerima informasi membuat pengertian tentang dunia di sekitar kita. Hal tersebut memerlukan pertimbangan informasi mana perlu diperhartikan, bagaimana mengkategorikan informasi, dan bagaimana menginterpretasikannya dalam kerangka kerja pengetahuan kita yang telah ada. Menurut Jalaludin Rakhmat (2015:50) mendefinisikan persepsi adalah, Pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi merupakan proses mengidentifikasi, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi yang ditangkap oleh panca indra.

Persepsi adalah pengalaman tentang fenomena, kejadian atau hubungan-hubungan yang didapatkan dengan menyimpulkan dan mengartikannya Notoatmodjo, (2014:28). Persepsi adalah konsep yang penting dalam psikologi karena dengan persepsi manusia menghasilkan pandangan dalam hidupnya Nasbahry, (2016:33). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indra.

Menurut Sugihartono, (2017:22) mengemukakan persepsi merupakan kemampuan otak dalam menterjemahkan stimulus atau proses untuk menterjemahkan stimulus ke dalam indra manusia. Persepsi adalah suatu proses dimana seseorang mengelompokkan dan mengartikan kesan-kesan sensori mereka untuk memberikan makna bagi lingkungan mereka. Ketika seseorang mendapatkan stimulus dari lingkungannya, maka terjadilah pembentukan persepsi. Kemudian rangsangan di terima oleh panca indra dan diolah melalui proses berpikir otak untuk

kemudian membentuk suatu pemahaman. Persepsi mengandung suatu proses dalam diri untuk mengetahui dan mengevaluasi sejauh mana kita mengetahui individu lain dalam proses ini kepekaan dalam diri individu terhadap lingkungan dapat dilihat. Cara pandang seseorang akan memperlihatkan hasil dari proses persepsi. Proses interaksi yang tidak dapat dilepaskan dari persepsi satu individu ke individu lain yang disebut juga persepsi masyarakat. Persepsi masyarakat akan mengarah pada evaluasi terhadap perilaku dan tindakan seseorang dalam kehidupan bermasyarakat .

Kesimpulan yang dapat diambil dari penjelasan di atas bahwa persepsi adalah proses manusia dalam menerima stimulus atau rangsangan dari luar di terima oleh indra tentang fenomena kemudian menghasilkan cara pandang untuk lingkungan atau hidupnya.

Persepsi Masyarakat

Istilah paling lazim dipakai untuk menyebut kesatuan-kesatuan hidup manusia adalah masyarakat (Koentjaraningrat, 2019 : 115). Dalam bahasa Inggris dipakai istilah *society* yang berasal dari kata Latin *socius* yang berarti kawan. Istilah masyarakat sendiri berasal dari akar kata Arab *syaraka* yang berarti ikut serta atau berpartisipasi.

Menurut Auguste Comte dalam Abdul sani (2017:31) "Masyarakat adalah kelompok-kelompok makhluk hidup dengan realitas baru yang berkembang menurut hukum-hukumnya sendiri dan berkembang menurut pola perkembangan tersendiri. Masyarakat adalah Kelompok manusia yang hidup bersama disuatu wilayah tertentu dalam waktu yang cukup lama yang saling berhubungan berinteraksi satu samalain atau bias juga dikatakan sebagai kelompok orang yang membentuk suatu system yang tertutup dimana sebagian besar interaksi adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut serta dapat diartikan sebagai sekumpulan orang terdiri dari berbagai kalangan yang mampudan tidak mampu yang tinggal dalam suatu wilayah yang memiliki hukum adat dan peraturan

Menurut Suryadi (2019 : 38) menyebutkan bahwa Masyarakat sebagai suatu kenyataan yang objektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya. Masyarakat bukanlah hanya sekedar suatu penjumlahan individu semata-mata, melainkan suatu sistem yang dibentuk dari hubungan antar mereka, sehingga menimbulkan suatu realita tertentu yang mempunyai ciri-cirinya sendiri. Masyarakat merupakan makhluk yang memiliki pengamatan secara individu. Setiap masyarakat memiliki persepsi dan pendapat mengenai pengamatan atau pengalaman yang telah dilalui. Sebelum membahas mengenai persepsi masyarakat tersebut, perlu dijelaskan terlebih dahulu pengertian persepsi dan pengertian masyarakat itu sendiri.

Persepsi adalah proses internal yang kita lakukan untuk memilih, mengevaluasi dan mengorganisasikan rangsangan dari lingkungan eksternal. Dengan kata lain persepsi adalah cara kita mengubah energi-energi fisik lingkungan kita menjadi pengalaman yang bermakna. Persepsi adalah intikomunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin bisaberkomunikasi dengan efektif. Persepsi yang menentukan kita memilih pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi individu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dengan sebagaikonseskuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas

Persepsi masyarakat adalah cara pandang sekelompok manusia yang hidup bersama dalam suatu lingkungan tertentu yang sama dalam memberikan kesimpulan suatu obyek berdasarkan pada pengetahuan, penglihatan dan pengamatan sehingga masyarakat satu dengan yang lain menghasilkan pendapat yang berbeda walaupun obyeknya sama. Jadi pengertian persepsi masyarakat dapat disimpulkan sebagai tanggapan atau pengetahuan lingkungan dari kumpulan individu-individu yang saling bergaul dan berinteraksi karena mempunyai nilai-nilai, norma-norma, cara-cara dan prosedur merupakan kebutuhan bersama berupa suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinue dan terikat oleh suatu identitas bersama yang diperoleh melalui interpretasi data indera.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang dan perilaku yang dapat di amati.

Sukmadinata (2011:85), menyatakan bahwa penelitian deskriptif bertujuan mendefinisikan suatu keadaan atau fenomena secara apa adanya. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif karena analisis datanya berupa kata-kata tertulis atau lisan dan mempertimbangkan pendapat orang lain yang biasa disebut dengan narasumber. Sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Dalam pengumpulan data penelitian, teknik yang digunakan terdiri dari beberapa cara sebagai berikut : Observasi, Wawancara, Dokumentasi. Demikian pula menurut Moleong (2014 : 190), analisis kualitatif, dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu tahap pemrosesan satuan, kategorisasi termasuk pemeriksaan keabsahan data, diakhiri dengan penafsiran data dengan kata-kata. Dalam penelitian ini analisis data yang akan digunakaan terdiri dari beberapa tahap, yakni: Reduksi data, Penyajian Data, Penarikan Kesimpulan

HASIL PENELITIAN

Adapun hasil penelitian dan pembahasan antara lain;

Harga menurut Kotler (2019:131), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. harga merupakan suatu hal yang diberikan dalam pertukaran untuk mendapatkan sesuatu barang maupun jasa. Dalam proses menentukan keputusan pembelian, konsumen cenderung akan lebih menggaki informasi mengenai harga, dimana hal ini merupakan hal yang sangat diperlukan, sebab persepsi konsumen mengenai harga suatu produk dapat dijadikan sebagai suatu standarisasi mutu produk berdasarkan nilai harga pada produk tersebut. Secara umum, harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan pembeli kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya. Oleh sebab itu, harga pada umumnya ditentukan oleh penjual atau pemilik jasa. Akan tetapi, dalam seni jual beli, pembeli atau konsumen dapat menawar harga tersebut. Bila sudah mencapai kesepakatan antara pembeli dan penjual barulah terjadi transaksi.

Dalam pemasaran, harga merupakan satuan terpenting. Ini karena harga merupakan suatu nilai tukar dari sebuah produk atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter, yang mana di Indonesia disebut rupiah. Selain itu, harga merupakan salah satu penentu dari keberhasilan perusahaan dalam menjalani usahanya. Harga adalah elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan agar perusahaan mendapatkan keuntungan. Hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti ialah harga LPG Non Subsidi sudah sesuai aturan nasional pertamina untuk penjualan harga LPG Non Supsidinya sangat mahal untuk kalangan menengah kebawah namun bisa di jangkau untuk kalangan menengah ke atas sehingga mengakibatkan peminatnya kurang dilain sisi dimana pangkalan menaikkan harga gas LPG Non Subsidi untuk mencari keuntungan serta diperutukan membayar karyawan serta setiap pangkalan berbeda harga masyarakat selaku pengguna gas lebih memilih mencari pangkalan atau toko yang harganya lebih murah sebab di kecamatan anggrek harga LPG Non Subsidi berbeda-beda harganya sehingga perlu adanya sosialisasi aturan mengenai harga agar harga dipangkalan bisa menjadi sama.

Menurut Gunawan (2015:198), sosialisasi merupakan proses penyampaian sesuatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, perilaku baik langsung maupun tidak langsung. Sosialisasi terletak pada objek dari sosialisasi yaitu masyarakat yang dapat dilihat dari sudut pandang hubungan antara manusia, dan proses yang timbul dari hubungan manusia di dalam masyarakat. dalam sosialisasi terdapat interaksi antara manusia sebagai anggota kelompok. Timbulnya kelompok-kelompok dalam masyarakat

yaitu karena kedua sifat dari manusia yang bertentangan satu sama lain, disatu pihak ingin bekerjasama, di pihak lain cenderung untuk bersaing dengan sesama manusia untuk dapat berkuasa. Kekuasaan merupakan kajian dan konsep dari politik mengenai hubungan sosialisasi.

Sosialisasi adalah proses atau cara seseorang memperkenalkan suatu sistem pada orang lain yang memberikan tanggapan dan reaksinya. Sosialisasi ditentukan oleh lingkungan sosial, ekonomi dan kebudayaan di mana individu berada, selain itu juga ditentukan oleh interaksi pengalaman-pengalaman serta kepribadiannya. Sosialisasi secara etimologi berarti upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dan dihayati oleh masyarakat. Sosialisasi mengenai harga gas LPG non subsidi berarti proses/ usaha untuk menyebarluaskan informasi tentang harga gas LPG non subsidi kepada mitra supaya mitra/masyarakat bisa lebih tahu dan mengenal semua tentang harga gas LPG non subsidi. Hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti ialah sosialisasi sudah dilakukan oleh PT TRIARIESTA DINAMIKA sudah sesuai SOP namun belum optimal kenyataan pada waktu sosialisasi yang datang sedikit padahal sosialisasi sudah dilakukan lewat undangan, media masa dan lain sebagainya, sebab selama ini pihak PT TRI ARIESTA DINAMIKA jarang terjun langsung ke lapangan untuk bersosialisasi oleh sebab itu kurangnya sosialisasi berdampak pada permasalahan aturan dan harga di setiap pangkalan di kecamatan anggrek harga gas LPG Non Subsidi berbeda-beda harga tidak sesuai aturan sehingga perlu adanya sosialisasi mengenai aturan dan harga gas LPG Non Subsidi lebih di tingkatkan agar sosialisasi dapat berjalan optimal

Kemasan adalah wadah untuk produk yang meliputi penampilan fisik wadah, termasuk warna, desain, bentuk, pelabelan, dan bahan yang digunakan (Agariya, et al, 2013; 77). Kemasan merupakan bagian dari salah satu dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu produk (*product*). Kemasan juga merupakan media yang baik selain untuk menarik perhatian konsumen, tetapi juga untuk menambah citra produk itu sendiri. Maka para produsen ingin merancang suatu kemasan yang berkualitas dan menarik. Pengemasan adalah kegiatan mendesain dan memproduksi wadah atau pembungkus produk. Oleh karena itu kemasan merupakan bagian penting dari produk, suatu kemasan harus mampu membuat konsumen ingin membeli produk tersebut, dan menginformasikan tentang produk tersebut kepada konsumen. Tetapi saat ini, banyak kemasan yang kurang baik, sehingga tidak dapat bersaing di pasaran, sehingga dibutuhkan mendesain ulang kemasan tersebut. Jika kemasannya bagus dan menarik, tentu konsumen akan mendekat, meraih serta melihat dengan lebih dekat dan detail produk yang sedang ditawarkan. Kemasan yang baik dan menarik dapat menciptakan dorongan untuk membeli. Berkaitan dengan kemasan tabung gas LPG non subsidi, maka hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti ialah kemasan gas LPG non subsidi sudah sesuai dengan sop

dengan arahan dari pihak Pertamina, kalau dari bodinya sudah safety dan bagus apabila ada yg bocor atau berkarat langsung diganti oleh perusahaan, adaun gas ukuran 50 kg, 12 kg tergolong sangat berat, dibutuhkan dua orang untuk mengangkat ada juga yang ukuran 5,5 kg agak ringan tapi bila orang dewasa yang membeli berat untuk anak-anak dan lanjut usia seharusnya ada juga gas LPG non subsidi yang ukuran 3 kg agar mudah diangkat karena kemasan kecil serta tentunya harga agak mura

SIMPULAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian antara lain ;

- a) Harga LPG Non Subsidi sudah sesuai aturan nasional Pertamina untuk penjualan harga LPG Non Subsidi sangat mahal untuk kalangan menengah kebawah namun bisa dijangkau untuk kalangan menengah ke atas sehingga mengakibatkan peminatnya kurang
- b) Sosialisasi sudah dilakukan oleh PT TRIARISTA DINAMIKA sudah sesuai SOP namun belum optimal kenyataan pada waktu sosialisasi yang datang sedikit padahal sosialisasi sudah dilakukan lewat undangan, media masa dan lain sebagainya
- c) Kemasan Tabung Gas LPG Non Subsidi sudah sesuai dengan SOP dengan arahan dari pihak Pertamina, kalau dari bodinya sudah safety dan bagus apabila ada yg bocor atau berkarat langsung diganti oleh perusahaan, adaun gas ukuran 50 kg, 12 kg tergolong sangat berat, dibutuhkan dua orang untuk mengangkat ada juga yang ukuran 5,5 kg agak ringan

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Wahhab Solichin, 2015, Analisis Kebijakan Dari Formulasi Ke Penyusunan Model-model Implementasi Kebijakan Publik, (Jakarta : PT Bumi Aksara)
- Abdul Sani, 2017. Manajemen Organisasi, Jakarta: PT. Bina Aksara
- Agustino, Leo. (2014). Dasar-Dasar Kebijakan Publik. Bandung: Cv. Alfabeta
- Agariya, A.K., Singh, D. (2013). E-Learning Quality: Scale Development and. Validation in Indian Context. 4, 500-517.
- Dessler, Gary, 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi 14, Salemba Empat,. Jakarta.
- Endang Soetari, 2018. Kebijakan Publik (Bandung: CV Pustaka Setia
- Gunawan. 2015. Petunjuk Pelaksanaan Sosialisasi Terpadu. Jakarta: Depdiknas
- Keban, Yeremias, T, 2014. Enam Dimensi Strategis Administrasi. Publik, Konsep, Teori dan Isu (Edisi Ketiga), Gava Media. Yogyakarta
- Kumorotomo, W. 2015. Etika Administrasi Negara. Edisi ke-5. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Kotler, P. (2019). Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo

Koentjarningrat. 2019. Pengantar Ilmu Antropologi. Bineka Cipta. Jakarta

Lihat Ismainar, Hetty. 2015. Manajemen Unit Kerja, Untuk: Perekam Medis dan Informatika Kesehatan Ilmu Kesehatan Masyarakat Keperawatan dan Kebidanan. Yogyakarta: Penerbit Deepublish

Makmur dan Rohana Thahier. 2016. Konseptual & Kontektual Administrasi dan Organisasi Terhadap Kebijakan Publik. Bandung: PT. Rafika Aditama

Moleong, Lexy J. 2014. Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Notoatmodjo, S., 2017, Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku. Jakarta: Rineka Cipta.

Pasolong, Harbani. 2013. Teori Administrasi Publik. Bandung. Alfabeta.

Pasolong, Harbani. 2019. Teori Administrasi Publik. Bandung. Alfabeta.

Rakhmat, Jalaludin. 2013, Psikologi Komunikasi, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung

Simamora, 2016, Manajemen Sumber Daya Manusia, Gramedia, Jakarta.

Sugihartono, dkk, 2017. Teori tentang pengertian persepsi. Yayasan Kanisius, Jakarta

Sukmadinata. 2011. Metode penenelitian pendidikan. Bandung: PT Remaja. Rosdakarya.

Suryadi, Budi, 2019. Sosiologi Ekonomi & Komunikasi masa. Scripta Cendekia.

Syafiie Inu Kencana. 2011. Ilmu Administrasi Publik. Jakarta, Rineka

Usman, Husaini. 2018. Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.