

Keputusan pembelian gas lpg 3 kg

Asrahmaulyana^{1✉}, Nuramaliah²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar.

Abstrak

Salah satu yang dibutuhkan konsumen dalam kehidupan sehari-hari saat ini atau masa sekarang yaitu Liquefied Petroleum Gas (LPG). Tujuan masalah dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keputusan pembelian masyarakat disaat terjadi disparitas harga gas LPG 3 kg di Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai. Data diperoleh melalui pembagian kuesioner dan di analisis dengan teknik AHP (Analytical Hierarchy Process). AHP yaitu model pengambilan keputusan/mendapatkan kriteria mana yang lebih penting dalam mengambil keputusan pada suatu studi kasus. Dalam penelitian ini, terdapat tiga kriteria yaitu: harga, kebutuhan dan kelangkaan. Pada hasil penelitian diperoleh bahwa peringkat pertama adalah kebutuhan yang memiliki bobot/prioritas 0.578, peringkat kedua adalah harga dengan bobot/prioritas 0.242 dan peringkat ketiga adalah kelangkaan yang memiliki bobot/prioritas 0.180. Kata Kunci: Harga, Kebutuhan, Kelangkaan dan Keputusan Pembelian Masyarakat.

Kata kunci: Harga; kebutuhan; kelangkaan

The decision to purchase 3 kg lpg gas

Abstract

One that consumers need in their daily life when this or the present, namely Liquefied Petroleum Gas (LPG). The purpose of the problem of This research is to find out people's purchasing decisions when there is a disparity in the price of 3 kg LPG gas above in Indonesia South Sinjai District, Sinjai Regency. The data was obtained through the distribution of the questionnaire and analyzed using the AHP (Analytical Hierarchy Process). AHP is the retrieval model decision/get which criteria are more important in taking decisions in a case study. In this study, there are three criteria, namely: price, needs and costs scarcity. In the results of the study, it was found that the first rank was needs that have a weight/priority of 0.578, the second rank is price with a weight/priority of 0.242 and the third rank is a rare has a weight/priority of 0.180.

Key words: Price; need; scarcity; purchase decision public

PENDAHULUAN

Dalam rutinitas sehari-hari, konsumen membutuhkan Liquefied Petroleum Gas (LPG). LPG merupakan gas yang didapat dari minyak bumi yang telah difraksionasi dan dicairkan pada tekanan tertentu (Alfian et al. 2018). Pemerintah mengeluarkan subsidi Bahan Bakar Minyak (BBM) agar dapat meringankan rakyatnya yang kurang mampu. Sejak tahun 2007 melalui Pertamina, pemerintah menyalurkan gas elpiji 3 Kg sebagai solusi yang diberikan kepada masyarakat dengan cara melakukan konversi minyak tanah menjadi gas elpiji.

Bahkan di era globalisasi sekarang perkembangan teknologi semakin meningkat dalam memenuhi keperluan sehari – hari, bahkan hampir semua konsumen lebih memilih gaya hidup yang mengarah ke hal-hal yang lebih instan. Seperti banyaknya produk – produk rumah tangga yang tercipta dan beredar di pasaran agar mempermudah para konsumen rumah tangga, salah satunya yaitu adanya kompor gas dan bahan bakar gas, yang dimana penggunaan atau pemakaiannya merasa lebih praktis dibandingkan dengan menggunakan bahan bakar minyak tanah (Eriani 2020).

Namun seiringnya waktu ke waktu kebutuhan bahan bakar gas LPG semakin banyak dan bertambah dikarenakan banyak konsumen yang lebih memilih gas LPG 3 Kg, bahkan bagi masyarakat yang dikatakan mampu dan tidak mendapatkan subsidi lebih memilih untuk membeli gas LPG 3kg di bandingkan gas LPG 12 Kg dan LPG 50 kg. Adanya kebutuhan dan permintaan semakin banyak menimbulkan kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam memperdagangkan gas LPG 3 kg sehingga mendapatkan banyak keuntungan.

Dalam pasar gas, pemerintah telah menentukan (HET) Harga Eceran Tertinggi pada setiap daerah. Yang dimana daerah yang akan dibahas di sini yaitu pemasaran gas elpiji 3 kg di kecamatan Sinjai Selatan, di wilayah tersebut terdapat beragam atau beberapa harga gas LPG yang berbeda – beda. Pemerintah kabupaten Sinjai telah menyampaikan bahwa Harga Eceran Tertinggi (HET) gas LPG 3 Kg di kabupaten Sinjai naik Rp. 2.500,- berdasarkan Peraturan Gubernur Sulawesi Selatan Nomor 11/2021, Tentang pedoman penetapan Harga Eceran Tertinggi (HET) Liquefied Petroleum Gas (LPG/elpiji) 3 Kg. Sehingga harga gas LPG yang sebelumnya di tingkat pangkalan seharga Rp. 16.000,- menjadi Rp. 18.500,- dan berlaku pada tanggal 1 April 2021 hingga harga tersebut sampai di konsumen akhir. Namun harga yang di terima masyarakat Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai yang terbagi dari 1 kelurahan dan 10 desa memperoleh harga yang berbeda – beda. Yang di mana pada satu kelurahan memperoleh harga yang bervariasi yang di mulai dari harga yang di terima dari agen hingga ke konsumen akhir yang mayoritas masyarakatnya sebagai petani dan sebagai pedagang.

Tabel 1.
Harga Gas LPG 3 Kg di Kecamatan Sinjai Selatan

Penjualan	Harga Gas Elpiji 3 Kg/ tabung
HET SBBE/Pertamina	Rp. 14.800,00 - Rp. 15.000,00
Harga Eceran di Agen/ pangkalan	Rp. 16.000,00 – Rp. 18.500,00
Harga Eceran di pasaran / konsumen Akhir	Rp. 20.000,00 - Rp. 25.000,00

Berdasarkan tabel 1. terdapat perbedaan signifikan pada harga yang di terima oleh masyarakat. Harga yang seharusnya diterima oleh konsumen akhir yaitu Rp. 18.500,00 namun hal itu tidak terjadi pada tempat penjualan tersebut.

Menurut Philip Kotler (2012), harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk produk yang akan dibeli. Sedangkan dalam pandangan Adam Smith bahwa, teori harga disebut sebagai teori harga alamiah yang memiliki arti bahwa harga pasar dalam kerangka equilibrium (keseimbangan) yang panjang sebagai hasil kekuatan alamiah dalam masyarakat.

Menurut Guntur (dalam Herawati et.al 2018), menyatakan bahwa harga adalah uang yang ditagihkan suatu produk dan jasa atau nilai yang ditukarkan pelanggan untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau harga adalah nilai dan utilitas yang saling berhubungan. Adam Smith memiliki pandangan bahwa utilitas dalam pandangannya memiliki nilai subjektif bagi setiap individu. Pengukuran utilitas dapat diasumsikan dan dapat diukur dengan menggunakan satuan kepuasan (util). Sedangkan menurut David Ricardo berpendapat bahwa nilai suatu barang ditentukan oleh biaya tenaga kerja yang digunakan untuk memproduksi barang tersebut.

Adapun 4P unsur bauran pemasaran adalah (Price, product, Place and Promotion), dan menghasilkan pendapatan (income). Bauran harga (price) merupakan unsur yang memiliki sifat dan

dapat menghasilkan pemasukan, bauran prodak (product) adalah sesuatu yang ditawarkan pembuat agar pembeli mampu memenuhi kebutuhan (need) dan keinginannya (wants). Bauran tempat/distribusi (place) merupakan suatu produk yang akan laku dipasar bila produk tersebut dapat disalurkan ke berbagai wilayah dan konsumen. Terakhir yaitu bauran promosi (promotion) adalah kegiatan pemasaran yang sangat penting dalam upaya meningkatkan dan menetapkan kualitas penjualan (Heryanto 2015).

Menurut pembeli harga adalah sebuah biaya untuk memperoleh barang yang diinginkan. Selain itu, perusahaan tidak mampu menentukan satu harga tunggal, tetapi lebih menetapkan harga yang terstruktur (Pricing Structure) yang bersangkutan dengan jenis-jenis produk yang berada di setiap link produk. Dan hal tersebut bisa saja terjadi dengan seiringannya waktu dengan siklus prodak tersebut, Sehingga perusahaan akan menyesuaikan harga untuk mencerminkan perubahan dalam permintaan hingga mempertimbangkan berubahnya pembeli dan kondisi. Pada saat terjadi perubahan, perusahaan akan waspada dan memikirkan, kapan harus menanggapi perubahan tersebut.

Menurut Tjiptono (dalam (Lestari 2017) bahwa tujuan penetapan harga berbeda-beda, sesuai dengan yang diinginkan, berikut tujuan penetapannya antara lain: pertama survival (kelangsungan hidup), bertujuan untuk menetapkan harga secara murah atau lebih rendah dari pada biaya dalam rangka mendorong terjadinya penjualan dengan mengharapkan situasi yang ditempuh kembali normal. Kedua laba, dalam teori klasik perusahaan berusaha memaksimumkan laba dan biasanya ditampilkan dalam bentuk nilai rupiah/persentase penghasilan.

Ke tiga Return On Investment (RIO), hal ini dilakukan dalam bentuk rasio laba terhadap investasi total yang dikeluarkan perusahaan dalam riset dan pengembangan, serta fasilitas produk dan aset dukungan produk tersebut. Ke empat pangsa pasar terbagi dua yaitu pangsa pasar relatif (perbandingan antara penjualan produk perusahaan dan pesaing utama) sedangkan pangsa pasar absolut (perbandingan antara penjualan produk perusahaan dan industri secara menyeluruh). Kelima aliran kas, bertujuan sebagai pilihan strategi karena digunakan pada saat perusahaan ingin menutup biaya pengembangan produk dan bersiklus singkat.

Baraham Maslow, berpendapat bahwa setiap manusia memiliki hierarki kebutuhan dari yang terendah ke tertinggi. Apabila kebutuhan terendah terpenuhi maka akan memicu munculnya kebutuhan ditingkat yang lebih tinggi. Kebutuhan merupakan suatu kemauan manusia atas prodak dan jasa dipenuhi untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Contohnya seperti orang yang berpendapatan tinggi dan berpendapatan rendah, misalnya orang yang berpendapatan tinggi akan lebih mudah untuk memenuhi kebutuhannya sedangkan orang yang berpendapatan rendah akan merasa sulit untuk memenuhi kebutuhannya (Gunawijaya, 2017).

Di dalam Ilmu Ekonomi, kelangkaan merupakan sebuah keadaan tidak terpenuhinya kebutuhan baik secara sempurna maupun tidak terpenuhi sama sekali (Ulum 2017). Adapun arti lain dari kelangkaan yaitu suatu kondisi dimana terdapat ketidakrataan antara keseimbangan manusia yang tak terbatas dan pemenuhan sejumlah kebutuhan.

Lubis dan Hidayat (2017) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah proses pembelian konsumen yang betul-betul membelinya. Keputusan pembelian merupakan konsumen melakukan tindakan untuk pengambilan sebuah barang. Terdapat beberapa tahap dalam pengambilan keputusan pembelian yaitu sebagai berikut: problem recognition (pengenalan masalah), information search (pencarian informasi), alternative evaluation (evaluasi alternatif), purchase decision (keputusan pembelian) dan post – purchase behaviour (perilaku pasca pembelian).

Menurut Sadono Sukirno, permintaan adalah hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Permintaan adalah suatu peristiwa dimana banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar dengan tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Sedangkan teori permintaan adalah teori yang menjelaskan tentang hubungan permintaan dan harga. Pada umumnya, ada dua bagian permintaan, khususnya permintaan absolut, di mana minat akan tenaga kerja dan produk disertai atau tidak disertai dengan kemampuan untuk membeli, sedangkan permintaan efektif adalah minat terhadap tenaga kerja dan produk yang digabungkan dengan kemampuan untuk pembelian (Elvira 2015).

Terdapat pula bunyi hukum permintaan yaitu: “Apabila harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan turun dan sebaliknya apabila jumlah barang turun, maka jumlah barang yang diminta akan naik”.

Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam (Adnan 2018) bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku yang dilihat dalam mencari, membeli, mengevaluasi dan menghabiskan produk atau jasa dan

memuaskan. Teori perilaku konsumen adalah kegiatan yang berhubungan dengan sosial, dilakukan pembeli individu, kelompok bahkan organisasi untuk demi mendapatkan produk melalui proses pengambilan yang diawali dengan proses pembelian keputusan pada tindakan tersebut.

METODE

Penggunaan jenis data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber informasinya. Sedangkan data sekunder adalah data yang diambil melalui perantara atau pihak yang telah mengumpulkan data sebelumnya. Strategi yang digunakan dalam pengumpulan informasi yaitu pembagian kuesioner hingga mendapatkan tanggapan responden mengenai harga, kebutuhan, kelangkaan dan keputusan pembelian masyarakat dalam membeli gas LPG 3 Kg di Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai.

Penelitian ini menggunakan pendekatan/metode pendekatan kuantitatif. Informasi di dapat dari perhitungan yang digambarkan dalam bentuk baris dan kolom (tabel), dan penelitian ini dilakukan secara langsung atau penelitian lapangan demi memperoleh data dan permasalahan yang terjadi.

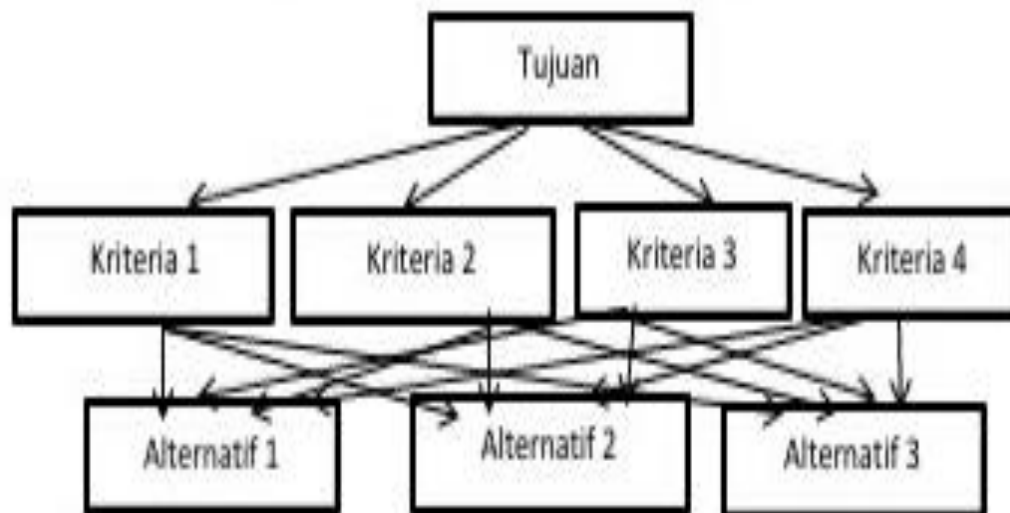
Populasi adalah suatu wilayah yang terdiri dari barang-barang/subyek yang memiliki ciri-ciri khusus dan tidak ditetapkan oleh ilmuwan untuk dipelajari dan kemudian mencapai penetapan. Pupulasi yang diteliti merupakan keputusan masyarakat pada saat pembelian gas LPG 3 kg di Kecamatan Sinjai Selatan dengan menggunakan persamaan slovin. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara pembagian kuesioner kepada masyarakat yang bersangkutan dan menggunakan metode studi pustaka.

Metode yang digunakan adalah metode Analytical Hierarchy Procces (AHP) merupakan bentuk pengambilan keputusan multikriteria yang dapat membantu struktur penalaran manusia dari variable – variabel yang terdiri dari pemikiran, pengalaman, informasi, perasaan yang ditingkatkan menjadi suatu sistematis. AHP adalah suatu metode untuk menentukan perengkingan dengan mendapatkan alternatif keputusan paling penting disaat pengambil keputusan dan banyaknya target/tujuan (multiple objective) atau kriteria yang wajib dipertimbangkan/dipenuhi (Nugroho dan Veronica, 2021).

Teknik Analisis Data

Menyusun Hirarki (Decomposition)

Decompositon merupakan salah satu cara dalam menyelesaikan masalah secara struktur ke dalam bentuk yang lebih mudah dan mengaturnya menjadi suatu pohon hirarki, (Thomas L. Saaty, 1994).



Gambar 1.
Struktur Hirarki yang Komplit

Penilaian Perbandingan Berpasangan (*Comperative Judgement*)

Comperative Judgement merupakan suatu teknik penilaian mengenai kepentingan relatif antara kriteria yang satu dengan kriteria lainnya pada tingkat tertentu, lalu hasil penelitian disusun membentuk matriks perbandingan berpasangan.

Synthesis of Priority

Sintesis merupakan langkah agar memperoleh prioritas bagi setiap komponen hirarki atau komponen dari masing-masing alternatif matriks perbandingan berpasangan, lalu mencari eigenvalue/eigenvalue untuk mendapatkan Local Priority dan mendapatkan penentuan komponen yang menurut kepentingannya melalui pengaturan prioritas prosedur atau kepentingan secara relatif.

Konsistensi Logika (Logical Consistency)

Logical Consistency artinya konsistensi dan memiliki dua implikasi awal yaitu konsistensi bahwa item yang sebanding dapat dikumpulkan sesuai dengan keseragaman dan ketetapan, yang kedua yaitu konsistensi yang menyangkut tingkat hubungan antara objek dalam pandangan aturan tertentu.

Penentuan Prioritas

Relative Measurement

Pada saat menentukan Relative Measurement dilakukan dengan cara menentukan prioritas komponen-komponen dalam pengambilan keputusan yaitu melakukan perbandingan berpasangan setiap kriteria untuk mendapatkan subsistem hirarki. Namun perbandingan berpasangan lebih memilih dan sering menggunakan bentuk matriks, dimana matriks merupakan alat yang sederhana yang biasa dipakai, serta memberikan kerangka untuk menguji konsistensi, sehingga mencerminkan dua prioritas yaitu mendominasi atau didominasi (Rahmayanti, 2010).

Tabel 2.

Matriks Perbandingan Berpasangan

C	A1	A2	A3	...	An
A1	a11	a12	a13	...	a1n
A2	a21	a22	a23	...	a2n
A3	a31	a32	a33	...	a3n
...	...	...	...	...	...
An	an1	an2	an3	...	ann

Pada tabel di atas menunjukkan misalnya nilai a11 adalah elemen A1 (baris) terhadap A1 (kolom) yang menyatakan bahwa:

Seberapa jauh tingkat kepentingan A1 (baris) dibandingkan dengan A1 (kolom) terhadap kriteria C;

Seberapa jauh dominasi A1 (baris) terhadap A1 (kolom); dan

Pada baris A1 dibandingkan dengan kolom A1 terhadap jumlah kriteria C.

Jika prioritas kriteria A1 yaitu w_i dan prioritas elemen w_j maka pada saat itu skalar dasar dari 1 sampai 9 dijumlahkan pada titik tersebut dapat mewakili perbandingan (w_i/w_j). Komponen A_i ke komponen A_j merupakan angka-angka pada skala umum dan merupakan pendekatan paling baik untuk perbandingan bobot/prioritas.

Sintesis

Sintesis digunakan untuk menemukan peringkat prioritas secara keseluruhan dari masalah pilihan. Hal tersebut dilakukan sebagai cara melakukan penjumlahan dan pembobotan dalam memberikan nomor tunggal yang dapat memperlihatkan setiap komponen dan prioritasnya (Syam 2018).

Terdapat pula cara-cara yang dapat dilakukan antara lain:

Perolehan nilai kolom pertama dikalikan dengan prioritas elemen pertama yang ada pada kolom matriks yang belum dinormalkan, dan begitupun kolom-kolom selanjutnya; dan

Menjumlahkan setiap baris hasil dari penjumlahan baris lalu membaginya dengan elemen prioritas relatif masing-masing.

Menjumlahkan banyaknya hasil pembagian dengan elemen yang sudah ada sesudah itu hasilnya biasa disebut dengan λ_{maks} atau dengan rumus sebagai berikut:

$$\lambda_{maks} = \frac{\sum C_i}{n}$$

Dimana: λ_{maks} = nilai rata-rata bobot ternormalisasi

C_i = konsistensi (Consistency)

Menghitung Konsistensi Indeks (CI), dengan rumus:

$$CI = \frac{(\lambda_{maks} - n)}{(n - 1)}$$

Dimana:

CI = konsistensi indeks (Consistency Index)

n = Orde Matriks

Menghitung Rasio Konsistensi (CR), dengan rumus:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

Dimana:

CR= Rasio Konsistensi(Consistency Ratio)

CI = Indeks Konsistensi (Consistency Index)

RI = Indeks Random (Indeks Random Consistency)

Tabel 3.
Indeks Random

Ukuran Matriks	1,2	3	4	5	6	7	8	9	10
RI	0,0	0,58	0,9	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49

Dalam metode AHP suatu matriks perbandingan dapat diterima apabila $CR < 0,1$ maka nilai perbandingan berpasangan pada matrik tersebut konsisten dan dapat diterima, sedangkan bila $CR > 0,1$ nilai perbandingan berpasangan pada matriks tersebut tidak konsisten atau tidak dapat diterima, maka dilakukan pengisian ulang pada nilai matriksnya.

Prosedur Penelitian

Terdapat pula langkah-langkah yang dilakukan dalam mencapai tujuan penelitian yaitu dengan cara:

Menetapkan tujuan umum, kemudian kriteria dan alternatif pilihan;

Jumlah pembobotan hirerarki dihitung untuk semua kriteria, seperti:

Membentuk matriks perbandingan berpasangan untuk semua kriteria dari responden;

Jumlah bobot dari semua kriteria dihitung untuk seluruh jawaban masyarakat;

Menetapkan nilai vector eigen;

Menguji konsisten;

Menentukan faktor evaluasi dari masing-masing kriteria dan seluruh alternatif, dengan cara:

Menbentuk matriks perbandingan berpasangan dengan semua kriteria;

Jumlah bobot dari semua kriteria dihitung untuk semua responden;

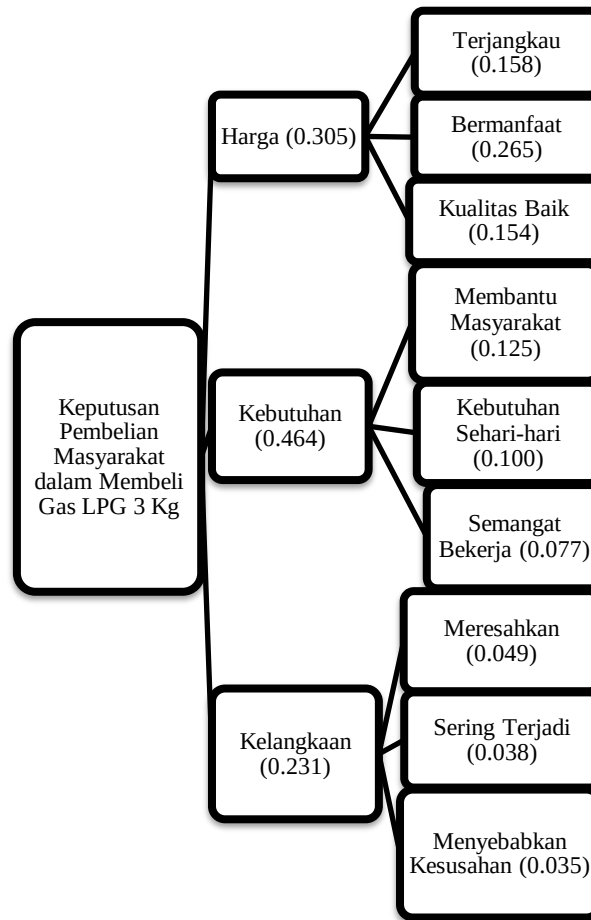
Menentapkan nilai vector eigen;

Menguji konsisten; dan

Menghitung total prioritas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Membentuk Hirarki



Gambar 2
Hirarki Perbandingan

Membuat matriks perbandingan dan menghitung bobot/prioritas kepentingan pada level 1 yaitu, harga, kebutuhan, dan kelangkaan.

Hasil pembagian kuesioner pada masyarakat dalam membeli gas elpiji berdasarkan jumlah kartu keluarga terdapat pada tabel 5, sebagai berikut:

Tabel 4.
Bobot/Prioritas Pada Kriteria Dalam Menentukan
Keputusan Pembelian Masyarakat Pada Saat Membeli Gas LPG 3 kg

Kriteria	Bobot	Prioritas
Kebutuhan	0.464	I
Harga	0.305	II
Kelangkaan	0.231	III

Tabel 5 menunjukkan hasil bahwa kriteria kebutuhan lebih penting dibandingkan dengan kriteria harga dan kelangkaan dalam keputusan pembelian masyarakat pada saat terjadi disparitas harga gas LPG 3 kg di atas harga eceran tertinggi. Hal tersebut terjadi karena kriteria kebutuhan memiliki bobot tertinggi. Gas elpiji merupakan kebutuhan sehari-hari guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Dengan keberadaan gas ukuran kecil yang lebih murah menyebabkan masyarakat melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Kriteria harga memiliki bobot tertinggi kedua yaitu, harga gas LPG 3 kg terjangkau di semua kalangan/tempat, harga sesuai dengan manfaat yang didapatkan, dan harga tidak terlalu berpengaruh diakibatkan kebutuhan lebih tinggi di bandingkan dengan harga. Terakhir kriteria kelangkaan, karena

kelangkaan gas elpiji tidak terlalu berpengaruh karena lebih dirasakan pada waktu tertentu, seperti pada saat bulan ramadhan/menjelang lebaran.

Membuat matriks perbandingan dan menghitung bobot/prioritas kepentingan pada level 2 yaitu masing-masing variabel.

Hasil pembagian kuesioner pada masyarakat dalam membeli gas elpiji berdasarkan jumlah kartu keluarga memperoleh hasil sebagai berikut:

Kriteria Harga

Hasil penjumlahan matriks perbandingan berpasangan menghasilkan data bahwa prioritas tertinggi/peringkat pertama adalah bermanfaat dengan bobot 0.240, kedua terjangkau, dengan bobot 0.165, ketiga kualitas baik dengan bobot 0.155. Keempat membantu masyarakat dengan bobot 0.136, kelima kebutuhan sehari-hari dengan bobot 0.105, keenam semangat bekerja dengan bobot 0.076. Ketujuh meresahkan dengan bobot 0.048, kedelapan sering terjadi dengan bobot 0.040, dan terakhir/kesembilan adalah menyebabkan kesusahan dengan bobot 0.036.

Kriteria Kebutuhan

Hasil penjumlahan matriks perbandingan berpasangan menghasilkan fakta bahwa prioritas tertinggi/peringkat pertama adalah bermanfaat dengan bobot 0.278, kedua terjangkau dengan bobot 0.156, ketiga kualitas baik dengan bobot 0.153. Keempat membantu masyarakat dengan bobot 0.115, kelima kebutuhan sehari-hari dengan bobot 0.096. Keenam semangat bekerja dengan bobot 0.078, ketujuh meresahkan dengan bobot 0.051, kedelapan sering terjadi dengan bobot 0.038, dan terakhir/kesembilan adalah menyebabkan kesusahan dengan bobot 0.034.

Kelangkaan

Hasil penjumlahan matriks perbandingan berpasangan menghasilkan perhitungan tabel 4.8. Fakta tersebut menunjukkan bahwa prioritas tertinggi/peringkat pertama adalah bermanfaat dengan bobot 0.277, kedua kualitas baik dengan bobot 0.155, ketiga terjangkau dengan bobot 0.150. Keempat membantu masyarakat dengan bobot 0.127, kelima kebutuhan sehari-hari dengan bobot 0.101. Keenam semangat bekerja dengan bobot 0.075, ketujuh meresahkan dengan bobot 0.043, kedelapan sering terjadi dengan bobot 0.037, dan terakhir/kesembilan adalah menyebabkan kesusahan dengan bobot 0.037.

Menghitung Prioritas Global dan Konsistensi pada Keputusan Pembelian Masyarakat Dalam Membeli Gas LPG 3 Kg di Kecamatan Sinjai Selatan

Setelah mendapatkan global priority, kemudian masing-masing bobot alternatif di hitung secara keseluruhan. Hasil yang di dapatkan terdapat pada tabel berikut:

Tabel 5.
Bobot Alternatif Secara Keseluruhan

Alternatif	Bobot	Prioritas
Bermanfaat	0.265	I
Terjangkau	0.158	II
Kualitas Baik	0.154	III
Membantu Masyarakat	0.125	IV
Kebutuhan Sehari-hari	0.100	V
Semangat Bekerja	0.077	VI
Meresahkan	0.049	VII
Sering Terjadi	0.038	VIII
Menyebabkan Kesusahan	0.035	IX

Tabel 5 menunjukkan bahwa kriteria harga memiliki tiga alternatif yaitu: bermanfaat, terjangkau dan kualitas baik. Dalam hal ini bermanfaat merupakan alternatif tertinggi dalam menentukan keputusan masyarakat, karena gas lpg sangat dibutuhkan dan dapat mempermudah kegiatan masyarakat khususnya rumah tangga. Selain bermanfaat gas lpg 3 kg ini, juga terjangkau karena dapat ditemui dimana-mana dan memiliki kualitas yang baik sebab masyarakat dapat melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Kriteria selanjutnya yaitu kriteria kebutuhan yang memiliki tiga alternatif antara lain: membantu masyarakat, kebutuhan sehari-hari dan semangat bekerja. Dari ketiga alternatif tersebut memperlihatkan bahwa gas lpg ini benar-benar membantu serta lebih mempermudah pekerjaan rumah tangga dengan ukurannya yang kecil dan harganya yang terjangkau, sehingga pengguna semangat dalam bekerja.

Kriteria kelangkaan memiliki tiga alternatif yaitu: meresahkan, sering terjadi dan menyebabkan kesusahan. Ketiga faktor alternatif ini merupakan penyebab terjadinya kelangkaan dan sangat dirasakan dampaknya pada saat bulan-bulan tertentu, seperti pada saat bulan Suci Ramadhan.

Hasil penelitian serta menghitung hasil responden dengan menggunakan teknik AHP. Peneliti mendapatkan hasil bahwa disparitas harga gas LPG 3 kg di atas harga eceran tertinggi (HET) terjadi karena masalah kebutuhan, harga dan kelangkaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Kuinang et al. 2018), menyatakan bahwa kebutuhan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian masyarakat. Gas lpg 3 kg dapat memberikan harga termurah dengan manfaat yang sama dengan gas non subsidi.

Kebutuhan merupakan suatu kemauan manusia atas produk dan jasa yang dipenuhi untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya., akan timbul keinginan lainnya. Kebutuhan manusia atau masyarakat selalu bertambah, karena manusia tidak pernah merasa puas. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Nugraha et al. 2020), yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian masyarakat. Harga gas LPG 3 kg sesuai dengan daya beli pengguna/pemakai kelas bawah dengan kualitas produk dan pengharapan. Hasil penelitian ini mendukung temuan (Saluy dan Kemalasari 2017), yang menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian masyarakat dalam membeli gas LPG 3 kg, dikarenakan harga yang diberikan pedagang sesuai dengan harga yang ditetapkan oleh pemerintah. Mengenai harga gas masyarakat tidak terlalu memikirkan hal tersebut sebab masyarakat lebih mendahulukan kebutuhan dibandingkan dengan harganya.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kelangkaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian masyarakat dalam membeli gas LPG 3 kg. Hal ini sangat dirasakan dan dijumpai pada saat mendekati bulan suci Ramadan dan umumnya kembali normal sesudah Idul Fitri. Terdapat beberapa faktor yang dapat memicu terjadinya kelangkaan yaitu gas LPG 3 kg terkadang sulit untuk didapatkan apalagi pada saat terjadi permintaan yang meningkat sedangkan persediaan berkurang. Disaat inilah pedagang menjual gas di atas harga yang telah ditentukan oleh pemerintah dan melakukan penimbunan barang demi mendapatkan keuntungan yang berlebihan.

Hasil penelitian yang dilakukan (Zhao et al. 2021) harga dianggap sebagai sesuatu yang dapat dihitung menurut beberapa ukuran, seperti harga yang wajar, harga yang kompetitif, harga diskon, harga pengecer, dan kesesuaian harga. Nilai adalah definisi tingkat yang lebih tinggi daripada kualitas dan harga karena lebih individualistis dan pribadi. Konsumen yang puas percaya bahwa nilai barang dan jasa sebanding dengan harganya, yang akan mendorong mereka untuk membeli kembali produk tersebut.

SIMPULAN

Dari tujuan penelitian, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa penelitian ini menggunakan metode AHP (Analytical Hierarchy Process) dan hasil keputusan pembelian masyarakat disaat terjadi disparitas harga pada penjualan gas LPG 3 kg di Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai bahwa kriteria yang paling penting dalam menentukan pengambilan keputusan masyarakat adalah kriteria kebutuhan, kedua yaitu kriteria harga, dan terakhir yaitu kriteria kelangkaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, R., Sastra, H. Y., & Arhami. (2018). Penentuan Harga Eceran Tertinggi Liquified Petroleum GAS 3 Kg Bersubsidi di Kabupaten Aceh Jaya. *Jurnal Reaksi (Journal of Science and Technology)*, 16(2), hal.14.
- Eriani, E. (2020). Evaluasi Pendistribusian Gas LPG di Kecamatan Soreang (Perspektif Hukum Ekonomi Syariah). Skripsi, hal.2
- Herawati, Niken, Aris Hidayat, and Suwarsito Suwarsito. 2018. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Mitra Manajemen* 2 (5): 522–35.
- Heryanto, Imam. 2015. "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* 9 (2): hal.83-84. <https://doi.org/2443-2121>
- Heryanto, I. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101. <http://doi.org/2443-2121>.
- Gunawijaya, R. (2017). Kebutuhan Manusia dalam Pandangan Ekonomi Kapitis dan Ekonomi Islam. *Jurnal Al-Maslahah*, 13(1), hal.132.
- Kuinang, Louis David, Moniharapon, Silcyljeova, Soegoto, and Agus S. 2018. "Pengaruh Kebutuhan, Gaya Hidup, Dan Citra Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Di Warung Kopi Van Ommen Coffee Manado" 6 (3): 1238–47.
- Lestari, Putri. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen Teh Botol Sostro." Lestari, Putri, and Muchammad Saifuddin. 2020. "Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19." *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)* 3 (2): hal.27-28.
- Nugraha, Rudi Eka, Iba Gunawan, and Fitri Nurlaili. 2020. "Analisis Faktor Yang Menjadi Keputusan Pembelian Gas LPG 3 Kg" 02 (01).
- NST, M. F. R., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(02), hal.136.
- Nugroho, A. O., & Veronica, R. B. (2021). Penerapan Metode Ahp Sebagai Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Tempat Kerja. *UNNES Journal of Mathematics*, 10(1), hal.48.
- Saluy, Ahmad Badawi, and N W Kemalasari. 2017. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pt. Xyz." *Seminar Ekonomi Dan Bisnis ...* 1 (1): 1–10.
- Ulum, M. (2017). Ro ' sumaliyah VS Scarcity : (Paradigma Pelemahan Terhadap Perekonomian Syari ' ah). *Madinah: Jurnal Studi Islam*, 4(2), hal.106.
- Yuliza. (2019). Pengaruh Merek, Harga Dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone. Skripsi, hal.81.
- Zakaria, D. G. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4), hal.5.
- Zhao, Huiliang, Xuemei Yao, Zhenghong Liu, and Qin Yang. 2021. "Impact of Pricing and Product Information on Consumer Buying Behavior With Customer Satisfaction in a Mediating Role." *Frontiers in Psychology* 12 (December): 1–11.