

**IMPLIKASI PEMBERIAN HARGA DAN PEMOTONGAN KERUGIAN  
EMAS PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN TOKO  
PUSAKA EMAS SEMAMPIR DAN TOKO EMAS BOROBUDUR MARON  
PROBOLINGGO**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kh. Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:  
**Uswatun Hasanah**  
**NIM : E20192316**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
DESEMBER 2022**

**IMPLIKASI PEMBERIAN HARGA DAN PEMOTONGAN KERUGIAN  
EMAS PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN TOKO  
PUSAKA EMAS SEMAMPIR DAN TOKO EMAS BOROBUDUR MARON  
PROBOLINGGO**

**SKRIPSI**


diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kh. Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

**Uswatun Hasanah**  
**NIM : E20192316**

Disetujui pembimbing:

  
**Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.**  
**NIP. 196808072000031001**

**IMPLIKASI PEMBERIAN HARGA DAN PEMOTONGAN KERUGIAN  
EMAS PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN TOKO  
PUSAKA EMAS SEMAMPIR DAN TOKO BOROBUDUR MARON  
PROBOLINGGO**

**SKRIPSI**

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

**Hari : Rabu**

**Tanggal : 28 Desember 2022**

**Tim Penguji**

Ketua

**Dr. Muhammad Saiful Anam M.Ag.**  
NIP. 197111142003121002

Sekretaris

**Dr. Ahmad Afif M.E.I.**  
NIP. 198705202019031009

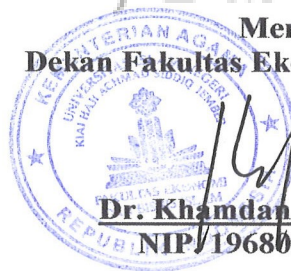
Anggota :

1. Dr. Khairunnisa Musari, S.T., M.MT.

2. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.

**Menyetujui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.**  
NIP. 196808072000031001

## MOTTO

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَحَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا  
إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا  
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : "Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya." (QS. Al-Baqarah [2]: 275).<sup>1</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: CV. Penerbit Fajar Mulya), 47.

## PERSEMBAHAN

Dengan menyebut Nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, dan atas syafaat Rosulullah SAW, semoga skripsi ini mendapat ridho di sisi-Nya, dan sebagai tanda terimakasih, saya persembahkan karya tulis ini kepada:

1. Kedua orang tua yang sangat saya sayangi, Bapak Naruddin dan Ibu Halimatus Sa'diya yang tiada henti mendoakan saya, memberikan dukungan serta semangat yang tidak ada habisnya hingga saat ini.
2. Untuk almarhum kakek Misdan, almarhum kakek Saniro dan almarhumah nenek Sana yang mendukung saya sewaktu masih berada didunia ini, serta nenek Hati yang selalu mendoakan saya.
3. Adik kandung saya, Dewi Wulandari dan Moh. Iqbal Hafidz yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan pendidikan saya.
4. Semua guru sekolah sejak TK sampai SMK, guru ngaji, serta semua dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada saya.
5. Teman-teman seperjuangan dari kelas Ekonomi Syariah 7 terimakasih atas kebersamaannya.
6. Almamater UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ Jember, terimakasih telah memberikan saya kesempatan untuk menuntut ilmu di tempat ini.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya. Sholawat serta keselamatan semoga selalu tercurahkan kepada Nabi dan Rosul termulia, Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga dan para sahabat. Atas segala nikmat dan anugerah-Nya, dapat terselesaikan skripsi dengan judul *“Implikasi Penetapan Harga Dan Potongan Kerugian Emas Pada Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Emas Borobudur Maron Probolinggo”*.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan dukungan, bimbingan, doa serta semangat dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada:

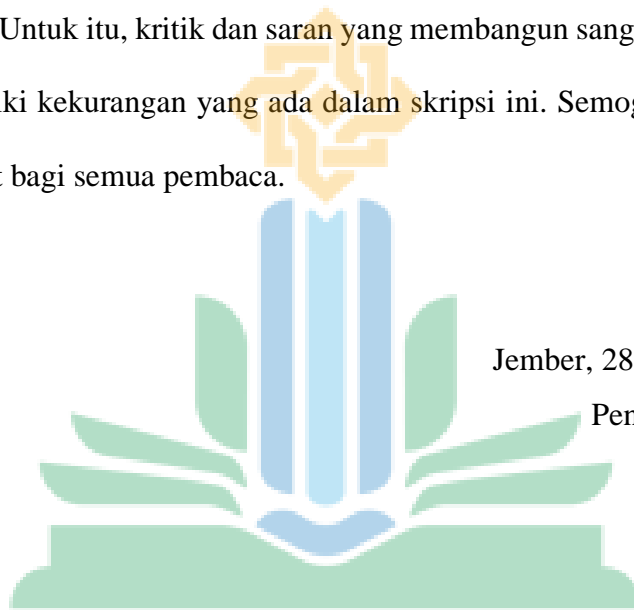
1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh S.E., M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Bapak Dr. M. F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, mencurahkan pikiran, memberikan arahan serta bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam, khususnya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis sehingga dapat mengetahui hal yang tidak diketahui sebelumnya.
7. Ibu Hj. Pemilik toko Pusaka Ibu Hj. Halima dan pemilik toko Borobudur Ibu Hj. Suplin yang telah berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti sehingga dapat membantu proses penyelesaian penelitian.

Peneliti menyadari bahwa skripsi yang telah peneliti susun masih jauh dari sempurna. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan guna memperbaiki kekurangan yang ada dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 28 Desember 2022

Penulis,



**Uswatun Hasanah**  
**NIM. E20192316**  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## ABSTRAK

**Uswatun Hasanah, Dr. Khamdan Rifa'i S.E., M.Si., 2022: *Implikasi Pemberian Harga Dan Potongan Kerugian Emas Pada Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Emas Borobudur Maron Probolinggo.***

Pada dasarnya, pemberian harga dan pemotongan kerugian bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Sehingga hal tersebut dapat mengembangkan usaha menjadi lebih besar dan keuntungan yang diperoleh juga semakin banyak.

Fokus penelitian yang terdapat dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana pemberian harga emas di Toko Emas Borobudur Maron dan Toko Pusaka Emas Semampir Probolinggo?. 2) Bagaimana pemotongan kerugian emas di Toko Emas Borobudur Maron dan Toko Pusaka Emas Semampir Probolinggo?. 3) Bagaimana implikasi pemberian harga dan pemotongan kerugian emas pada keputusan pembelian?.

Tujuan penelitian yang terdapat dalam skripsi ini adalah: 1) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pemberian harga emas di Toko Emas Borobudur Maron dan Toko Pusaka Emas Semampir Probolinggo, 2) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pemotongan kerugian emas di Toko Emas Borobudur Maron dan Toko Pusaka Emas Semampir Probolinggo. 3) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan implikasi pemberian harga dan pemotongan kerugian emas pada keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan jenis penelitian lapangan. Lokasi penelitian dilakukan di Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Emas Borobudur Maron Probolinggo.

Penelitian ini menghasilkan: 1) pemberian harga emas yang diberikan oleh Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Emas Borobudur Maron Probolinggo terhadap konsumen berdasarkan biaya produksi, biaya gaji karyawan dan berdasarkan harga london dari pusat, dari harga london tersebut Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Emas Borobudur Maron dapat menetapkan harga sesuai laba yang diinginkan dan berdasarkan ketentuan-ketentuan masing-masing toko, 2) Potongan kerugian yang diterapkan oleh Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Emas Borobudur Maron sudah sesuai pasaran, sehingga potongan yang diberikan oleh Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Emas Borobudur Maron dapat diterima oleh konsumen emas. 3) implikasi pemberian harga dan potongan kerugian pada keputusan konsumen oleh konsumen Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Emas Borobudur Maron berdampak negatif, konsumen emas lebih memilih untuk membeli perhiasan ke toko yang menawarkan harga dan potongan yang lebih rendah, untuk meminimalkan kerugian ketika konsumen akan menjual kembali perhiasannya, sehingga uang yang didapatkan oleh konsumen tidak berkurang banyak dari jumlah uang awal membeli.

**Kata Kunci :** *Pemberian Harga, Pemotongan Kerugian, Jual Beli, Emas Dan Keputusan Konsumen.*



## DAFTAR ISI

	Hal
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A.Latar Belakang Masalah.....	1
B.Fokus Penelitian .....	6
C.Tujuan Penelitian .....	6
D.Manfaat Penelitian .....	7
E.Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan.....	10
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b> .....	12
A.Penelitian Terdahulu .....	12
B.Kajian Teori .....	30
1. Harga.....	30
2. Potongan Kerugian.....	36
3. Jual Beli Dalam Islam .....	38
4. Emas .....	41
5. Keputusan Pembelian.....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	54
A.Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	54
B.Lokasi Penelitian.....	54
C.Subjek Penelitian.....	55
D.Teknik Pengumpulan Data.....	57

E. Analisis Data .....	59
F. Keabsahan Data.....	60
G. Tahap-tahap Penelitian.....	61
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>63</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	63
B. Penyajian Data dan Analisis.....	68
1. Pemberian Harga di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo. ....	69
2. Potongan Kerugian Emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron.....	74
3. Implikasi Pemberian Harga Dan Pemotongan Kerugian Emas pada Keputusan Pembelian di Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Borobudur Emas Maron.....	79
C. Pembahasan Temuan.....	84
1. Pemberian Harga Emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.....	85
2. Pemotongan Kerugian Emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.....	89
3. Implikasi Pemberian Harga dan Pemotongan Kerugian Emas pada Keputusan Pembelian di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Probolinggo.....	91
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>94</b>
A. Kesimpulan .....	94
B. Saran-saran .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1 : Pernyataan Keaslian Tulisan	
Lampiran 2 : Matrik Penelitian	
Lampiran 3 : Pedoman Wawancara	
Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian	
Lampiran 5 : Surat Keterangan Selesai Penelitian	
Lampiran 6 : Jurnal Penelitian	
Lampiran 7 : Dokumentasi Penelitian	
Lampiran 8 : Surat Keterangan Lulus Plagiasi	
Lampiran 9 : Surat Keterangan Selesai Bimbingan	
Lampiran 10 : Biodata Penulis	

## DAFTAR TABEL

	Hal
1.1 Harga Emas Pergram Di Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Borobudur Maron.....	3
1.2 Pemotongan Kerugian Harga Emas Di Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Borobudur Maron .....	5
2.1 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	25
2.2 Kadar Dan Persentase Emas.....	43
4.1 Data Jumlah Karyawan Toko Pusaka Emas Semampir .....	65
4.2 Data Jumlah Karyawan Toko Borobudur Emas Maron.....	68
4.3 Harga Dan Potongan Kerugian Pergram Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Borobudur Maron .....	88
4.4 Data Potongan Kerugian Pergram Emas Di Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Borobudur Emas Maron .....	90



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Hal</b>
4.1 Struktur Toko Pusaka Emas Semampir .....	65
4.2 Struktur Toko Borobudur Emas Maron .....	67



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manusia memiliki banyak kebutuhan yang selalu ingin dipuaskan, dalam ilmu ekonomi konvensional manusia memiliki kebutuhan yang tidak terbatas. Seseorang yang belum memiliki barang-barang mewah akan berusaha untuk membelinya, selanjutnya akan muncul kebutuhan-kebutuhan lainnya. Menurut tingkat intensitasnya jenis kebutuhan mewah ini termasuk kedalam jenis kebutuhan tersier di mana kebutuhan tersier akan dipenuhi jika kebutuhan primer dan sekunder sudah dipenuhi.<sup>2</sup> Salah satu contoh kebutuhan tersier ini yaitu perhiasan emas, emas merupakan perhiasan yang selalu memiliki daya tarik tersendiri pada pencintanya, selain sebagai pelengkap kebutuhan tersier emas juga dijadikan sebagai objek investasi (tabungan yang sewaktu-waktu bisa dipergunakan), dan sebagai mahar pernikahan.

Emas merupakan barang yang di kenal oleh seluruh dunia sejak zaman dahulu. Pada masa lalu sejak jaman kerajaan sampai perjuangan membangun dan mempertahankan Republik Indonesia emas merupakan sumbangan masyarakat Aceh untuk mempertahankan kemerdekaan Indonesia. Emas oleh masyarakat juga untuk keperluan dalam acara-acara adat, mahar, alat untuk menabung dan investasi.<sup>3</sup> Oleh karena itu, transaksi jual beli emas sangat

---

<sup>2</sup> Zainur, "Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal An-Nahl* 09, no. 05 (2020): 34.

<sup>3</sup> Agung Suryo Setyantoro, *Emas dan Gaya Hidup Masyarakat Aceh Dari Masa Ke Masa* (BandaAceh: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional, 2012), 2.

menjanjikan dalam dunia bisnis. Terutama emas yang dalam bentuk perhiasan seperti cincin, kalung, anting, dan gelang.

Perhiasan emas mempunyai kadar yang berbeda-beda seperti emas dengan kadar yang paling tinggi disebut emas kadar 24 karat (K) yang mengandung 99,99% emas, selain itu ada emas kadar 16K yang mengandung 70% emas, kadar 24-16K biasa disebut sebagai emas tua, sedangkan untuk kadar di bawahnya disebut emas muda, yaitu kadar 10K (420%), 9K (375%), 8K (300%). Kadar-kadar tersebut merupakan kadar yang berlaku dan dikenal oleh masyarakat.<sup>4</sup>

Bersamaan dengan itu banyak bisnis perhiasan yang menjual perhiasan emas dengan memberikan layanan jual beli yang baik, *service* perhiasan yang memuaskan dan menyediakan model-model perhiasan yang bagus. Namun, selain hal tersebut faktor utama yang menjadi daya tarik konsumen emas adalah harga. Penentuan harga merupakan kunci utama dalam penerapan strategi dari sistem yang mengatur jalannya sebuah bisnis. Sebuah usaha yang menawarkan harga lebih rendah dengan kualitas yang sama dapat mempengaruhi persepsi konsumen sehingga membuat sebuah usaha mengalami pertumbuhan. Namun harga emas sudah memiliki ketetapan dari pusat yang disebut *London* emas, *London* adalah harga emas pusat, yang sewaktu-waktu dapat berubah saat mengikuti nilai mata uang dollar.<sup>5</sup> Harga *London* menjadi patokan harga bagi

---

<sup>4</sup> Sholeh Dipraja, *Siapa Bilang Investasi Emas Butuh Modal Gede* (Jakarta Selatan: Tangga Pusaka, 2011), 8.

<sup>5</sup> Ryan Filbert & Fachmi Jaidi, *Gold Trading Revolution Menjadikan Emas Sebagai Sumber Income Tanpa Batas* (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2015), 8.

seluruh pedagang perhiasan emas untuk bisa menentukan harga yang sesuai pada perhiasan emas. Seperti pada Tabel 1.1 yang mencantumkan harga per gram emas:

**Tabel 1.1**  
**Harga Emas per gram di Toko Pusaka Emas Semampir**  
**dan Toko Borobudur Emas Maron**

No	Nama Toko	Harga
1.	Toko Pusaka Emas Semampir	Rp 300.000 (8K) Rp 350.000 (9K) Rp 430.000 (10K) Rp 680.000 (16K)
2.	Toko Borobudur Emas Maron	Rp 360.000 (8K) Rp 395.000 (9K) Rp 450.000 (10K) Rp 720.000 (16K)

Sumber: Wawancara<sup>6</sup>

Seperti yang dipaparkan dalam (Tabel 1.1) terdapat perbedaan harga per gram emas diantara kedua toko. Pada setiap bisnis, penentuan harga barang atau jasa merupakan faktor utama untuk menarik minat konsumen dalam menentukan keputusan pembelian, pengambilan keputusan pembelian yaitu pemilihan antara berbagai alternatif yang akan menjadi pilihan keputusan dalam membeli sebuah produk atau jasa. Setiap konsumen akan melakukan pertimbangan terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan. Harga menjadi persaingan bisnis yang sangat menjamin, tinggi rendahnya harga dapat menyebabkan maju tidaknya sebuah bisnis, suatu perusahaan untuk meningkatkan penjualan harus memberikan harga yang terjangkau kepada

<sup>6</sup> Mosleh dan Ifa, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 20 Agustus 2022

konsumen, dan harga yang diberikan sesuai dengan pasaran yang ditawarkan oleh para pesaing.<sup>7</sup>

Perilaku masyarakat Probolinggo yang menjadikan emas sebagai objek tabungan di masa depan merupakan suatu tindakan yang baik, karena emas sifatnya bisa diperjualbelikan kapan pun, jadi dikemudian hari ketika konsumen membutuhkan uang maka bisa dengan mudah dijual. Namun kenyataannya masyarakat Probolinggo membeli emas sebagai investasi jangka pendek sehingga bukan keuntungan yang didapatkan melainkan kerugian, karena setiap pembelian emas yang dilakukan oleh konsumen, akan ada pemotongan ketika konsumen menjual kembali perhiasannya kepada toko perhiasan. Kebanyakan konsumen membeli perhiasan pada hari-hari besar Islam seperti hari raya Idulfitri, hari raya Iduladha dan waktu tertentu yang perlu adanya gaya mewah dan elegan contohnya waktu kondangan sehingga memberikan kesan mewah dan mempercantik diri, tanpa berfikir panjang dengan adanya potongan harga saat perhiasan dijual kembali oleh konsumen. Ketetapan potongan kerugian yang diberikan oleh Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron berbeda-beda menyesuaikan harga *London* dan laba perusahaan. Selain itu yang perlu menjadi perhatian konsumen emas yaitu ketika ingin menjual kembali perhiasannya konsumen harus membawa bukti surat pembelian dari toko yang bersangkutan, kondisi perhiasan harus sama seperti saat konsumen membeli, jika ada kerusakan atau ada bagian-bagian yang hilang maka konsumen akan dikenakan biaya potongan kerugian tambahan dari pemilik

---

<sup>7</sup> Aspizain Chaniago, *Teknik Pengambilan Keputusan* (Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2017), 2.



toko. Harga dan potongan kerugian tersebut sudah disampaikan oleh penjual kepada konsumen saat transaksi jual beli berlangsung, jadi ketika konsumen membeli perhiasan emas berarti konsumen menyetujui dengan adanya potongan kerugian saat menjual kembali perhiasan. Seperti pada Tabel 1.2 potongan kerugian yang diberikan oleh Toko Pusaka Emas Semampir berbeda dengan potongan kerugian yang diberikan oleh Toko Borobudur Emas Maron.

**Tabel 1.2**  
**Pemotongan Kerugian Harga Emas di Toko Pusaka Emas dan**  
**Toko Borobudur Emas**

Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Borobudur Emas Maron	Potongan Harga Per Gram	
	Toko Pusaka Emas Semampir	Toko Borobudur Emas Maron
30% ≈ 8K	Rp 10.000	Rp 15.000
37,5 % ≈ 9K	Rp 10.000	Rp 15.000
42% ≈ 10K	Rp 10.000	Rp 15.000
70% ≈ 16K	Rp 10.000	Rp 30.000
90% ≈ 22K	Rp 10.000	Rp 35.000

Sumber: Wawancara.<sup>8</sup>

Permasalahan yang telah dipaparkan tersebut penulis merasa perlu untuk meneliti bagaimana **“IMPLIKASI PEMBERIAN HARGA DAN PEMOTONGAN KERUGIAN EMAS PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN TOKO PUSAKA EMAS SEMAMPIR DAN TOKO BOROBUDUR EMAS MARON PROBOLINGGO”**.

<sup>8</sup> Mosleh dan Ifa, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 20 Agustus 2022

## B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif untuk dapat memahami secara lebih luas dan mendalam.<sup>9</sup> Fokus penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pemberian harga emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo?
2. Bagaimana pemotongan kerugian emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo?
3. Bagaimana implikasi pemberian harga dan pemotongan kerugian emas pada keputusan pembelian di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Emas Borobudur Emas Maron Probolinggo?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian bertujuan untuk memahami gejala yang kompleks dengan aspek-aspek lain yang berkaitan.<sup>10</sup> Maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pemberian harga emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Emas Borobudur Maron Probolinggo.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pemotongan kerugian emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Emas Borobudur Maron Probolinggo.

---

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research & Development*. (Bandung: Alfabeta, 2013), 207.

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research & Development*. (Bandung: Alfabeta, 2013), 210.

3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan implikasi pemberian harga dan pemotongan kerugian emas pada keputusan pembelian di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Emas Borobudur Emas Maron Probolinggo.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian mencakup keuntungan yang akan diperoleh setelah melakukan penelitian, manfaat penelitian tersebut berupa manfaat teoretis maupun praktis yang diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:<sup>11</sup>

1. Manfaat teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam teori yang diteliti dan untuk memberikan sumbangan ilmu ekonomi, mengenai keputusan pembelian konsumen terhadap perbedaan pemotongan harga jual emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam penulisan karya ilmiah baik secara teori maupun praktik bagi penulis.

Selain itu, sebagai bagian untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1).

---

<sup>11</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2019), 90.

b. Bagi kampus UIN KH ACHMAD SIDDIQ Jember

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa terutama mahasiswa UIN KH ACHMAD SIDDIQ Jember.

c. Bagi pembaca atau konsumen emas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk lebih memahami lebih dalam lagi mengenai kadar emas sehingga tidak mengalami kekeliruan dalam melakukan transaksi jual beli perhiasan emas.

### E. Definisi Istilah

Penulisan definisi istilah bertujuan agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap arti istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti. Adapun istilah-istilah yang digunakan oleh peneliti yaitu:

1. Pemberian Harga

Harga adalah hasil dari produksi barang suatu perusahaan yang menghasilkan keuntungan (*income*) bagi pemilik usaha atau seseorang yang melakukan transaksi niaga. Harga juga merupakan perpindahan hak kepemilikan pedagang kepada konsumen. Jadi pemberian harga adalah harga yang disesuaikan oleh pasar untuk melakukan transaksi jual beli perhiasan emas, namun penentuannya berbeda-beda setiap toko sesuai

kadar emas dan kualitas sampai kuantitas produknya yang berbeda sehingga menimbulkan perbedaan harga jual dan harga beli perhiasan emas.<sup>12</sup>

## 2. Potongan Kerugian

Potongan kerugian merupakan hal umum yang sudah diketahui oleh konsumen emas. Saat konsumen menjual kembali perhiasannya itu disebut (*buyback*) system atau pembelian kembali emas oleh pemilik toko emas.<sup>13</sup> Penetapan potongan kerugian itu sesuai dengan kebijakan masing-masing toko, dan biasanya setiap toko akan menetapkan potongan kerugian yang berbeda-beda, hal tersebut sudah diberitahukan oleh toko kepada konsumennya saat terjadi transaksi.

## 3. Keputusan Pembelian

Suatu keputusan melibatkan sebuah pilihan, di antara dua atau lebih kategori. Suatu keputusan selalu mensyaratkan banyak pilihan yang memiliki perbedaan.<sup>14</sup>

Keputusan adalah pemilihan diantara dua atau lebih alternatif. Bagi seseorang yang ingin melakukan pembelian, beberapa alternatif pilihan harus tersedia.<sup>15</sup>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

<sup>12</sup> Nuryadin, dan Muhammad Birusman. "Harga Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Mazahib* 4, no. 1 (Juni, 2007): 90.

<sup>13</sup> Ryan Filber dan Fachmi Jaidi, *Gold Trading Revolution: Menjadikan Emas Sebagai Sumber Income tanpa Batas* (Indonesia: Elex Media Komputindo, 2015), 152.

<sup>14</sup> J. Paul Peter, dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 162.

<sup>15</sup> Tengku Enzi Balqiah, Hapsari Setyowardhani, *Perilaku Konsumen* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 8.4.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Secara keseluruhan sistematika pembahasan terdiri dari deskripsi alur pembahasan yang dimulai dari bab pendahuluan sampai dengan bab penutup.

### **Bab I: Pendahuluan**

Bab satu berisi latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan definisi istilah yang penting dalam pembahasan penelitian tersebut.

### **Bab II: Kajian Kepustakaan**

Temuan studi sebelumnya dirinci dalam bab kedua ini. Selain itu, landasan teoretis didasarkan pada studi teoretis yang berkaitan dengan keputusan konsumen.

### **Bab III: Metode Penelitian**

Tahapan penelitian dari awal sampai akhir proses penelitian dibahas dalam bab tiga yang berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, dan keabsahan data.

### **Bab IV: Penyajian Data dan Analisis**

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis, serta temuan penelitian dibahas dalam bab ini. Bab ini membantu meringkas data yang dikumpulkan di lapangan dan menarik kesimpulan untuk memberikan solusi atas kesulitan yang ada.

**Bab V: Penutup**

Kesimpulan dan saran dibahas pada bab lima ini, di mana kesimpulan akan berisi hasil analisis atau jawaban dari fokus penelitian secara ringkas. Sedangkan saran diberikan untuk mendorong kemajuan perusahaan.



## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, penulis melakukan pengkajian ulang terhadap penelitian terdahulu guna terhindar dari plagiarisme. Penelitian ini berkaitan dengan Implikasi Pemberian Harga dan Pemotongan Kerugian Emas Pada Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Toko Pusaka Emas Semampir dengan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo bukanlah yang pertama penelitian ini dilakukan, sebab penelitian sebelumnya ada yang memiliki fokus serupa dengan yang dilakukan oleh peneliti. Adapun penelitian terdahulu diantaranya:

1. Riza Afrilia. 2020. "Tinjauan Hukum Islam Tentang Perbedaan Pemotongan Harga Jual Emas Studi di Toko Emas Garuda dan Toko Emas Cantik Manis Pasar Tengah Tanjung Karang Bandar Lampung" Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.<sup>16</sup>

Pendekatan yang dipakai pada penelitian tersebut ialah metode analisis kualitatif dengan menggunakan pola pikir induktif. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktek penjualan emas secara curang di Toko Emas Garuda dan Cantik Manis Pasar Tengah Tanjung Karang Bandar Lampung pada awalnya tidak sesuai dengan potongan jual emas. Penerapan pemotongan harga yang mereka lakukan juga tergantung

---

<sup>16</sup> Riza Afrilia, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Perbedaan Pemotongan Harga Jual Emas Studi di Toko Emas Garuda dan Toko Emas Cantik Manis Pasar Tengah Tanjung Karang Bandar Lampung (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020), 10.



dari harga emas itu sendiri, sehingga harga emas juga mengalami kenaikan dan pihak toko menerapkan potongan harga yang berbeda juga. Dalam hukum Islam, istilah mubah mengacu pada keadaan di mana rukun pembeli telah berkurang karena adanya pembeli, penjual, barang yang dibeli, dan ijab kabul.

Perbedaan dari penelitian ini terletak pada tinjauan hukum Islam, sedangkan fokus penelitian dari peneliti yaitu implikasi pemberian harga dan pemotongan kerugian emas pada keputusan pembelian oleh konsumen Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.

Sama-sama meneliti tentang perbedaan pemotongan harga jual emas, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Untuk pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

2. Rahmawati, Husni Syams, Nafirah Anwar. 2020. "Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Jual Beli Emas Studi Kasus Toko Emas di Pasar Los Kota Lhokseumawe)" IAIN Lhokseumawe Aceh.<sup>17</sup>

Pendekatan pada penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif. Data yang diberikan berupa gambar dan kata-kata bukan angka.

Hasil dari penelitian ini yaitu terletak pada perilaku konsumen yang membeli emas dikarenakan ingin menabung dalam bentuk emas yang sewaktu-waktu dapat dijual kembali jika dibutuhkan, juga untuk digunakan pada waktu acara-acara penting seperti pernikahan atau lebaran. Sehingga

---

<sup>17</sup> Rahmawati, Husni Syams, Nafirah Anwar "Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Jual Beli Emas," *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* 4, no. 1 (September, 2020): 23.

perilaku konsumen yang sering jual beli perhiasan emas tanpa melihat akan kerugian ataupun keuntungan yang dilakukan konsumen sampai berlebihan. Tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumen dalam jual beli emas bersifat berlebihan dan memamerkan tidak memberikan manfaat kepada siapapun, dan hanya akan menimbulkan kecemburuan sosial sehingga orang lain yang melihatnya akan timbul rasa iri sehingga mengundang hal-hal yang tidak diinginkan.

Perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada tinjauan ekonomi Islam terkait ketidaksesuaian dengan ekonomi Islam yang melarang sifat berlebihan dan pamer, sedangkan fokus penelitian dari peneliti yaitu pada keputusan pembelian dalam menanggapi perbedaan pemotongan harga jual emas.

Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas jual beli emas, selain itu penelitian yang digunakan juga menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

3. Nurul Latifah. 2019. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Emas Dengan Sistem Tukar Tambah di Toko Emas Nur Bobotsari Purbalingga" IAIN Purwokerto.<sup>18</sup>

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu jenis penelitian lapangan (*field research*), sehingga dilakukan pada lingkungan masyarakat. Sumber datanya menggunakan data primer yang diperoleh

---

<sup>18</sup> Nurul Latifah, "Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Emas Dengan Sistem Tukar Tambah di Toko Emas Nur Bobotsari Purbalingga" (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2019), 46.

secara langsung oleh distributor yakni pemilik toko, karyawan serta pembeli di Toko Emas Nur Bobotsari Purbalingga.

Hasil kajian penelitian ini terfokus pada fakta bahwa harga dan syarat penjualan telah sesuai dengan hukum Islam dan tidak bertentangan. Praktik jual beli emas dengan sistem tukar tambah ini tidak diperbolehkan karena bertentangan dengan syariat Islam. Objek transaksi jual beli dengan sistem tukar tambah emas merupakan barang ribawi. Transaksi tersebut tidak didukung dalam ketentuan Islam dikarenakan terjadi penukaran antara satu barang dengan barang yang sejenis dengan jumlah yang berbeda. Hal ini termasuk riba yang diharamkan.

Perbedaan penelitian ini terletak pada tinjauan hukum Islam yang memfokuskan pada sistem tukar tambah emas, sedangkan peneliti lebih memfokuskan kepada praktik jual beli emas tentang pemberian harga emas dan perbedaan pemotongan kerugian saat dijual kembali.

Kemiripan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama fokus pada produk jual beli emas. Pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini sama dengan pendekatan yang digunakan oleh peneliti yaitu pendekatan kualitatif.

4. Luki Kartikasari. 2021. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Emas Mini Gold Dengan Sistem Kredit Pada Faeyza Online Shop Kota Surabaya” IAIN Ponorogo.<sup>19</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan menggunakan metode kualitatif, dan teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis analisis yang digunakan adalah analisis induktif yaitu menelaah fakta-fakta spesifik dan menentukan temuan yang paling penting.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembayaran jual beli emas mini *gold* dilaksanakan dengan cara memesan barang. Pembeli dapat mencicil tanpa mengkhawatirkan uang dan batas waktu pembayaran. Lamanya waktu yang dibutuhkan untuk membayar emas mini sebanding dengan lamanya waktu yang dibutuhkan untuk membayar suatu produk atau jasa. Emas mini *gold* tersebut diserahkan pada saat akhir transaksi dalam jual beli salam. Artinya yaitu jenis jual beli dengan melakukan pembayaran di awal namun penyerahan barang ditangguhkan oleh penjual.

Perbedaan penelitian ini terletak pada tinjauan hukum Islam dengan sistem kredit emas mini *gold*, sedangkan peneliti memfokuskan penelitiannya terhadap keputusan pembelian oleh konsumen emas.

---

<sup>19</sup> Luki Kartikasari, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Emas Mini Gold Dengan Sistem Kredit Pada Faeyza Online Shop Kota Surabaya” (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2021), 17.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang jual beli emas. Adapun metode yang digunakan oleh peneliti juga sama dengan metode yang digunakan oleh penelitian ini.

5. Nining Mutiara. 2020. “Penetapan Harga Jual Emas Tanpa Surat Dalam Tinjauan Hukum Islam” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.<sup>20</sup>

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif atau penelitian lapangan dengan memperoleh data secara langsung di Pasar Kota Agung. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan pengamatan. Data primer didapatkan dari responden secara langsung terkait transaksi jual beli dengan potongan harga jual emas tanpa surat. Selain itu, untuk data sekunder didapatkan dari teori, norma hukum, dan data pendukung lain yang bersumber dari studi pustaka serta dokumentasi.

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa dalam praktiknya, transaksi jual beli untung potongan harga jual yang dilakukan tanpa adanya surat maka hal tersebut tidak sesuai dengan hukum Islam karena terdapat banyak pihak yang dirugikan. Sedangkan menurut teori dijelaskan bahwa tidak diperbolehkan adanya unsur keterpaksaan dalam jual beli, unsur keraguan dan unsur suka rela. Hal tersebut termasuk riba karena pihak toko memperoleh keuntungan yang banyak dari harga jual emas pada umumnya di mana hal ini akan menyebabkan kerugian pada pihak penjual emas tanpa

---

<sup>20</sup> Nining Mutiara, “Penetapan Harga Jual Emas Tanpa Surat Dalam Tinjauan Hukum Islam” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2020), 9.

surat. Terdapat juga unsur ketidakjelasan antara penjual dan pembeli di awal pembelian. Pihak toko tidak menjelaskan tentang pentingnya surat dan dampak jika surat tersebut hilang. Sehingga hal tersebut menimbulkan keraguan dari toko kepada penjual emas terkait emas yang hendak dijual. Adapun pertanyaan yang timbul yaitu apakah emas ini benar miliknya ataukah hasil curian, karena pada umumnya setiap penjual emas akan berpikir bahwa emas yang dijual adalah miliknya. Berdasarkan pandangan para ulama, emas dan perak disebut sebagai barang ribawi. Oleh karena itu, transaksi jual beli emas diwajibkan untuk menerapkan sifat kehati-hatian karena emas merupakan salah satu barang ribawi.

Perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada fokus penelitian di mana dalam penelitian tersebut lebih fokus pada penetapan harga jual kembali emas tanpa surat, sedangkan fokus penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu pada harga jual beli emas secara lengkap dengan suratnya.

Persamaannya yaitu terdapat kesamaan dalam meneliti harga jual beli emas beserta metode yang digunakan yaitu kualitatif.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

6. Widi Antie Anzani, 2022. “Pengaruh *Religiosity*, *Product Prices And Place* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Empiris Pada Customer Toko Emas Jamal Tanjung *Gold And Jewellery*” UIN Raden Intan Lampung.<sup>21</sup>

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian berupa data yang merupakan kumpulan dari narasi atau deskripsi. Teknik yang dilakukan dalam mengambil sampel yakni *purposive sampling*. Sedangkan untuk pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi yang nantinya data tersebut akan diolah melalui program SPSS.

Hasil penelitian yaitu *religiosity* tidak menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Emas Jamal Tanjung Mal Kartini Bandar Lampung. Variabel *product price* tidak menunjukkan pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel *place* menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Pengujian secara simultan pada penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa ketiga variabel berupa *religiosity*, *product price*, dan *place* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Jamal Tanjung Gold and Jewelry Mal Kartini Bandar Lampung.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu penelitian ini lebih memfokuskan *religiosity*, *product prices*

---

<sup>21</sup> Widi Antie Anzani, “Pengaruh *Religiosity*, *Product Prices And Place* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Empiris Pada Customer Toko Emas Jamal Tanjung *Gold And Jewellery*” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2022), 27.

and *place* sedangkan peneliti lebih memfokuskan pada keputusan pembelian terhadap pemberian harga dan perbedaan pemotongan harga emas. Dan penelitian ini menggunakan pendekatan atau metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas keputusan pembelian dalam membeli perhiasan emas.

7. Istiqiyah Febriani Salim, 2021. “Analisis Pengaruh Faktor Situasional Dan Nonsituasional Pada Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Emas Hidup Banjaran Pada Masa Pandemi” Politeknik Harapan Bersama Tegal.<sup>22</sup>

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Data pada penelitian tersebut dikumpulkan dengan menggunakan Teknik observasi, wawancara, kuisisioner, dokumentasi, dan studi pustaka. Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan menggunakan sampel berjumlah 60 responden. Selanjutnya pada penelitian ini dilakukan analisis data dengan menggunakan beberapa teknik kuantitatif deskriptif berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis, serta uji koefisien determinasi.

Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa indikator yang diuji bersifat valid dan reliabel. Selain itu, data berdistribusi normal di mana tidak

---

<sup>22</sup> Istiqiyah Febriani Salim, “Analisis Pengaruh Faktor Situasional dan Nonsituasional Pada Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Emas Hidup Banjaran Pada Masa Pandemi” (Skripsi, Politeknik Harapan Bersama Tegal, 2021), 12.



terjadi heteroskedastisitas maupun multikolinieritas. Hal ini berarti faktor situasional dan nonsituasional memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian yang terjadi di Toko Emas Hidup Banjaran terutama pada masa pandemi.

Perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada pengaruh faktor situasional dan nonsituasional pada keputusan pembelian konsumen sedangkan fokus penelitian dari peneliti yaitu pemberian harga dan perbedaan pemotongan emas pada keputusan pembelian konsumen. Pendekatan yang digunakan dari penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dan kualitatif sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang keputusan pembelian konsumen.

8. Nabila Afiah Rahmania. 2021. "Hubungan Gaya Hidup Konsumtif Dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pelanggan Wanita Di Toko Emas Sumenep, Madura."<sup>23</sup>

Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu mayoritas konsumen wanita di Desa Banselok Kota Sumenep mempunyai gaya hidup yang rata-rata dipengaruhi oleh faktor pendapatan baik dari taraf rendah sampai tinggi.

---

<sup>23</sup> Nabila Afiah Rahmania. "Hubungan Gaya Hidup Konsumtif dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada Pelanggan Wanita di Toko Emas Sumenep, Madura," *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan* 1, no. 6 (2021), 651.

Rata-rata mereka cenderung membeli emas dikarenakan oleh keinginan dalam berpenampilan. Hal ini menyebabkan terciptanya masyarakat Madura yang gemar akan perhiasan emas. Walaupun peristiwa tersebut terlihat berlebihan, namun pemakaian perhiasan dapat membuat kepercayaan diri meningkat.

Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada fokus hubungan gaya hidup yang konsumtif dengan keputusan pembelian, sedangkan peneliti lebih memfokuskan pada pemberian harga dan perbedaan pemotongan harga jual emas.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu meneliti tentang perhiasan emas. Adapun pendekatan kedua penelitian sama yaitu menggunakan pendekatan kualitatif.

9. Farida Veronika. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Keunikan Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Emas H. Arsyad Puruk Cahu".<sup>24</sup>

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan metode kuantitatif. Perhitungan sampel menggunakan rumus Lameshow yang menunjukkan hasil yaitu sampel berjumlah 100 orang. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian yaitu menunjukkan bahwa dari ketiga variabel independen, variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan

---

<sup>24</sup> Farida Veronika, "Pengaruh Kualitas Produk, Keunikan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Emas H. Arsyad Puruk Cahu" (Skripsi, UIN Antasari, 2022), 33.

pembelian yaitu keunikan produk. Alasan dari hasil tersebut ialah karena perhiasan emas tidak senantiasa digunakan untuk keseharian masyarakat, namun juga sebagai barang investasi berupa tabungan. Selain itu, adanya waktu yang digunakan pembeli perhiasan emas cukup sebentar, maka pembeli tersebut tidak terlalu memperhatikan kualitas pelayanan toko seperti keramahan karyawan terhadap pembeli.

Perbedaan dari penelitian ini yaitu terkait fokus penelitian di mana membahas tentang hubungan antara pengaruh kualitas produk, keunikan produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas. Sedangkan peneliti memfokuskan pada perbedaan pemberian harga dan pemotongan kerugian emas pada Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron pada keputusan pembelian konsumen. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif, sedangkan pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif.

Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu meneliti tentang keputusan pembelian konsumen di toko perhiasan emas.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

10. Sunarmi dan Puspitasari. 2022. "Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Perhiasan Emas di Kota Metro" Universitas Brawijaya Malang.<sup>25</sup>

Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data berupa data primer yang berasal dari jawaban responden secara langsung, sedangkan data sekunder didapatkan dari buku teks, skripsi, dan jurnal. Pengumpulan data dengan menggunakan kuisioer dengan 20 variabel, maka diperoleh jumlah sampel adalah 100 orang. Pada penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling* dalam penentuan sampel.

Hasil yang didapatkan yaitu bahwa faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian perhiasan di Kota Metro ialah faktor promosi. Faktor ini terdiri atas variabel harga, penghasilan, teman, status sosial, gaya hidup, serta jenis pekerjaan yang lain dengan total persentase sebesar 29,665%. Selanjutnya, faktor produk terdiri atas variabel keyakinan, motivasi, pengalaman, pola pikir dan budaya dengan total varian sebesar 18,646%. Untuk faktor koleksi terdiri dari persepsi dan usia di mana total persentase yaitu sebesar 12,591%. Faktor yang terakhir yaitu faktor pergaulan sosial yang terdiri atas sub-budaya dan tetangga dengan total varian sebesar 8,365%.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dikarenakan fokus penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi

---

<sup>25</sup> Sunarmi dan Puspitasari. "Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Perhiasan Emas di Kota Metro," *FAIR: FINANCIAL & ACCOUNTING INDONESIAN RESEARCH* 2, no. 1 (2022): 2.

konsumen. Sedangkan peneliti lebih memfokuskan pada pemberian harga dan perbedaan pemotongan harga emas pada keputusan pembelian konsumen. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu meneliti terkait pembelian perhiasan emas. Berikut Tabel 2.1 yang dapat menjelaskan adanya persamaan dan perbedaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti:

**Tabel 2.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

NO.	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Riza Afrilia 2020	<i>Tinjauan Hukum Islam Tentang Perbedaan Pemotongan Harga Jual Emas ( Studi di Toko Emas Garuda dan Toko Emas Cantik Manis Pasar Tengah Tanjung Karang Bandar Lampung)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teknik pengumpulan data menggunakan metode kualitatif yang terdiri atas observasi, wawancara, dan dokumentasi.</li> <li>▪ penelitian ini sama-sama meneliti tentang perbedaan pemotongan harga jual emas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penelitian terdahulu lebih fokus pada tinjauan hukum Islam dalam perbedaan pemotongan harga jual emas</li> <li>▪ Sedangkan peneliti memfokuskan pada pemberian harga dan pemotongan kerugian pada keputusan pembelian oleh konsumen.</li> </ul>
2.	Rahmawati, Husni Syams, Nafirah Anwar	<i>Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumen</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teknik pengumpulan data sama yaitu dengan metode kualitatif.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penelitian terdahulu lebih fokus pada tinjauan ekonomi Islam terkait ketidaksesuaian</li> </ul>

	2020	<i>Dalam Jual Beli Emas (Studi Kasus Toko Emas Di Pasar Los Kota Lhokseumawe)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penelitian ini memiliki persamaan yaitu meneliti jual beli emas.</li> </ul>	<p>dengan ekonomi Islam yang melarang sifat berlebihan dan (pamer).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sedangkan fokus penelitian dari peneliti yaitu pada pemberian harga dan pemotongan kerugian pada keputusan pembelian oleh konsumen.</li> </ul>
3.	Nurul Latifah 2019	<i>Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Emas Dengan Sistem Tukar Tambah Di Toko Emas Nur Bobotsari Purbalingga</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teknik pengumpulan data antar kedua penelitian sama yakni menggunakan metode kualitatif.</li> <li>▪ Sama-sama meneliti tentang produk jual beli emas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penelitian terdahulu lebih fokus pada tinjauan hukum Islam yang memfokuskan pada sistem tukar tambah emas.</li> <li>▪ Sedangkan peneliti lebih memfokuskan pada pemberian harga dan pemotongan kerugian pada keputusan pembelian oleh konsumen.</li> </ul>
4.	Luki Kartikasari 2021	<i>Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Emas Mini Gold Dengan Sistem Kredit Pada Faeyza Online Shop Kota Surabaya</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teknik pengumpulan data sama yaitu dengan metode kualitatif.</li> <li>▪ Penelitian ini sama-sama meneliti tentang jual beli emas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penelitian terdahulu lebih fokus pada tinjauan hukum Islam dengan sistem kredit emas mini gold.</li> <li>▪ Sedangkan peneliti memfokuskan pada pemberian harga dan pemotongan kerugian pada keputusan</li> </ul>

				pembelian oleh konsumen.
5.	Nining Mutiara 2020	<i>Penetapan Harga Jual Emas Tanpa Surat Dalam Tinjauan Hukum Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teknik pengumpulan data sama yaitu dengan metode kualitatif.</li> <li>▪ Kedua penelitian meneliti tentang transaksi jual beli emas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penelitian terdahulu lebih fokus pada penetapan harga jual kembali emas tanpa surat.</li> <li>▪ Sedangkan fokus penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu pada harga jual beli emas secara lengkap dengan suratnya.</li> </ul>
6.	Widi Antie Anzani 2022	<i>Pengaruh Religiosity, Product Prices and Place Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Empiris Pada Customer Toko Emas Jamal Tanjung Gold And Jewellery UIN Raden Intan Lampung</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penelitian ini sama-sama meneliti tentang keputusan pembelian perhiasan emas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penelitian terdahulu lebih fokus pada Pengaruh Religiosity, Product Prices and Place.</li> <li>▪ Sedangkan peneliti lebih memfokuskan pada keputusan pembelian konsumen pada perbedaan pemotongan kerugian emas.</li> <li>▪ Dan penelitian ini menggunakan pendekatan atau metode kuantitatif deskriptif.</li> <li>▪ Sedangkan peneliti menggunakan</li> </ul>

				pendekatan kualitatif.
7.	Istiqiyah Febriani Salim 2021	<i>Analisis Pengaruh Faktor Situasional dan Nonsituasional Pada Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Emas Hidup Banjaran Pada Masa Pandemi Politeknik Harapan Bersama Tegal</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penelitian ini sama-sama meneliti tentang Keputusan Pembelian Konsumen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penelitian terdahulu lebih fokus pada pengaruh faktor situasional dan nonsituasional.</li> <li>▪ Sedangkan fokus penelitian ini yaitu pada perbedaan pemotongan harga emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.</li> <li>▪ Pendekatan yang digunakan dari penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dan kualitatif.</li> <li>▪ Sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif.</li> </ul>
8.	Nabila Afyah Rahmania 2021	<i>Hubungan Gaya Hidup Konsumtif Dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pelanggan Wanita Di Toko Emas Sumenep, Madura</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penelitian ini sama-sama meneliti tentang perhiasan emas.</li> <li>▪ Pendekatan yang digunakan oleh kedua penelitian yaitu pendekatan kualitatif.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penelitian terdahulu lebih fokus pada hubungan gaya hidup konsumtif dengan keputusan pembelian perhiasan emas.</li> <li>▪ Sedangkan peneliti lebih memfokuskan pada perbedaan</li> </ul>



				pemotongan harga jual emas.
9.	Farida Veronika 2021	<i>Pengaruh Kualitas Produk, Keunikan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Emas H. Arsyad Puruk Cahu UIN Antasari</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Persamaan dari penelitian ini yaitu meneliti tentang keputusan pembelian perhiasan emas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penelitian terdahulu lebih fokus pada Pengaruh Kualitas Produk, Keunikan Produk dan Kualitas Pelayanan.</li> <li>▪ Sedangkan peneliti memfokuskan pada pemberian harga dan pemotongan kerugian pada keputusan pembelian oleh konsumen.</li> <li>▪ Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif</li> <li>▪ Sedangkan pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif.</li> </ul>
10.	Sunarmi, Puspitasari 2022	<i>Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Perhiasan Emas di Kota Metro Universitas Brawijaya Malang</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Persamaan yang ditunjukkan dari penelitian ini adalah sama dalam meneliti tentang perhiasan emas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penelitian terdahulu lebih fokus pada Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Perhiasan.</li> <li>▪ Sedangkan peneliti lebih memfokuskan pada keputusan</li> </ul>

			<p>pembelian perhiasan emas pada perbedaan pemotongan harga jual emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.</li> <li>▪ Sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif.</li> </ul>
--	--	--	---

## B. Kajian Teori

### 1. Harga

#### a. Pengertian Harga

Harga adalah titik keseimbangan, antara penjual dan pembeli dalam mencapai keridhaan kedua belah pihak. Jadi pihak penjual dan pembeli sama-sama meridhoi transaksi tersebut.<sup>26</sup>

Setiap proses transaksi yang mempertemukan penjual dan pembeli, maka akan membentuk harga yang disepakati oleh kedua

<sup>26</sup> Riza Afrilia, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Perbedaan Pemotongan Harga Jual Emas Studi Di Toko Emas Garuda dan Toko Emas Cantik Manis Pasar Tengah Tanjung Karang Bandar Lampung" (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2020), 44.

belah pihak.<sup>27</sup> Untuk menentukan harga suatu produk perlu beberapa yang menjadi pertimbangan seperti: menentukan harga yang dapat diterima masyarakat, penentuan sisi *market share*, dan penentuan harga asal dan keuntungan yang diinginkan.<sup>28</sup>

Harga merupakan kesepakatan antara penjual dan pembeli dalam bertransaksi, sehingga harga yang telah ditentukan tersebut sama-sama rida oleh kedua belah pihak. Menurut ketentuan dalam Islam, akad jual beli haruslah disepakati oleh pihak penjual dan pembeli baik itu lebih sedikit, lebih banya maupun sama dengan nilai barang yang akan ditawarkan kepada konsumen.

#### b. Pembentukan Harga

Penentuan harga dilakukan dengan mempertimbangkan adanya faktor permintaan dan penawaran terhadap kuantitas barang oleh konsumen. Permintaan dan penawaran tersebut juga dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain:

##### 1) Permintaan

Permintaan merupakan sejumlah barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen pada tingkat harga yang berlaku serta pada waktu tertentu. Permintaan suatu individu terhadap barang dan jasa terpaku pada tingkat harga, semakin tinggi harga suatu barang dan jasa maka permintaan akan barang dan jasa akan

<sup>27</sup> Zainur, "Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal An-Nahl* 7, no. 1 (2020): 34.

<sup>28</sup> Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran* (Denpasar, Universitas Udayana, 2017), 58.

rendah, namun sebaliknya jika harga suatu barang dan jasa rendah maka permintaan terhadap barang dan jasa akan tinggi.<sup>29</sup>

Permintaan dibagi menjadi 2 macam, yaitu:

a) Permintaan Potensial (*potencial demand*)

Permintaan potensial adalah keseluruhan permintaan terhadap barang dan jasa baik yang mempunyai keinginan membeli, namun belum disertai dengan kemampuan membayar.

b) Permintaan Efektif (*effective demand*)

Permintaan efektif adalah keinginan terhadap barang dan jasa yang diikuti kemampuan membayar.<sup>30</sup>

Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan , yaitu:

- a) Harga barang
- b) Jumlah pendapatan
- c) Tingkat kekayaan individu secara keseluruhan
- d) Harga barang lain yang sejenis
- e) Cita rasa terhadap barang tersebut
- f) Harapan individu terhadap pendapatan, harga dan keuntungan di masa depan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

<sup>29</sup> Wawan Hermawan, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 2.3.

<sup>30</sup> Wawan Hermawan, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 2.3.

## 2) Pergeseran Kurva permintaan

Bergesernya kurva permintaan disebabkan oleh faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan, yaitu:

### a) Perubahan selera

1. Jika selera naik maka permintaan bertambah. Kurva akan bergeser ke kanan.
2. Jika selera turun maka permintaan berkurang. Kurva akan bergeser ke kiri.

### b) Perubahan pendapatan masyarakat

Pendapatan masyarakat akan menyebabkan perubahan permintaan, yaitu:

1. Apabila pendapatan masyarakat naik, maka permintaan akan bertambah mengakibatkan kurva permintaan bergeser ke kanan;
2. Apabila pendapatan masyarakat turun, maka permintaan akan berkurang sehingga kurva permintaan akan bergeser ke kiri.<sup>31</sup>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

### 3) Penawaran

Penawaran merupakan kuantitas suatu barang yang tersedia dan dapat ditawarkan oleh produsen atau perusahaan kepada konsumen di setiap tingkatan harga selama periode waktu tertentu.

---

<sup>31</sup> Wawan Hermawan, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 2.11.

Perusahaan dan produsen dalam menentukan jumlah penawaran terhadap barang dan jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Teknologi
- c. Biaya produksi
- d. Harga barang lain yang sejenis

Penawaran barang dan jasa pengaruh utamanya adalah harga dari barang yang ditawarkan. Faktor harga menjadi salah satu faktor agar dapat mengukur besaran keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Apabila barang mengalami penawaran tinggi maka perusahaan akan berpeluang untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar.<sup>29</sup>

#### 4) Pergeseran kurva penawaran

Bergesernya kurva penawaran disebabkan oleh faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran, yaitu:

##### a) Biaya produksi

Ketika biaya produksi naik, maka kurva penawaran akan bergeser ke kiri, sementara jika biaya produksi turun, kurva penawaran bergeser ke kanan.

##### b) Tingkat teknologi

Jika teknologi yang digunakan sederhana, produksi yang ditawarkan sedikit sehingga kurva penawaran bergeser ke kiri. Namun, jika perusahaan menggunakan teknologi yang maju dan

modern, maka produksi yang dihasilkan akan bertambah, sehingga kurva penawaran akan bergeser ke kanan.<sup>32</sup>

### c. Landasan Hukum Penentuan Harga

Definisi harga yaitu suatu penerapan nilai barang yang nantinya akan dijual dengan seimbang supaya penjual tidak melakukan kezaliman dan tidak mengecoh pembeli. Ketentuan agama harga yang diterapkan di pasar harus harga yang bersifat adil, harga yang memberikan keuntungan kepada penjual dan pembeli dan tidak saling merugikan.<sup>33</sup> Dari hadis di bawah ini para ulama mengambil penetapan hukum Islam (istinbat) terkait hukum haram intervensi penguasa saat penentuan harga di mana hal tersebut karena disebut sebagai suatu yang zalim. Anas bin Malik ra. berkata, “Harga di kota Madinah menjadi mahal di masa Rasulullah SAW, maka orang-orang berkata, “Wahai Rasulullah, harga barang-barang menjadi mahal, maka tetapkanlah harga bagi kami.” Maka Rasulullah SAW bersabda, “sesungguhnya Allah lah yang menetapkan harga, yang memegang, melepaskan harga dan yang memberi rezeki. sesungguhnya aku berharap agar aku dapat bertemu kepada Allah Taala dan berharap tiada seorang pun dari kamu menuntut aku lantaran aku berbuat zalim dalam darah dan harta”.

<sup>32</sup> Wawan Hermawan, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 2.11.

<sup>33</sup> Yusuf Al- Qaradhawi, *7 Kaidah Utama Fikih Muamalat* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2014), 132.

(HR. Imam lima kecuali Nasa“i dan Ibnu Hibban menganggapnya sah).<sup>34</sup>

Dalam hadist tersebut, disebutkan bahwa manusia secara bebas dapat menggunakan harta bendanya. Apabila membatasi manusia, maka hal tersebut berarti dapat mengingkari kebebasannya. Maka dari itu, kedua belah pihak wajib untuk melakukan ijtihad demi kebaikan mereka. Seseorang dalam Islam memiliki hak dalam mendapat perlakuan dalam memperoleh barang dan jasa yang sama dengan manusia lain. Selain itu, mereka tidak diperbolehkan untuk menjual barang yang tidak sesuai. Hal ini misalnya yakni penjual dengan sengaja mengambil keuntungan di atas laba normal. Dari peristiwa tersebut, Islam sangat menjunjung nilai hak penjual dan pembeli dalam penentuan harga serta hak dari kedua belah pihak.

## 2. Potongan Kerugian

### a. Penentuan Harga pembiayaan *MarkUp Pricing*

Penentuan tingkat harga didasari oleh biaya produksi atau biaya pembuatan.<sup>35</sup> Biaya produksi dapat digambarkan di mana kondisi perusahaan mengoptimalkan output guna mendapatkan keuntungan yang maksimal.<sup>36</sup> Maka tahap ini perusahaan atau

<sup>34</sup> Desriani, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Perbedaan Harga Dalam Jual Beli Bahan Pokok Dengan Jumlah Banyak dan Sedikit” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2017), 45.

<sup>35</sup> Ryan Filbert & Fachmi Jaidi, *Gold Trading Revolution Menjadikan Emas Sebagai Sumber Income Tanpa Batas* (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2015), 7.

<sup>36</sup> Wawan Hermawan, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 4.17.



produsen harus menentukan biaya produksi terlebih dahulu. Jadi suatu perusahaan akan menjual barangnya pada tingkat harga biaya produksi ditambah dengan keuntungan yang diinginkan. Dalam sistem produksi Islam, bertambahnya pendapatan yang berasal dari peningkatan produksi barang atau jasa mampu mencapai kesejahteraan ekonomi.<sup>37</sup>

Pada umumnya ketentuan harga yang ada di toko perhiasan emas mengikuti naik turunnya harga yang ditetapkan oleh perusahaan atau produsen emas. Sehingga perhiasan emas yang dijual di toko sesuai dengan harga pasaran, namun tergantung dari pihak toko dalam mengambil keuntungan, hal tersebut yang menyebabkan adanya selisih dengan toko yang lain. Perhiasan emas yang memiliki harga potongan kerugian (*buyback*) sekitar 3%-20% sebagai biaya penyepuhan atau perbaikan, maka uang yang diterima oleh konsumen akan semakin sedikit. Hal ini dikarenakan perhiasan tersebut tetap menjaga esensi konsumen sebagai tabungan atau alat investasi. Namun tentunya juga membutuhkan waktu yang tepat, tahun berapa dan berada dalam posisi berapa harga emas global.<sup>38</sup>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>37</sup> Hamdi Agustin, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah* (Depok: RajaGrafindo Persada, 2017), 71.

<sup>38</sup> Ryan Filbert & Fachmi Jaidi, *Gold Trading Revolution Menjadikan Emas Sebagai Sumber Income Tanpa Batas* (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2015), 11.

### 3. Jual Beli Dalam Islam

#### a. Pengertian Jual Beli Dalam Islam

Jual beli adalah kegiatan pertukaran sesuatu atau tukar-menukar barang dengan barang lain, yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain terutama kepada pemiliknya.<sup>39</sup>

Jalaluddin al-Mahally berpendapat bahwa jual beli secara bahasa yaitu tukar-menukar sesuatu dengan sesuatu dengan adanya ganti atau imbalan.<sup>40</sup> Sedangkan Sayid Sabiq berpendapat bahwa jual beli merupakan kegiatan saling tukar menukar harta dengan jalan yang disukai oleh kedua belah pihak atau memindahkan kepemilikan dengan adanya pergantian prinsip yang tidak melanggar syariat Islam. Sedangkan menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, ba'i merupakan transaksi jual beli antar benda atau disebut sebagai pertukaran antar suatu benda dengan benda yang lain.<sup>41</sup>

#### b. Aturan Jual Beli Dalam Islam

Jual beli merupakan tukar menukar barang dengan barang lain dengan cara tertentu (akad). Sebagaimana yang telah di Firmankan dalam al-qur'an surah QS. Al-Baqarah 2: Ayat 275 dan QS. An-Nisa' 4: Ayat 29

<sup>39</sup> Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam* (Bandung: Sinar Baru Argensindo, 2016), 278.

<sup>40</sup> Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), 63.

<sup>41</sup> Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, (Depok: Rajawali, 2017), 167.

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

"Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya."

(QS. Al-Baqarah 2: Ayat 275)

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu." (QS. An-Nisa' 4: Ayat 29).<sup>42</sup>

c. Rukun Jual Beli Dalam Islam

a) Penjual dan pembeli

- 1) Syarat untuk penjual dan pembeli harus berakal, agar dia tidak tertipu. Jual beli yang dilakukan dengan orang gila tidak sah karena orang gila mengalami gangguan jiwanya.

<sup>42</sup> Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 76.

- 2) Atas keinginan sendiri bukan paksaan dari pihak lain, harus didasari atas suka sama suka.
  - 3) Tidak melakukan pemborosan (mubazir) dengan membeli barang-barang yang tidak bermanfaat.
  - 4) Sudah balig, anak kecil atau yang masih di bawah umur 15 tahun tidak sah melakukan jual beli.
- b) Uang dan benda yang dibeli
- 1) Suci, suci yang dimaksud barang yang dijual tidak najis.
  - 2) Memiliki manfaat.
  - 3) Barang tersebut dapat diserahkan. Tidak sah menjual sesuatu barang yang tidak dapat diberikan, seperti ikan yang ada di laut, sebab semua itu mengandung tipu daya dan tidak jelas.
  - 4) Barang tersebut benar-benar milik penjual, dan punya orang yang diwakilinya atau yang mengusahakannya.
  - 5) Barang tersebut jelas sama-sama diketahui oleh si penjual dan pembeli, baik zat, bentuk, kadar (ukuran atau kandungan) dan sifat-sifatnya jelas sehingga ada kejelasan untuk menghindari tipu daya yang dilarang dalam Islam.
- c) Ijab dan kabul
- Ijab adalah ucapan penjual, contoh: “Saya jual barang ini dengan harga sekian” sedangkan kabul adalah perkataan pembeli, contoh “Saya beli barang ini dengan harga sekian”. Sehingga dalam

ijab dan kabul menunjukkan bahwa penjual dan pembeli sama-sama rida dan sama-sama suka.<sup>43</sup>

#### 4. Emas

##### a. Pengertian Emas

Emas berasal dari proses pengonsentrasian di permukaan bumi atau seringkali disebut sebagai magmatisme. Beberapa endapan terbentuk karena proses metasomatisme kontak dan larutan hidrotermal. Sedangkan secara mekanis, pengonsentrasian dapat menghasilkan endapan letakan. Emas adalah unsur kimia yang ada di dalam Tabel periodik yang memiliki simbol “Au” yang berasal dari bahasa latin “Aurum” yang artinya cahaya fajar. Emas dalam bahasa Inggris disebut “*Gold*” dan ini merupakan kata serapan dari bahasa Jerman kuno yaitu “Ghel” yang berarti bersinar atau kuning. Emas mempunyai nomor atom 79. Kode *International Standardization Organization* (ISO) adalah XAU. Definisi lain dari emas yaitu suatu logam yang padat, lembut, dan mengkilat, serta merupakan jenis logam terlentur di antara logam murni lainnya. Warna dari emas murni yaitu kuning cerah berkilau sehingga hal tersebut membuat tertarik bagi orang yang melihatnya. Sifatnya tidak mudah beraksi jika dihadapkan dengan bahan kimia lainnya.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam* (Bandung: Sinar Baru Argensindo, 2016), 279.

<sup>44</sup> Sholeh Dipraja, *Siapa Bilang Investasi Emas Butuh Modal Gede* (Jakarta Selatan: Tangga Pusaka, 2011), 5.

Emas adalah komoditas yang biasa dijadikan pilihan investasi bagi masyarakat. Emas termasuk logam mulia yang paling berat. Berat satu kubik emas dapat mencapai setengah ton. Emas juga merupakan logam yang sangat lunak, sehingga 1 ons emas dapat dibuat menjadi lembaran 100 kaki persegi atau juga bisa dibuat menjadi kawat dengan panjang 50 mil.<sup>45</sup> Emas memiliki nilai yang tetap dan harga perolehan yang terus mengalami peningkatan, tahan lama dan tidak mudah rusak. Selain memiliki nilai investasi emas juga menjadi bisa menjadi barang yang unik dan cantik seperti perhiasan.<sup>46</sup>

Emas adalah sebuah mata uang global yang diterima di manapun dan likuiditasnya tidak perlu diragukan, karena seluruh dunia menerima emas sebagai alat tukar dengan barang ataupun dengan uang.<sup>47</sup>

#### b. Jenis-jenis bentuk Emas

Sifat emas yang lunak dapat dibentuk menjadi berbagai perhiasan dengan banyak jenis. Adapun jenis-jenis emas yang sudah dikenal di dunia yaitu sebagai berikut:

##### 1) Emas Perhiasan

Emas perhiasan adalah emas yang dapat digunakan oleh kaum wanita guna untuk mempercantik diri dan memberikan

<sup>45</sup> Ryan Filbert & Fachmi Jaidi, *Gold Trading Revolution Menjadikan Emas Sebagai Sumber Income Tanpa Batas* (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2015), 14.

<sup>46</sup> Afred Suci, "Faktor-Faktor Prediktor Perilaku Pembelian Emas di Pekanbaru" (Skripsi Universitas Lancang Kuning Pekanbaru, 2016), 55.

<sup>47</sup> Ryan Filbert dan Fachmi Jaidi, *Gold Trading Revolution Menjadikan Emas Sebagai Sumber Income Tanpa Batas* (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2015), 11.

penampilan yang elegan. Namun emas perhiasan haram digunakan oleh laki-laki Islam. Emas perhiasan ini biasanya dalam bentuk cincin, gelang, anting, kalung, gelang kaki, liontin, bros dan lain sebagainya.<sup>48</sup>

Kadar perhiasan bermacam-macam, seperti yang dipaparkan dalam Tabel 2.2 berikut:

**Tabel 2.2**  
**Kadar dan Persentase Emas**

KARAT (Amerika)	PER RIBUAN (Eropa)	PERSENTASE
24	0,999	99,99%
23	0,958	95,83%
22	0,916	91,66%
21	0,875	87,50%
20	0,833	83,33%
19	0,792	79,16%
18	0,750	75,00%
17	0,708	70,83%
16	0,666	66,66%
15	0,625	62,50%
14	0,583	58,33%
13	0,541	54,16%
12	0,500	50,00%
11	0,458	45,83%
10	0,416	41,60%
9	0,375	37,50%
8	0,333	33,33%
7	0,291	29,16%
6	0,250	25,00%
5	0,208	20,83%
4	0,166	16,66%
3	0,125	12,50%
2	0,083	8,30%
1	0,041	4,16%

<sup>48</sup> Joko Salim, *Jangan Investasi Dinar Sebelum Baca Buku Ini* ( Jakarta: Visimedia, 2011), 53.

*Sumber:* Sholeh Dipraja.<sup>49</sup>

Dari puluhan tahun yang lalu, sebelum mengenal emas sebagai salah satu media investasi terbaik, sering kali mendengar istilah: emas tua, emas muda, emas bagus, emas biasa, atau sebutan-sebutan lainnya. Memang tidak salah dengan penyebutan: emas tua ataupun emas muda hanya yang perlu diluruskan adalah pengertian kita terhadap sebutan emas itu sendiri.

## 2) Emas batangan (*gold bar*)

Emas batangan adalah emas yang bentuknya kotak dan belum tercampur dengan kandungan lainnya yang paling umum dikenal oleh para investor. Bentuk emas batangan ini menyerupai batu bata dengan kadar 22K (95%) atau 24K (99%). Emas batangan ini disebut sebagai jenis emas terbaik di manapun dan kapanpun untuk nantinya dijual. Harga emas ini selalu mengikuti harga internasional yang berlaku. Sifat dari emas batangan tersebut adalah tetap, likuid atau mudah dicairkan dan mudah dijual

kembali saat dalam keadaan terdesak dan membutuhkan uang. Hal ini yang membuat emas batangan menguntungkan dan sebagai alat untuk investasi oleh konsumen sehingga terus menerus ingin membelinya.

---

<sup>49</sup> Sholeh Dipraja, *Siapa Bilang Investasi Emas Butuh Modal Gede* (Jakarta Selatan: Tangga Pusaka, 2011), 8.



Namun, tidak ada istilah emas 24K. Pada awal Islam, kadar emas modern 99,99% belum ditemukan sampai dengan tahun 1874 oleh Emil Wohlwill, yang dikenal dengan proses Wohlwill. Jadi saat berbicara terkait emas murni yang sudah terkenal di kalangan masyarakat pada masa sekarang, maka harus disadari kembali bahwa hal tersebut sangat berbeda dengan pembahasan emas murni yang terjadi pada masa awal munculnya emas. Pada zaman romawi, terdapat proses metalurgi yang bertujuan untuk memurnikan logam mulia. Proses tersebut antara lain mencakup perlakuan biji dalam temperatur yang tinggi dengan selalu mengontrol operasi secara hati-hati. Proses tersebut dilakukan agar emas dan perak dapat terpisah dari logam dasar yang masih terdapat pada biji. Logam mulia sangat sulit untuk teroksidasi seperti yang terjadi pada logam dasar. Namun saat memisahkan emas dari peraknya seringkali mereka menggunakan teknik “*Segmentasi Garam*”. Teknik ini bertujuan untuk memisahkan emas dari perak dengan bermacam tingkat keberhasilan yang tergantung pada biji tersebut. Oleh sebab itu, kualitas koin emas dipengaruhi oleh dua faktor yakni kualitas biji asli dan kemampuan teknis yang digunakan. Jadi emas asli yang ditemukan melalui proses arkeologi antara 20K dan 23K.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Zaim Saidi, *Euforia Emas Mengupas Kekeliruan dan Cara Yang Benar Pengembangan Dinar, Dirham, dan Fulus Agar Sesuai Al- Qur'an dan Sunnah* (Depok: Pustaka Adina, 2011), 91.

## 5. Keputusan Pembelian

### a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan dapat diartikan sebagai menentukan suatu pilihan di antara dua atau lebih suatu opsi tertentu. Berbagai keputusan memberikan syarat dengan banyak pilihan perilaku yang berbeda. Penjual seringkali memberikan penawaran terhadap beberapa objek pilihan berupa produk, merek, dan toko. Sedangkan konsumen sejatinya akan memilih antara berbagai objek pilihan tersebut. Secara khusus, penjual tertarik pada perilaku pembelian konsumen, khususnya pada merek yang dibeli. Namun yang perlu digarisbawahi yakni konsumen juga dapat mengambil keputusan dengan tidak berdasarkan perilaku pembelian. Pengambilan keputusan konsumen merupakan suatu proses integrasi yang dilakukan untuk menggabungkan pengetahuan guna mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan diharuskan untuk memilih satu di antaranya.<sup>51</sup>

### b. Tiga Tingkatan Dari Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen<sup>52</sup>

#### 1. *Extensive Problem Solving*

Tingkatan pertama menunjukkan bahwa saat konsumen tidak mempunyai kriteria khusus dalam mengevaluasi suatu produk secara spesifik, maka peristiwa pengambilan keputusan tersebut

<sup>51</sup> J Paul Peter dan Jerry C Olson, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 162.

<sup>52</sup> Tengku Enzi Balqiah dan Hapsari Setyowardhani, *Perilaku Konsumen* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 8.5.

dapat disebut sebagai tingkatan *extensive problem solving*. Pada tahap ini, konsumen membutuhkan informasi lebih untuk melakukan penilaian dan pertimbangan terhadap produk ataupun merek yang ingin dibeli.

### 2. *Limited Problem Solving*

Konsumen pada tahap ini sudah melakukan penetapan kriteria dasar untuk mengevaluasi produk dan merek dalam kategori barang tersebut. Namun, konsumen masih belum dapat menetapkan suatu preferensi dalam menyeleksi suatu merek tertentu. Konsumen terus menggali berbagai informasi tambahan dengan tujuan agar dapat membedakan antara merek satu dengan yang lainnya.

### 3. *Routinized Response Behavior*

Pada tahap ini, konsumen sudah memiliki berbagai pengalaman dengan banyak kategori produk yang telah dievaluasi sebelumnya. Mereka mempunyai beberapa kriteria yang sudah ditetapkan oleh dirinya sendiri berdasarkan pengalaman untuk mengevaluasi merek baru yang dipertimbangkan. Dalam situasi tertentu, konsumen tersebut tetap akan menggali berbagai informasi tambahan walaupun mereka telah cukup untuk melakukan *review* terhadap barang yang sudah diketahui sebelumnya. Adapun produk yang termasuk dalam kategori ini

yaitu *convenience goods* berupa bahan-bahan pokok dengan keputusan pembelian yang secara rutin dilakukan setiap bulan.

c. Empat Perspektif dalam Pengambilan Keputusan Konsumen<sup>53</sup>

1. Perspektif Ekonomi

Merujuk pada teori persaingan sempurna, konsumen dalam situasi ekonomi akan membuat keputusan secara rasional dalam transaksi pembelian. Teori ini seringkali disebut dengan teori *economic man* yang masih mendapat kritik dari para peneliti konsumen karena beberapa alasan tertentu.

Dengan tujuan agar dapat membuat keputusan secara rasional, maka hal yang dilakukan konsumen yaitu:

- 1) mengetahui semua alternatif produk yang tersedia;
- 2) dapat memberi peringkat terhadap barang alternatif dengan benar yang merujuk pada keuntungan serta kerugiannya; serta
- 3) dapat melakukan identifikasi terhadap alternatif mana yang terbaik.

Di samping itu, konsumen jarang mempunyai segala informasi ataupun mempunyai cukup informasi yang akurat untuk membuat keputusan yang sempurna. Menurut beberapa peneliti ilmu sosial, teori *economic man* ini diklaim sebagai teori yang tidak realistis dikarenakan beberapa alasan berikut ini:

---

<sup>53</sup> Tengku Enzi Balqiah dan Hapsari Setyowardhani, *Perilaku Konsumen* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 8.6.

1. Terbatasnya keterampilan dan kebiasaan yang dimiliki oleh manusia;
2. Manusia memiliki nilai serta tujuan yang terbatas
3. Pengetahuan yang ada pada diri manusia terbatas.<sup>54</sup>

Realitasnya, manusia berada dalam situasi ekonomi yang tidak sempurna karena beberapa dari mereka tidak mampu untuk membuat keputusan secara maksimal. Hal ini juga disebabkan oleh manusia itu sendiri yang masih mempertimbangkan kondisi ekonominya, seperti hubungan antara harga dan kuantitas. Oleh sebab itu, teori ini seringkali ditolak karena terlalu sederhana dan idealis.

## 2. Perspektif Pasif

Berbeda dengan pandangan teori ekonomi secara rasional terkait konsumen, perspektif pasif memberikan gambaran konsumen sebagai seseorang yang tunduk pada kepentingan pribadi (*self service interests*) terhadap usaha promosi pada penjual. Dalam hal ini, konsumen dipersepsikan sebagai pembeli yang cenderung menuruti kata hati dan tidak rasional.

Pada kasus perspektif pasif ini, konsumen diharuskan untuk siap menyerah dengan kekuasaan pemasar. Di sisi lain, pemasar menyasati konsumen dengan cara menyediakan penjual yang

---

<sup>54</sup> Tengku Enzi Balqiah dan Hapsari Setyowardhani, *Perilaku Konsumen* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 8.7.

handal dan terlatih dalam memanfaatkan konsumen sebagai objek manipulasi.

Salah satu kelemahan dari model pasif ialah gagal dalam mengenali konsumen bahwa mereka berperan sama di berbagai situasi pembelian. Peran tersebut misalkan kegiatan konsumen dalam menggali informasi terkait bermacam alternatif produk dan menyeleksiya dimana hal ini tampak menawarkan kepuasan terbesar bagi mereka. Pada waktu tertentu, peristiwa sebaliknya yang dialami konsumen yakni terjadinya pembelian impulsif dengan tujuan untuk memuaskan emosi konsumen yang bersifat sementara. Oleh sebab itu, dengan adanya pandangan yang sederhana dan *single-minded*, maka penolakan terjadi pada model ini dikarenakan tidak realistis.

### 3. Perspektif Kognitif

Dalam model perspektif kognitif, konsumen ditunjuk sebagai pemecah masalah (*a thinking problem solver*). Hal tersebut menggambarkan bahwa konsumen secara aktif mau menerima dan mencari produk untuk memenuhi kebutuhannya. Fokus pada model ini yaitu proses di mana konsumen mencari dan mengevaluasi berbagai informasi terkait merek serta jenis ritel yang terpilih.

Model ini juga memandang konsumen sebagai sistem pengolahan informasi (*information processing system*). Melalui

pengolahan ini, nantinya dapat membentuk preferensi konsumen yang bertujuan untuk dasar dalam keputusan pembelian. Selain itu, untuk membentuk preferensi maka konsumen dapat menggunakan saran yang disampaikan oleh orang lain misalnya teman, ahli, atau salesman yang sudah berpengalaman. Model ini berasumsi bahwasanya konsumen tidak mungkin berusaha untuk mendapatkan semua informasi yang mungkin tersedia pada setiap pilihan. Namun sebaliknya, bahwa konsumen mungkin berhenti mencari informasi di saat mereka merasa telah cukup memperoleh segenap informasi terkait beberapa alternatif guna membuat keputusan pembelian yang memuaskan.

Berdasarkan perspektif konsumen yang berperan sebagai sistem pengolahan informasi, disebutkan bahwa konsumen seringkali mengembangkan aturan keputusan yang singkat (*heuristics*). Hal ini bertujuan agar pengambilan keputusan lebih mudah dilakukan oleh konsumen. Mereka juga memanfaatkan aturan tersebut guna mengatasi aliran informasi yang terlalu banyak.

Menurut penjabaran di atas, dapat juga disebut bahwa keberadaan konsumen memiliki perspektif yang berbeda antara perspektif ekonomi dan pasif ekstrem. Konsumen dipandang sebagai sosok yang tidak mempunyai pengetahuan lengkap terkait alternatif produk yang tersedia. Oleh karena itu, konsumen tidak

dapat melakukan keputusan pembelian secara sempurna namun dapat menggali informasi secara aktif serta berusaha untuk membuat keputusan yang memuaskan.<sup>55</sup>

#### 4. Perspektif Emosi

Setiap individu pasti melibatkan emosi dalam melakukan transaksi pembelian atau kepemilikan dari suatu barang. Aktivitas pembelian seringkali dilakukan berdasarkan emosi seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa ia tidak mencari informasi terlebih dahulu sebelum transaksi pembelian karena mayoritas konsumen menggunakan perasaan dan suasana hatinya.

Walaupun begitu, bukan berarti keputusan yang berdasarkan perspektif emosi merupakan keputusan irasional. Namun pembelian produk yang sudah memenuhi keputusan emosional termasuk keputusan yang sangat rasional. Pada beberapa kasus pembelian, ditemukan bahwa tidak ada hubungan antara merek tertentu dengan rasionalitas.

Adapun contoh kasus dari persoalan tersebut yaitu apabila terdapat konsumen yang membeli baju dari *designer* terkenal bukan dikarenakan mereka ingin terlihat menarik, namun lebih pada perasaan yang menyebabkan perasaan dari *designer* dapat membuat lebih percaya diri. Seringkali keputusan emosional

---

<sup>55</sup> Tengku Enzi Balqiah dan Hapsari Setyowardhani, *Perilaku Konsumen* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 8.8.



adalah bagaimana ekspresi kita layak untuk mendapatkan suatu produk ataukah harus merawatnya sendiri.

Faktor lain yang cukup penting dalam pengambilan keputusan adalah *mood* konsumen. Berbeda dengan emosi yang dapat timbul karena faktor lingkungan, maka *mood* lebih tidak berfokus. *Mood* sudah ada ketika konsumen merasakan efek setelah menonton atau membaca suatu iklan, merek, maupun produk. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya *mood* karena akan berdampak saat konsumen berbelanja, baik dilakukannya sendiri maupun dengan orang lain. Para ahli juga mengutarakan pendapat bahwa *image* dan atmosfer toko sangat berpengaruh terhadap *mood* pembeli, seterusnya hingga *mood* pembeli berpengaruh berapa lama mereka berada dalam toko tersebut.<sup>56</sup>



---

<sup>56</sup> Tengku Enzi Balqiah dan Hapsari Setyowardhani, *Perilaku Konsumen* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 8.9.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang merupakan pendekatan yang hasil penelitiannya tidak berupa angka-angka maupun statistik, karena penelitian kualitatif adalah penelitian yang menganalisis tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, dan lain-lainnya.<sup>57</sup>

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*), artinya penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai data yang didapat dari tempat penelitian dan dilakukan secara sistematis. Dalam penelitian ini peneliti turun langsung ke lapangan tempat di mana peneliti melakukan penelitian untuk mencari dan mendapatkan informasi dari berbagai sumber termasuk pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini.

#### B. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini yaitu dilakukan di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo. Alasan peneliti dalam melakukan penelitian di lokasi yang sudah disebutkan yakni dikarenakan Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron menjual perhiasan yang bermacam-macam kadar sedangkan toko-

---

<sup>57</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research & Development* (Bandung: Alfabeta, 2013), 24.

toko lain hanya menjual satu macam kadar saja dan memiliki perbedaan dalam pemotongan harga jual beli emas. Perbedaan ini menimbulkan ketidakadilan bagi pembeli, sedangkan barang yang dijual sama-sama perhiasan emas dengan kadar yang sama. Hal ini dibuktikan dengan adanya keluhan hingga pujian dari konsumen ke konsumen lainnya terkait perbedaan pemotongan harga jual beli emas, banyak konsumen dari Toko Borobudur Emas Maron lebih memilih untuk membeli dan menjual perhiasan di Toko Pusaka Emas Semampir dikarenakan pemotongannya yang lebih rendah dibandingkan pemotongan yang diberikan oleh Toko Borobudur Emas Maron. Maka dari permasalahan yang dipaparkan di atas peneliti merasa perlu untuk meneliti bagaimana keputusan pemberian oleh konsumen pada perbedaan pemotongan harga jual beli emas Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.

### **C. Subjek Penelitian**

Pada penelitian ini, subjek penelitian terdiri dari peneliti sendiri sekaligus menjadi instrumen utama. Adapun informan dan partisipan terdiri dari peneliti dan pihak-pihak lain yang terlibat dalam proses penelitian. Seluruh subjek dalam penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan bermacam data terkait. Oleh karena itu, teknik yang dilakukan guna mendukung data yang berasal dari peneliti dalam mengumpulkan data yang berasal dari informan yaitu teknik *purposive*. Teknik ini merupakan suatu teknik penentuan informan dengan menggunakan pertimbangan tertentu yang berdasarkan dengan kriteria yang sudah peneliti tetapkan serta harus

sesuai dengan tujuan suatu penelitian.<sup>58</sup> Hasil akhir yang diharapkan dari teknik ini yaitu kriteria informan harus sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Adapun subjek dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Ibu Hj. Halima pemilik Toko Pusaka Emas Semampir.
2. Ibu Hj. Suplin pemilik Toko Borobudur Emas Maron.
3. Bapak Mosleh selaku karyawan yang paling paham mengenai perhiasan emas dan karyawan paling lama yang bekerja di Toko Pusaka Emas Semampir.
4. Ifa selaku karyawan yang paling paham mengenai perhiasan emas dan karyawan paling lama yang bekerja di Toko Borobudur Emas Maron.
5. Ibu Fatma, Ibu Sinta, Ibu Tutik, Ibu Citra, Ibu Indah selaku konsumen Toko Pusaka Emas Semampir berusia di atas 17 tahun yang berminat untuk diwawancara dan memiliki waktu untuk di wawancara serta paham mengenai kadar perhiasan emas.
6. Ibu Wati, Ibu Sari, Ibu Ratna, Ibu Jumaati, Ibu Ajeng selaku konsumen Toko Borobudur Emas Maron berusia di atas 17 tahun yang berminat untuk diwawancara dan memiliki waktu untuk diwawancara serta paham mengenai kadar perhiasan emas.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>58</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research & Development* (Bandung: Alfabeta, 2013), 137.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah utama dalam sebuah penelitian karena tujuan dari sebuah penelitian adalah memperoleh data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Adapun teknik pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti yaitu:

##### 1. Observasi

Observasi merupakan metode untuk memperoleh data yang bersangkutan di lapangan dengan cara melakukan pengamatan secara sistematis untuk mendapatkan data yang lebih jelas dan lebih lengkap terhadap fenomena yang akan diteliti.<sup>59</sup> Hal tersebut dilakukan dengan cara memilih, mencatat, dan melakukan pengamatan serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan kegiatan observasi. Metode observasi ini dilakukan guna untuk memperoleh data seperti :

- a. Situasi dan kondisi di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Emas Borobudur Maron.
- b. Bentuk transaksi jual beli antara produsen dan konsumen di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron.
- c. Keputusan pembelian oleh konsumen saat jual beli pada Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron.

---

<sup>59</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research & Development* (Bandung: Alfabeta, 2013), 227.

## 2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah proses interaksi dalam bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab guna memperoleh keterangan tertentu. Dalam melakukan wawancara peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.<sup>60</sup> Wawancara ini dilakukan guna untuk memperoleh data seperti :

- a. Praktik jual beli yang dilakukan oleh Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron.
- b. Penetapan harga emas dan potongan kerugian harga jual kembali oleh konsumen.
- c. Implikasi penetapan harga emas dan potongan kerugian pada keputusan pembelian oleh konsumen.
- d. Untuk mendapatkan data dari permasalahan yang lebih terbuka.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mencatat data-data yang sudah ada. Lalu data tersebut diolah secara relevan dengan objek penelitian. Metode ini merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara dan observasi pada penelitian kualitatif.<sup>61</sup> Dokumentasi ini dilakukan guna untuk memperoleh data seperti:

---

<sup>60</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research & Development* (Bandung: Alfabeta, 2013), 231.

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research & Development* (Bandung: Alfabeta, 2013), 240.

- a. Foto atau gambar kegiatan dari praktik jual beli emas.
- b. Struktur organisasi Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron.
- c. Rekaman dari wawancara untuk memudahkan pengumpulan data.

## E. Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan mencari dan menyusun data secara sistematis untuk mengubah data hasil dari penelitian menjadi informasi yang lebih jelas sehingga tidak terjadi kekaburan atau ketidakjelasan yang nantinya dapat dijadikan untuk mengambil kesimpulan.<sup>62</sup>

### 1. Reduksi Data

Reduksi Data adalah merangkum dan hal-hal yang penting, atau fokus pada hal-hal yang pokok. Sehingga reduksi data akan memberikan gambaran yang lengkap dan jelas, dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data berikutnya.<sup>63</sup>

### 2. Penyajian data

Penyajian data bertujuan untuk memahami apa yang terjadi dan untuk merencanakan langkah selanjutnya. Penyajian data dapat berupa singkat uraian, bagan, atau hubungan antar variabel hal tersebut untuk mempermudah peneliti dalam memberikan gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari penelitian.<sup>64</sup>

<sup>62</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research & Development* (Bandung: Alfabeta, 2013), 244.

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research & Development* (Bandung: Alfabeta, 2013), 247.

<sup>64</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research & Development* (Bandung: Alfabeta, 2013), 247.

### 3. Kesimpulan

Kesimpulan merupakan suatu temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi maupun gambaran sebuah objek yang sebelumnya masih tidak jelas. Kesimpulan awal yang disampaikan masih bersifat sementara, dan akan berganti bila tidak ditemukan bukti yang kuat dan mendukung pada langkah berikutnya. Namun apabila kesimpulan yang telah disampaikan diawal disertai bukti yang valid dan konsisten saat diteliti ke lapangan, maka kesimpulan yang dikemukakan adalah kesimpulan yang kredibel.<sup>65</sup>

### F. Keabsahan Data

Hal yang paling penting dalam penelitian kualitatif yaitu keabsahan data. Tujuannya yaitu untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepercayaan yang akan diperoleh peneliti dan bagaimana peneliti memberikan hasil temuan yang dapat dipercaya dengan cara pembakuan oleh peneliti pada realita yang sedang diteliti di lapangan. Pemeriksaan pada keabsahan data menggunakan triangulasi.

Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang menggabungkan teknik pengumpulan data dengan sumber data yang sudah ada. Triangulasi teknik yaitu teknik pengujian keabsahan data dengan mengumpulkan data yang berbeda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Teknik pengumpulan data yang dilakukan berbeda karena melalui pengecekan dan

---

<sup>65</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research & Development* (Bandung: Alfabeta, 2013), 252.



perbandingan antar data yang telah diperoleh. Adapun teknik tersebut yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan tujuan dari triangulasi sumber yaitu untuk mendapat sejumlah data dari berbagai sumber yang berbeda namun dengan teknik yang sama.<sup>66</sup>

## G. Tahap-tahap Penelitian

Tahapan penelitian merupakan suatu rangkaian kegiatan penelitian yang sifatnya komprehensif. Artinya, satu komponen akan saling berkaitan dengan komponen yang lainnya sehingga dalam implementasinya dilakukan secara sistematis. Berikut ini tahapan penelitian:

### 1. Tahap pra-lapangan

Langkah awal pada tahapan ini yaitu peneliti menyusun dan mempersiapkan rancangan penelitian, pemilihan terkait objek penelitian, melaksanakan observasi awal, serta melakukan konsultasi proposal penelitian kepada dosen pembimbing tugas akhir. Selain itu peneliti juga mengkaji penelitian kepustakaan maupun penelitian lapangan tentang praktik pedagang dalam transaksi jual beli dan penyepuhan kembali perhiasan emas. Penelitian kepustakaan mencakup beberapa kegiatan yaitu kajian teori, konsep, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan terhadap penelitian saat ini sebagai pendukung saat di lapangan.

### 2. Tahap pelaksanaan penelitian

---

<sup>66</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research & Development* (Bandung: Alfabeta, 2013), 241.

Kegiatan peneliti pada tahap kedua yaitu meneliti secara langsung dengan turun ke lapangan menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya, hasil dari lapangan akan dianalisis secara kualitatif. Hal ini dilakukan untuk menjadi bahan pertimbangan atas deskripsi dari temuan yang ada di lokasi penelitian.

### 3. Tahap penyelesaian

Pada tahap penyelesaian, peneliti melanjutkan penelitian dengan menganalisa hasil temuan di lapangan. Langkah selanjutnya yang sekaligus menjadi langkah akhir dalam tahapan penelitian yaitu melakukan pengecekan kembali terhadap hasil temuan. Hal ini dikenal dengan sebutan triangulasi sumber yang bertujuan untuk melihat keabsahan dan kebenaran data yang sudah didapatkan dari lapangan.



## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Terbentuknya Toko Pusaka Emas Semampir

Pada awal tahun 1991, penjual perhiasan emas di Semampir masih tergolong sedikit, dan Ibu Hj. Halima adalah pemilik toko perhiasan satu-satunya yang beragama Islam, toko-toko perhiasan yang ada di Semampir pada tahun 1991 kebanyakan pemiliknya beragama Kristen. Hal tersebut yang menjadi keunggulan di mana mayoritas masyarakat banyak yang beragama Islam, sehingga Toko Pusaka Emas Semampir mudah dikenal oleh masyarakat. Pada awal berdirinya Toko Pusaka Emas Semampir jenis emas yang dijual juga tidak terlalu banyak dan untuk kadar emas yang dijual yaitu kadar 70% atau sekarang biasa disebut kadar 16K.

Pada tahun 2015 Toko Pusaka Emas Semampir semakin mengalami perkembangan, sehingga Toko Pusaka Emas Semampir menambah perluasan toko yang awalnya hanya satu rumah dan toko (ruko) pada tahun 2015 menambah satu ruko lagi sehingga total menjadi dua ruko dan Toko Pusaka Emas Semampir semakin memperbanyak jenis emas mulai dari cincin, gelang, kalung, anting, dan gelang kaki. Pada tahun 2015 Toko Pusaka Emas Semampir juga menambah kadar 30% atau biasa disebut emas 8k. Namun pada tahun 2015 Toko Pusaka Emas Semampir masih memberikan perbedaan pemotongan terhadap perbedaan kadar emas, untuk emas yang kadar 16K potongan jika dijual kembali sebesar Rp 25.000 per

gram, sedangkan untuk kadar 8K potongan yang diberikan jika dijual kembali sebesar Rp 10.000 per gram, pada saat itu toko-toko perhiasan yang ada di daerah Semampir masih tergolong sedikit jadi persaingan pasar tidak begitu sulit. Namun semakin banyaknya kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap perhiasan semakin banyak juga toko-toko perhiasan yang pemiliknya orang Islam sehingga persaingan semakin ketat, dan membuat Toko Pusaka Emas Semampir harus mengatur strategi untuk mempertahankan konsumennya agar tidak berpindah ke toko lain, yaitu dengan memberikan potongan harga jual kembali yang sama antara kadar 16K dan kadar 8K yaitu sebesar Rp 10.000 per gram.

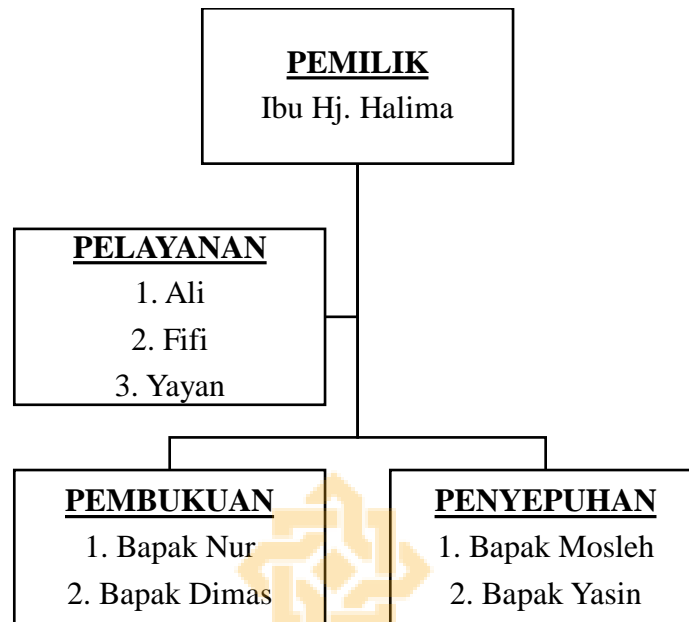
## **2. Struktur Toko Pusaka Emas Semampir**

Struktur Toko Pusaka Emas Semampir membentuk garis yang mempunyai tugas dan tanggung jawab atas bidang pekerjaan karyawan Toko Pusaka Emas Semampir di mana semua karyawan di Toko Pusaka Emas Semampir berada di bawah tanggung jawab pemilik dari Toko Pusaka Emas Semampir. Struktur Toko Pusaka Emas Semampir terdiri dari 1 orang pemilik dan 8 orang karyawan dengan posisi yang berbeda-beda.

Adapun gambaran struktur Toko Pusaka Emas Semampir sebagai berikut :

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**Gambar 4.1**  
**Struktur Toko Pusaka Emas Semampir**



*Sumber : Dokumentasi Toko Pusaka Emas Semampir*

### 3. Data Jumlah Karyawan Toko Pusaka Emas Semampir

**Tabel 4.1**  
**Data Jumlah Karyawan Toko Pusaka Emas Semampir**

No.	Nama	Jabatan
1.	Ibu Hj. Halima	Pemilik
2.	Bapak Mosleh	Penyepuhan
3.	Bapak Yasin	Penyepuhan
4.	Bapak Nur	Pembukuan
5.	Bapak Dimas	Pembukuan
6.	Ali	Pelayanan
7.	Fifi	Pelayanan
8.	Yayan	Pelayanan

*Sumber : Dokumentasi Toko Pusaka Emas Semampir*

#### 4. Sejarah Terbentuknya Toko Emas Borobudur Maron

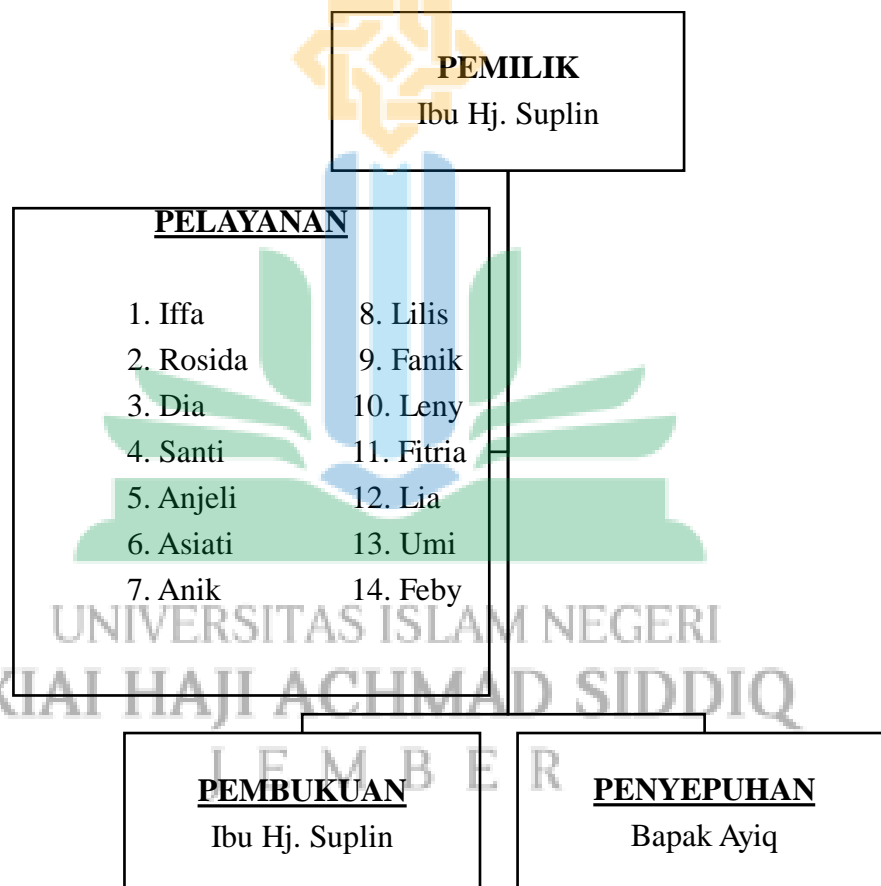
Pada akhir tahun 1996, tanggal 20 Desember, Toko Borobudur Emas Maron resmi dibuka, toko perhiasan emas di pasar Maron masih sedikit. Ibu Hj. Suplin adalah pemilik toko perhiasan pertama yang ada di pasar Maron. Pada awal berdirinya Toko Borobudur Emas Maron, jenis emas yang dijual juga tidak terlalu banyak, dan untuk kadar emas yang dijual yaitu kadar 70% atau sekarang biasa disebut kadar 16K. Pada awal dibukanya, Toko Borobudur Emas Maron tidak memiliki karyawan satupun, hanya pemilik Ibu Hj. Suplin dan suaminya yang melayani pembeli.

Pada tahun 2010 Toko Borobudur Emas Maron mengupgrade jenis emasnya menjadi semakin banyak, selain itu Toko Borobudur Emas Maron juga menjual kadar 30%, 42%, 70% sehingga sampai sekarang Toko Borobudur Emas Maron menjadi toko emas terbesar dan terluas di pasar Maron. Namun untuk setiap perbedaan jenis kadar emas Toko Borobudur Emas Maron memberikan perbedaan pemotongan harga jual perhiasan tersebut. Untuk emas yang kadar 16K potongan jika dijual kembali sebesar Rp 30.000 per gram, sedangkan untuk kadar 8K potongan yang diberikan jika dijual kembali sebesar Rp 15.000. Pada saat itu toko-toko perhiasan yang ada di daerah Maron masih tergolong sedikit jadi persaingan pasar tidak begitu sulit. Namun saat ini toko-toko perhiasan di daerah Maron mencapai lebih dari 10 toko perhiasan yang terletak di pasar Maron.

## 5. Struktur Toko Emas Borobudur Maron

Struktur Toko Borobudur Emas Maron membentuk garis yang mempunyai tugas dan tanggung jawab atas bidang pekerjaan karyawan Toko Borobudur Emas Maron, di mana semua karyawan di Toko Borobudur Emas Maron berada di bawah tanggung jawab pemilik. Struktur Toko Borobudur Emas Maron terdiri dari 1 orang pemilik dan 14 orang karyawan dengan posisi yang berbeda-beda.

**Gambar 4.2**  
**Struktur Toko Emas Borobudur Maron**



*Sumber : Dokumentasi Toko Borobudur Emas Maron*

## 5. Data Jumlah Karyawan Toko Borobudur Emas Maron

**Tabel 4.2**  
**Data Jumlah Karyawan Toko Borobudur Emas Maron**

No.	Nama	Jabatan
1.	Ibu Hj. Suplin	Pemilik Toko
2.	Iffa	Pelayanan
3.	Rosida	Pelayanan
4.	Dia	Pelayanan
5.	Santi	Pelayanan
6.	Anjeli	Pelayanan
7.	Asiati	Pelayanan
8.	Anik	Pelayanan
9.	Lilis	Pelayanan
10.	Fanik	Pelayanan
11.	Leny	Pelayanan
12.	Fitria	Pelayanan
13.	Lia	Pelayanan
14.	Umi	Pelayanan
15.	Feby	Pelayanan
16.	Ayiq	Penyepuhan Emas

*Sumber : Dokumentasi Toko BorobudurEmas Maron*

### B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data digunakan sebagai penguat terhadap penelitian yang telah dilakukan. Sehingga dapat dihasilkan suatu kesimpulan yang konkrit dari data yang sudah dianalisa sebelumnya. Pada penelitian ini, metode yang digunakan peneliti yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai alat guna mencapai tujuan penelitian dan mendapatkan data sebanyak mungkin. Namun, dari ketiga metode tersebut, adapun metode yang lebih memberikan jawaban intensif adalah observasi dan wawancara. Hal ini dikarenakan dengan dilakukan observasi dan wawancara peneliti dapat mengumpulkan data kualitatif yang



autentik dan berimbang. Setelah itu, untuk memperkuat hasil penelitian maka peneliti melakukan dokumentasi.

Pada penelitian ini, peneliti menggambarkan metode penetapan harga dan potongan kerugian pada transaksi jual beli emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo. Berdasarkan fenomena dan data yang telah didapatkan di lapangan serta setelah menerapkan berbagai metode, maka akhirnya sampai pada pembuktian data. Data yang telah diperoleh dari lapangan bersifat representatif untuk dibuat sebagai laporan. Berikut ini merupakan hasil penelitian dari perbedaan pemotongan kerugian pada jual beli emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.

### **1. Pemberian Harga di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.**

Pembahasan mengenai berbisnis selalu berkaitan dengan teknik dan strategi khusus sebagai cara untuk mengembangkan dan mengenalkan produk kepada konsumen dan dapat dinikmati oleh khalayak umum. Oleh karena itu, strategi pemasaran sangat penting untuk bisa menarik perhatian khalayak umum. Satu hal yang tidak kalah penting yaitu penetapan harga sehingga harus diperhatikan demi mencapai kesejahteraan perusahaan.

Penelitian ini untuk mengetahui pentingnya perhitungan khusus agar bisa menetapkan harga jual per gram emas dari kedua toko yang diteliti. Di sisi lain perbedaan harga jual di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron akan menyebabkan persaingan pasar yang

berdampak bagi masyarakat penggemar emas. Mereka akan berfikir kembali terkait mangaat yang dapat diambil apakah sebanding dengan harga kerugian yang mereka peroleh.

Terdapat bermacam cara yang dilakukan penjual guna menetapkan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen, namun tetap dapat menjaga konsistensi keuangan perusahaan. Oleh sebab itu, strategi yang dapat dipakai oleh penjual haruslah rinci agar menarik konsumen dan menyejahterahkan usahanya. Khususnya bagi toko yang mempunyai sejumlah karyawan untuk membantu dalam pengembangan usahanya. Sejalan dengan pemaparan dari Ibu Hj. Halimah, selaku pemilik Toko Pusaka Emas Semampir menyatakan bahwa:

“Perhiasan emas yang dijual di Toko Pusaka Emas Semampir itu golongannya emas muda yaitu 8,9,10 karat (K) dan emas tua yaitu 16K. Masing-masing emas memiliki harga yang berbeda. Kita mengikuti perubahan harga londen tiap harinya. Harga emas yang 8K sekarang yaitu Rp 300.000, untuk yang 9K Rp 330.000 sedangkan yang 10K Rp 430.000 beda lagi untuk golongan kadar tua yaitu 70K harganya Rp 670.000, toko ini tidak menjual Logam Mulia (batangan) yang kadarnya 99K. Yang paling laris emas muda, karna harganya yang lebih murah dari pada emas tua.<sup>67</sup>

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh pemilik Toko Borobudur Emas Maron yaitu Ibu Hj. Suplin yang menyampaikan:

“Toko ini menjual emas tua dan emas muda tentunya harga per gramnya juga berbeda. Kalau di sini emas muda yang 8K harganya Rp 360.000, yang 9K Rp 395.000, dan yang 10K Rp 450.000. untuk emas tuanya yang 70K harganya Rp 700.000 yang 90K Rp 840.000 sedangkan yang 99K Rp 950.000”. Yang paling diminati pembeli itu emas muda, karna harga dan potongan kerugiannya yang lebih murah dari pada emas tua<sup>68</sup>

<sup>67</sup> Hj. Halima, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 25 Oktober 2022.

<sup>68</sup> Hj. Suplin, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 30 Oktober 2022.

Bisa disimpulkan dari pendapat pemilik Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron, bahwa kedua toko tersebut menjual berbagai macam kadar emas termasuk emas tua dan emas muda. Berdasarkan permintaan pasar, konsumen lebih tertarik untuk melakukan investasi pada emas muda sehingga keuntungan akan diperoleh oleh kedua belah pihak baik itu konsumen ataupun pemilik usaha. Terkait untuk harga per gramnya jelas berbeda dengan kadar emas yang lebih tinggi. Penjual menentukan sesuai harga pasaran agar dapat dijangkau oleh mayoritas konsumen.

Dalam rangka untuk menarik konsumen lebih banyak lagi dengan tetap memperhatikan kualitas usahanya, setiap toko pasti mempunyai strategi dan prosedur khusus. Perbedaan tersebut dapat dibuktikan dengan adanya wawancara yang dilakukan kepada beberapa informan. Sejalan dengan pernyataan yang disampaikan oleh Ibu Hj. Halimah pemilik Toko Pusaka Emas Semampir:

“Strategi khusus ya tidak ada, Ibu hanya ambil umumnya saja seperti tidak terlalu banyak mengambil untung, yang paling penting harga yang diberikan bisa diterima oleh konsumen dan bisa menarik pembeli untuk membeli di toko Ibu, namun yang terpenting toko tidak rugi ”.<sup>69</sup>

Selanjutnya pemaparan oleh Ibu Hj. Suplin pemilik Toko Borobudur Emas Maron:

“Ummi tidak membuat strategi khusus yang beragam, harga hanya mengambil pasaran yang terjangkau dan tidak merugikan keuangan toko. Mungkin ada harga emas yang lebih rendah dari harga yang

---

<sup>69</sup> Hj. Halima, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 25 Oktober 2022.

ummi berikan itu tidak masalah, mungkin adanya perbedaan penyepuhannya atau dari harga seles yang berbeda”.<sup>70</sup>

Bisa disimpulkan dari penjelasan di atas, bahwa Toko Pusaka Emas Semampir dengan Toko Borobudur Emas Maron tidak memiliki strategi khusus, namun kedua Toko tersebut bermain diantara harga-harga emas yang memiliki selisih antara Toko Pusaka Emas Semampir dengan Toko Borobudur Emas Maron. Adanya perbedaan penetapan harga tersebut kemungkinan disebabkan oleh harga dari *sales* dan biaya dari penyepuhan.

Perhitungan penetapan harga emas tidak hanya memberi harga terhadap per gram emas agar bisa diterima oleh konsumen. Tetapi penjual juga memperhitungkan dan menetapkan harga emas yang sesuai agar keuangan toko tidak mengalami pembengkakan atau agar tidak mengalami kerugian. Harga jual dari toko adalah hasil dari perhitungan harga *sales*. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Hj. Halimah pemilik Toko Pusaka Emas Semampir menjelaskan:

“Biasanya saya memantau harga dari pabrik dulu harga perlondennya berapa, londen itu ketetapan harga emas yang selalu berubah-ubah setiap harinya. Jadi saya bisa menentukan harga emas per gram dari harga kulak dari sales. Dan pengambilan keuntungan itu terserah masing-masing toko. Namun, harus tetap memperhatikan bahwa harga tersebut bisa diterima oleh konsumen emas.”<sup>71</sup>

Dan diperjelas oleh Ibu Hj. Suplin pemilik Toko Borobudur Emas Maron:

“Jadi begini, saya kasih contoh yaa. Misal harga londennya sekarang Rp 820.000 untuk kadar 300 (8K). Harga tukar pabriknya

<sup>70</sup> Hj. Suplin, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 30 Oktober 2022.

<sup>71</sup> Hj. Halima, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 25 Oktober 2022.

sebesar 35%. 35% itu dari kadar 30% + 5% untuk upah *sales* yang sudah wira-wiri membawa emas ke toko-toko. Jadi,  $35\% \times \text{Rp } 820.000 = \text{Rp } 287.000$  itu dah harga kulaknya. Untuk keuntungannya terserah toko mau ambil berapa.”<sup>72</sup>

Jadi dari penjelasan informan bahwasanya penetapan harga dihitung berdasarkan dari harga pabrik lalu dikalikan harga londen emas pada saat itu. Harga londen selalu berubah setiap harinya maka pedagang emas mendapatkan informasi terkait harga emas melalui grup whatsapp dari pusat atau pabrik. Untuk harga jual dari toko itu ditentukan oleh pemilik toko sendiri mau ambil laba atau keuntungan berapa.

Namun pengambilan laba terlalu besar perlu dipertimbangkan oleh setiap pemilik toko. Persaingan harga merupakan faktor penting untuk menarik minat konsumen. Setiap toko ada yang menawarkan harga lebih rendah ataupun harga yang lebih tinggi, seperti yang diterapkan oleh Ibu Hj, Halimah pemilik Toko Pusaka Emas Semampir:

“Setiap usaha pasti sudah mempertimbangkan harga yang akan diberikan kepada konsumen. Untuk Toko Pusaka Emas Semampir ini, saya tidak banyak mengambil keuntungan, yang terpenting bisa dibuat menggaji karyawan, dan toko tidak rugi, harga itu penting untuk menarik pembeli apalagi lingkungan kita desa, harga selisih Rp 1000 pun dicari oleh konsumen, apalagi emas. Untuk perbedaan harga per gram emas dari setiap toko pasti ada, namun, pasti karena ada hal-hal yang dipertimbangkan seperti harga pembelian bahan penyembuhan yang juga mahal bisa mencapai jutaan, tapi perbedaan itu tidak akan terlalu jauh. Dan itu suka-suka toko mau ambil laba sekian persen”<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Hj. Suplin, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 30 Oktober 2022.

<sup>73</sup> Hj. Halima, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 25 Oktober 2022.

Penjelasan yang serupa dari Ibu Hj. Suplin pemilik Toko Borobudur

Emas Maron:

“Pastinya setiap bisnis meninjau terlebih dahulu harga yang diberikan oleh pesaing, namun ummi tidak terlalu mencemaskan harga pesaing, karna emas sendiri sudah memiliki ketetapan harga, namun pengambila laba harus memperhatikan jumlah karyawan ummi, karyawan ummi banyak 15 orang yang harus digaji setiap bulannya. Jadi, ummi mengambil keuntungan sesuai dengan perhitungan toko, agar tidak mengalami kerugian dan tentunya harga yang diberikan toko masih bisa diterima oleh konsumen emas.<sup>74</sup>

Dari penjelasan di atas maka bisa disimpulkan bahwa pemilik Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron tidak begitu khawatir terhadap perbedaan persaingan harga. Karena sudah memiliki ketentuan masing-masing. Seperti harga bahan kimia untuk penyepuhan dan jumlah karyawan yang harus digaji tiap bulannya. Setiap toko sudah memperhitungkan keuntungan dan resiko yang akan didapatkan dari penentuan harga per gram emas.

## **2. Potongan Kerugian Emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron.**

Bisnis ataupun transaksi jual beli perhiasan emas sudah tidak asing dengan adanya pemotongan kerugian yang diterapkan oleh toko perhiasan. Konsumen perhiasan emas sudah pasti mengetahui dengan adanya pemotongan tersebut. Namun, setiap toko memberikan pemotongan kerugian yang berbeda, baik dari ketentuan pihak toko sendiri ataupun karena perbedaan kadar emasnya. Keadaan tersebut membuat konsumen emas penuh

---

<sup>74</sup> Hj. Suplin, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 30 Oktober 2022.

pertimbangan untuk melakukan pembelian emas dan akan memilih harga yang lebih rendah atau terjangkau untuk konsumen investasikan.

Pemotongan kerugian emas adalah komponen yang paling utama sehingga perlu pembahasan secara lebih rinci. Hal tersebut dikarenakan dalam pemotongan kerugian dari setiap jenis emas memiliki harga yang berbeda di setiap ketentuannya. Pemotongan harga emas merupakan hal yang harus disampaikan kepada konsumen pada saat menjalankan akad jual beli. Peristiwa ini seringkali terjadi ketika melakukan transaksi jual beli perhiasan emas di toko manapun. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Ibu Hj. Halimah pemilik Toko Pusaka Emas Semampir:

“Pemotongan perhiasan per gram di toko ini, saya ambil sebesar Rp 10.000 untuk segala jenis kadar yang saya jual. biasanya konsumen itu lebih mementingkan potongan kerugiannya dari pada harga belinya. Karna dalam bisnis jual beli emas ini kita pemilik toko hanya seperti tempat penitipan uang konsumen. Jadi ketika mereka butuh maka mereka akan menjual kembali perhiasan yang dimilikinya. Nah, untuk pemotongannya saya kasih contoh semisal pada surat tertera 4gram emas dengan harga Rp 1.200.000 dan mau di jual dalam keadaan perhiasan baik. Jadi,  $4\text{gram} \times \text{Rp } 10.000 = \text{Rp } 40.000$  jadi harga yang ada disurat  $\text{Rp } 1.200.000 - \text{Rp } 40.000 = \text{Rp } 1.160.000,-$  jadi uang yang akan diperoleh kembali oleh konsumen yang menjual emasnya yaitu Rp 1.160.000,-.”<sup>75</sup>

Pendapat yang berbeda disampaikan oleh Ibu Hj. Suplin pemilik Toko Borobudur Emas Maron:

“Potongan kerugian yang ummi berikan kepada konsumen sebesar Rp 15.000 untuk emas kadar emas muda 8K, 9K, 10K. Untuk kadar emas tua 16K sebesar Rp 30.000 karena penyepuhan untuk emas tua itu lebih khusus dan semua jenis keringat bisa menggunakan kadar tersebut sedangkan emas muda itu tidak semua orang bisa memakainya, kemaren konsumen ummi mengeluhkan kalau perhiasannya berubah warna menjadi merah atau kusam, nah itu disebabkan emas muda itu

---

<sup>75</sup> Hj. Halima, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 25 Oktober 2022.

sendiri kadungannya hanya 30% dan penyebab yang lain karena emas muda tidak tahan terhadap beberapa keringat. Jadi untuk menghitung pemotongan kerugiannya yaitu Rp 15.000 x (jumlah gram yang tertera disurat). Selanjutnya harga awal beli dikurangi dengan jumlah potongan kerugian tersebut. Nanti ketemu hasil harga uang kembalinya berapa yang akan diterima oleh konsumen.<sup>76</sup>

Dari penjelasan yang telah dipaparkan di atas bisa diketahui bahwa pemberian potongan kerugian itu berbeda-beda diantara Toko Pusaka Emas Semampir dengan Toko Borobudur Emas Maron. Dari pemotongan kerugian disimpulkan bahwa Toko Pusaka Emas Semampir lebih rendah dalam memberikan potongan kerugian dibandingkan dengan Toko Borobudur Emas Maron yang lebih tinggi memberikan potongan kerugian. Untuk ketentuan perhitungannya sama yaitu (harga awal beli) – (potongan kerugian sesuai jumlah gram yang tertera disurat) = (hasil uang yang akan diterima konsumen).

Pada proses (*buyback*) penjualan kembali oleh konsumen kepada toko adalah toko akan memeriksa kembali kondisi perhiasan tersebut. Dalam keadaan tersebut toko harus teliti memeriksanya. Keadaan seperti ini dijelaskan oleh Bapak Mosleh karyawan Toko Pusaka Emas Semampir:

“Ketika konsumen akan menjual perhiasan saya sebagai karyawan terlebih dahulu akan menanyakan surat dari emas tersebut, jika surat lengkap selanjutnya akan saya timbang kembali perhiasan tersebut apakah sama dengan berat yang tertera disurat, selanjutnya dilihat kembali keadaan perhiasannya apakah baik-baik saja atau ada kerusakan. Di Toko Pusaka Emas Semampir ini tidak memberikan tambahan potongan kerugian jika ada permata perhiasan hilang maksimal 2 permata, lebih dari 2 permata yang hilang Toko Pusaka Emas Semampir akan memberikan tambahan potongan kerugian. Dan jika ada kerusakan entah itu patah, bengkok, dan ada sebagian emas

---

<sup>76</sup> Hj. Suplin, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 30 Oktober 2022.



yang hilang akan memberikan tambahan potongan kerugian, sebagai biaya ongkos untuk memperbaiki kerusakannya. Untuk biaya kerusakannya saya tidak bisa jelaskan secara rinci karna beragam. Jadi semakin banyak kerusakan semakin banyak tambahan potongan kerugiannya, setelah diketahui ada tau tidaknya kerusakan barulah bisa dihitung kembali dengan harga potongan kerugian per gram yang sudah ditentukan oleh Toko Pusaka Emas Semampir.”<sup>77</sup>

Selanjutnya juga dijelaskan oleh pemaparan Ifa selaku karyawan senior di

Toko Borobudur Emas Maron:

“Dilihat dulu suratnya, kalau suratnya cocok dengan barang maka akan dilihat kondisi perhiasannya masih bagus atau tidak, jika masih bagus maka tinggal dikurangi harga awal beli dengan jumlah potongan per gram. Nanti hasilnya itu yang akan diterima oleh konsumen. Tapi kalau ada yang rusak nanti ada tambahan potongan kerugian dari toko sebagai upah memperbaiki kerusakan itu. Maka dari itu saya selalu mengingatkan kepada konsumen emas untuk menjaga keadaan emas yang dibeli agar potongan kerugiannya tidak tambah besar.”<sup>78</sup>

Jadi saat konsumen menjual kembali emasnya maka akan melalui tahapan agar dapat menentukan hasilnya. Contohnya yaitu kewajiban bagi pembeli untuk membawa surat emasnya sebagai tanda bukti bahwa emas yang hendak dijual adalah milik toko tersebut. Selanjutnya akan dilakukan pengecekan keadaan barang tersebut. Jika ada kerusakan dan kehilangan permata maka akan ada biaya tambahan pemotongan kerugian oleh toko yang dibebankan kepada konsumen. Penjual senantiasa selalu mengingatkan konsumen untuk merawat kondisi emasnya dan menjaga kelengkapan surat.

Kehilangan surat juga sering terjadi pada saat konsumen membutuhkan uang dan akan menjual emasnya namun surat kepemilikannya hilang. Maka itu ada ketentuan sendiri dari setiap toko untuk tetap menjaga keamanan toko

<sup>77</sup> Mosleh, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 25 Oktober 2022.

<sup>78</sup> Ifa, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 30 Oktober 2022.

dari kondisi yang tidak diinginkan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ibu Hj.

Halimah pemilik Toko Pusaka Emas Semampir:

“Perlu diketahui oleh semua konsumen yaa, bahwa toko saya tidak menerima konsumen yang menjual perhiasan tanpa surat, ya untuk berjaga-jaga saja, khawatirnya emas itu hasil mencuri atau yang lainnya, nanti malah toko yang berurusan dengan kepolisian. Namun saya tetap memberikan toleransi kepada konsumen yang tidak sengaja menghilangkan suratnya, yaitu dengan menyertakan surat keterangan kehilangan dari desa, dengan begitu toko terlepas dari jeratan hukum, untuk konsumen yang ingin menjual emas tapi disurat tertera toko lain kami tetap ambil tetapi sesuai ketentuan toko kami dalam menetapkan hasil yang akan diperoleh konsumen.<sup>79</sup>

Selanjutnya pendapat dari Ibu Hj. Suplin pemilik Toko Borobudur

Emas Maron:

“Kalau ada konsumen yang akan menjual perhiasannya tapi belinya dari toko lain kami akan menyarankan untuk menjualnya kepada toko di mana konsumen membeli. Karena jika menjualnya di toko kami akan lebih banyak potongan kerugiannya karena setiap toko tidak sama ketentuannya, dan untuk konsumen yang tidak ada suratnya dan bilang kalau beli di toko ini, kami tidak akan menerima barang tersebut, untuk berjaga-jaga dari hal-hal yang tidak diinginkan. Kecuali konsumen itu orang yang kami kenal atau langganan di toko kami sehingga kami tau orang tersebut toko ini bisa menerimanya. Toko ini juga memberikan toleransi kepada konsumen yang suratnya hilang yaitu dengan cara konsumen itu harus meminta surat kehilangan yang ditanda tangani oleh kepala desa. Selain di atas, toko ini tidak menerimanya dalam bentuk apapun.<sup>80</sup>

Jadi kesimpulan dari beberapa penjelasan di atas bahwa Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron tidak menerima emas tanpa surat demi menjaga keamanan toko agar tidak berurusan dengan hukum. Selain itu pengambilan emas dari konsumen yang beli di toko lain tidak banyak diterima oleh Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko

<sup>79</sup> Hj. Halima, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 25 Oktober 2022.

<sup>80</sup> Hj. Suplin, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 30 Oktober 2022.

Borobudur Emas Maron, diterima juga dengan beberapa ketentuan seperti potongan kerugian yang banyak dan penetapan hasil yang diterima oleh konsumen rendah. Maka dari itu konsumen yang ingin menjual perhiasannya kembali lebih baik dikembalikan kepada toko awal konsumen membeli agar tidak mendapatkan harga yang rendah.

### **3. Implikasi Pemberian Harga Dan Pemotongan Kerugian Emas pada Keputusan Pembelian di Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Borobudur Emas Maron.**

Setiap pengusaha menginginkan laba yang tinggi dari bisnis yang sedang dijalannya. Hal tersebut yang membuat pedagang perhiasan emas harus melakukan strategi pemasaran yang bagus untuk menarik para konsumen untuk membeli emas dan berlangganan di tokonya, termasuk mengenai penetapan harga yang diberikan tiap toko berbeda dan potongan kerugian emas yang setiap toko juga berbeda hal ini menjadi pusat pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

Perlu diketahui bahwa terdapat implikasi (akibat yang muncul, dampak langsung, keterkaitan) mengenai perbedaan harga dan perbedaan pemotongan kerugian emas pada keputusan konsumen yang dilakukan oleh Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron mempunyai dampak positif terhadap penghasilan yang diperoleh toko namun ada dampak negatif yang juga diperoleh toko. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Hj. Halimah pemilik Toko Pusaka Emas Semampir:

“Untuk perbedaan harga itu kan sudah dari pabrik dulu ketentuannya dengan harga London pabrik, baru toko bisa memberikan harga. Potongan kerugian itu dari toko sendiri mau memberikan kerugian berapa per gram. Jadi amannya itu ambil harga pasaran dan memberikan kerugian yang bisa diterima oleh konsumen. Meskipun keuntungan yang kami dapatkan minim itu tidak apa-apa yang penting keuangan toko tidak rugi, yang tidak kalah penting mempertahankan konsumen untuk membeli barang di toko kami. Pemberian harga dan potongan kerugian itu sudah menjadi pertimbangan masing-masing toko, seperti jumlah karyawan dan biaya penyepuhan kembali emas, itu menjadi bahan pertimbangan toko dalam memberikan harga dan potongan kerugian.”<sup>81</sup>

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Hj. Suplin pemilik Toko

Borobudur Emas Maron:

“Sudah pasti ada dampak ya dari perbedaan harga dan potongan kerugian, tetapi toko kan punya ketentuan dan pertimbangan sendiri dalam memberikan harga dan potongan kerugian. Kalau pertimbangan toko kami karna karyawan yang bekerja di toko ini banyak dan memang butuh banyak karena toko kan besar jadi kurang kalau karyawannya hanya sedikit. Tetapi harga dan potongan kerugian masih bisa diterima konsumen. Biasanya konsumen datang ke toko kami karena model-model perhiasan yang selalu update dan terbaru. Kami selalu mengambil barang-barang model baru yang ada di sales sehingga ini bisa menjadi keunggulan toko kami. Namanya juga berbisnis pasti ada naik turun itu sudah biasa, yang terpenting keuangan toko stabil dan tidak mengalami kerugian.”<sup>82</sup>

Selain melakukan wawancara terhadap pemilik dan karyawan Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron, peneliti juga melakukan wawancara pada 5 orang konsumen Toko Pusaka Emas Semampir, terkait dengan penetapan harga emas dan perbedaan potongan kerugian emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron.

Ibu Fatma selaku konsumen Toko Pusaka Emas Semampir mengatakan:

“Saya sudah tau dengan harga emas di toko ini yaitu Rp 300.000 per gram untuk emas mudanya dan untuk emas tuanya Rp 670.000 per gram

<sup>81</sup> Hj. Halima, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 25 Oktober 2022.

<sup>82</sup> Hj. Suplin, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 30 Oktober 2022.

dan hampir semua toko menetapkan harga segitu. Kalaupun ada yang lebih tinggi pasti konsumen lebih memilih beli di sini, di sini juga potongan per gramnya Cuma Rp 10.000 per gram menurut saya itu sudah sangat rendah.”<sup>83</sup>

Tidak jauh beda dengan pendapat Ibu Sinta:

“Menurut saya ini sudah harga yang paling rendah untuk pasaran emas saat ini, saya pernah beli di toko lain harganya lebih tinggi dan kerugiannya juga melebihi yang diberikan toko ini. Jadi sejak saya tau toko ini saya jadi lebih sering beli di sini”<sup>84</sup>

Selanjutnya pendapat Ibu Tutik:

“Sebenarnya saya tidak terlalu peduli dengan harganya ya, sejauh itu masih bisa dijangkau dan sesuai pasaran. Tetapi yang menjadi perhatian itu di sini ruginya hanya Rp 10.000 per gram dan itu untuk semua kadar emas muda dan kadar emas tua yang 16k. Ya hampir semua orang lebih senang jika potongan kerugiannya lebih kecil.”

Tidak jauh beda dengan pendapat Ibu Citra:

“Harga emas muda itu memang pasarannya Rp 700.000 per gram, ada yang di atas harga itu tapi itu tidak apa-apa menurut saya, asalkan potongan kerugiannya tidak besar, kalau besar saya jadi miki-mikir lagi buat beli emas, tapi di Toko Pusaka Emas Semampir ini potongannya kecil dibandingkan toko-toko lain. Saya tau toko ini dari saudara saya kalau potongannya Cuma Rp 10.000 jadi saya lebih sering beli di sini.”<sup>85</sup>

Selanjutnya pendapat dari Indah mengatakan:

“Potongan di sini rendah, jadi saya senang beli emas di Toko Pusaka Emas Semampir, jadi saat dibutuhkan uang yang saya dapatkan tidak berkurang banyak, apalagi saya beli perhiasan hanya sebagai mempercantik penampilan saja, ketika bosan saya jual. Jadi misal saya beli cincin yang kadar 8K berat 2gram dengan harga Rp 600.000 jadi saya hanya rugi Rp 20.000 untuk harga emasnya juga sesuai harga pasaran. Saya sering beli di Toko Pusaka Emas Semampir, dan sering jual perhiasan juga.”<sup>86</sup>

---

<sup>83</sup> Ibu Fatma, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 25 Oktober 2022.

<sup>84</sup> Ibu Sinta, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 25 Oktober 2022.

<sup>85</sup> Ibu Citra, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 25 Oktober 2022.

<sup>86</sup> Ibu Indah, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 25 Oktober 2022.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Toko Pusaka Emas Semampir, maka dapat disimpulkan bahwa Toko Pusaka Emas Semampir dalam memberikan harga dan potongan kerugian dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Konsumen merasa senang karna potongan kerugiannya tidak tinggi sehingga ketika konsumen menjual kembali perhiasan yang sudah mereka beli tidak banyak mendapat kerugian. Karena konsumen membeli perhiasan hanya sebagai penitipan uang, yang sewaktu-waktu ketika uang itu dibutuhkan maka konsumen akan menjual perhiasan yang sudah ia beli kepada tokonya. Konsumen juga tidak begitu peduli dengan harga per gram emas asalnya masih sesuai pasaran, tetapi konsumen fokus dengan potongan kerugiannya, semakin besar potongan kerugiannya maka semakin sedikit uang yang diterima oleh konsumen.

Peneliti juga melakukan wawancara pada 5 orang konsumen Toko Borobudur Emas Maron, terkait dengan penetapan harga emas dan perbedaan pemotongan kerugian emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron.

Ibu Wati konsumen Toko Borobudur Emas Maron:

“Setiap toko perhiasan memang ada potongan per gram, untuk beli emas tua di sini enggak dulu deh, potongannya besar menurut saya Rp 30.000 per gramnya apalagi belinya cuma 4graman harga per gram Rp 700.000 banyak potongannya nanti, tetapi kalau beli emas mudanya tidak apa-apa di sini potongan emas mudanya Rp 15.000 per gram masih sesuai pasaran, Cuma selisih Rp 5000 dengan toko-toko yang memberikan potongan Rp 10.000.<sup>87</sup>

Pendapat Ibu Sari selaku konsumen Toko Borobudur Emas Maron:

---

<sup>87</sup> Ibu Wati, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 30 Oktober 2022.

“Harga dan potongan di sini memang lebih mahal ya dari toko-toko lain, saya tidak tau kenapa begitu. Ini pertama kalinya saya beli di sini, ternyata setelah saya tanya harganya lebih mahal dari toko yang biasa saya beli, tapi tidak apa-apa sudah terlanjur. Lagian saya suka model perhiasannya, saya cari-cari di toko lain tidak ada. Ini yang saya beli emas tuanya potongannya Rp 30.000 per gram. Ini saya pasti mikir-mikir lagi ketika mau dijual, karena pasti rugi banyak.<sup>88</sup>

Pendapat Ibu Ratna selaku konsumen Toko Borobudur Emas Maron:

“Saya membeli emas jarang hanya ketika ada uang lebih saja, bukan sebagai titipan yang sewaktu-waktu dibutuhkan akan dijual. Jadi kalau masalah kerugian saya tidak terlalu mengkhawatirkan ya, karena bisa di katakan saya itu jarang jual emas. Karna kalau jual emas dalam waktu-waktu dekat itu bukan keuntungan yang didapat melainkan kerugian. Jadi biasanya saya menjual emas itu selang waktu 2 tahun dari waktu beli, sehingga dapat untung, itu yang dinamakan investasi. Kalau beli emas dapat beberapa bulan dijual ya bukan dapat keuntungan melainkan kerugian karna toko kan punya ketentuan ada potongan per gram.<sup>89</sup>

Selanjutnya pendapat yang disampaikan oleh Ibu Jumaati:

“Harga di sini lebih tinggi dari toko-toko lain, tapi untuk orang gemuk seperti saya susah cari ukurannya, tapi toko ini yang menyediakan ukuran-ukuran besar, toko-toko lain tidak ada yang muat untuk tangan dan jari saya. Jadi mau tidak mau harus terima dengan harga dan potongan per gram.<sup>90</sup>

Selanjutnya pendapat yang disampaikan oleh Ibu Ajeng:

“Iya saya tahu harga dan potongannya di toko ini, bagi saya potongannya lumayan tinggi dari toko yang lain, saya beli di sini karena toko tempat saya biasa beli itu model yang saya inginkan tidak ada, adanya di toko ini. Sebernarnya tidak keberatan ya dengan potongan Rp 15.000 untuk emas mudanya karna selisihnya hanya Rp 5000, tapi untuk beli emas tua tidak dulu deh ya selain harganya mahal potongan kerugiannya juga besar.<sup>91</sup>

<sup>88</sup> Ibu Sari, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 30 Oktober 2022.

<sup>89</sup> Ibu Ratna, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 30 Oktober 2022.

<sup>90</sup> Ibu Jumaati, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 30 Oktober 2022.

<sup>91</sup> Ibu Ajeng, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 30 Oktober 2022.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Toko Borobudur Emas Maron, maka dapat disimpulkan bahwa pemotongan kerugian yang terlalu tinggi mempengaruhi minat konsumen terhadap toko. Namun karena adanya hal-hal yang membuat konsumen harus tetap membeli di Toko Borobudur Emas Maron karena menyediakan perhiasan dengan ukuran besar untuk konsumen yang mempunyai badan besar yang jarang toko-toko lain menyediakannya, selain itu Toko Borobudur Emas Maron juga menjual model-model yang banyak dicari konsumen, hal-hal tersebut yang menjadi keunggulan tersendiri yang dimiliki toko, jadi konsumen mau tidak mau harus menerima potongan kerugian yang lebih tinggi dari toko-toko lain.

### **C. Pembahasan Temuan**

Bagian ini menjelaskan temuan penelitian terkait pemberian harga dan pemotongan kerugian pada keputusan konsumen di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo. Peneliti melakukan kegiatan wawancara, observasi, dan dokumentasi di lapangan untuk mendapatkan data terkait pemberian dan pemotongan kerugian pada keputusan konsumen di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo. Setelah mendapatkan data, peneliti akan mengkaji hasil tersebut dengan mengaitkan teori yang telah dipakai dalam penelitian ini dengan tujuan agar dapat mengetahui keterkaitan pada fokus masalah.

Temuan yang didapatkan oleh peneliti yaitu berupa data dalam bentuk argumentasi yang berasal dari berbagai informan terpilih. Dalam hal ini, informan tersebut antara lain pemilik toko emas, karyawan, dan 5 orang



konsumen Toko Pusaka Emas Semampir dan 5 konsumen Toko Borobudur Emas Maron. Sedangkan dokumentasi diperoleh dari foto yang telah diambil dari sebelum sampai penelitian berlangsung. Tujuannya adalah untuk memperkuat hasil penelitian.

### **1. Pemberian Harga Emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.**

Dari hasil temuan tentang perbedaan pemberian harga pada transaksi jual beli perhiasan emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo, penjelasan yang dapat diambil yaitu sebagai berikut:

Dalam dunia bisnis, telah diketahui bahwa harga merupakan suatu hal yang memiliki peran penting karena menjadi sumber kekuatan sebuah toko. Pada berbagai teori ekonomi mikro, harga menjadi faktor utama dalam hukum permintaan, semakin rendah harga maka semakin tinggi minat konsumen terhadap produk.<sup>92</sup> Seperti yang dilakukan oleh Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron yang mengetahui bahwa harga emas sudah ditetapkan oleh produsen pusat yang disebut dengan (*London Emas*). Dari sanalah Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron dapat peluang untuk mengambil keuntungan sebagai pemasukan pada bisnis mereka.

---

<sup>92</sup> Wawan Hermawan, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 2.3.

Dalam ketentuan agama Islam, penetapan harga diharuskan agar bersifat adil, yaitu harga yang menguntungkan penjual dan pembeli serta tidak ada saling merugiakan antar kedua belah pihak.<sup>93</sup> Seperti halnya pebisnis toko perhiasan emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron, kedua toko tersebut memberikan harga yang adil dan bermanfaat untuk penjual maupun pembeli atas akad yang telah dilakukan. Dari sini dapat diketahui bahwa teori harga sangat penting bagi pelaku usaha dalam menyeimbangkan keadaan toko. Teori harga menjelaskan bagaimana penjual atau pelaku usaha dapat menentukan harga di pasar atas produk yang mereka jual dan tawarkan. Penetapan harga ini dipengaruhi oleh dua faktor utama yakni permintaan dan penawaran produk. Kedua faktor itu juga ditentukan oleh beberapa sub-faktor di dalamnya.<sup>94</sup> Hal ini terjadi pada Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron di mana konsumen mempertimbangkan terkait permintaan dan penawaran dalam hal investasi emas, menabung, ataukah hanya menitipkan uangnya pada perhiasan emas. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi teori permintaan antara lain: Jumlah pendapatan, Harga barang, Cita rasa terhadap barang tersebut, Tingkat kekayaan individu secara keseluruhan, Harga barang lain yang sejenis, Harapan individu terhadap pendapatan, harga dan keuntungan di masa depan.<sup>95</sup> Tidak dapat dipungkiri bahwa selera

---

<sup>93</sup> Yusuf Al- Qaradhawi, *7 Kaidah Utama Fikih Muamalat*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2014), 132.

<sup>94</sup> Wawan Hermawan, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 2.3.

<sup>95</sup> Wawan Hermawan, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 2.11.

konsumen lebih tertarik pada emas muda yang mana melihat dari harga yang lebih murah daripada emas tua, namun ada juga sebagian kecil yang tertarik dengan emas tua. Maka dari itu Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron memilih untuk menjual emas muda dan emas tua dari 8K sampai 16K. Permintaan masyarakat daerah Probolinggo dan peluang investasi atau menabung cukup terjangkau, selain itu juga memiliki kesan mewah dan mempercantik diri terutama untuk kalangan perempuan.

Pemberian harga pada suatu produk haruslah diperhatikan oleh perusahaan. Hal ini bertujuan agar perusahaan mendapatkan dampak positif pada pendapatan usahanya. Untuk menentukan harga suatu produk perlu beberapa seperti:<sup>96</sup> penentuan harga yang diterima oleh masyarakat, penentuan *market share*, dan penentuan harga asal dan keuntungan. Hal tersebut diterapkan oleh Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron. Mereka menetapkan harga mendekati harga pasar sehingga dapat diterima oleh konsumen. Selain itu cara hitung harga tukar dari pabrik juga sama antara Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron. Tetapi terjadi perbedaan dengan jumlah pengambilan keuntungan itulah yang membuat pemberian harga jual per gram emas berbeda antara Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron, karena tidak ada ketentuan khusus untuk harga jual toko. Akan tetapi, rata-rata harga emas muda Rp 300.000 per gram untuk kadar 8K, Rp 400.000 per gram untuk kadar 9K, Rp 450.000 per gram untuk kadar 10K, dan Rp 700.000 per gram

---

<sup>96</sup> Budi Rahayu Tanama Putri, Manajemen Pemasaran, (Denpasar, Universitas Udayana, 2017), 45.

untuk kadar 16K. Harga-harga tersebut sudah menjadi hal wajar pada konsumen emas. Untuk lebih jelasnya seperti Tabel 4.3 di bawah ini:

**Tabel 4.3**  
**Harga dan Potongan Kerugian Per gram Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron**

No	Nama	Harga Jual	Harga London	Potongan Kerugian Per gram Emas
1.	Toko Pusaka Emas Semampir	Rp 300.000, (8K)	Rp 287.000	Rp 10.000
		Rp 350.000, (9K)	Rp 328.000	Rp 10.000
		Rp 430.000, (10K)	Rp 369.000	Rp 10.000
		Rp 680.000, (16K)	Rp 615.000	Rp 10.000
2.	Toko Borobudur Emas Maron	Rp 360.000, (8K)	Rp 287.000	Rp 15.000
		Rp 395.000, (9K)	Rp 328.000	Rp 15.000
		Rp 450.000, (10K)	Rp 369.000	Rp 15.000
		Rp 720.000, (16K)	Rp 615.000	Rp 30.000

Sumber : Wawancara.<sup>97</sup>

Dapat disimpulkan dari Tabel di atas bahwa perbedaan pengambilan keuntungan yang diterapkan oleh Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron merupakan ketentuan khusus yang ditetapkan oleh pemilik toko untuk menjaga dan menstabilkan keuangan toko.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

<sup>97</sup> Mosleh dan Ifa , diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 30 Oktober 2022.

## 2. Pemotongan Kerugian Emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.

Potongan kerugian yang diterapkan oleh masing-masing toko merupakan suatu strategi penjual agar dapat mengelola dan menjaga hubungan jangka panjang dengan konsumen emas. Sehingga hal ini dapat memberikan dampak yang positif bagi suatu perusahaan. Pemotongan kerugian dapat digunakan sebagai keunggulan serta bisa memberikan nilai tambah bagi toko perhiasan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Pada praktiknya, di lapangan, potongan kerugian memiliki harga yang tidak sama di setiap toko, karena potongan kerugian itu merupakan keuntungan atau laba bagi pedagang emas.<sup>98</sup> Potongan kerugian yang sudah ditetapkan oleh toko merupakan harga pasar dan sudah disampaikan pada awal akad jual beli perhiasan berlangsung, transaksi yang diterapkan juga sudah sesuai dengan aturan jual beli serta rukun jual beli, seperti konsumen yang membeli emas harus berakal, tidak dipaksa oleh pihak manapun, konsumen tidak melakukan pemborosan karena dengan membeli perhiasan konsumen merasa sedang menabung atau menyimpan uangnya yang sewaktu-waktu dapat dipergunakan untuk kepentingan yang lebih penting.<sup>99</sup> Kebijakan pemberian harga dan pemotongan kerugian merupakan ketentuan dari toko emas masing-masing. Tetapi rata-rata pemberian potongan kerugian pada toko

---

<sup>98</sup> Wawan Hermawan, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 4.17.

<sup>99</sup> Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam* (Bandung: Sinar Baru Argensindo, 2016), 279.

emas berkisaran pada harga Rp 10.000- Rp 30.000,- seperti pada Tabel 4.4 di bawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Data Potongan Kerugian Per Gram Emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron**

No.	Nama Toko	Potongan kerugian per gram
1.	Pusaka	Rp 10.000, (8K, 9K, 10K dan 16K)
2.	Borobudur	Rp 15.000, (8K, 9K, 10K) Rp 30.000, (16K)

Sumber: Wawancara<sup>100</sup>

Untuk konsumen yang menjual kembali perhiasan emasnya dalam keadaan rusak atau sebagian emas ada yang berkurang, maka akan mendapatkan potongan kerugian yang lebih banyak dari harga potongan kerugian yang telah ditetapkan dari awal pembelian. Hal ini untuk dijadikan ongkos perbaikan atau biaya reproduksi kembali perhiasan emas.<sup>101</sup> Untuk penetapan biaya jika terjadi kerusakan akan dilihat dari banyaknya kerusakan atau dari berat emas yang hilang jika ada bagian yang hilang.<sup>102</sup>

Pada saat konsumen akan menjual kembali, penjual akan meminta bukti surat pembelian apakah sesuai dengan perhiasan yang akan dijual. Jika surat pembelian hilang maka penjual tidak akan menerima barang yang akan dijual oleh konsumen, kecuali konsumen menyertakan surat kehilangan dari desa. Hal tersebut untuk menghindari tindak kriminal akan barang curian. Selain itu jika konsumen menjual perhiasan tidak sesuai dengan toko awal pembelian maka setiap toko akan memberitahukan terlebih dahulu bahwa

<sup>100</sup> Mosleh dan Ifa, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 20 Agustus 2022.

<sup>101</sup> Hamdi Agustin, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah* (Depok, PT RajaGrafindo Persada, 2017), 71.

<sup>102</sup> Joko Salim, *Jangan Investasi Emas Sebelum Baca Buku Ini* (Jakarta: Transmedia Pustaka, 2011), 8.

emas yang di jual tidak pada toko awal membeli akan diambil dengan harga lebih rendah dari harga sebelumnya, jika konsumen menyetujuinya maka penjual akan melakukan pengecekan lebih lanjut, namun jika konsumen menolak, maka penjual menyarankan untuk menjual kembali perhiasannya kepada toko awal konsumen membeli.

### **3. Implikasi Pemberian Harga dan Potongan Kerugian Emas pada Keputusan Pembelian di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Probolinggo.**

Dari penelitian yang sudah dilakukan peneliti mendapatkan hasil bahwa pemberian harga serta potongan kerugian berdampak pada keputusan pembelian pada konsumen. Pengambilan keputusan konsumen merupakan proses integrasi yang dilakukan untuk mengkombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya.<sup>103</sup> Setiap konsumen berhak untuk menentukan pembeliannya perhiasan di toko mana saja, namun dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, dapat diketahui bahwa konsumen dengan tingkatan *Routinized Response Behavior* lebih tertarik untuk melakukan pembelian perhiasan kepada toko yang menawarkan harga lebih rendah dan potongan yang juga lebih rendah, karena konsumen pada tingkatan ini sudah memiliki beberapa pengalaman tentang pembelian emas, dan dapat dikatakan sering melakukan transaksi jual beli perhiasan sudah mendapat informasi mengenai harga

---

<sup>103</sup> J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 162-164.

pasaran emas dan potongan kerugiannya.<sup>104</sup> Selain itu konsumen mengambil keputusannya berdasarkan perspektif ekonomi yang rasional yang mampu menilai keuntungan dan kerugian dari pembelian emas tersebut, berbeda dengan tingkatan konsumen *Extensive Problem Solving* dimana konsumen tidak memiliki pengalaman dalam jual beli perhiasan, dan cenderung tidak memperdulikan harga dan potongan kerugian, namun setelah mendapat beberapa informasi dan pengalaman dari jual beli perhiasan sebelumnya konsumen akan naik pada tingkatan *Limited Problem Solving* dimana konsumen sudah mengevaluasi produk yang dibeli dan menyeleksi toko-toko perhiasan yang menawarkan harga dan potongan kerugian lebih rendah, sehingga konsumen tersebut akan menggunakan perspektif kognitif yang menerima dan secara aktif mencari produk dan informasi yang memenuhi kebutuhan konsumen<sup>105</sup> selanjutnya pada tingkatan *Routinized Response Behavior* yang sudah mengerti perihal potongan kerugian yang tinggi maka uang yang mereka dapatkan akan semakin sedikit, namun jika potongan kerugian rendah maka ketika konsumen ingin menjual kembali perhiasannya, uang yang didapatkan tidak berkurang banyak dari jumlah uang awal membeli perhiasan. Dari hasil penelitian dapat kita ketahui bahwa pemberian harga dan potongan kerugian merupakan faktor penting dalam menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian, namun setiap toko tetap harus

---

<sup>104</sup> Tengku Enzi Balqiah dan Hapsari Setyowardhani, *Perilaku Konsumen* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 8.5.

<sup>105</sup> Tengku Enzi Balqiah dan Hapsari Setyowardhani, *Perilaku Konsumen*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 8.5.



mempertimbangkan keuangan bisnisnya. Pengambilan keuntungan sebuah bisnis perhiasan sangatlah penting, penentuan harga serta potongan kerugian harus diperhitungkan dengan baik dan sesuai dengan ketentuan-ketentuan toko. Dengan tujuan untuk mencapai pendapatan yang stabil dan dapat mengembangkan toko lebih besar lagi, dan bisa memberi gaji karyawan yang sesuai maka hal itu bersumber dari laba dari jual beli perhiasan emas. Oleh karena itu, sangat penting untuk memperhatikan perhitungan harga dan potongan kerugian. Di sisi lain, harga yang ditetapkan dengan keadaan toko dan standar pasar akan memberi dampak positif bagi kedua belah pihak baik itu penjual dan pembeli. Hal ini juga dapat memberi manfaat bagi transaksi yang dilakukan.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari data yang sudah diperoleh dan penjabaran pembahasan pada penelitian ini, kesimpulan yang dapat ditarik oleh peneliti:

1. Pemberian harga emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo, menggunakan teknik pemberian harga yang mengikuti ketentuan *London* harga yang ditetapkan oleh pusat, dan pemberian harga juga memprediksi permintaan barang dari konsumen dengan memberi harga yang sesuai dengan harga pasar yang diharap dapat diterima oleh konsumen emas, selain itu pengambilan laba atau keuntungan yang sudah diperhitungkan dapat mengembangkan usaha dan membayar jasa (gaji) karyawan toko perhiasan emas.
2. Potongan kerugian emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo, pada saat konsumen menjual kembali perhiasan emas sudah diketahui oleh sebagian besar konsumen emas dan pedagang akan menginformasikan kembali saat terjadi transaksi jual beli perhiasan, pedagang juga akan menjelaskan jika terjadi kerusakan atau ada bagian dari perhiasan hilang maka ada potongan tambahan untuk biaya perbaikan. Selain itu, bukti surat pembelian harus dibawa saat konsumen akan menjual kembali perhiasannya, jika terjadi kehilangan bukti surat pembelian maka konsumen harus menyertakan bukti kehilangan dari desa, sehingga perhiasannya dapat diterima oleh toko perhiasan.

3. Implikasi pemberian harga dan potongan kerugian emas pada keputusan pembelian di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo, yaitu konsumen yang sudah memiliki informasi yang cukup dan memiliki pengalaman dalam jual beli emas lebih memilih di Toko Pusaka Emas Semampir karena toko tersebut memberikan harga dan potongan kerugian yang lebih rendah dibandingkan dengan Toko Borobudur Emas Maron, namun konsumen yang kurang informasi dan tidak memiliki pengalaman dalam jual beli emas tidak memperdulikan harga dan potongan kerugian, setelah konsumen paham bahwa saat menjual kembali perhiasannya uang yang diterima berkurang banyak maka dari situlah konsumen mulai memilah dan memilih toko-toko yang potongannya yang rendah.

## **B. Saran-saran**

Dari kesimpulan yang sudah dipaparkan, peneliti menyampaikan beberapa saran yang digunakan sebagai sebuah kontribusi pemikiran baru dan menjadi suatu motivasi dalam pengembangan usaha Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron. Adapun saran yang perlu disampaikan yaitu:

1. Bagi pedagang perhiasan Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron

Mengenai model perhiasan pada Toko Pusaka Emas Semampir haruslah lebih memikirkan selera konsumen dan selalu mengulak model-model terbaru. Dari observasi yang saya lakukan Toko Borobudur Emas Maron memang lebih tinggi dalam menetapkan harga dan potongan kerugian namun konsumen yang tetap membeli di toko tersebut karena model-model

perhiasannya yang terbaru dan lengkap terutama untuk konsumen yang membutuhkan ukuran yang besar.

Mengenai pemasaran di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron hendaknya mengikuti perkembangan digital yaitu promosi perhiasan secara *online* untuk mengenalkan toko kepada konsumen di luar Kota Probolinggo menggunakan aplikasi *e-commerce* seperti Tiktok, Instagram, Shopee, Tokopedia, dan Lazada sekarang perkembangan digital semakin meningkat banyak toko-toko tidak hanya memperkenalkan barangnya mengenai sosial media dan melakukan transaksi jual beli perhiasan secara *online*, akan tetapi risikonya jauh lebih besar dibandingkan jual beli secara *offline* (konsumen datang langsung ke toko perhiasan). Namun, hal tersebut dapat meningkatkan penjualan perhiasan sehingga laba yang didapatkan juga meningkat.

## 2. Bagi konsumen perhiasan emas

Hendaknya jika tidak ingin mendapatkan kerugian yang lebih banyak maka perhiasannya dijaga, jangan sampai rusak atau bagiannya hilang, selain itu bukti surat pembeliannya jangan sampai hilang agar tidak kesulitan saat perhiasan akan dijual kembali. Karena setiap toko emas menerapkan potongan kerugian, jadi jangan marah jika ketika menjual kembali perhiasan emas jumlah uang yang diterima lebih sedikit dibandingkan jumlah uang awal membeli. Emas memang barang yang tepat untuk investasi, tetapi harus dijangka waktu yang bertahun-tahun, saat harga emas mengalami kenaikan maka konsumen akan mendapatkan laba. Namun, jika dijual kembali tidak

jauh dari waktu membeli maka bukan laba yang diterima tetapi potongan kerugian.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, Riza. "Tinjauan Hukum Islam Tentang Perbedaan Pemotongan Harga Jual Emas Studi di Toko Emas Garuda dan Toko Emas Cantik Manis Pasar Tengah Tanjung Karang Bandar Lampung." Skripsi, UIN Raden Intan Bandar Lampung, 2020.
- Agustin, Hamdi. *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Depok: RajaGrafindo Persada, 2017.
- Al Qaradhawi, Yusuf. *7 Kaidah Utama Fikih Muamalat*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2014.
- Anzani, Widi Antie. "Pengaruh Religiosity, Product Prices And Place Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Empiris Pada Customer Toko Emas Jamal Tanjung Gold And Jewellery." Skripsi, UIN Raden Intan Bandar Lampung, 2022.
- Balqiah, Tengku Enzi dan Hapsari Setyowardhani. *Perilaku Konsumen*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017.
- Chaniago, Aspizain. *Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2017.
- Desriani. "Tinjauan Hukum Islam Tentang Perbedaan Harga Dalam Jual Beli Bahan Pokok Dengan Jumlah Banyak Dan Sedikit." Skripsi, UIN Raden Intan Bandar Lampung, 2017.
- Dipraja, Sholeh. *Siapa Bilang Investasi Emas Butuh Modal Gede*. Jakarta Selatan: Tangga Pusaka, 2011.
- Filber, Ryan dan Fachmi Jaidi. *Gold Trading Revolution Menjadikan Emas Sebagai Sumber Income Tanpa Batas*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015.
- Hermawan, Wawan. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017.
- Kartikasari, Luki. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Emas Mini Gold Dengan Sistem Kredit Pada Faeyza Online Shop Kota Surabaya." Skripsi, IAIN Ponorogo, 2020.
- Latifah, Nurul. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Emas Dengan Sistem Tukar Tambah Di Toko Emas Nur Bobotsari Purbalingga." Skripsi, IAIN Purwokerto, 2019.

- Mardani. *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Depok: Rajawali, 2017.
- Nining, Mutiara. "Penetapan Harga Jual Emas Tanpa Surat Dalam Tinjauan Hukum Islam." Skripsi, UIN Raden Intan Bandar Lampung, 2020.
- Nawawi, Ismail. *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Nuryadin, Muhammad Birusman. "Harga Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Mazahib* 4, no. 1 (2007): 87-99.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Putri, Budi Rahayu Tanama. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana, 2017.
- Rahmania, Nabila Afiyah. "Hubungan Gaya Hidup Konsumtif dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada Pelanggan Wanita di Toko Emas Sumenep, Madura." *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan* 1, no. 6 (2021): 651-658.
- Rahmawati, Husni Syams dan Nafirah Anwar "Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Jual Beli Emas." *Ihtiyath Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* 4, no.1 (2020): 23-29.
- Rasjid, Sulaiman. *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru Argensindo, 2016.
- Rozalinda. *Fikih Ekonomi Syariah Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
- Saidi, Zaim. *Euforia Emas Mengupas Kekeliruan Dan Cara Yang Benar Pengembangan Dinar, Dirham, Dan Fulus Agar Sesuai Al- Qur'an Dan Sunnah*. Depok: Pustaka Adina, 2011.
- Saleh, Sirajuddin. *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017.
- Salim, Istiqiyah Febriani. "Analisis Pengaruh Faktor Situasional Dan Nonsituasional Pada Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Emas Hidup Banjaran Pada Masa Pandemi." Skripsi, Politeknik Harapan Bersama Tegal, 2021.
- Salim, Joko. *Jangan Investasi Dinar Sebelum Baca Buku Ini*. Jakarta: Visimedia, 2011.

Setyantoro, Agung Suryo. *Emas Dan Gaya Hidup Masyarakat Aceh Dari Masa Ke Masa*. Banda Aceh: Balai Pelestarian Sejarah Dan Nilai Tradisional, 2012.

Suci, Afred. "Faktor-Faktor Prediktor Perilaku Pembelian Emas di Pekanbaru." Skripsi, Universitas Lancang Kuning Pekanbaru, 2016.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research & Development*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Sunarmi dan Puspitasari. "Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Perhiasan Emas di Kota Metro." *FAIR: FINANCIAL & ACCOUNTING INDONESIAN RESEARCH* 2, no.1 (2022): 1-6.

Sayidah, Nur. *Metodologi Penelitian Disertai Dengan Contoh Penerapannya Dalam Penelitian*. Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2018.

Veronika, Farida. "Pengaruh Kualitas Produk, Keunikan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Emas H. Arsyad Puruk Cahu." Skripsi, UIN Antasari Banjarmasin, 2022.

Zainur. "Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal An-Nahl* 9, no. 5 (2020): 32-43.





## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Uswatun Hasanah

NIM : E20192316

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini dengan judul *"Implikasi Pemberian Harga dan Pemotongan Kerugian Emas Pada Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Maron Probolinggo"* secara keseluruhan adalah hasil kajian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Jember, 01 Desember 2022

Saya yang menyatakan

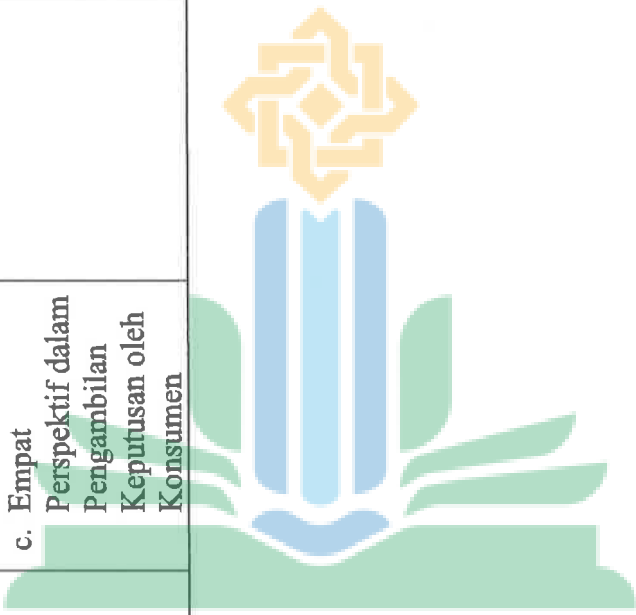


Uswatun Hasanah  
NIM. E20192316

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metodologi Penelitian	Fokus Penelitian
Implikasi Penetapan Harga dan Pemotongan Kerugian Emas Pada Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Maron Probolinggo	A. Penetapan Harga  B. Potongan Kerugian	a. Harga  b. Potongan Kerugian  c. Jual Beli  d. Emas	a. Pengertian Harga b. Pembentukan Harga c. Landasan Hukum Pembentukan Harga  a. Penentuan Harga Pembayaran  a. Pengertian Jual Beli Dalam Islam b. Aturan Jual Beli Dalam Islam c. Rukun Jual Beli Dalam Islam  a. Pengertian Emas b. Jenis-jenis Bentuk Emas	Informan: a. Pemilik Toko Pusaka Emas Semampir b. Pemilik Toko Borobudur Maron c. Karyawan Toko Pusaka Emas Semampir d. Karyawan Toko Borobudur Maron e. Konsumen Toko Pusaka Emas Semampir f. Konsumen Toko Borobudur Maron  Kepustakaan: a. Buku b. Jurnal	1. Pendekatan Penelitian: Kualitatif 2. Jenis Penelitian: <i>Field Research</i> 3. Teknik Pengambilan Sampel: <i>Purposive</i> 4. Teknik pengumpulan data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 5. Analisis Data: a. Kondentasi Data b. Penyajian Data c. Kesimpulan 6. Keabsahan Data: <i>Triangulasi Sumber dan Triangulasi Teknik</i>	1. Bagaimana pemberian harga emas di Toko Emas Borobudur Maron dan Toko Pusaka Emas Semampir Probolinggo?  2. Bagaimana pemotongan kerugian emas di Toko Emas Borobudur Maron dan Toko Pusaka Emas Semampir Probolinggo?  3. Bagaimana implikasi penentuan harga dan pemotongan kerugian emas pada keputusan pembelian?

				<p>a. Pengertian Keputusan Pembelian</p> <p>b. Tiga Tingkatan dari Pengambilan Keputusan oleh Konsumen</p> <p>c. Empat Perspektif dalam Pengambilan Keputusan oleh Konsumen</p>	
				e. Keputusan Pembelian	
				C. Keputusan Pembelian	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 JEMBER

## PEDOMAN PENELITIAN

### A. Pedoman Observasi

1. Untuk mengetahui penetapan harga pada pergram emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.
2. Untuk mengetahui potongan kerugian pada pergram emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.
3. Untuk mengetahui implikasi pemberian harga dan pemotongan kerugian emas pada keputusan pembelian.

### B. Pedoman Wawancara

1. Bagaimana penetapan harga pergram pada jual beli emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.
  - a. Bagaimana latar belakang pendirian Toko Emas Pusaka dan Toko Emas Borobudur?
  - b. Apa saja jenis emas yang di jual di Toko Emas Pusaka dan Toko Emas Borobudur?
  - c. Berapa harga pergram dari kadar masing-masing emas di Toko Emas Pusaka dan Toko Emas Borobudur?
  - d. Bagaimana cara menghitung penetapan harga pergram emas?
  - e. Pertimbangan apa saja yang harus ditentukan oleh Toko Emas Pusaka dan Toko Emas Borobudur dalam menetapkan harga emas?
  - f. Apa penyebab adanya perbedaan harga dari Toko Emas Pusaka dan Toko Emas Borobudur?
2. Bagaimana potongan kerugian pada jual beli emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.
  - a. Berapa potongan kerugian pergram emas dari masing-masing kadar?
  - b. Bagaimana cara menghitung potongan kerugian saat konsumen menjual kembali emas?
  - c. Apa ada tambahan potongan saat konsumen menjual kembali emas dalam keadaan rusak?
  - d. Apakah Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron menerima barang tanpa surat ?
  - e. Apakah Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron menerima barang yang tidak membeli di toko tersebut?

3. Implikasi penentuan harga dan pemotongan kerugian emas pada keputusan pembelian di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.
  - a. Apakah Ibu tahu harga pergram emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo?
  - b. Apakah Ibu tahu potongan kerugian pergram emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo?
  - c. Bagaimana tanggapan Ibu mengenai perbedaan harga emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo?
  - d. Bagaimana tanggapan Ibu mengenai perbedaan potongan kerugian emas di Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo?
  - e. Apa ibu tidak merasa keberatan jika membeli emas dengan adanya potongan kerugian?
  - f. Apa Ibu pernah membeli di toko lain dengan harga dan potongan yang lebih rendah atau lebih tinggi?
  - g. Apakah Ibu tidak mempermasalahkan harga pergram emas?
  - h. Apakah Ibu tidak mempermasalahkan besar potongan kerugian pergram emas?
  - i. Seperti apa harga dan potongan yang sesuai menurut Ibu?
- C. Pedoman Dokumentasi
  1. Sejarah terbentuknya Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.
  2. Struktur Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.
  3. Data Jumlah Karyawan Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo.
  4. Dokumentasi yang relevan.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B-465 /Un.22/7.a/PP.00.9/06/2022  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

13 Juni 2022

Kepada Yth.  
Pemilik Toko Pusaka Emas  
Jl. Letjen MT Haryono No.06, Ps. Semampir. Kraksaan  
Probolinggo

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :


Nama : Uswatun Hasanah  
NIM : E20192316  
Semester : VI (Enam)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Perilaku Konsumen Atas Perbedaan Pemotongan Harga Jual Emas Oleh Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Emas Borobudur Maron Probolinggo di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Dekan Bidang Akademik,



Nurcha Widyawati Islami Rahayu



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B-465 /Un.22/7.a/PP.00.9/06/2022  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

13 Juni 2022

Kepada Yth.  
Pemilik Toko Emas Borobudur  
Jl. Raya Maron, Montoran, Maron Kidul  
Probolinggo

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Uswatun Hasanah  
NIM : E20192316  
Semester : VI (Enam)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Perilaku Konsumen Atas Perbedaan Pemotongan Harga Jual Emas Oleh Toko Pusaka Emas Semampir Dan Toko Emas Borobudur Maron Probolinggo di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
Dekan  
Dekan Bidang Akademik,  
Murni Widyawati Islami Rahayu



## SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hj. Halima

Jabatan : Pemilik Toko Pusaka Emas Semampir

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Uswatun Hasanah

NIM : E20192316

Semester : VII

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melakukan penelitian di Toko Pusaka Emas Semampir terhitung mulai 25 Oktober 2022 sampai dengan 20 November 2022 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“IMPLIKASI PEMBERIAN HARGA DAN PEMOTONGAN KERUGIAN EMAS PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN TOKO PUSAKA EMAS SEMAMPIR DAN TOKO BOROBUDUR MARON PROBOLINGGO”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Probolinggo, 30 November 2022

Pemilik Toko Pusaka Emas Semampir

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



METERAI  
TEMPEL  
938AKX14139531  
Hj. Halima



## SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hj. Suplin

Jabatan : Pemilik Toko Borobudur Emas Maron

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang berindentitas:

Nama : Uswatun Hasanah

NIM : E20192316

Semester : VII

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melakukan penelitian di Toko Borobudur Emas Maron terhitung mulai 25 Oktober 2022 sampai dengan 20 November 2022 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“IMPLIKASI PEMBERIAN HARGA DAN PEMOTONGAN KERUGIAN EMAS PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN TOKO PUSAKA EMAS SEMAMPIR DAN TOKO BOROBUDUR MARON PROBOLINGGO”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Probolinggo, 30 November 2022

Pemilik Toko Borobudur Emas Maron

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER







METERAI  
TEMPER  
46DAKX141395633  
Hj. Suplin

## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi Penelitian:

Toko Pusaka Emas, jalan M.T. Haryono, Semampir, kec. Kraksaan, kab. Probolinggo.

TANGGAL	KEGIATAN	TTD
20 Juni 2022	Penyerahan surat izin penelitian	
15 Agustus 2022	Wawancara dengan Ibu Hj. Halima selaku pemilik Toko Pusaka Emas	
15 Agustus 2022	Wawancara dengan Dimas selaku Karyawan Toko Pusaka Emas	
25 Oktober 2022	Wawancara dengan Ibu Fatma selaku Konsumen Toko Pusaka Emas	
25 Oktober 2022	Wawancara dengan Ibu Sinta selaku Konsumen Toko Pusaka Emas	
25 Oktober 2022	Wawancara dengan Ibu Tutik selaku Konsumen Toko Pusaka Emas	
25 Oktober 2022	Wawancara dengan Ibu Citra selaku Konsumen Toko Pusaka Emas	
25 Oktober 2022	Wawancara dengan Ibu Indah selaku Konsumen Toko Pusaka Emas	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Probolinggo, 01 Desember 2022

Pemilik Toko Pusaka Emas



Hj. Halima

## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi Penelitian:

Toko Borobudur Emas, Jalan Brukan I, Maron Kidul, kec. Maron, kab. Probolinggo.

TANGGAL	KEGIATAN	TTD
25 Juni 2022	Penyerahan surat izin penelitian	
20 Agustus 2022	Wawancara dengan Ibu Hj. Suplin selaku pemilik Toko Borobudur Emas	
20 Agustus 2022	Wawancara dengan Ifa selaku Karyawan Toko Borobudur Emas	
30 Oktober 2022	Wawancara dengan Ibu wati selaku Konsumen Toko Borobudur Emas	
30 Oktober 2022	Wawancara dengan Ibu Sari selaku Konsumen Toko Borobudur Emas	
30 Oktober 2022	Wawancara dengan Ibu Ratna selaku Konsumen Toko Borobudur Emas	
30 Oktober 2022	Wawancara dengan Ibu Jumaati selaku Konsumen Toko Borobudur Emas	
30 Oktober 2022	Wawancara dengan Ibu Ajeng selaku Konsumen Toko Borobudur Emas	

Probolinggo, 01 Desember 2022

Pemilik Toko Borobudur Emas



Hj. Suplin

## DOKUMENTASI



*Dokumentasi:* Wawancara dengan Ibu Hj. Halima  
selaku pemilik Toko Pusaka Emas Semampir  
pada hari Selasa, 25 Oktober 2022



*Dokumentasi:* Wawancara dengan Ibu Hj. Suplin  
selaku pemilik Toko Borobudur Emas Maron  
pada hari Minggu, 30 Oktober 2022





*Dokumentasi:* Wawancara dengan Bapak Mosleh  
selaku karyawan Toko Pusaka Emas Semampir  
pada hari Selasa, 25 Oktober 2022



*Dokumentasi:* Wawancara dengan Ifa  
selaku Karyawan Toko Borobudur Emas Maron  
pada hari Minggu, 30 Oktober 2022



*Dokumentasi:* Wawancara dengan Ibu Fatma  
selaku konsumen Toko Pusaka Emas Semampir  
pada hari Selasa, 25 Oktober 2022



*Dokumentasi:* Wawancara dengan Ibu Sinta dan Ibu Tutik  
selaku konsumen Toko Pusaka Emas Semampir  
pada hari Selasa, 25 Oktober 2022



*Dokumentasi: Wawancara dengan Ibu Citra  
selaku konsumen Toko Pusaka Emas Semampir  
pada hari Selasa, 25 Oktober 2022*

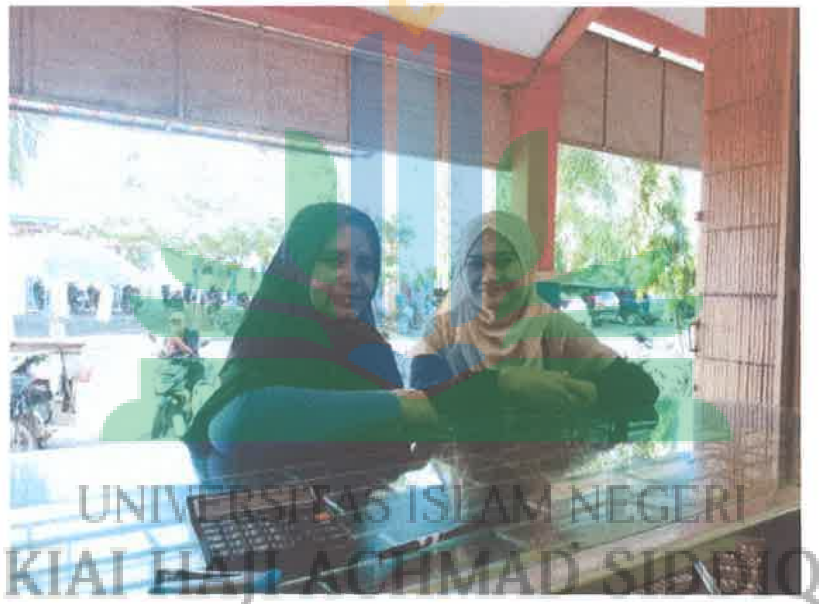


*Dokumentasi: Wawancara dengan Ibu Wati dan Ibu Sari  
selaku Konsumen Toko Borobudur Emas Maron  
pada hari Minggu, 30 Oktober 2022*





*Dokumentasi: Wawancara dengan Ibu Ratna*  
selaku Konsumen Toko Borobudur Emas Maron  
pada hari Minggu, 30 Oktober 2022



*Dokumentasi: Wawancara dengan Ibu Jumaati*  
selaku Konsumen Toko Borobudur Emas Maron  
pada hari Minggu, 30 Oktober 2022





*Dokumentasi: Wawancara dengan Ibu Ajeng*  
selaku Konsumen Toko Borobudur Emas Maron  
pada hari Minggu, 30 Oktober 2022



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Nomor : B-02.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/12/2022

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Uswatun Hasanah  
NIM : E20192316  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Implikasi Pemberian Harga dan Pematangan Kerugian Emas Pada Keputusan Pembelian Oleh Toko Pusaka Emas Semampir dan Toko Borobudur Emas Maron Probolinggo

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 05 Desember 2022

An. Dekan

Kepala Bagian Akademik

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahrul Mulyadi

## BIODATA PENULIS



Nama : Uswatun Hasanah  
Tempat, Tanggal Lahir : Probolinggo, 12 Januari 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Dusun. Rabasan, Rt/Rw: 01/01, Desa Alastengah,  
Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo.  
Agama : Islam  
No. Hp : 085236506025  
Alamat Email : [uswatunhasanah02122000@gmail.com](mailto:uswatunhasanah02122000@gmail.com)

### RIWAYAT PENDIDIKAN

MI/SD : MI NURUL IMAN SINDETLAMI  
SMP/MTs : SMPN 1 BESUK  
SMA/SMK : SMKN 1 KRAKSAAN  
Perguruan Tinggi : UIN KH. ACHMAD SIDDIQ JEMBER