

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Harga Diri

1. Definisi Harga Diri

Chaplin mendefinisikan harga diri adalah penilaian diri yang dipengaruhi oleh sikap interaksi, penghargaan, dan penerimaan orang lain terhadap individu¹. Stuart dan Sundeen mengatakan bahwa harga diri adalah penilaian individu terhadap hasil yang dicapai dengan menganalisa seberapa jauh perilaku yang memenuhi ideal dirinya². Coopersmith mendefinisikan harga diri adalah evaluasi yang dibuat oleh individu mengenai dirinya sendiri. Evaluasi diri tersebut merupakan hasil interaksi antara individu dengan lingkungannya serta perlakuan orang lain terhadap dirinya. Evaluasi ini diekspresikan dengan sikap setuju atau tidak setuju, tingkat keyakinan individu terhadap dirinya sendiri sebagai orang yang mampu, penting, berhasil, dan berharga atau tidak³.

Dari definisi yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa harga diri adalah gambaran tentang sejauh mana individu menilai dirinya sebagai orang yang memiliki kemampuan, keberartian, kompeten dan

¹ E. Subowo dan N. Martiarini. "Hubungan Antara Harga Diri Remaja Dengan Motivasi Berprestasi Pada Siswa SMK Yosonegoro Magetan," *Jurnal Yosonegoro* 11, no. 2 (2009): 1-9.

² Jasmadi dan Aulia Azzama, "Hubungan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Di Banda Aceh," *Jurnal Psikoislamedia* 1, no. 2 (Oktober 2016).

³ Barbara D.R. Wangge dan Nurul Hartini, "Hubungan antara Penerimaan Diri dengan Harga Diri pada Remaja pasca Perceraian Orangtua," *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial* 2, no. 1 (April 2013).

berharga. Penilaian tersebut dihasilkan oleh interaksi antara individu dengan lingkungannya.

2. Aspek-aspek Harga Diri

Harga diri bukanlah suatu keadaan yang dibawa sejak lahir, akan tetapi merupakan suatu keadaan yang dipelajari dan terbentuk sepanjang pengalaman hidup individu. Menurut Coopersmith terdapat aspek-aspek pembentukan harga diri, yaitu⁴:

a. Keberartian Diri (*Significance*).

Keberartian yaitu adanya kepedulian, perhatian dan kasih sayang yang diterima oleh individu dari orang lain. Keberartian ini ditandai dengan kehangatan, responsif, minat dan menyukai individu apa adanya (keberartian diri). Keberartian diri juga menyangkut seberapa besar individu percaya bahwa dirinya mampu, berarti dan berharga menurut standar dan nilai pribadi.

b. Kekuatan Individu (*Power*).

Kekuatan di sini berarti kemampuan individu untuk memengaruhi orang lain, serta mengontrol atau mengendalikan orang lain, di samping mengendalikan dirinya sendiri. Apabila individu mampu mengontrol diri sendiri dan orang lain dengan baik maka hal tersebut akan mendorong terbentuknya harga diri yang positif atau tinggi, demikian juga sebaliknya. Kekuatan juga dikaitkan dengan inisiatif. Pada individu

⁴ Suparno Eko W, Gumgum Gumelar dan Arif Wibisono, "Harga Diri Dan Intensi Membeli Jersey Sepak Bola Tiruan Pada Remaja," *Jurnal Penelitian Dan Pengukuran Psikologi* 3, no. 2 (Oktober 2014).

yang memiliki kekuatan tinggi akan memiliki inisiatif yang tinggi. Demikian sebaliknya.

c. Kompetensi (*Competence*).

Kompetensi diartikan sebagai memiliki usaha yang tinggi untuk mendapatkan prestasi yang baik, sesuai dengan tahapan usianya. Misalnya, pada remaja putra akan berasumsi bahwa prestasi akademik dan kemampuan atletik adalah dua bidang utama yang digunakan untuk menilai kompetensinya, maka individu tersebut akan melakukan usaha yang maksimal untuk berhasil di bidang tersebut. Apabila usaha individu sesuai dengan tuntutan dan harapan, itu berarti individu memiliki kompetensi yang dapat membantu membentuk harga diri yang tinggi. Sebaliknya apabila individu sering mengalami kegagalan dalam meraih prestasi atau gagal memenuhi harapan dan tuntutan, maka individu tersebut merasa tidak kompeten. Hal tersebut dapat membuat individu mengembangkan harga diri yang rendah.

d. Ketaatan Individu dan Kemampuan Memberi Contoh (*Virtue*).

Ketaatan individu terhadap aturan dalam masyarakat serta tidak melakukan tindakan yang menyimpang dari norma dan ketentuan yang berlaku di masyarakat akan membuat individu tersebut diterima dengan baik oleh masyarakat. Demikian juga bila individu mampu memberikan contoh atau dapat menjadi panutan yang baik bagi lingkungannya, akan diterima secara baik oleh masyarakat. Jadi ketaatan individu terhadap aturan masyarakat dan kemampuan individu memberi contoh bagi

masyarakat dapat menimbulkan penerimaan lingkungan yang tinggi terhadap individu tersebut. Penerimaan lingkungan yang tinggi ini mendorong terbentuknya harga diri yang tinggi, begitu juga sebaliknya.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Diri

Harga diri dalam perkembangannya terbentuk dari hasil interaksi individu dengan lingkungan dan atas sejumlah penghargaan, penerimaan dan pengertian orang lain terhadap dirinya. Menurut Ghufron ada beberapa faktor yang mempengaruhi harga diri individu, yaitu⁵:

a. Faktor Jenis Kelamin

Wanita selalu merasa harga dirinya lebih rendah dibandingkan dengan pria. Seperti: perasaan kurang mampu, kepercayaan diri kurang mampu dan merasa butuh perlindungan. Hal ini mungkin terjadi karena peran orang tua dan harapan-harapan masyarakat yang berbeda-beda, baik pada pria maupun wanita.

b. Inteligensi

Inteligensi sebagai gambaran lengkap kapasitas fungsional individu sangat erat berkaitan dengan prestasi, karena pengukuran inteligensi selalu berdasarkan kemampuan akademis. Individu dengan harga diri yang tinggi akan mencapai prestasi akademik yang tinggi dari pada individu yang memiliki harga diri yang rendah. Selanjutnya, dikatakan individu dengan harga diri yang tinggi memiliki skor

⁵ M. Nur Ghufron, Rini Risnawita S, *Teori-Teori Psikologi*, (Yogyakarta: Ar-ruzz Media, 2010), 44-47.

inteligensi yang lebih baik, taraf aspirasi yang lebih baik dan selalu berusaha keras.

c. Kondisi fisik

Adanya hubungan yang konsisten antara daya tarik fisik dan tinggi badan dengan harga diri. Individu dengan kondisi fisik yang menarik cenderung memiliki harga diri yang tinggi dibandingkan individu yang memiliki kondisi fisik yang kurang menarik.

d. Lingkungan keluarga

Peran keluarga sangat menentukan bagi perkembangan harga diri seorang anak. Dalam keluarga, seorang anak mengenal orang tuanya yang mendidik dan membesarkannya serta sebagai dasar untuk bersosialisasi dalam lingkungan yang lebih besar. Keluarga harus menemukan suatu kondisi dasar untuk mencapai perkembangan harga diri anak yang baik. Perlakuan adil, pemberian kesempatan untuk aktif dan mendidik yang demokratis akan membuat anak mendapat harga diri yang tinggi. Dan orang tua yang sering memberikan hukuman dan larangan dengan tanpa disertai alasan, akan menyebabkan anak merasa tidak berharga atau memiliki harga diri yang rendah.

e. Lingkungan sosial.

Pembentukan harga diri dimulai dari seseorang yang menyadari dirinya berharga atau tidak. Hal ini merupakan hasil dari proses lingkungan, penghargaan, penerimaan dan perlakuan orang lain terhadap dirinya.

Menurut Wray & Stone, harga diri adalah variabel yang penting untuk dipertimbangkan dalam kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat personal karena setelah mengambil suatu keputusan terdapat potensi keputusan akan mengalami kegagalan atau penolakan. Menurut Ramanigopal, individu dengan harga diri yang tinggi cenderung membuat keputusan dengan lebih baik karena berusaha menemukan lebih banyak informasi, mencari lebih banyak pilihan alternatif, dan mempertimbangkan dengan lebih seksama setiap konsekuensi yang menyertai alternatif pilihan yang ada⁶.

4. Harga Diri Remaja

Menurut Bos, Muris, Mulken, & Schaalma, perkembangan harga diri pada individu dimulai sejak masa kanak-kanak hingga dewasa, hanya saja mengalami penurunan pada masa remaja. Penurunan harga diri yang drastis pada remaja berkaitan dengan fase *storm* dan *stress* selama masa remaja yang ditunjukkan dengan adanya perubahan secara biologis, kognitif, sosial, psikologis, maupun akademis⁷. G. Stanley Hall dalam John W. Santrock, menunjukkan pandangan bahwa “*storm and stress* (badai dan stress) untuk

⁶ Anak Agung Ketut Sri Wiraswati dan Supriyadi “Hubungan Antara Harga Diri dengan Pengambilan Keputusan untuk Kawin pada Wanita Bali Usia Dewasa Awal,” *Jurnal Psikologi Udayana* 2, no. 1 (2015): 13-24.

⁷ Dilla Tria Febrina, Puji Lestari Suharso, Airin Yustikarini Saleh “*Self-Esteem* Remaja Awal: Temuan *Baseline* Dari Rencana Program *Self-Instructional Training* Kompetensi Diri,” *Jurnal Psikologi Insight* 2, no. 1, (2018): 43-56.

menyetakan bahwa masa remaja merupakan masa bergejolak yang diwarnai oleh konflik dan perubahan suasana hati (mood)⁸.

Menurut Erikson, tugas perkembangan sosio-emosional remaja memasuki tahap *identity vs confusion*. Pada tahap ini, remaja berusaha menjawab pertanyaan mengenai “Siapa dirinya?” dan bagaimana menunjukkan diri sesuai dengan identitas dirinya. Hal ini karena pada tahap ini remaja merasa bahwa menampilkan citra diri (*self-image*) merupakan hal yang penting, misalnya dalam hal penampilan, kegiatan, atau melakukan perbandingan dengan orang dewasa yang sangat dikagumi. Dengan adanya tugas perkembangan sosio-emosional tersebut, remaja mulai memiliki kesadaran diri dan fokus terhadap dirinya sendiri⁹.

B. Pengambilan Keputusan

1. Definisi Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah suatu proses kognitif bagi perilaku manusia. Kita dapat menganggap bahwa masing-masing individu dalam hidupnya merupakan seorang pengambil keputusan, tentunya dengan tingkatan dan pengertian yang berbeda-beda. Manusia adalah makhluk intelektual yang setiap saat melakukan pengambilan keputusan sepanjang hidupnya. Seperti kata pepatah bahwa hidup adalah pilihan, di dalam pilihan

⁸ Kenny Dwi Fhadila “Menyikapi perubahan perilaku remaja,” *Jurnal Penelitian Guru Indonesia - JPGI* 2, no. 2, (2017): 63.

⁹ Dilla Tria Febrina, Puji Lestari Suharso, Airin Yustikarini Saleh ”*Self-Esteem* Remaja Awal: Temuan *Baseline* Dari Rencana Program *Self-Instructional Training* Kompetensi Diri,” *Jurnal Psikologi Insight* 2, no. 1, (2018): 44.

terkandung pengambilan keputusan, dan kehidupan manusia adalah menjalani keputusan-keputusan yang telah dipilihnya.

Pada dasarnya pengambilan keputusan adalah memilih diantara dua alternatif atau lebih untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Sutisna mengemukakan bahwa suatu putusan ialah proses memilih tindakan tertentu antara sejumlah tindakan alternatif yang mungkin¹⁰. Demikian pula Mondy dan Premeaux mendefinisikan bahwa “*decision making is the process of generating and evaluating alternatives and making choises among them*”. Pendapat ini menegaskan bahwa pengambilan keputusan merupakan proses pada saat ada sejumlah langkah yang harus dilakukan dan pengevaluasian alternatif untuk membuat putusan dari semua alternatif yang ada¹¹.

Pengambilan keputusan adalah ilmu dan seni yang harus dimiliki, dipelajari, dan dikembangkan secara mendalam oleh setiap orang¹². Apabila seseorang tidak mampu menguasai bidang tersebut, akan muncul bermacam masalah. Masalah seseorang yang timbul ketika ingin mencapai suatu tujuan umumnya berhubungan dengan ketidakmampuan dalam melakukan proses pengambilan keputusan yaitu dalam menentukan pilihan yang tepat. Apabila penguasaan seseorang atas pengambilan keputusan rendah, maka kemungkinan untuk mendapati masalah juga besar. Pengambilan keputusan bisa disebut inti sebuah tindakan. Suatu tindakan selalu

¹⁰ Syafaruddin Anzizhan, *Sistem Pengambilan Keputusan Pendidikan*, (Jakarta: PT Grasindo, 2004), 45.

¹¹ Ibid., 46.

¹² Rizky Dermawan, *PENGAMBILAN KEPUTUSAN Landasan Filosofis, Konsep, dan aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2004), 2.

dilatarbelakangi oleh pengambilan keputusan, dan diawali oleh penentuan satu alternatif pilihan.

Menurut Suharnan, pengambilan keputusan adalah proses memilih atau menentukan kemungkinan-kemungkinan diantara berbagai situasi yang tidak pasti. Pembuatan keputusan terjadi di dalam situasi-situasi yang meminta individu harus membuat prediksi kedepan, memilih salah satu diantara dua pilihan atau lebih, membuat estimasi (prakiraan) mengenai frekuensi prakiraan yang akan terjadi¹³. Pengambilan keputusan dapat beraneka macam, namun terdapat tanda-tanda umum yaitu pengambilan keputusan merupakan hasil dari proses kognitif, melibatkan lebih dari satu pilihan, merupakan tindakan yang nyata meskipun realisasinya bisa ditangguhkan.

Kotler dan Armstrong memberikan definisi yang lebih spesifik mengenai pengambilan keputusan di bidang pembelian. Mereka mendefinisikan keputusan pembelian sebagai sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian¹⁴.

Dari berbagai definisi tentang pengambilan keputusan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan adalah sebuah proses berpikir

¹³ Suharnan, *Psikologi Kognitif*, (Surabaya: Srikandi, 2004), 194.

¹⁴ Dian Ayu Puspita Ardy, "Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300," *Jurnal Ilmu Manajemen* 1, no. 1 (Januari 2013).

mengenai alternatif pilihan yang akan diambil dan berhubungan dengan prediksi sesuatu yang akan terjadi.

2. Dasar-dasar Pengambilan Keputusan

George R. Terry menjelaskan tentang dasar-dasar individu dalam mengambil keputusan yaitu¹⁵:

a. Intuisi

Keputusan yang diambil berdasarkan intuisi atau perasaan lebih bersifat subjektif yaitu mudah terkema sugesti, pengaruh luar dan faktor kejiwaan lain. Sifat subjektif dari intuisi ini memiliki beberapa keuntungan yaitu:

- (1) Pengambilan keputusan oleh satu pihak sehingga mudah untuk memutuskan.
- (2) Keputusan intuitif lebih tepat untuk masalah-masalah yang bersifat kemanusiaan.

Pengambilan keputusan yang berdasarkan intuisi membutuhkan waktu yang singkat. Untuk masalah-masalah yang dampaknya terbatas, pada umumnya pengambilan keputusan yang bersifat intuitif akan memberikan kepuasan. Akan tetapi, pengambilan keputusan ini sulit diukur kebenarannya karena sulit mencari pembandingnya dengan kata lain hal ini diakibatkan pengambilan keputusan intuisi hanya diambil oleh satu pihak saja sehingga hal-hal lain sering terabaikan.

¹⁵ Ibnu Syamsi, *Pengambilan Keputusan Dan Sistem Informasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), 16.

b. Pengalaman

Dalam hal tersebut, pengalaman memang dapat dijadikan pedoman dalam menyelesaikan masalah. Keputusan berdasarkan pengalaman sangat bermanfaat bagi pengetahuan praktis. Pengalaman dan kemampuan untuk memperkirakan apa yang menjadi latarbelakang masalah dan bagaimana arah penyelesaiannya sangat membantu dalam memudahkan pemecahan masalah.

c. Fakta

Keputusan berdasarkan sejumlah fakta, data atau informasi yang cukup itu memang merupakan keputusan yang baik dan solid, namun untuk mendapatkan informasi yang cukup itu sangat sulit.

d. Wewenang

Keputusan yang berdasarkan wewenang semata akan menimbulkan sifat rutin dan mengasosiasikan dengan praktik diktatorial. Keputusan berdasarkan wewenang kadangkala oleh pembuat keputusan sering melewati permasalahan yang seharusnya dipecahkan justru menjadi kabur atau kurang jelas.

e. Rasional

Keputusan yang bersifat rasional berkaitan dengan daya guna. Masalah-masalah yang dihadapi merupakan masalah-masalah yang memerlukan pemecahan rasional. Keputusan yang dibuat berdasarkan pertimbangan rasional lebih bersifat objektif. Dalam masyarakat, keputusan yang bersifat rasional dapat diukur apabila kepuasan optimal

masyarakat dapat terlaksana dalam batas nilai-nilai masyarakat yang diakui saat itu.

3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Arroba menyebutkan terdapat lima faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan, yaitu¹⁶:

- a. Informasi yang diketahui tentang persoalan atau masalah yang dihadapi.
- b. Tingkat pendidikan.
- c. Kepribadian.
- d. *Coping*. Dalam hal ini merupakan pengalaman hidup yang terkait dengan keputusan yang diambil (proses adaptasi).
- e. Budaya.

Kotler dan Keller menyatakan bahwa pengambilan keputusan pembelian terdiri atas empat faktor, yaitu¹⁷:

- a. Faktor Budaya.

Budaya memiliki dampak yang paling luas dan paling dalam terhadap keputusan pembelian. Penjual harus memahami peran yang dimainkan oleh budaya, subbudaya, dan kelas sosial pembeli.

- b. Faktor Sosial.

¹⁶ Arroba, T. "Decision Making by Chinese," *US Journal of Social Psychology*, no. 38 (1998): 102.

¹⁷ Desy Irana Dewi Lubis dan Rahmat Hidayat, "Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan," *Jurnal Ilman* 5, no. 1 (Februari 2017): 15-24.

Keputusan pembelian juga akan dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok acuan sebagai referensi, keluarga, peran, dan status sosial dari konsumen.

c. Faktor Pribadi.

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh pekerjaan dan lingkungan ekonomi, usia dan tahap siklus hidup pembeli, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai-nilai yang dianut.

d. Faktor Psikologis.

Pilihan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh faktor psikologis yang utama, yaitu motivasi, persepsi, proses pembelajaran, serta kepercayaan dan sikap.

4. Aspek-aspek Pengambilan Keputusan

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan individu dimana ia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Menurut Kotler dan Armstrong, terdapat lima aspek dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk, yaitu¹⁸:

a. Mengenali Kebutuhan

Pada proses ini konsumen merasakan bahwa ada hal yang dirasakan kurang dan menuntut untuk dipenuhi. Konsumen menyadari

¹⁸ Ody Yustiawan, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, no. 2 (2016).

bahwa terdapat perbedaan antara apa yang dialaminya dengan yang diharapkan.

b. Mencari Informasi

Supaya dirinya dapat memenuhi kebutuhan dengan cara terbaik, maka konsumen berusaha untuk mencari informasi. Pada umumnya konsumen menerima sebagian besar informasi tentang sebuah produk dari sumber komersial atau sumber yang dikendalikan oleh pemasar. Sumber komersial biasanya hanya memberitahu pembeli, tetapi sumber yang paling efektif cenderung pribadi karena sumber pribadi melegitimasi atau mengevaluasi produk untuk pembeli.

c. Mengevaluasi Alternatif

Informasi yang diperoleh dari berbagai sumber tersebut akan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk mengambil keputusan. Konsumen akan mempertimbangkan manfaat termasuk kepercayaan merek dan biaya atau resiko yang akan diperoleh jika membeli suatu produk.

d. Mengambil Keputusan

Setelah melalui evaluasi dengan pertimbangan yang matang, Konsumen akan mengambil keputusan. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan membeli dan tujuan pembelian yaitu sikap orang lain, dan faktor situasional yang tidak dapat diprediksikan (tidak terduga).

e. Evaluasi Setelah Pembelian

Setelah membeli, konsumen akan mengevaluasi atas keputusan dan tindakannya dalam membeli. Jika konsumen menilai kinerja produk atau layanan yang dirasakan sama atau melebihi apa yang diharapkan, maka konsumen akan puas dan sebaliknya jika kinerja produk atau jasa yang diterima kurang dari yang diharapkan, maka konsumen akan tidak puas.

C. Keputusan Pembelian dalam Konsep Islam

Dalam Islam, proses keputusan pembelian diterangkan dalam beberapa ayat al-qur'an yang bersifat umum, artinya bisa diterapkan dalam segala aktivitas. Selain itu, konsep pengambilan keputusan pembelian dalam Islam lebih ditekankan pada keseimbangan. Berikut ini firman Allah SWT dalam QS. Al-Furqan ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan pembelanjaan mereka adalah pertengahan antara keduanya¹⁹.”

Berdasarkan ayat di atas, setiap pengambilan keputusan untuk membeli sesuatu haruslah seimbang, dikatakan seimbang jika dalam pembelian tidak berlebih-lebihan yaitu sesuai dengan kebutuhan dan tidak kikir. Pelaku bisnis

¹⁹ Quraish Shihab, *Al-Qur'an dan Maknanya* (Tangerang: Lentera Hati, 2013), 365.

tidak boleh semata mempertimbangkan faktor yang menguntungkan secara finansial saja melainkan harus juga menilai bahwa barang atau jasa itu dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen, tetapi jika barang atau jasa ini merugikan keselamatan, kesejahteraan, dan kesehatan konsumen, maka tidak layak dibuat atau dijual dan diperdagangkan²⁰.

Oleh karena itu, konsumen dianjurkan untuk berhati-hati dalam memilih dan menerima informasi suatu produk yang akan dibeli. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. Hujurat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ
فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ تَدْمِينًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman! Jika datang kepada kamu seorang fasik (keluar dari ketaatan kepada Allah swt.) membawa berita (penting), maka (bersungguh-sungguhlah) mencari kejelasan (isi berita itu) supaya kamu tidak menimpakan (musibah) kepada suatu kaum tanpa pengetahuan, yang menyebabkan kamu menjadi orang-orang yang menyesal atas apa yang kamu kerjakan²¹.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak memiliki pengetahuan tentang hal tersebut sebaiknya kita periksa dan teliti

²⁰ Muslich, *Bisnis Syariah Perspektif Mu'amalah Dan Manajemen* (Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Ykpn, 2002), 150-151.

²¹ Quraish Shihab, *Al-Qur'an dan Maknanya* (Tangerang: Lentera Hati, 2013), 516.

terlebih dahulu. Seperti halnya ketika hendak memilih suatu produk baik untuk dikonsumsi atau digunakan.

D. Hubungan Antara Harga Diri Dengan Keputusan Pembelian

Pada setiap kegiatan pengambilan keputusan mengandung perilaku berani mengambil risiko (*risk taking behavior*) terkait dengan kesiapan menanggung konsekuensi yang mungkin muncul apabila mengambil suatu keputusan²². Menurut Brockner, Wiesenfeld, dan Raskas, individu dengan harga diri yang rendah cenderung melindungi diri secara berlebihan dengan meminimalisir hal buruk terjadi pada diri, sehingga menjadi terlalu takut untuk membuat suatu keputusan. Sedangkan individu dengan harga diri yang tinggi cenderung berani mengambil keputusan yang berisiko²³. Oleh sebab itu di dalam proses pengambilan keputusan, harga diri merupakan variabel yang penting untuk dipertimbangkan karena setelah mengambil suatu keputusan terdapat kemungkinan keputusan tersebut akan mengalami kegagalan atau tidak sesuai harapan.

E. Larangan Impor Pakaian Bekas

Hal yang melatarbelakangi pelarangan pakaian impor bekas terdapat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 51/ M- DAG/ PER/ 7/ 2015/ tentang Larangan Impor Pakaian Bekas, sebagai berikut:

²² Anak Agung Ketut S.W dan Supriyadi. "Hubungan Antara Harga Diri dengan Pengambilan Keputusan untuk Kawin pada Wanita Bali Usia Dewasa Awal," *Jurnal Psikologi Udayana* 2, no. 1 (2015): 13-24.

²³ Ibid.,

1. Bahwa pakaian impor bekas berpotensi membahayakan kesehatan manusia sehingga tidak aman untuk dimanfaatkan dan digunakan untuk masyarakat.
2. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan untuk melindungi kepentingan konsumen, perlu melarang impor pakaian bekas.
3. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksudkan dalam huruf a dan b, perlu menetapkan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Larangan Impor Pakaian Bekas²⁴.

Adapun larangan impor pakaian bekas tertuang dalam pasal 2 dan pasal 3 yang berbunyi;

Pasal (2): Pakaian bekas dilarang untuk impor ke dalam wilayah Negara Republik Indonesia.

Pasal (3): Pakaian bekas yang tiba di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia pada atau setelah tanggal Peraturan Menteri ini berlaku wajib dimusnahkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Sanksi juga diberikan kepada importir yang melanggar tertuang dalam pasal 4 yang berbunyi: importir yang melakukan pelanggaran terhadap ketentuan larangan sebagaimana dimaksudkan dalam pasal 2 dikenai sanksi administrasi dan sanksi lain sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

²⁴ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Larangan Impor Pakaian Bekas No. 51/M-DAG/PER/7/2015

Menyikapi aturan pelarangan tersebut, pemerintah Provinsi Jawa Timur akan mengirimkan surat kepada Dirjen Bea dan Cukai untuk mencegah masuknya pakaian bekas ke wilayah Jawa Timur. Karena setiap barang impor yang masuk harus melalui *screening* Bea dan Cukai. Sementara itu, Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Provinsi Jawa Timur mengingatkan para pengimpor barang bekas, khususnya pakaian untuk menghentikan aktifitasnya. Sebab, aktivitas ini melanggar UU Nomor 7 Tahun 2014, tentang Perdagangan dengan ancaman dipidana paling lama lima tahun penjara²⁵.

Untuk wilayah Kabupaten Kediri, Kementerian Perdagangan (Kemendag) melakukan uji sampel pada 25 baju dan celana bekas impor ditemukan ribuan bakteri. Dengan adanya temuan tersebut Kantor Bea Cukai Kediri mulai melakukan pengawasan keberadaan pasar pusat pakaian bekas di beberapa titik di Kabupaten Kediri. Kepala Seksi Intel Kantor Bea Cukai Kediri, Wijang Abdillah mengatakan, akan menggali informasi lebih dalam mulai dari pola pembelian dan penjualan pakain bekas tersebut. Menurut Wijang, pakaian bekas yang beredar luas di Kediri termasuk barang illegal. Tetapi pihaknya mengaku tak memiliki kewenangan untuk melakukan tindakan atau Sidak. Dari hasil informasi itu diharapkan Kantor Bea Cukai pusat bisa bergerak dan melarang peredaran pakaian bekas, Pertimbangannya pakaian itu diduga mengandung bakteri²⁶.

²⁵ Danu Bhirawa, "Larangan Impor Pakaian Bekas Dinilai Tanpa Solusi", Bhirawa Online, 08 Februari 2016, melalui <https://www.harianbhirawa.co.id/larangan-impor-baju-bekas-tanpa-solusi/> diakses pada tanggal 20 Juli 2022.

²⁶ Ibid.,