

## ANALISIS KEPUTUSAN MASYARAKAT BERINVESTASI LOGAM MULIA PADA PT PEGADAIAN DI KOTA TIMIKA

**Sumardiono**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Jambatan Bulan Timika, Indonesia  
[sumarsumardiono.baf@gmail.com](mailto:sumarsumardiono.baf@gmail.com)

**Windy Vidyawati**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Jambatan Bulan Timika, Indonesia  
[vidyawatiw@gmail.com](mailto:vidyawatiw@gmail.com)

**Siske Tontong <sup>\*1</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Jambatan Bulan Timika, Indonesia  
[sisketontong85@gmail.com](mailto:sisketontong85@gmail.com)

### **Abstract**

*This research aims to determine the determining factors in people's decisions to invest in precious metals at PT Pegadaian. The research method used is descriptive research method. In this research, the data collection techniques used were observation and questionnaires. To find out the determining factors in people's decisions to invest in precious metals at PT Pegadaian in Timika City, the data analysis instrument used is confirmatory factor analysis (CFA). The results of this research show that of the four factors confirmed as determining factors in people's decisions to invest in precious metals at PT Pegadaian in the city of Timika and the dominant factor is psychological factors.*

**Keywords:** Community Decisions, Investment, Precious metals.

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor penentu keputusan masyarakat berinvestasi logam mulia di PT Pegadaian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dan kuesioner atau angket. Untuk mengetahui faktor-faktor penentu keputusan masyarakat berinvestasi logam mulia pada PT Pegadaian di Kota Timika, maka instrumen analisis data yang digunakan adalah analisis faktor konfirmatori (CFA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari ke empat faktor tersebut terkonfirmasi sebagai faktor penentu keputusan masyarakat berinvestasi logam mulia pada PT Pegadaian di kota Timika dan yang menjadi faktor dominan adalah faktor psikologi

**Kata Kunci:** Keputusan Masyarakat, Investasi, Logam mulia.

## **PENDAHULUAN**

Dalam perkembangan ekonomi saat ini, tidak cukup hanya berusaha mengumpulkan uang atau kekayaan, tetapi juga perlu memikirkan bagaimana mengelola dan melindungi kekayaan yang sudah dimiliki. Salah satu cara yang dianjurkan adalah dengan berinvestasi. Berinvestasi diartikan sebagai komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan

---

<sup>1</sup> Corresponding author

tujuan memperoleh keuntungan dimasa yang akan datang. Hal ini menunjukan adanya perkembangan perekonomian di negara kita yang semakin banyak perusahaan telah hadir untuk memberikan solusi dengan cara berinvestasi.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang investasi yaitu PT Pegadaian atau lebih dikenal dengan nama Pegadaian merupakan sebuah perusahaan milik negara yang bergerak di bidang jasa pembiayaan dengan jaminan gadai, Pegadaian yang menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan tugas utama memberikan layanan pembiayaan jaminan gadai kepada masyarakat. Pegadaian juga merupakan lembaga keuangan yang termasuk dalam kategori lembaga keuangan non-bank. Hal ini karena Pegadaian tidak memiliki fungsi dan kegiatan utama seperti yang dimiliki bank pada umumnya, seperti menerima simpanan. Namun, Pegadaian tetaplah sebuah lembaga keuangan yang dikelola secara profesional dan terdaftar Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Pegadaian beroperasi dengan tujuan untuk memberikan solusi pembiayaan alternatif yang terjangkau bagi masyarakat Indonesia melalui program jaminan gadai dan program investasi logam mulia.

Investasi logam mulia pada PT Pegadaian hadir sebagai salah satu alternatif investasi bagi masyarakat Indonesia yang ingin memperoleh keuntungan dari pergerakan harga logam mulia seperti emas dan perak. PT Pegadaian menyediakan produk investasi logam mulia dalam bentuk pembelian fisik atau dengan pembukaan rekening emas online. Dalam investasi logam mulia, PT Pegadaian juga menawarkan keuntungan lain seperti kemudahan dalam menjual kembali emas atau perak yang telah dibeli, serta penyimpanan yang aman dan terjamin dengan menggunakan jasa penyimpanan di brankas Pegadaian serta dijamin keamanannya oleh lembaga keuangan yang terpercaya.

Menurut Jasiska dan Damrus, (2022:2) Logam mulia adalah salah satu unsur kimia yang mempunyai simbol Au (*Aurum*) emas merupakan logam yang padat dan mengkilat, Logam mulia memiliki nilai yang penting karena dianggap sebagai salah satu bentuk investasi yang cukup stabil, aman, dan mudah dikelola. Investasi logam mulia seperti emas memiliki nilai yang relatif stabil di pasar dunia. Selain itu, investasi ini juga relatif aman karena memiliki nilai intrinsik yang tinggi dan cenderung tidak terpengaruh oleh fluktuasi nilai tukar atau inflasi seperti yang di sajikan dalam tabel 1.1. Dimana harga emas relatif mengalami kenaikan harga setiap tahunnya. Oleh karena itu, logam mulia sering dijadikan alternatif investasi bagi para investor yang ingin melindungi aset mereka dari fluktuasi pasar.

**Tabel 1.1**  
**Harga Logam Mulia (Jual dan Beli) PT Pegadaian Kota Timika**  
**Tahun 2020-2023**

<b>Tahun</b>	<b>Harga Beli</b>	<b>Harga Jual</b>
2020	Rp.911.000	Rp.883.000
2021	Rp.878.000	Rp.834.000
2022	Rp. 883.000	Rp.830.000
2023	Rp.1.115.000	Rp.944.000

*Sumber : PT Pegadaian Timika, 2023*

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa harga beli maupun harga jual logam mulia di PT Pegadaian Timika pada tahun 2020 sampai 2023 mengalami tren kenaikan hal ini menunjukkan bahwa berinvestasi logam mulia dalam jangka panjang akan memberikan keuntungan. Selain itu jika dibandingkan dengan komoditas lain, emas merupakan komoditas berharga yang tingkat depresiasi nilainya dapat dikatakan tidak ada.

Meskipun investasi logam mulia memiliki resiko yang rendah namun masih ada yang belum memahami cara atau mekanisme dalam investasi logam mulia tersebut serta masyarakat belum memahami betul tentang keuntungan dan resiko investasi tersebut. Selain itu, kurangnya informasi mengenai keuntungan dan resiko investasi dan anggapan bahwa investasi logam mulia hanya untuk kalangan kaya dan tidak terjangkau bagi masyarakat kecil dan hal itu seringkali mempengaruhi keputusan masyarakat untuk berinvestasi pada logam mulia.

PT Pegadaian hadir untuk menawarkan jasa investasi logam mulia, PT Pegadaian Timika Kabupaten Mimika memiliki banyak pelanggan dari kalangan pekerja, pelajar dan masyarakat umum. PT Pegadaian Timika Kabupaten Mimika menawarkan peluang investasi logam berharga karena PT Pegadaian bukan hanya tempat menggadaikan emas atau mengajukan pinjaman, tetapi masyarakat juga bisa berinvestasi dengan emas. Dengan melihat keputusan masyarakat untuk berinvestasi emas yang cukup banyak membuat pegadaian hadir untuk membuat program investasi emas.

Diketahui bahwa di PT Pegadaian Timika Kabupaten Mimika juga memfasilitasi jual beli emas batangan yang dinamakan produk mulia, baik dengan cara cash ataupun kredit/cicil. Dari hasil observasi yang telah kami lakukan, diketahui bahwa sebagian masyarakat Kota Timika memiliki keputusan yang tinggi dalam berinvestasi logam mulia di PT Pegadaian seperti yang di sajikan pada tabel 1.2.

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Nasabah yang Berinvestasi Logam Mulia di PT Pegadaian Kota Timika Tahun 2021-2022**

<b>Bulan</b>	<b>Tahun 2021</b>	<b>Tahun 2022</b>
Januari	46	66
Februari	111	136
Maret	121	146
April	135	159
Mei	96	112
Juni	248	308
Juli	173	203
Agustus	115	144
September	145	192
Oktober	86	104
November	105	91
Desember	125	110
<b>Jumlah</b>	<b>1506</b>	<b>1771</b>

*Sumber : PT Pegadaian Timika, 2023*

Berdasarkan tabel 1.2, diketahui jumlah nasabah yang berinvestasi Logam Mulia di PT Pegadaian pada tahun 2021 sebanyak 1.506 nasabah dan tahun 2022 sebanyak 1.771 nasabah. Hal ini menunjukkan jumlah nasabah yang berinvestasi Logam Mulia di PT Pegadaian Timika Kabupaten Mimika mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor.

Beberapa faktor penentu keputusan masyarakat dalam berinvestasi logam mulia adalah faktor pribadi karena faktor ini mencakup usia, pekerjaan, gaya hidup dan kepribadian seseorang dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk berinvestasi pada logam mulia, faktor psikologi dalam faktor ini indikator yang mempengaruhi, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap, faktor sosial ada beberapa indikator dari faktor ini yaitu kelompok rujukan, keluarga, serta peran dan status, dan faktor budaya memiliki beberapa indikator yaitu sub-budaya dan kelas sosial. Harga logam mulia cenderung mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu, tetapi fluktuasi harga yang signifikan dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk berinvestasi atau tidak.

Keputusan masyarakat dalam berinvestasi logam mulia pada PT Pegadaian di Kota Timika dapat membantu lembaga keuangan tersebut dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan membangun kepercayaan masyarakat. Selain itu, analisis ini juga dapat membantu PT Pegadaian dalam meningkatkan kualitas layanan dan keamanan investasi bagi masyarakat Kota Timika.

Kota Timika, yang terletak di Provinsi Papua, memiliki potensi pasar yang besar untuk investasi logam mulia, mengingat adanya industri pertambangan yang berkembang di wilayah tersebut. Namun, dalam memilih tempat untuk berinvestasi, masyarakat perlu mempertimbangkan faktor-faktor penentu keputusan pembelian tersebut.

Penelitian terdahulu oleh M Doni Putra tahun 2022 dengan judul skripsi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih investasi logam mulia di PT Pegadaian (persero) Syariah Jelutung Jambi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih investasi logam mulia pada PT Pegadaian Syariah kota Jambi. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel psikologis terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk investasi logam mulia di kecamatan Jelutung. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara variabel sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk investasi logam mulia di kecamatan Jelutung. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel budaya terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk investasi logam mulia di kecamatan Jelutung. Penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa faktor pribadi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan, begitu pula faktor psikologis dan budaya, sedangkan faktor sosial mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan Nasabah.

Dari latar belakang di atas, maka penulis berminat untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul "Analisis Keputusan Masyarakat Ber Investasi Logam Mulia Pada PT Pegadaian Di Kota Timika".

## METODE PENELITIAN

Metode yang di gunakan dalam proses penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif. Menurut Siregar (Mamonto:2022:35) metode deskriptif adalah metode yang digunakan dengan cara menggambarkan objek penelitian pada saat keadaan sekarang berdasarkan fakta-fakta sebagaimana adanya, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan bentuknya berupa survei dan studi perkembangan. Metode ini digunakan karena peneliti ingin mengetahui faktor-faktor penentu keputusan Masyarakat dalam berinvestasi logam mulia pada PT Pegadaian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis faktor konfirmatori. Analisis faktor konfirmatori pada penelitian ini digunakan untuk menguji seberapa baik variabel yang diukur dapat mewakili *construct* atau faktor yang terbentuk sebelumnya.

### Uji Kelayakan Indikator

Pemeriksaan *Anti-Image Matrices* dilakukan pengujian kelayakan setiap indikator untuk mengetahui dan menentukan setiap indikator apa saja yang layak digunakan dalam analisis faktor dan tidak dikeluarkan. Adapun nilai dari *Measures Of Sampling Adequacy* (MSA) yaitu jika nilai MSA lebih besar dari 0,5 maka indikator-indikator tersebut sudah layak untuk dianalisis lebih lanjut. Tetapi, jika nilai MSA lebih kecil dari 0,5 maka indikator tersebut harus dikeluarkan. Berikut hasil output anti-image matrices yang disajikan pada tabel 5.1.

**Tabel 5.1**  
**Hasil Uji kelayakan Indikator**  
**Anti-image Correlation**

Anti-image Correlation	
Pribadi 1	.720 <sup>a</sup>
Pribadi 2	.801 <sup>a</sup>
Pribadi 3	.814 <sup>a</sup>
Pribadi_4	.870 <sup>a</sup>
Psikologi 1	.848 <sup>a</sup>
Psikologi 2	.591 <sup>a</sup>
Psikologi 3	.722 <sup>a</sup>
Psikologi 4	.857 <sup>a</sup>
Sosial 1	.950 <sup>a</sup>

Sosial 2	.884 <sup>a</sup>
Sosial 3	.874 <sup>a</sup>
Budaya 1	.780 <sup>a</sup>
Budaya 2	.541 <sup>a</sup>
Budaya 3	.705 <sup>a</sup>

Sumber: Output SPSS (Diolah), 2023

Setelah dilakukan pengujian, berdasarkan nilai *Measures Of Sampling Adequacy* (MSA) pada tabel *Anti-Image Matrices* bagian *Anti-image Correlation* dapat diketahui nilai MSA dari setiap variabel seperti yang disajikan pada tabel 5.1. Hasil perhitungan *anti-image correlation test* pada tabel 5.1 menunjukkan sejumlah angka yang membentuk “a”, yang menandakan angka MSA sebuah variabel. Faktor yang layak digunakan dalam analisis adalah faktor yang memiliki nilai diatas 0,50, apabila angka MSA dibawah 0,50 maka variable tersebut harus dikeluarkan dan dilakukan pengulangan pengujian. Dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa MSA terpenuhi karena tiap indikator memiliki nilai anti image lebih besar dari 0,50.

### Uji Kecukupan Data

Uji KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy*) bertujuan untuk mengetahui apakah semua data yang digunakan telah cukup untuk difaktorkan. Sedangkan uji *Bartlett* bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antar variabel independen dalam analisis faktor. Nilai dari KMO harus lebih besar dari 0,5 maka data tersebut dinyatakan valid dan bisa difaktorkan. Sedangkan nilai dari *Barlett's Test* dinyatakan signifikan jika kurang dari 0,05. Berikut hasil pengujiannya berdasarkan nilai KMO dan *Barlett's Test* sebagai berikut:

**Tabel 5.2**  
**Hasil Uji Kecukupan Data**

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.773
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1634.902
	df	91
	Sig.	<,001

Sumber: Output SPSS (Diolah), 2023

Dari hasil yang didapatkan KMO sebesar 0,773 dengan demikian angka KMO lebih besar dari 0,50 maka analisis faktor layak digunakan, dan nilai signifikansi adalah ,001 dengan demikian nilai signifikansinya dibawah 0,05 yang berarti terdapat korelasi antara variabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis faktor dapat dilanjutkan.

### Uji Pembentukan Faktor

Untuk mengetahui hasil uji pembentukan faktor dapat dilihat dari *total variance explained* menunjukkan nilai dari setiap pernyataan variabel yang dianalisis. Pada penelitian ini ada 14 pernyataan dari 4 variabel yang diteliti yang disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.3**  
**Uji Pembentukan Faktor**

Total Variance Explained									
Component	Total	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
		% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.705	40.753	40.753	5.705	40.753	40.753	3.647	26.047	26.047
2	1.766	12.616	53.370	1.766	12.616	53.370	2.677	19.121	45.167
3	1.318	9.417	62.787	1.318	9.417	62.787	1.798	12.845	58.012
4	1.079	7.709	70.496	1.079	7.709	70.496	1.748	12.484	70.496
5	.864	6.174	76.670						
6	.773	5.523	82.193						
7	.572	4.086	86.279						
8	.505	3.610	89.889						
9	.411	2.937	92.825						
10	.332	2.372	95.197						
11	.283	2.025	97.222						
12	.165	1.181	98.403						
13	.132	.945	99.348						
14	.091	.652	100.000						

Sumber: Output SPSS (Diolah), 2023

Berdasarkan tabel 5.3 terdapat *initial eigen value* yang menunjukkan hasil *eigen value* lebih dari 1 yang akan dipertahankan. Sedangkan pada bagian *extraction sums of squared loading* menunjukkan jumlah banyaknya faktor yang terbentuk, dan pada hasil tabel terdapat 4 faktor yang terbentuk dengan nilai total yaitu 5,075, 1,766, 1,318 dan 1,079.

### Uji Konfirmasi Indikator Masing-Masing Faktor

Setelah dilakukan uji kelayakan indikator dan kecukupan jumlah data yang digunakan, selanjutnya dilakukan pengujian terhadap setiap indikator dari masing-masing faktor dengan memperhatikan nilai *factor loading*. Penentuan nilai *factor loading* mengikuti Hair et al (2010) seperti pada tabel 5.4.

**Tabel 5.4**  
**Dasar Penentuan Nilai Factor Loading**

Factor Loading	Sample Size
0,30	350
0,35	250
0,40	200
0,45	150
0,50	120
0,55	100

0,60	85
0,65	70
0,70	60
0,75	50

Sumber: Hair et al (2020)

Pengujian masing-masing indikator menggunakan hasil uji *rotated component matrix*, dengan ketentuan sebagai berikut:

- Indikator dengan nilai *factor loading* < 0,40 dikeluarkan
- Indikator dengan nilai *factor loading* > 0,40 dan tidak berkumpul dalam faktor yang sama akan dikeluarkan.

Hasil uji rotated component matrix seperti disajikan pada tabel 5.5.

**Tabel 5.5**  
**Uji Konfirmasi Indikator**

Rotated Component Matrix <sup>a</sup>				
	Component			
	1	2	3	4
Pribadi_1		.913		
Pribadi_2		.828		
Pribadi_3		.783		
Pribadi_4				.685
Psikologi_1	.638			.486
Psikologi_2			.868	
Psikologi_3	.636			
Psikologi_4				.652
Sosial_1	.616			
Sosial_2	.528			.512
Sosial_3	.708			
Budaya_1	.840			
Budaya_2			.777	
Budaya_3	.832			



Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

*Sumber: Output SPSS (Diolah), 2023*

Hasil pengujian rotated component matrix dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Faktor pribadi

Hasil pengujian indikator faktor pribadi dapat disimpulkan bahwa dari empat indikator yang diajukan hanya terkonfirmasi 3 indikator pembentuk faktor pribadi (indikator 1, indikator 2, dan indikator 3) yang dapat disimpulkan bahwa ke tiga indikator tersebut yang menjadi penentu keputusan masyarakat dalam berinvestasi logam mulia di PT Pegadaian Kota Timika. Sedangkan satu indikator (indikator 4) dikeluarkan. Dari sejumlah indikator yang teridentifikasi tersebut maka faktor pertama diberi nama faktor pengalaman berinvestasi logam mulia.

b. Faktor psikologi

Hasil pengujian indikator faktor psikologi disimpulkan bahwa dari empat indikator yang diajukan hanya terkonfirmasi 2 indikator pembentuk faktor psikologi (indikator 1, indikator 3, dan indikator 4) yang dapat disimpulkan bahwa ke tiga indikator tersebut yang menjadi penentu keputusan masyarakat dalam berinvestasi logam mulia di PT Pegadaian Kota Timika. Sedangkan satu indikator (indikator 2) dikeluarkan. Dari sejumlah indikator yang teridentifikasi tersebut maka faktor kedua diberi nama faktor motivasi berinvestasi logam mulia.

c. Faktor sosial

Hasil pengujian indikator faktor sosial disimpulkan bahwa dari tiga indikator yang diajukan terkonfirmasi 3 indikator pembentuk faktor sosial (indikator 1, indikator 2 dan indikator 3) yang dapat disimpulkan bahwa ke tiga indikator tersebut yang menjadi penentu keputusan masyarakat dalam berinvestasi logam mulia di PT Pegadaian Kota Timika. Dari sejumlah indikator yang teridentifikasi tersebut maka faktor ketiga diberi nama faktor pendapat dalam berinvestasi logam mulia.

d. Faktor budaya

Hasil pengujian indikator faktor budaya disimpulkan bahwa dari tiga indikator yang diajukan terkonfirmasi 3 indikator pembentuk faktor sosial (indikator 1 dan indikator 3) yang dapat disimpulkan bahwa ke dua indikator tersebut yang menjadi penentu keputusan masyarakat dalam berinvestasi logam mulia di PT Pegadaian Kota Timika. Sedangkan satu indikator (indikator 2) dikeluarkan. Dari sejumlah indikator yang teridentifikasi tersebut maka faktor keempat diberi nama faktor budaya.

## **Pembahasan Hasil Analisis**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dilakukan pembahasan hasil analisis sebagai berikut:

a. Faktor pribadi sebagai penentu keputusan masyarakat dalam berinvestasi logam mulia di PT Pegadaian Kota Timika

Berdasarkan hasil analisis setiap indikator faktor pribadi dapat diketahui bahwa penentu keputusan masyarakat dalam berinvestasi logam mulia di PT Pegadaian Kota Timika ditentukan oleh berbagai hal. Masyarakat mempunyai cukup pengalaman dalam berinvestasi logam mulia di PT Pegadaian Kota Timika. Pengalaman dapat membantu dalam membuat keputusan investasi yang lebih terinformasi dan memahami perubahan yang mungkin terjadi dalam pasar logam mulia. Pekerjaan dan pendapatan yang cukup, memungkinkan untuk mengalokasikan sebagian dana untuk berinvestasi dalam logam mulia, yang dapat berfungsi sebagai bentuk perlindungan nilai dalam jangka panjang. Memiliki gaya hidup yang mendukung tabungan atau investasi adalah langkah bijaksana untuk mengelola keuangan secara lebih baik, dengan mengutamakan tabungan atau investasi menunjukkan kesadaran akan pentingnya merencanakan masa depan keuangan.

b. Faktor psikologi sebagai penentu keputusan masyarakat dalam berinvestasi logam mulia di PT Pegadaian Kota Timika

Motivasi seseorang untuk berinvestasi logam mulia adalah mencapai keamanan finansial di masa depan. Dengan memiliki aset berupa logam mulia, seseorang berharap dapat mengamankan nilai kekayaan mereka dari risiko keuangan. Investasi logam mulia juga dianggap sebagai bentuk perlindungan terhadap situasi darurat atau krisis finansial yang mungkin terjadi di masa depan. Dengan demikian, motivasi untuk mencapai keamanan finansial menjadi faktor penting dalam keputusan untuk berinvestasi logam mulia. Penting untuk memperhitungkan risiko dalam setiap bentuk investasi, termasuk investasi logam mulia. Pemahaman akan risiko yang terkait dengan investasi logam mulia dan pentingnya melakukan analisis risiko sebelum membuat keputusan investasi. Memperhitungkan risiko dapat membantu mengidentifikasi potensi kerugian, mengevaluasi risiko, dan membuat keputusan investasi yang lebih terinformasi. Investasi logam mulia dianggap sebagai pilihan yang tepat dalam berinvestasi. Karena persepsi konsumen terhadap suatu produk/jasa akan menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam menentukan pilihan produk/jasa yang akan dia beli. Jika persepsinya tinggi maka konsumen akan tertarik dan mengevaluasi masukan-masukan informasi mengenai barang/jasa tersebut lalu kemudian membelinya.

c. Faktor sosial sebagai penentu keputusan masyarakat dalam berinvestasi logam mulia di PT Pegadaian Kota Timika

Mendapatkan informasi tentang investasi logam mulia dari keluarga dapat menjadi sumber pengetahuan yang berharga. Keluarga yang telah memiliki pengalaman dalam investasi logam mulia dapat memberikan wawasan dan panduan yang berguna. Melihat orang lain mendapatkan keuntungan dari investasi logam mulia di PT Pegadaian menjadi faktor yang menjadi penentu keputusan berinvestasi logam mulia. Mengamati kesuksesan orang lain dalam investasi serupa dapat memberikan inspirasi dan keyakinan bahwa investasi tersebut memiliki potensi keuntungan. seseorang mempertimbangkan pandangan keluarganya yang sebelumnya sudah berinvestasi logam mulia di perusahaan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa keluarganya memiliki pengalaman positif atau keberhasilan dalam berinvestasi logam mulia melalui PT Pegadaian.

d. Faktor budaya sebagai penentu keputusan masyarakat dalam berinvestasi logam mulia di PT Pegadaian Kota Timika

Budaya memiliki pengaruh dalam keputusan investasi logam mulia, menunjukkan bahwa investasi logam mulia telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari praktik dan nilai-nilai yang diwariskan dari generasi ke generasi dalam keluarga . Hal ini menunjukkan bahwa investasi logam mulia di PT Pegadaian bukan hanya dipandang sebagai instrumen investasi semata, tetapi juga memiliki dimensi budaya dan nilai-nilai keluarga yang turut menjadi penentu keputusan berinvestasi logam mulia. Investasi logam mulia dianggap sebagai cara untuk menjaga kestabilan keuangan dan meningkatkan keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa investasi logam mulia juga dapat memberikan potensi keuntungan jangka panjang yang dapat meningkatkan keuangan. Selain itu investasi logam mulia diterima sebagai salah satu upaya penting dalam mencapai stabilitas dan peningkatan keuangan yang diinginkan. Investasi logam mulia dianggap sebagai langkah penting untuk mempertahankan dan meningkatkan status sosial. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat beranggapan investasi logam mulia sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi status sosial seseorang. Investasi logam mulia dipandang sebagai bentuk kekayaan atau aset yang dapat memberikan pengakuan atau reputasi yang lebih tinggi dalam masyarakat. Dengan melakukan investasi logam mulia, masyarakat di lingkungan tersebut berharap dapat meningkatkan posisi sosial mereka, memperlihatkan keberhasilan finansial, dan memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial mereka. Investasi logam mulia menjadi simbol keberhasilan dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan status sosial di lingkungan tersebut.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa faktor pribadi terkonfirmasi sebagai faktor penentu keputusan masyarakat berinvestasi logam mulia pada PT Pegadaian di kota Timika, faktor psikologi terkonfirmasi sebagai faktor penentu keputusan masyarakat berinvestasi logam mulia pada PT Pegadaian di kota Timika, faktor sosial terkonfirmasi sebagai faktor penentu keputusan masyarakat berinvestasi logam mulia pada PT Pegadaian di kota Timika dan faktor budaya terkonfirmasi sebagai faktor penentu keputusan masyarakat berinvestasi logam mulia pada PT Pegadaian di kota Timika.

## Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka dapat diberikan saran adalah sebagai berikut:

- a. Mengingat faktor pribadi telah terkonfirmasi sebagai factor penentu keputusan masyarakat berinvestasi logam mulia pada PT Pegadaian di Kota Timika maka perusahaan dapat memberikan peningkatan edukasi kepada masyarakat terkait manfaat, risiko, dan prosedur investasi logam mulia. Hal ini akan membantu masyarakat memahami secara lebih baik dan membuat keputusan investasi yang lebih cerdas.
- b. Faktor psikologi telah terkonfirmasi sebagai faktor penentu keputusan masyarakat untuk berinvestasi logam mulia pada PT Pegadaian di kota Timika, PT Pegadaian dapat melakukan pendekatan yang

lebih berfokus pada emosi dalam upaya mempengaruhi keputusan investasi masyarakat. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan strategi pemasaran yang menyoroti manfaat emosional dari investasi logam mulia, seperti perlindungan keuangan, stabilitas, atau kebebasan finansial. Menunjukkan bagaimana investasi logam mulia dapat memberikan rasa aman dan ketenangan pikiran dapat meningkatkan minat masyarakat.

- c. Faktor sosial telah terkonfirmasi sebagai faktor penentu keputusan masyarakat untuk berinvestasi logam mulia pada PT Pegadaian di kota Timika, dengan meningkatkan kesadaran Sosial PT Pegadaian dapat melibatkan komunitas lokal dan lembaga sosial di Timika untuk meningkatkan kesadaran tentang investasi logam mulia. Ini dapat dilakukan melalui program-program sosial yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang manfaat investasi logam mulia dan bagaimana hal tersebut dapat membantu mereka mencapai tujuan keuangan jangka panjang.
- d. Faktor budaya telah terkonfirmasi sebagai faktor penentu keputusan masyarakat untuk berinvestasi logam mulia pada PT Pegadaian di kota Timika, Penting bagi PT Pegadaian untuk memahami nilai-nilai dan keyakinan budaya masyarakat di Timika. Dengan memahami budaya setempat, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai masyarakat. Misalnya, jika masyarakat Timika memiliki kecenderungan untuk menyimpan aset dalam bentuk logam mulia sebagai warisan atau keabsahan, PT Pegadaian dapat menyoroti aspek ini dalam kampanye pemasaran mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. (2020). *Manajemen Investasi dan Portofolio* (M. M. Melati, S.E. (ed.)). Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Halim, A. (2019). Analisis Investasi. In C. Rachman Untung S.E,MBA (Ed.), *Zitteliana* (Polupi War, Vol. 19, Issue 8). PT SALEMBA EMBAN PATRIA.
- Hidayat, W. W. (2019). *Konsep Dasar Investasi dan Pasar Modal*. uweis inspirasi Indonesia.
- Irwansyah Rudi, Khanti Listya, Amanda Setiorini, Ita Musfirowati Hanika, Muhammad Hasan, Kurniawan Prambudi Utomo, Ahmad Bairizki, Ambar Sri Lestari, Denok Wahyudi Setyo Rahayu, M. B., & Hayati Nupus, Imanuddin Hasbi, Elvera, D. T. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina* (Vol. 5). Grup Cv Widina Media Utama.
- Jasiska, S., & Damrus, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Logam Mulia Di Pt Pegadaian Syariah Blang Pidie Aceh Barat Daya. *Jurnal Ekonomika Indonesia*, 11(1), 1–4. <https://doi.org/10.29103/ekonomika.v11i1.7685>
- Mamonto, S. (n.d.). *Analisis Faktor Penentu Penggunaan Kartu Kredit Bank Mandiri Timika- Hasanudin Di Kota Timika*. Stie Jembatan Bulan Timika.
- Nahriyah, L. (2015). Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Untuk Mengukur Resiko Kesehatan Lingkungan Di Kepulauan Sulawesi Selatan. *Tugas Akhir Insititut Teknologi Sepuluh November*, 64.
- Nurti, N. H. (2020). *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Mahasiswa Berinvestasi Saham Syariah Pada Galeri Investasi di Pekanbaru dengan Nilai Islam Sebagai Variabel Moderating*.
- Putra, M. D. (2013). faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih investasi logam mulia di pt. pegadaian (persero) syariah jelutung jambi. *Paper Knowledge . Toward a Media History of*

- Documents*, 12–26.
- Quispe, J. (2023). *No laporan jumla penduduk BPS 2020*. 4(1), 88–100.  
<https://mimikakab.bps.go.id/indicator/12/31/1/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin.html> Access  
 Time: July 5, 2023, 9:04 pm
- Rahadrdja, P., & Manurung, M. (2004). Uang, Perbankan, dan Ekonomi Moneter. In *Kajian Konstektual Indonesia* (p. 287). Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Regency, B. O. F. M. (2023). *Katalog / Catalog : 1102002.9412*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Alfabet,cv.
- Tahunan, L. (2022). *laporan pegadaian 2022 Perluasan Ekosistem yang Inklusif dan Empowering Perluasan Ekosistem yang Inklusif dan Empowering*.
- Yusrizal. (2008). Pengujian Validitas Konstruk Dengan Menggunakan Analisis Faktor. *Tabularasa PPS UNIMED*, 5(1), 1–20.