BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Investasi di Indonesia telah hadir sejak zaman kolonial Belanda dengan didahului pendirian pasar modal yang ketika itu didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda untuk kepentingan pemerintah kolonial atau VOC pada tahun 1912.[1] Investasi merupakan penanaman uang atau modal dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang baik secara langsung maupun tidak langsung. Namun dalam islam keuntungan tersebut lebih ditujukan untuk menjaga kelanggengan kegiatan usaha sehingga dapat terus memberikan maslalah kepada banyak pihak.

Investasi dapat dikatakan sebagai cara untuk mengembangkan harta kekayaan yang dimiliki secara produktif seperti firman Allah dalam al-Qur'an surat al-Hasyr ayat 7 yang berbunyi:[2]

...كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةًۢ بَيْنَ ٱلْأَغْنِيَآءِ مِنكُمْ ...

"Agar harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja diantara kamu.."

Dalam islam kegiatan investasi adalah hal yang sangat dianjurkan. Namun investasi tidak berarti setiap individu bebas melakukan tindakan memperkaya diri atau menimbun kekayaan. Pilihan investasi sangatlah

[1]http://www.idx.co.id/id-id/beranda/tentangbei/sejarah.aspx diakses pada tanggal 25 Oktober 2015 (10:10).

[2]Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 546.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beragam bentuknya baik di *real asset* maupun *financial asset*. Melalui *real asset* merupakan investasi aset yang berwujud seperti membeli tanah, rumah, emas, sedangkan *financial asset* dapat berupa pasar modal seperti pembelian saham, obligasi, reksadana dan pasar uang.[3]

Sebelum jenis investasi seperti saham, obligasi atau reksadana dikenal banyak orang, logam mulia sudah sejak lama menjadi salah satu pilihan sebagai alat investasi. Ada beberapa jenis logam mulia yang ditawarkan untuk melakukan investasi yaitu emas, perak dan batu permata.[4] Salah satu logam mulia yang paling populer di masyarakat mulai kelas bawah sampai kelas atas adalah emas, mulai dari bentuk emas perhiasan, batangan, hingga berupa dinar.[5] Emas memiliki kelebihan sebagai salah satu instrumen investasi. Di Malaysia salah satu logam yang dapat digunakan sebagai instrumen investasi adalah emas, dalam penelitian yaang dilakukan oleh Syed Ehsanullah Agha dkk, mengemukakan bahwa :

> "*Gold is deemed to be a stable mean in order to hedge against inflation, store intrinsic value, and preserve wealth besides generating high level of return*".[6]
>
> Emas bersifat stabil yang menjadi nilai lindung terhadap inflasi dan memiliki nilai intrinsik dan dapat dijadikan sebagai pelindung kekayaan selain memiliki nilai balik yang tinggi.

Di Indonesia investasi emas cukup diminati karena emas memiliki nilai aset konsistensi daya belinya yang mana harga komoditi dan harga emas akan

---

[3]Taufik Hidayat, *Buku Pintar Investasi Syariah*, (Jakarta: mediakita, 2011), 23.

[4]Rizem Aizid, *Mutah Uang dengan Investasi Logam-Logam Mulia*, (Yogyakarta: BUKUBIRU, 2011), 17.

[5]Ibid., 20.

[6]Syed Ehsanullah Agha dkk, Gold Investment from Islamic Perspective: The Case of Malaysia, *International Journal of Economics and Finance*, Canadian Center of Science and Education Vol. 7, No. 5, (2015), 179.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sama. Jadi, seandainya harga emas turun, kekayaan kita tidak turun karena tetap bisa membeli barang sama banyaknya seperti saat emas turun, demikian dapat dikatakan emas itu *zero inflation*.[7] Selain memiliki *zero inflation*, emas juga termasuk salah satu aset yang real yang dapat dimiliki serta memiliki *liquiditas* yang tinggi sehingga konsumen yang akan menjual emas bisa datang ke toko emas secara langsung untuk mencairkan dana dari emas tersebut.

Pada hakikatnya, keputusan pembelian emas yang dilakukan investor dipengaruhi beberapa faktor yaitu faktor demografi, faktor budaya, faktor kelompok referensi, faktor kelas sosial, faktor persepsi, faktor gaya hidup. Dari beberapa faktor dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian emas seorang investor karena adanya pengaruh dalam dirinya atau dari pihak lain atau lingkungan sekitarnya.[8] Dalam penelitian keputusan pembelian, selama ini banyak hasil penelitian yang menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kelomok referensi dan kelas sosial sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Fator dalam penelitiannya berjudul "analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan beli" dalam penelitiannya terdapat variabel kelas sosial yang memiliki nilai determinasi sebesar 19,9% dan kelompok referensi memiliki nilai determinasi

[7]Budi Untung, *Buku Cerdas Investasi*, (ANDI:Yogyakarta, 2011), 41.

[8]Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2012), 11

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebesar 8,9% dari hasil yang didapat semua faktor berpengaruh secara signifikan.[9]

Pada penelitian ini emas dijadikan sebagai objek penelitian, penikmat emas paling unggul adalah wanita karena salah satu keunggulan emas dapat dijadikan perhiasan, yang mana perhiasan bagi sebagian besar kaum wanita memiliki makna yang berbeda selain untuk mempercantik penampilan, emas juga dapat menambah kepercayaan diri si pemakai. Tidak hanya sebagai perhiasan saja sebagian besar wanita memilih membeli emas untuk digunakan sebagai pilihan investasi yang mudah dan cepat dalam melakukan transaksi.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan di turki bahwa kebanyakan wanita lah yang menjadikan emas sebagai instrumen investasi dibanding pria dan bentuk investasi yang dipilih adalah perhiasan. Dalam penelitian Ertimur mengemukakan bahwa perhiasan emas juga digunakan sebagai investasi yang bertujuan untuk menjaga kebutuhan masa depan dan untuk membatasi konsumsi. Yang terpenting, kegunaan perhiasan emas memiliki dua fungsi yaitu dapat digunakan sebagai penjaga kebutuhan masa depan juga dapat digunakan sebagai hiasan untuk tubuh.[10]

Keputusan pembelian emas yang dilakukan investor wanita banyak disebabkan karena adanya kelompok referensi yang berada di lingkungan sekitarnya. Seorang investor melakukan interaksi dengan teman terdekatnya

---

[9]Fathor A. S "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Beli (Studi Pada Kosmetik di Bangkalan)", *Jurnal Investasi*, Vol.7 No.02 (Desember, 2011).

[10]Burçak Ertimur, "Gold and Gold Jewelry: Exploration Of Consumer", *Tesis*, Practices Department of Management, Bilkent University, ANKARA, (September 2003), 116.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mendapatkan informasi mengenai hal-hal yang berhubungan dengan barang atau sesuatu yang ingin dibelinya, informasi dari teman terdekat akan mempengaruhi keputusan pembelian. Tidak hanya kelompok referensi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang dalam hal ini kelas sosial pun dapat mempengaruhi. Banyak faktor yang mempengaruhi kelas sosial, seperti pekerjaan, pendapatan, pendidikan, dan variabel lain. Kebanyakan wanita yang tidak bekerja memiliki kelompok-kelompok atau organisasi untuk menambah kegiatan seperti kelompok pengajian atau dapat juga untuk menyalurkan hobi dengan adanya kelompok arisan. Dengan adanya kelompok-kelompok ini maka dorongan seseorang untuk melakukan keputusan pembelian sangatlah kuat.[11]

Wanita memiliki perbedaan perspektif dalam menyikapi persoalan dalam pengambilan keputusan, ini dilatarbelakangi karena tugas yang diemban seorang wanita khususnya yang sudah menikah dalam lingkup aktivitasnya mencakup tiga wilayah, yaitu bertugas sebagai istri, ibu rumah tangga dan sebagai anggota masyarakat yang aktif dalam bidang organisasi misalnya pengajian. Kebanyakan wanita memilik kelompok / organisasi yang berada dekat dengan lingkungannya. Di Surabaya, kelompok-kelompok organisasi yang paling diminati wanita muslim adalah kelompok pengajian, ini dapat dilihat dari banyaknya kelompok pengajian yang ada di setiap masjid di lingkungan sekitarnya di dominasi oleh kaum wanita misalnya kelompok pengajian ibu-ibu di Masjid Al-Akbar Surabaya.

---

[11]Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen*,...215

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kelompok-kelompok pengajian ini dapat menjadi referensi bagi wanita muslim untuk mengambil keputusan pembelian. Adanya kelompok referensi ibu-ibu pengajian saling memiliki interaksi satu sama lain antar kelompok, interaksi ini bertujuan untuk mencapai tujuan yang sama. Tujuan bersama ini dapat diartikan bahwa masing-masing ibu-ibu pengajian satu dengan yang lain terdapat kesamaan tujuan.[12]

Adanya perbedaan di setiap masing-masing karakter wanita menjadikan adanya kelas-kelas sosial ini bergantung pada kondisi ekonomi dan sosial yang ada di lingkungan sekitar dan kepentingan latar belakang, biasanya seorang mengikuti kelompok-kelompok sosial atau organisasi agar memiliki status sosial tertentu di mata masyarakat yang lain.[13] Tujuan seseorang memiliki perbedaan status sosial untuk mendapatkan perlakuan lebih seperti penghormatan.

Ibu-ibu pengajian Masjid Al-Akbar merupakan sebuah contoh adanya kelompok-kelompok yang dipilih oleh wanita muslim untuk memanfaatkan kekosongannya dan sebagai sarana menuntut ilmu. Dalam kelompok-kelompok ini seorang wanita ketika akan melakukan keputusan pembelian emas maka akan dipengaruhi keputusan teman sekelompoknya, misalnya teman A membeli emas untuk digunakan sebagai alat investasi sedangkan teman B sedang memikirkan investasi apa yang akan dipilih maka teman A akan memberikan masukan, karena dia telah merasakan bagaimana melakukan investasi emas tersebut terlebih lagi emas dapat dijadikan

[12]Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen...*, 215.

[13]Ibid., 263.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perhiasan untuk menambah kesan elegan bagi si pemakai. Wanita yang memiliki kelompok tertentu kebanyakan akan menggunakan emas tersebut pada saat perkumpulan dengan begitu konsumen dapat menunjukkan kelas sosial yang dimilikinya.

Berdasarkan pemaparan di atas maka dilakukan penelitian untuk membahas dan meneliti masalah yang berkaitan dengan perilaku konsumen kelompok referensi dan kelas sosial yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian emas sebagai pilihan investasi ibu-ibu pengajian Masjid Al-Azhar Surabaya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas maka dapat ditarik beberapa rumusan masalah yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara kelompok referensi terhadap keputusan pembelian emas sebagai pilihan investasi ibu – ibu pengajian Masjid Al – Akbar Surabaya?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara kelas sosial terhadap keputusan pembelian emas sebagai pilihan investasi ibu – ibu pengajian Masjid Al – Akbar Surabaya?
3. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara pengaruh kelompok referensi dan kelas sosial terhadap keputusan pembelian emas sebagai pilihan investasi ibu – ibu pengajian Masjid Al – Akbar Surabaya?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat ditarik tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial antara kelompok referensi terhadap keputusan pembelian emas sebagai pilihan investasi ibu – ibu pengajian Masjid Al – Akbar Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial antara kelas sosial terhadap keputusan pembelian emas sebagai pilihan investasi ibu – ibu pengajian Masjid Al – Akbar Surabaya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan antara kelompok referensi dan kelas sosial terhadap keputusan pembelian emas sebagai pilihan investasi ibu – ibu pengajian Masjid Al – Akbar Surabaya.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Berdasarkan tujuan penenlitian diatas maka kegunaan hasil penelitian ini:

1. Secara Teoretis.

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang kelompok referensi dan kelas sosial yang mempengaruhi ibu-ibu pengajian dalam pengambilan keputusan pembelian emas sebagai salah satu pilihan investasi dan dapat menambah literatur manajemen investasi dan portofolio mengenai perilaku investor dalam pengambilan keputusan pembelian emas sebagai pilihan investasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi tentang pengaruh kelompok referensi dan kelas sosial yang dimiliki ibu-ibu pengajian dalam melakukan keputusan pembelian emas sebagai pilihan investasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id