

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia. Walaupun Indonesia bukanlah Negara Islam namun Indonesia memiliki penduduk yang mana mayoritas beragama Islam. Menurut hasil Sensus Penduduk Indonesia Tahun 2018, 86,7% dari 267.670.543 penduduk di Indonesia adalah pemeluk Agama Islam. Banyaknya penduduk Muslim di Indonesia sangatlah berpengaruh terhadap konsumsi masyarakat.

Konsumsi merupakan penggunaan jasa atau barang secara langsung untuk memenuhi kebutuhan manusia itu sendiri, baik rohani maupun jasmani. Dalam ekonomi islam, konsumsi adalah sebuah upaya manusia dalam memenuhi kebutuhannya baik jasmani maupun rohani yang mampu memaksimalkan fungsi kemanusiannya sebagai hamba Allah yang bertujuan untuk mendapatkan kesejahteraan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat (Amir,2017). Dalam hal konsumsi, Islam telah memerintahkan kepada kita untuk mengonsumsi barang yang halal dan baik, ini selaras dengan Q.S. Al-Maidah [5]: 88.

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَتَقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ (٨٨)

*Artinya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik (thayyib) dari apa yang Allah telah resekikan kepadamu dan bertaqwalah kepada Allah dan kamu beriman kepadanya”.*¹(Q.S. Al-Maidah [5]: 88).

Perilaku konsumen merupakan tindakan langsung dalam hal mendapatkan, menggunakan (mengonsumsi) dan menghabiskan suatu produk barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan. Dalam Islam, perilaku konsumsi memiliki keterkaitan dengan peranan keimanan. Peranan keimanan sangatlah mempengaruhi kuantitas dan kualitas dalam konsumsi, baik dalam bentuk kepuasan materil maupun spiritual.² Pada hakekatnya seseorang dalam melakukan konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhannya dan mendapatkan manfaat dan kesejahteraan dari apa yang sudah dikonsumsi. Sehingga dalam Islam telah diatur sedemikian rupa dalam hal perilaku konsumen seperti halnya mengonsumsi sesuatu yang halal dan baik untuk terhindar dari sesuatu yang dapat mengantarkan kepada keburukan. Apalagi di saat pandemi Covid-19 melanda dunia terutama Indonesia hal perilaku konsumen sangatlah perlu diperhatikan khususnya bagi seorang Muslim. Muslim yang memiliki keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT tentunya selalu memperhatikan segala sesuatu apa yang dilarang dan apa yang diperintahkan oleh Allah SWT.

Sejak munculnya pertama kali virus Covid-19 di Indonesia pada Senin 2 Maret 2020 lalu, perlahan ekonomi di Indonesia mengalami penurunan yang

¹Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahan* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2011).

²Suharyono, “Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (September 24, 2018): 312, accessed March 26, 2021, <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/Al-Intaj/article/view/1216>.

sangat signifikan. Hampir dari seluruh sektor mengalami dampaknya akibat virus Covid-19 ini, bukan hanya segi kesehatan saja, sektor ekonomi juga mengalami dampak serius akibat pandemi virus Corona. Tercatat pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II 2020 minus 5,32 persen. Sebelumnya pada kuartal I 2020 pertumbuhan ekonomi Indonesia hanya tumbuh sebesar 2,97 persen, turun jauh dari pertumbuhan sebesar 5,02 persen dari periode yang sama 2019 lalu (Laporan Badan Pusat Statistik). Sementara itu, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada periode Agustus 2020, jumlah pengangguran di Indonesia menunjukkan peningkatan sebanyak 2,67 juta orang, dan jumlah angkatan kerja di Indonesia yang menganggur menjadi sebesar 9,77 juta orang. Munculnya virus Covid-19 ini juga berdampak terhadap pendapatan masyarakat, akibat bangkrutnya beberapa perusahaan dan tempat kerja sehingga juga meningkatkan banyaknya pemutusan hubungan kerja terhadap karyawan dan tenaga kerja.

Di era pandemi Covid-19 ini ekonomi Indonesia mengalami penurunan. Perusahaan, pertokoan, perbankan dan lapangan kerja lainnya banyak yang mengalami kebangkrutan sehingga menimbulkan pemutusan hubungan kerja besar-besaran terhadap beberapa karyawan dan tenaga kerja lainnya yang kemudian pendapatan masyarakat pun juga mengalami penurunan. Akibat penurunan pendapatan, masyarakat berlomba-lomba mengonsumsi barang sebanyak-banyaknya untuk kemudian dapat dijadikan sebagai persiapan kebutuhan selanjutnya. Pasalnya di era pandemi Covid-19, dimana masyarakat mengalami krisis ekonomi ternyata masih banyak

masyarakat yang melakukan investasi emas di era pandemi ini sebagai alat investasi. Bahkan ketika emas mengalami kenaikan, masyarakat masih ada yang berinvestasi emas, salah satunya di Pegadaian Syariah Sidokare Sidoarjo. Namun perlu diperhatikan, dalam hal konsumsi ada aturan-aturan yang telah ditetapkan dalam Islam yang mana aturan-aturan tersebut termaktub dalam Al-quran dan Hadist. Tercatat bahwasannya di era pandemi, konsumen yang menabung/investasi emas di Pegadaian Syariah Cabang Sidokare Sidoarjo semakin meningkat, munculnya virus Covid-19 di Indonesia pada Maret 2020 lalu memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap harga emas sehingga permintaan terhadap emas juga semakin meningkat. Berikut jumlah konsumen yang menabung/investasi emas di Pegadaian Syariah Cabang Sidokare Sidoarjo dari tahun 2019 sebelum pandemi hingga November 2021 saat ini:

Tabel 1.1

No	Jumlah Nasabah	Tahun
1	400 nasabah	2019
2	525 nasabah	2020
3	348 nasabah	2021

Sumber: Pegadaian Syariah Cabang Sidokare Sidoarjo.

Berdasarkan tabel diatas bahwasannya pada tahun 2019 sebelum pandemi Covid-19 melanda Negara Indonesia, nasabah yang menabung/investasi emas di Pegadaian Syariah Cabang Sidokare Sidoarjo

sebanyak 400 nasabah, namun setelah virus Covid-19 datang ke Indonesia dan harga emas disaat itu meningkat pesat, dan nasabah yang menabung/invstasi emas di Pegadaian Syariah Cabang Sidokare Sidoarjo juga turut meningkat hingga mencapai 525 nasabah selama tahun 2020. Harga emas pada akhir tahun 2019 tercatat sebesar Rp. 762.000 per gram, kemudian pada April 2020 harga emas melonjak menjadi Rp. 972.000 per gram dan mencapai tiik puncaknya pada Agustus 2020 mencapai Rp. 1.028.000 per gram. Pada tahun 2021 harga emas menurun dan kembali stagnan sehingga permintaan terhadap investasi emas di Pegadaian Syariah Cabang Sidokare Sidoarjo juga menurun.

Investasi emas adalah kegiatan bisnis menggunakan logam mulia. Investasi emas merupakan salah satu instrumen terbaik, aman dan juga terjamin. Selain itu juga Investasi emas sangatlah menguntungkan dan menjanjikan, karena emas logam mulia ini tidak akan tergerus oleh inflasi, dan setiap tahunnya harganya selalu meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya investasi emas logam mulia tidaklah rugi, karena harganya selalu mengalami kenaikan, meskipun demikian ada saatnya mengalami penurunan, namun tetap emas lebih sering mengalami peningkatan.

Banyak lembaga keuangan bank maupun non bank seperti contohnya adalah Pegadaian. Pegadaian adalah salah satu lembaga keuangan non bank yang bergerak pada tiga lini bisnis yaitu Gadai (*rahn*), pembiayaan, dan jasa lainnya. Pegadaian ini ada yang bergerak di bisnis secara konvensional dan juga secara syari'ah. Pegadaian yang bergerak di bisnis syari'ah dinamakan Pegadaian Syari'ah. Pegadaian Syari'ah memberikan solusi keuangan dengan

beberapa produk andalan yang berbasis gadai (*rahn*) dan pembiayaan. Selain memberikan pelayanan gadai dan pembiayaan, Pegadaian Syari'ah juga memberikan layanan berbentuk investasi. Diantara produk yang menyediakan wadah untuk investasi adalah Tabungan Emas dan Mulia. Produk Mulia ini melayani penjualan emas batangan kepada nasabah, yang dapat digunakan sebagai pilihan investasi untuk masa depan. Emas batangan pada produk Mulia ini dapat dibeli mulai dari 1 gram hingga 1kilogram. Investasi pada produk Mulia ini bisa dilakukan dengan tunai ataupun dengan cicilan/angsuran. Sedangkan pada produk Tabungan Emas dapat dilakukan dengan pembelian mulai dari Rp. 10.000 dengan biaya tambahan administrasi di awal saat pembukaan rekening.

Konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya, faktor budaya, motivasi, ekonomi, sosial dan lain sebagainya. Sebagai konsumen muslim tentunya harus memperhatikan berbagai hal sebelum mengonsumsi suatu barang ataupun jasa termasuk dalam berinvestasi emas. Menyimpan (menabung) untuk pengembangan investasi memang sangatlah diperlukan namun tetap harus memperhatikan beberapa prinsip konsumsi dan prinsip investasi dalam Islam, Seperti halnya harus mendahulukan kebutuhan daripada keinginan, memperhatikan tujuan investasi, harus adanya kesesuaian antara pengeluaran dan pemasukan dan lain sebagainya. Kita tahu bahwasannya di saat era pandemi Covid-19 ini banyak masyarakat yang mengalami penurunan pendapatan. Namun mengapa disaat krisisnya ekonomi masyarakat masih saja berinvestasi emas logam mulia. Sedangkan harga emas batangan 0,5 gramnya

saja berkisar diatas lima ratus ribu rupiah dan itu tidak selaras dengan pendapatan yang diperoleh masyarakat di saat era pandemi Covid-19. Meskipun pada dasarnya itu merupakan sebuah aset investasi namun itu adalah untuk jangka panjang. Pada produk Pegadaian syariah yang bergerak di bidang investasi adalah Tabungan Emas dan Mulia. Tabungan Emas ini merupakan wadah atau alat untuk mempermudah nasabah untuk melakukan investasi emas. Pada produk Tabungan Emas ini dapat dilakukan mulai dari Rp. 10.000,00 saja sudah bisa investasi emas. Perbedaan antara Tabungan Emas dan Mulia adalah Tabungan Emas merupakan bentuk investasi emas dalam bentuk tabungan sedangkan produk Mulia adalah bentuk investasi emas dalam bentuk fisik. Sebagai nasabah Muslim sudah sepatutnya memperhatikan dalam mengonsumsi suatu barang atau jasa yang sesuai dengan ajaran Islam, seperti harus mendahulukan kebutuhan daripada keinginan. Jika masih ada kebutuhan yang belum terpenuhi maka masih pantaskah untuk investasi emas? Sedangkan emas sangatlah tidak cocok jika digunakan untuk investasi jangka pendek. Secara teori seseorang melakukan investasi disaat pendapatan naik dan menjual di saat pendapatan menurun atau investasi emas disaat harga turun dan menjual di saat harga naik.

Nasabah yang melakukan investasi emas di Pegadaian Syariah masih ada yang tidak memperhatikan beberapa prinsip konsumsi dan prinsip investasi dalam Islam. Mereka melakukan investasi emas hanya sebagai untuk menambah aset investasinya dan hanya sebuah keinginan saja tanpa disadari masih banyak kebutuhan yang belum terpenuhi. Bahkan mereka tidak

memperdulikan nasib tetangganya yang mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhannya, mereka tidak sadar bahwa mereka sangatlah membutuhkan bantuan dari seseorang yang dianggap mampu dalam hal kekayaan (harta). Allah SWT berfirman dalam Al-Quran:

وَأَتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا (٢٦) إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ
وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا (٢٧)

*“Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan, dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros(26). Sesungguhnya orang-orang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada tuhaninya (27)”.*³(Q.S. Al-Isra’ [17]: 26-27).

Dalam ayat tersebut sangatlah jelas bahwa sebagai seorang Muslim tidak boleh membelanjakan hartanya secara boros atau untuk sesuatu yang tidak kita butuhkan. Daripada harta kita digunakan untuk hal-hal yang tidak dibutuhkan maka lebih baiknya digunakan untuk membantu kerabat, tetangga, sanak famili, serta orang fakir miskin yang membutuhkan. Maka jangan sampai sebagai nasabah muslim membeli melakukan investasi hanya untuk memenuhi kepuasan tanpa memperhatikan kebutuhan. Sebagai nasabah muslim harus lebih objektif dalam investasi tujuannya untuk mendapatkan ridha Allah SWT dengan mendahulukan kemaslahatan daripada kemudharatan.

³Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahan*.

Berdasarkan penelitian terdahulu, menurut hasil penelitian Narendraestri Larashati mengenai “Perilaku konsumen terhadap jual beli emas menurut etika bisnis Islam” bahwasannya perilaku konsumen terhadap jual beli emas di Toko Hj. Slamet Pasar Cendrawasih masih ada beberapa konsumen yang tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam seperti bersikap boros dalam berkonsumsi. Konsumen cenderung membelanjakan hartanya hanya untuk kepuasan semata.⁴

Selanjutnya, menurut Rahmawati, Husni Syams, dan Nafirah Anwar mengenai “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Jual Beli Emas” bahwasannya perilaku konsumen dalam jual beli emas di Toko Emas Pasar Los Kota Lhokseumawe dilakukan karena investasi, memenuhi kebutuhan dan juga ingin digunakan hanya untuk memperlihatkan kemampuannya dalam membeli emas. Artinya walaupun sebagian perilaku konsumen ada yang sesuai dengan ekonomi Islam tetapi masih saja ada yang berperilaku tidak sesuai dengan prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam.⁵

Jika melihat hasil penelitian diatas, maka perlu adanya penelitian lanjutan untuk mengembangkan teori perilaku nasabah dalam berinvestasi seperti halnya melakukan investasi emas serta perlu juga menambahkan dari segi masanya seperti halnya pada masa pandemi Covid-19. Dalam penelitian terdahulu perilaku konsumen yang di teliti adalah dalam hal jual beli emas

⁴Narendraestri Larashati, “Perilaku Konsumen Terhadap Jual Beli Emas Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Toko Emas Hj. Slamet Pasar Cendrawasih Metro Pusat)” (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2017).

⁵Rahmawati, Husni Syams, and Nafirah Anwar, “TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM JUAL BELI EMAS,” *Ihtiyath : Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* 4, no. 1 (September 24, 2020), accessed March 26, 2021, <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ihtiyath/article/view/1741>.

perhiasan dan pada saat ekonomi masyarakat normal, maka dalam hal ini penulis melakukan penelitian lanjutan dengan teori perilaku nasabah dalam berinvestasi emas di era pandemi Covid-19. Jika dilihat bahwa pada saat pandemi inilah perilaku konsumen sangat penting untuk diperhatikan khususnya seorang Muslim dikarenakan di era pandemi Covid-19 adalah dimana saat-saat masyarakat mengalami krisis ekonomi.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat fenomena tersebut untuk dijadikan sebuah topik penelitian ilmiah. Kemudian masing-masing permasalahan dikaji dan dievaluasi berdasarkan kajian ekonomi islam dalam judul “Analisis Perilaku Nasabah Dalam Berinvestasi Emas di Era Pandemi Perspektif Ekonomi Islam” (Studi Kasus di Pegadaian Syari’ah Sidokare Sidoarjo).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini diantaranya:

1. Bagaimana perilaku nasabah dalam berinvestasi emas di era pandemi di Pegadaian Syari’ah Cabang Sidokare Sidoarjo?
2. Bagaimana perilaku nasabah dalam berinvestasi emas di era pandemi di Pegadaian Syari’ah Cabang Sidokare Sidoarjo menurut ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan memahami apakah perilaku nasabah dalam

berinvestasi emas di Pegadaian Syari'ah Sidoarjo di era pandemi ini sudah sesuai atau tidak dengan prinsip-prinsip ekonomi islam.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menginginkan agar hasil penelitian memberikan manfaat bagi pembaca, yaitu berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan wawasan tentang perilaku nasabah pada saat berinvestasi emas di era pandemi menurut ekonomi islam.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat motivasi dan gambaran terhadap para nasabah dalam hal perilaku nasabah dalam berinvestasi emas di era pandemi ataupun krisisnya ekonomi menurut pandangan ekonomi islam.

E. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini penulis akan menguraikan penelitian terdahulu sebagai penunjang penelitian yang berkaitan dengan pembahasan, yaitu:

1. Skripsi, Narendraestri Larashati jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Tahun 2017 dengan judul “Perilaku Konsumen Terhadap Jual Beli Emas Menurut Etika Bisnis Islam” (Studi kasus di Toko Emas HJ. Slamet Pasar Cendrawasih Metro Pusat). Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa di

dalam perilaku konsumen dalam jual beli di Toko emas HJ. Slamet Pasar Cendrawasih masih ada beberapa prinsip etika bisnis islam yang belum sesuai terhadap praktik jual beli emas di lapangan. Seperti halnya masih ada konsumen yang membelanjakan hartanya hanya demi kepuasan semata tanpa melihat masalah dan kemanfaatan atas barang di konsumsi. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada kegiatan konsumsi, objek serta masa (waktu) yang diteliti itu sendiri. Dalam penelitian hanya terfokuskan kepada konsumsi emas perhiasan saja yang pada dasarnya seseorang melakukan konsumsi emas perhiasan lebih cenderung terhadap keinginan semata bukan kebutuhan.

2. Skripsi, Asep Saefuloh jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun 2019 dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Belanja Fashion Di *Online Shop*” (Studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2014-2018). Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa secara garis besar dalam kegiatan konsumsi tersebut masih dalam koridor wajar dan tidak melanggar prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek kegiatan konsumsi tersebut.
3. Skripsi, Sri Mawaddah jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru dengan judul “Analisis Perilaku Nasabah dalam Pengambilan Keputusan Terhadap Produk Tabungan Emas Pegadaian Syariah di Masa Pandemi Covid-19 Pada Unit Pegadaian Syariah Tanah Merah Kecamatan Kampar.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa Nasabah memilih barang berdasarkan kebutuhan dan keinginan yang harganya sesuai dengan kemampuan. Berdasarkan penelitian diatas memiliki persamaan dalam hal perilaku nasabah, objek dan masanya. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah dalam perspektif ekonomi islamnya.

4. Skripsi, Endah Trima Hidayah jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Tahun 2021 dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Restoran Dapur Jawa, Andre Resto & Café, Tungku Resto di Perawang, Kecamatan Tualang Kabupaten Siak). Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa konsumsi masyarakat perawang pada masa pandemi Covid-19 belum sesuai dengan prinsip dalam islam seperti mengonsumsi hanya untuk memenuhi keinginan dan hawa nafsunya saja. Berdasarkan penelitian diatas terdapat persamaan yaitu pada analisis perilaku konsumen, masa atau waktu dan dalam sudut pandang ekonomi islam. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini hanya terletak pada objek atau jenis kegiatan konsumsinya saja.
5. Skripsi, Tin Warotul Watimah jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun 2015 dengan judul “Model Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Handphone Menurut Teori Konsumsi Islam” (Studi kasus pada Masyarakat Muslim Desa Kalibalik Kecamatan Banyuputih Kabupaten Batang). Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa

sebagian perilaku konsumen dari Masyarakat Muslim Desa Kalibalik atas dasar kebutuhan, mementingkan masalah yang mana perilaku ini sudah memenuhi prinsip konsumsi dalam Islam tetapi juga ada sebagian yang berkonsumsi atas dasar keinginan saja, tentu perilaku seperti ini tidak sesuai dengan prinsip konsumsi dalam Islam. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada jenis kegiatan konsumsi itu sendiri. Berdasarkan penelitian diatas terdapat persamaan yaitu analisis perilaku konsumen dan dalam perspektif ekonomi Islam. Sedangkan yang menjadi perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti lakukan adalah jenis kegiatan konsumsi, permasalahan dan masa (waktu). Penelitian terdahulu melakukan penelitian disaat ekonomi masyarakat dan Indonesia normal sedangkan pada yang peneliti lakukan pada saat pandemi Covid-19 yakni pada masa krisisnya ekonomi masyarakat dan juga Indonesia.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian landasan teori ini membahas tentang teori-teori yang berkaitan dengan penelitian seperti perilaku konsumen, Perilaku konsumen dalam Islam,

prinsip konsumsi dalam islam, kaidah-kaidah konsumsi dalam islam, investasi, prinsip-prinsip ekonomi islam dalam investasi dan investasi emas.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian metode penelitian ini akan membahas tentang metode yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian seperti jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian bab hasil dan pembahasan ini membahas terkait secara umum objek penelitian dan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup ini tentunya berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan serta saran untuk peneliti selanjutnya agar menambah pengetahuan untuk penelitian selanjutnya.