

UTILITAS VERSUS MASLAHAH DALAM POLA KONSUMEN PERBANKAN SYARIAH

Oleh : Ahmad Afif
(Dosen STISNU Cianjur)

ABSTRAK

Asumsi mikro dalam preferensi konsumen masih cenderung kepada teori utilitarianisme daripada masalah yang ditujukan pada moral, etika dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Hal ini juga masih terlihat pada pola konsumen perbankan syariah di Indonesia baik skala investor maupun deposan bahkan kreditur. Pada kelanjutannya bagaimana pola utilitas dengan masalah serta bagaimana pola utilitas dengan masalah pada BUS Indonesia layak untuk dijadikan penelitian. Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan metode SAW (The Simple Additive Weighting), yaitu sebuah metode yang mengharuskan pembuat keputusan menentukan bobot untuk setiap atribut/acuan. Hasilnya BSM mempunyai konsumen individu tertinggi pada kebahagiaan dengan 29 %, sedangkan masalah rata-rata sama 29 % kecuali pada hifz al-aql (menjaga akal) total 20 %. Untuk pengaruh lingkungan utilitas sama dengan konsumen individu namun masalah hifz al-nafs (menjaga jiwa) dan hifz al-mal (menjaga harta) mempunyai nilai tertinggi 29 %. Selanjutnya strategi pemasaran hifz al-din (menjaga agama) dan hifz al-aql (menjaga akal) terendah 21 %. BNI Syariah mempunyai konsumen individu sama dengan BSM. Sedangkan pengaruh lingkungan meminimalisir penderitaan tertinggi dengan 29 % untuk utilitas sedangkan masalah terendah pada hifz al-mal (menjaga harta) total 25 %. Adapun strategi pemasaran utilitas sama antara dua elemen berbeda dengan masalah hifz al-nasl (menjaga keturunan) tertinggi dengan 29 %. BRIS pada konsumen individu kebahagiaan 29 % terendah dalam masalah Hifz al-Aql (menjaga akal) total 20 %. Sedangkan pengaruh lingkungan utilitas meminimalisir penderitaan tertinggi 29 % untuk masalah hifz al-Mal (menjaga harta) mempunyai nilai terendah 25 %. Strategi pemasaran meminimalisir penderitaan terendah 21 % untuk masalah hifz al-din (menjaga agama) dan hifz al-aql (menjaga akal) terendah 21 %.

Kata Kunci : Utilitas, Masalah, Pola Konsumen, Perbankan Syariah.

ABSTRACT

Micro assumptions in consumer preferences still tend to the theory of utilitarianism rather than *maslahah* which is aimed at morals, ethics and happiness in the world and the hereafter. This is also evident in the consumer patterns of Islamic banking in Indonesia, both on the scale of investors and depositors and even creditors. In the continuation, How the utility pattern with *maslahah* and how the utility pattern with *maslahah* in BUS Indonesia worthy of being used as research. The method used in this study is a qualitative descriptive method. using the SAW (The Simple Additive Weighting) method approach, which is a method that requires decision makers to determine the weight for each attribute / reference. The result is that BSM has the highest individual consumer in happiness with 29% while *maslahah* is 29% the same, except for *Hifz al-Aql* (Keeping Intellect) a total of 20%. For the effect of the environment, the utility is the same as for individual consumers, but *maslahah hifz an-nafs* (Keeping the Soul) and *hifz al-Mal* (Keeping Property) have the highest value of 29%. Furthermore, the marketing strategies of *Hifz al-din* (Maintaining Religion) and *Hifz al-Aql* (Maintaining Intellect) were the lowest at 21%. BNI Syariah has individual consumers together with BSM. Meanwhile, the environmental influence minimizes the highest suffering with 29% for utility, while the lowest is *maslahah* at *Hifz al-Mal* (Keeping Property) with a total of 25%. Meanwhile, the utility marketing strategy is the same between two different elements with the highest *Hifz al-Nasl* (Maintaining Descendants) *maslahah* with 29%. BRIS on individual consumers of the lowest 29% happiness in *maslahah Hifz al-Aql* (Keeping Intellect) a total of 20%. While the influence of the utility environment minimizes suffering, the highest is 29% for *maslahah Hifz al-Mal* (Keeping Property) has the lowest value of 25%. The marketing strategy minimizes the lowest suffering 21% for *maslahah hifz al-din* (Keeping Religion) and *Hifz al-Aql* (Maintaining Intellect) the lowest 21%.

Keywords : Utilities, *Maslahah*, Consumer Patterns, Islamic Banking.

A. PENDAHULUAN

Asumsi mikro dalam preferensi konsumen masih cenderung kepada teori utilitarianisme daripada masalah yang ditujukan pada moral, etika dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Hal ini juga masih terlihat pada pola konsumen perbankan syariah di Indonesia baik skala investor maupun deposan bahkan kreditur. Yuliawan (2011) melakukan kajian tentang pola konsumen dalam memilih perbankan Syariah pada tingkat preferensinya. Hal ini dimaksudkan agar preferensi masyarakat untuk menggunakan produk dari perbankan syariah lebih banyak sehingga transaksinya dapat meningkat dengan tajam. Rasio CAR dapat terjaga dengan baik diikuti dengan FDR yang sesuai. Hasilnya menyatakan bahwa tingkat pengetahuan konsumen berpengaruh pada keputusan konsumen dengan beberapa faktor lain yang belum diteliti. Setidaknya kita dapat mengetahui bahwa faktor lain yang belum diketahui mencapai 50 % lebih daripada faktor keputusan konsumen melalui pengetahuan. Tentunya dapat diindikasikan pada penelitian ini merupakan keniscayaan pada sektor perbankan syariah untuk mempelajari pola konsumen antara pola konsumsi dengan menekankan aspek fundamental terlebih pada Utilitas Versus Masalah.

Pernyataan eksplisit pada Sidgwick, (2000) Sidgwick tentang posisi utilitarian, dalam sebuah esai yang dipresentasikan kepada *Metaphysical Society* pada tahun 1873, memberikan gambaran yang jelas tentang kesalahan yang harus dihindari dan istilah yang harus diklarifikasi dalam akun subjek yang memadai. Sebagai *précis* dari

perlakuan komprehensif terhadap utilitarianisme. Utilitarianisme merupakan teori pada etika normatif yang mempercayai bahwa tindakan yang patut dan baik dengan memaksimalkan penggunaan (*utility*) atau bisa juga disebut memaksimalkan kebahagiaan dan meminimalisir penderitaan (Mill, 2020). Mill sebagai salah satu pencetus teori ini menjelaskan dan memperbaiki prinsip utilitarianisme dengan sedemikian rupa sehingga lebih kuat dan kokoh pada sisi fundamentalnya. Mill mulai dengan merumuskan prinsip kegunaan (*utility*) sebagai ranah prinsip dasar moralitas. Suatu tindakan harus dianggap benar sejauh cenderung mendukung kebahagiaan, dan sejauh menghasilkan kebalikan dari kebahagiaan tersebut. Dimaksudkan dalam pemikiran Mill adalah sebuah kebahagiaan atau kesenangan (*pleasure*) dan perasaan bebas dari rasa sakit (*pain*).

Maslahah merupakan memberikan manfaat atau sesuatu yang bermanfaat (Munawwir, 1997). Tujuan syarak tersebut terangkum dalam konsep *maqasid dasyariah*, yaitu agama, diri, akal, harta dan keturunan yang harus dipelihara demi terjaganya pondasi dalam katalisator yang diturunkan dari nilai-nilai sumber primer agama Islam yakni Al-Qur'an dan hadis (Khatib, 2018). Sehingga dalam implementasinya juga banyak mengedepankan beberapa ranah etika secara normatif tidak terkecuali pada pola konsumen dalam perbankan syariah. Layak untuk kita ketahui bersama bagaimana hal ini dapat mempengaruhi pola konsumen ketika berada pada industri keuangan seperti bank syariah. Poin masukannya ada pada pola

konsumen dengan paradigma utilitas dan masalah.

Penelitian ini berusaha melakukan verifikasi antara popularitas teori utilitarianisme dan masalah konsumen perbankan syariah di Indonesia. Sedikit mengulas hal tersebut yang tantangannya ada pada validitas sampel dari data yang ada, untuk itulah penelitian ini lebih dominan kepada data sekunder melalui *annual report* perbankan syariah yang dimerger tahun 2020 yaitu (BSM, BNIS dan BRIS) dengan total tiga perbankan syariah yang secara panel akan dikelompokkan pada periode tahun 2019 dengan pertimbangan tahun tersebut adalah tahun sebelum dibuat skema merger serta tragedi pandemi telah mempengaruhi kinerja normal perbankan Syariah (OJK, 2015). Salah satu program kerjanya yaitu: Tabel 1. Meningkatkan Literasi dan Preferensi Masyarakat

Program Kerja	2015	2016	2017	2018	2019
(1) Penyelenggaraan Pasar Rakyat Syariah					
(2) Program IB <i>campaign</i> terhadap produk perbankan syariah dan program penguatan <i>positioning, differentiation, branding</i> perbankan syariah					
(3) Memperkuat kolaborasi dengan Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK) dan <i>stakeholder</i> utama dalam peningkatan literasi keuangan syariah					
(4) Program sosialisasi perbankan syariah bagi <i>key opinion leader</i>					
(5) Sosialisasi untuk meningkatkan peran BPRS dalam pengelolaan dana pemerintah pusat/daerah untuk pemberdayaan sektor riil bersama LKMS lainnya					

Sumber: Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019.
Otoritas Jasa Keuangan.

Manilet (2015) dalam kedudukan masalah dan *utility* dalam konsumsi (masalah versus *utility*) menyatakan bahwa masalah adalah kebaikan yang dirasakan seseorang bersama pihak lain. Sedangkan *utility* merupakan kepuasan yang dirasakan seseorang yang bisa jadi kontradiktif dengan kepentingan orang lain. Sedangkan Dimas Bagus Wiranatakusuma, Masyhudi Muqorobin, Imamudin Yuliadi dalam “Kajian Konsep Rasional dan Masalah dalam Pengembangan Perbankan Syariah: Studi Perbandingan antara Indonesia dan Malaysia” menyatakan bahwa gagasan utama tentang preferensi dan utilitas dalam perspektif Islam adalah untuk menggambarkan perilaku konsumen sesuai dengan konsep masalah (Wiranatakusuma et al., 2016). Hal tersebut menyimpulkan bahwa ada yang berpendapat bahwa utilitas dengan masalah ada perbedaan atau mempunyai kompatibilitas diantara keduanya. Adakalanya memandang konsep keduanya (utilitas dan masalah) dilihat dari sudut pandang yang lain.

Hasil kajian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki masalah lebih besar dibandingkan dengan Malaysia berdasarkan praktik perbankan Syariahnya. Apakah hal tersebut sepenuhnya sesuai? Mengingat pada kelanjutannya aset perbankan syariah Indonesia masih dibawah 10 % berbeda dengan Malaysia yang mampu mendominasi penetrasi industri perbankan syariah dunia sebesar 65 % bersama Iran dan Arab Saudi. Hal yang perlu digaris bawahi adalah masalah dengan peningkatan aset perbankan Syariah yang ada di Indonesia

ternyata masih tidak sejalan dengan aset. Sehingga output dari penelitian ini untuk mengetahui preferensi konsumen perbankan syariah agar perbankan syariah dapat menentukan pola untuk dapat mengambil kebijakannya dengan tepat yang akan dianalisis dengan pola utilitas dan masalah. Di samping pihak kesesuaian pola utilitas dengan masalah perlu mendapatkan kajian yang lebih dalam mengingat segala potensi pemasaran salah satunya dapat ditemukan pada pola preferensi konsumen (Fitria dan Mirandia, 2019). Dengan cara melihat pola konsumen perbankan syariah dapat membuat segmentasi pasar dengan beberapa paradigma yang dapat dipakai yaitu utilitas dan masalah. Namun, penelitian ini lebih fokus pada sudut pandang pola konsumen perbankan syariah dalam kerangka utilitas dan masalah.

Oleh sebab itu ada dua pertanyaan yaitu tentang pola utilitas dengan masalah dan pola utilitas dengan masalah pada BUS Indonesia. Sudah selayaknya kita membuat rumusan atas hal ini terkait kerangka utilitas dan masalah karena keduanya memiliki beberapa sisi yang saling berbeda satu sama lain dalam menyikapi masalah pola konsumen (Bahsoan, 2011; Ilyas, 2017; Maulidi, 2015; Melis, 2016; Mulgan, 2015; Sidgwick, 2000; Sumner, 2006).

Tema dan objek pada tahun *terupdate* rentan 2017-2019, terakhir penelitian yang hampir sama pada tahun 2016 oleh Dimas Bagus Wiranatakusuma, Masyhudi Muqorobin, Imamudin Yuliadi dalam “Kajian Konsep Rasional dan Masalah dalam Pengembangan Perbankan Syariah: Studi Perbandingan antara Indonesia dan

Malaysia”. Hal tersebut membuat indikasi bahwa beberapa penelitian masih belum membahas secara substantif pada area penelitian dengan cara melihat pola konsumen perbankan syariah dapat membuat segmentasi pasar dengan beberapa paradigma yang dapat dipakai yaitu utilitas dan masalah. Namun, penelitian ini lebih fokus pada sudut pandang pola konsumen perbankan Syariah dalam kerangka utilitas dan masalah.

B. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif lebih mengacu kepada identifikasi sifat-sifat yang membedakan atau karakteristik sekelompok manusia, benda, dan peristiwa. Pada dasarnya, deskriptif kualitatif tentang melibatkan proses konseptualisasi dan menghasilkan pembentukan berkaitan dengan skema-skema klasifikasi.

Selain menggambarkan karakteristik dari suatu gejala atau masalah yang akan diteliti, penelitian ini juga fokus pada pertanyaan dasar ‘bagaimana’ dengan mencoba mendapatkan dan menyampaikan fakta-fakta dengan lugas, teliti, serta lengkap tanpa banyak detail yang tidak penting. Adapun penyajiannya, Ivanovich Agusta (2014) menyatakan bahwa data kualitatif dibagi menjadi tiga jenis yaitu; *pertama*, hasil pengamatan, *Kedua*, hasil Pembicaraan. *Ketiga*, bahan tertulis. Akibatnya kualitatif bersifat lebih bersifat spesifik, terlebih untuk menyatukannya ke dalam satu alur pemahaman yang mudah dipahami oleh banyak orang. Muhson (2006) menguatkan analisis

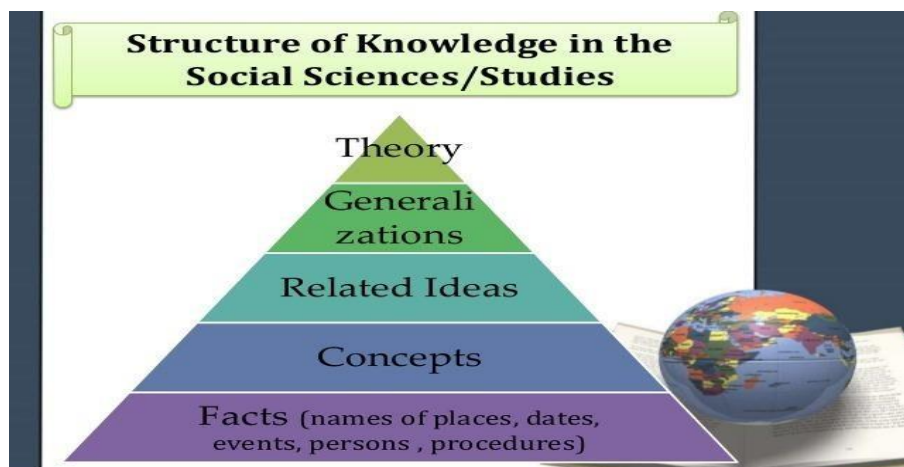
kualitatif dengan jenis data sebagai perbedaan dengan jenis pendekatan penelitian lain pada data yang tidak dapat dikuantifikasikan.

Data penelitian yang digunakan adalah data sekunder yang berupa bahan sekunder. Bahan sekunder berupa buku-buku, pendapat pakar hukum dan pihak terkait yang berkaitan dengan pola konsumen pada Jenis penelitian kualitatif bersifat normatif. Data yang diperoleh dari hasil penelitian perpustakaan dianalisis secara sistematis, ilmiah untuk menjawab pertanyaan rumusan masalah. Proses pengambilan kesimpulan dalam kajian ini didasarkan pada satu atau dua fakta serta bukti-bukti yang otentik. Layak untuk dijadikan referensi pada penelitian ini ada pada metode deskriptif kualitatif dengan data yang dipilih berdasarkan validitas sampel dari data yang ada, untuk itulah penelitian ini lebih dominan kepada data sekunder melalui *annual report* perbankan Syariah yang dimerger tahun 2020 yaitu (BSM, BNIS dan BRIS) dengan total tiga perbankan Syariah yang secara panel akan dikelompokkan pada periode tahun 2019 dengan pertimbangan tahun tersebut adalah tahun sebelum dibuat skema merger serta tragedi pandemi telah mempengaruhi kinerja normal perbankan syariah. Dari data tersebut dilakukan pemetan pada bahan data tentang pola konsumen serta grafik tahun 2019 melalui *annual report* perbankan Syariah. Selanjutnya dari bahan data tersebut akan dibuatkan beberapa tabel untuk diketahui beberapa konsep baik utilitas maupun masalah. Adapun indikatornya ditentukan berdasarkan referensi *grand theory*. Oleh karenanya, penelitian ini akan menggunakan *grand*

theory sebagai pijakan fundamental dalam membahas ruang lingkup pembahasan secara detail.

Adapun struktur keilmuan pada penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1. Struktur Keilmuan Sosial



Sumber: Data diolah

C. POLA KONSUMEN PADA UTILITAS DAN MASLAHAH

Sesungguhnya ada tiga hal dalam fokus penelitian ini sekaligus kunci untuk dapat dianalisis secara mendalam. Dalam mikro kita mengetahui tiga hal yaitu: produksi pelakunya disebut produsen, konsumsi disebut konsumen dan distribusi disebut distributor (Sudarman, 2011). Adapun pola adalah sebuah sistem atau cara kerja (KBBI, 2019). Hal tersebut menimbulkan beberapa interpretasi dengan beberapa variabel lainnya tidak terkecuali dengan konsep

utilitas dan masalah.

Kedua konsep tersebut merupakan pola yang dipakai pada ranah konsumsi oleh konsumen untuk menentukan bagaimana seharusnya menyikapi persoalan barang yang akan dikonsumsi pada area konsumsi itu sendiri. Selanjutnya apabila kita tarik lebih dalam pada kasus di perbankan syariah tentunya akan menimbulkan beberapa temuan pola yang akan berbeda dengan apa yang ada pada industri barang kebutuhan sehari-hari lainnya. Oleh karenanya perlu ada beberapa *adjustment* tentang pola serta beberapa kriteria terkait pola konsumen dengan variabel kontrol utilitas dan masalah khususnya pada perbankan syariah.

C.1 POLA KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Sumber Daya Manusia dalam kehidupan sehari-hari tidak akan pernah lepas dengan pemenuhan kebutuhan atau konsumsi. Ilmu ekonomi Islam memberikan gambaran dan pedoman dalam hal konsumsi yang dibenarkan dan dituntut dalam ajaran Islam yang berpedoman pada kaidah syariat. Suatu barang atau komoditas yang sebenarnya diperbolehkan untuk digunakan atau dikonsumsi dapat menjadi sesuatu yang bertentangan dengan syariah tergantung dari perilaku dalam menggunakan barang atau komoditas tersebut. Dapat disimpulkan bahwa konsumsi dalam Islam syarat dengan nilai-nilai spiritual yang secara tidak langsung mengarahkan konsumen untuk menghindari konsumtif dan menjaga kemanfaatan bukan sekedar kesenangan dan kepuasan semata atau dapat disebut utilitas, sedangkan lawan katanya adalah masalah (Suharyono, 2018). Begitu juga Wigati

(2011) menyatakan dalam risetnya bahwa banyaknya macam dan ragam pilihan pemenuhan kebutuhan hidup akan sangat menguntungkan konsumen. Konsumen lebih leluasa memilih sesuai dengan kebutuhan sesuai keinginan. Konsumen bisa memilih dari harga yang paling murah sampai harga yang paling mahal. Tergantung pada anggaran (budget) dan keinginan konsumen. Namun, konsumen sering bereaksi untuk mengubah pikiran pada menit-menit terakhir dalam memutuskan untuk melakukan pembelian.

Di sinilah, perilaku konsumen menempati posisi penting dalam pengambilan keputusan. Perilaku adalah aktifitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau mengatur barang dan jasa. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Faktor tersebut adalah faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Selain hal-hal tadi ada faktor lain yang sangat penting dalam pengambilan keputusan konsumen yaitu motivasi. Motivasi itu sendiri sebagai pemberi dan penggerak yang menciptakan kegairahan seseorang agar mereka mau bekerjasama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala upaya untuk mencapai kepuasan. Dalam Islam ada pembedaan yang jelas, yaitu halal dan haram. Dengan kata lain, dalam sebuah kegiatan ekonomi dilarang mencampur adukkan antara yang halal dan haram. Hal tersebut merupakan bagian dari batasan konsumsi dalam perilaku konsumen muslim”. Oleh karenanya, segala bentuk perilaku yang ada pada konsumen merupakan kunci utama untuk melaksanakan segala kegiatan pada skala mikro, hal tersebut juga akan berpengaruh kepada segmentasi pasar yang imbasnya akan dirasakan oleh produsen (Roziani & Sofie, 2010).

Demikian juga pola konsumen telah dapat memengaruhi segmentasi pasar, pada riset yang dilakukan oleh Roziani dan Sofie tersebut menghasilkan kebutuhan perusahaan dalam melakukan segmentasi, target dan pembagian konsumen yang akan dilakukan dengan cara program penyiaran diberikan kepada konsumen dengan perbedaan karakteristik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui segmentasi, target dan posisi (STP).

Untuk mengetahui implementasi yang dilakukan oleh Radio Mitra 97,0 FM Batu. Penelitian ini menggunakan metode diskriptif dengan merefleksikan STP. Dari hasil analisis diketahui bahwa Radio Mitra FM melayani pasar yang luas dan membagi pelanggan diberbagai segmen yang berbeda. Jadi, jelaslah bahwa segala bentuk pola konsumen juga akan dapat membuat perbedaan pada pasar sehingga peran konsumen yang begitu dominan tidak dapat diganggu gugat. Apalagi kalau kita kaitkan dengan prinsip Syariah bahwa “Pada hakikatnya manusia adalah homo economicus yang merupakan sosok manusia yang rasional dan berkebebasan dalam menentukan pilihan-pilihan yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. Anjuran dalam Islam tentang perilaku konsumsi yaitu memaksimalkan masalah. Masalah adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia dimuka bumi ini, serta perilaku konsumsi dalam Islam tidak hanya untuk materi saja tetapi juga termasuk konsumsi sosial yang terbentuk dalam zakat dan sedekah. Selain itu, mengenal istilah “Maslahah”.Konsumen yang merasakan adanya masalah dan menyukainya akan tetap rela melakukan suatu kegiatan meski manfaat fisik dari kegiatan

tersebut bagi dirinya sudah tidak ada”. Hal tersebut telah dikemukakan oleh Septiana (2015). Kedudukan masalah yang begitu dominan didukung dengan fundamental paradigma sosial yang tidak hanya mempunyai orientasi materi saja namun kepuasan dalam arti luas untuk berbuat banyak kepada orang lain demi terciptanya masalah atau sesuatu yang bermanfaat yang nantinya dapat diambil serta diketahui hasilnya baik di dunia dan akhirat. Maka dari itu, keunggulan masalah dengan konsep utilitarianisme yang lebih menekankan pada etika normatif yang mempercayai bahwa tindakan yang patut dan baik dengan memaksimalkan penggunaan (*utility*) atau bisa juga disebut memaksimalkan kebahagiaan dan meminimalisir penderitaan. Mill sebagai penemu konsep ini meluruskan kembali dimulai dengan merumuskan prinsip kegunaan (*utility*) sebagai ranah prinsip dasar moralitas. Suatu tindakan harus dianggap benar sejauh cenderung mendukung kebahagiaan, dan sejauh menghasilkan kebalikan dari kebahagiaan tersebut. Dimaksudkan dalam pemikiran Mill adalah sebuah kebahagiaan atau kesenangan (*pleasure*) dan perasaan bebas dari rasa sakit (*pain*). Namun, apabila kita pahami bahwa tambahan pemikiran Mill dalam rangka meluruskan konsep utilitas masih berbeda dari nilai masalah. Tambahan “perasaan bebas dari rasa sakit (*pain*)” masih bersifat skeptis artinya masih belum ada kejelasan. Seakan-akan Mill hanya mencoba menenangkan para pembelot konsep yang telah dia buat sehingga alur pemikiran tambahan “perasaan bebas dari rasa sakit (*pain*)” masih belum dapat meredam para pembelot konsepnya.

Berbeda hal dengan masalah yang tidak malu untuk memberikan penegasan bahwa kedudukan masalah yang begitu dominan didukung dengan fundamental paradigma sosial yang tidak hanya mempunyai orientasi materi saja namun kepuasan dalam arti luas untuk berbuat banyak kepada orang lain demi terciptanya masalah atau sesuatu yang bermanfaat yang nantinya dapat diambil serta diketahui hasilnya baik di dunia dan akhirat. Ketegasan tersebut tercermin dari pernyataan bahwa dominasi berpikiran luas yang dapat dirasakan manfaat bukan hanya materi namun sosial serta dapat dirasakan hasilnya baik di dunia dan di akhirat. Di sini telah jelaslah bahwa segala kebajikan akan mendapatkan balasan yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang telah diperbuat oleh seseorang tanpa memandang status.

Kebajikan dalam KBBI (2019) adalah sebuah kebaikan, jasa yang mendatangkan keuntungan. Redaksi “jasa” dapat dimaknai sebuah upaya yang akan diberikan kepada orang lain untuk keuntungan bersama-sama. Maka segala sesuatu yang bermanfaat bukan diartikan secara spesifik dan dangkal tentunya akan dapat mendapatkan tempat tersendiri. Islam memandang masalah jauh lebih penting digunakan oleh para konsumen dalam menentukan pola konsumsinya.

C.2 UTILITAS

Menurut kaum utilitarianisme yaitu sebuah sekumpulan kelompok yang memiliki pemahaman secara fundamental posisi utilitarian, dalam sebuah esai yang dipresentasikan kepada Metaphysical Society

pada tahun 1873, memberikan gambaran yang jelas tentang kesalahan yang harus dihindari dan istilah yang harus diklarifikasi dalam akun subjek yang memadai. Sebagai *précis* dari perlakuan komprehensif terhadap utilitarianisme.

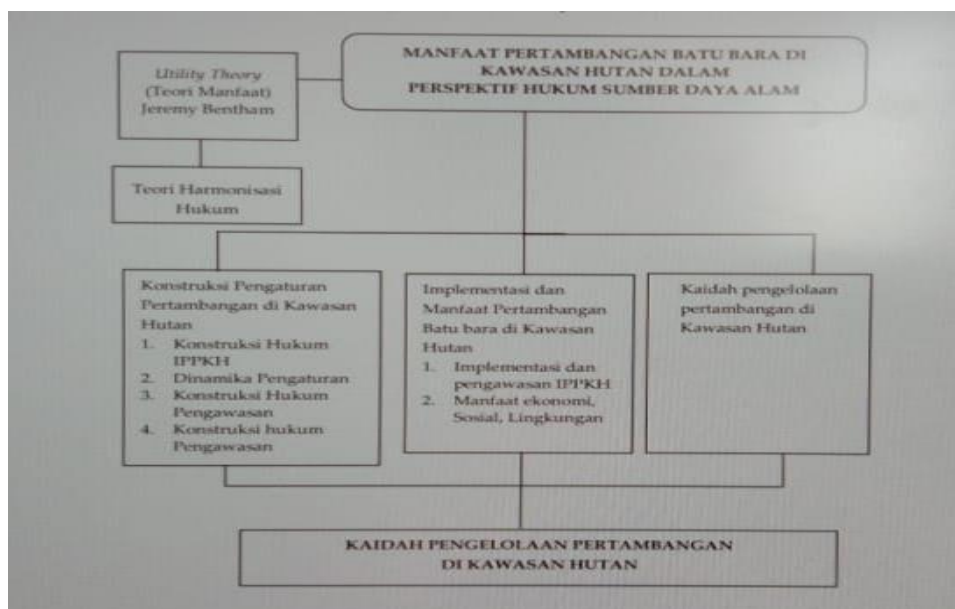
Utilitarianisme merupakan teori pada etika normatif yang mempercayai bahwa tindakan yang patut dan baik dengan memaksimalkan penggunaan (*utility*) atau bisa juga disebut memaksimalkan kebahagiaan dan meminimalisir penderitaan, tujuan perbuatan sekurang-kurangnya menghindari atau mengurangi kerugian yang diakibatkan oleh perbuatan yang dilakukan, baik bagi diri sendiri ataupun orang lain. Adapun maksimalnya adalah dengan memperbesar kegunaan, manfaat, dan keuntungan yang dihasilkan oleh perbuatan yang akan dilakukan. Perbuatan harus diusahakan agar mendatangkan kebahagiaan daripada penderitaan, manfaat daripada kesia- siaan, keuntungan daripada kerugian, bagi sebagian besar orang. Dengan demikian, perbuatan manusia baik dilakukan dengan cara etis untuk membawa dampak sebaik-baiknya bagi diri sendiri dan orang lain (Wikipedia, 2017). Sudah jelas bagaimana pola utilitas telah memaksakan konsep tersebut kepada lapisan masyarakat untuk berupaya memaksimalkan segala potensi dalam dukungan pada pola konsumen dalam area kerja servis perbankan. Nuryadin & Pebriani (2020) berusaha Menganalisis dan mengetahui Tingkat Utilitas Model M/ M / S dalam Proses Transaksi di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Unit Pangkajene Kantor Cabang Sidrap. Menggunakan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini

menggunakan observasi, interview dan dokumentasi. Pada penelitian tersebut, teknik analisis data yang digunakan adalah Model M/M/S yang mempunyai dua atau lebih jalur sistem pelayanan yang tersedia dalam melayani pelanggan yang datang ke perbankan. Hasil penelitian telah menunjukkan bahwa model jenis antrian pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Kantor Cabang Sidrap Unit Pangkajene adalah jenis model Multi *Channel – Singel Phase* dengan menerapkan disiplin antrian yaitu FIFO. Penelitian tersebut telah mengindikasikan pola utilitas telah memulai alur kerjanya dalam membuat pola pelayanan perbankan serta dapat mempengaruhi pola konsumen dalam melakukan transaksi.

Jenis penelitian adalah penelitian pustaka dengan pendekatan analisis deskriptif yang bersumber dari buku-buku dan jurnal-jurnal ilmiah. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa aliran utilitarianisme memiliki konsep yang mengedepankan kebahagiaan individu sebagai landasan dalam membuat hukum. Aliran ini dipengaruhi oleh beberapa tokoh diantaranya Jeremy Bentham, John Stuart Mill dan Rudolf Von Jhering. Aliran ini berkembang pada abad ke-18 yang di pelopori pertama kali oleh Jeremy Bentham. Aliran Utilitarianisme terus berkembang di Indonesia hingga sekarang dalam bentuk beberapa peraturan pemerintahan, walaupun masih terdapat *berbagai kelemahan dari berbagai aspek*". Jelas, konsep dengan segala cara kerja yang telah diatur dengan desain yang terstruktur telah mampu membuat pemahaman ini mampu membuat perubahan pada objek yang dituju. Seketika hal tersebut sudah masuk pada area kebijakan publik dengan membuat nilai-nilai utilitas mampu masuk dengan

segala dinamika proses produksi hukum sampai berhasil didistribusikan kepada masyarakat sebagai konsumen.

Tentu saja nilai pada pola konsumen tetap ada kaitan dengan hal tersebut mengingat hukum yang telah dibuat tersebut selanjutnya digunakan oleh masyarakat selaku konsumen dalam mengonsumsi segala aspek hukum yang ada di Indonesia. Namun, kita juga perlu melakukan nalar secara komprehensif jika utilitas ini ada indikasi sebagai pendukung system kapitalis, walaupun belum ditemukan penelitian untuk pembuktian hal tersebut. Penelitian ini menemukan indikasi tersebut pada karya Susmiyati (2020):



Gambar 2. Kerangka pemikiran Hukum Sumber Daya Alam

Sumber: Susmiyati, R.H. (2020).

Hukum Sumber Daya Alam. Edisi I Malang: PT. Cita Intrans Selaras.

Pada Kerangka berpikir tersebut dapat diketahui bahwa utilitas telah dijadikan variabel ada harmonisasi hukum dengan tujuan untuk membuat pengelolaan pertambangan di kawasan hutan lebih efektif. Hal tersebut perlu kita antisipasi lebih awal apabila sistem ekonomi Syariah ingin mengambil tempat walaupun dikatakan sudah telat untuk memaksa masuk pada area ini untuk melakukan rekonstruksi teori yang telah ada.

Pola tersebut dapat menjadi teori baru yang merupakan turunan utilitas. Oleh sebab itu konsep utilitas seharusnya dapat dibendung dengan konsep masalah yang dapat diartikan sebagai lawan sepadan dengan konsep tersebut. Sehingga segala bentuk pengembangan konsep pada skala mikro dapat dikembangkan dengan baik apalagi sistem ekonomi Syariah merupakan sistem ekonomi yang menjadi harapan untuk memutus mata rantai sistem kapitalis (Ghozali, 2019; Masykuroh, 2005; Nurcholis, 2014; Sugiharsono, 2012).

C.3 MASLAHAH

Pada dasarnya tidak ada yang berbeda dari masalah dengan pembahasan pola konsumen dalam perspektif Islam. Hanya saja beberapa pembahasan yang akan ditulis pada pembahasan masalah ini lebih kepada teknis masalah. Yusuf Alam Romadhon dalam Pola Pikir Etika pada Praktik Kedokteran menyimpulkan bahwa Terdapat enam langkah berpikir etik :

- (1) Pernyataan mengenai permasalahan yang dilihat,
- (2) Mengumpulkan dan mengorganisasi data,

- (3) Apakah permasalahan tersebut bersifat etik?,
- (4) Perlukah informasi dan dialog lebih lanjut?,
- (5) Membuat langkah kerja dengan mengacu sumber-sumber etik yang relevan,
- (6) Konfirmasi dan edukasi sebelum diterapkan pada pasien sebagai keputusan bersama.

Sumber etik dalam tulisan ini dibatasi dari bioetika barat dan Islam. Teori etika barat: utilitarian consequent based, obligation based, right based, community based, relation based, case based. Teori etika Islam terangkum dalam *maqashid syariah*; *hifdh al-din*, *hifdh al-nafs*, *hifdh al-nasl*, *hifdh al-aql*, *hifdh al-maal*. Kaidah dasar bioetik barat meliputi autonomy, beneficence, non maleficence dan justice; kaidah dasar bioetik Islam kaidah niyyat, kaidah al-yaqin, kaidah al-darar, kaidah al-masyaqqat dan kaidah al-urf.

Pola *maqashid syariah* (Al Ghazali) yaitu dengan membuat indeksasi dalam lima prinsip dalam katalisator islam di antaranya;

- a) *Hifz al-din* (menjaga agama)
- b) *Hifz al-nafs* (menjaga jiwa)
- c) *Hifz al-Aql* (menjaga akal)
- d) *Hifz al-Nasl* (menjaga keturunan)
- e) *Hifz al-Mal* (menjaga harta) (Afif Muamar, 2017, 2017; Febriadi, 2017, 2017; Finarti & Putra, 2015; Khatib, 2018; Melis, 2016; Wibowo, 2011).

Layak untuk dicermati dengan seksama bahwa pola *maqashid syariah* telah didapati kekuatan dalam *grass root* pernyataan oleh Al-Gazali serta dikembangkan dengan sangat jelas sesuai pola zaman

dengan literatur yang jelas dan komprehensif oleh Syatibi. Hal demikian merupakan katalisator dari sumber hukum syariah yaitu Al-Qur'an dan Hadis.

Al-Qur'an selalu memandang pola dari kelima prinsip *maqashid syariah*. Menjaga agama menempati urutan teratas karena pokok dari segala arah jalan yang ditempuh di dunia adalah agama. Dengan agama segala urusan akan lebih terstruktur dan tertata dengan rapi serta *multiplier effectnya* jelas yakni kebahagiaan di dunia dan akhirat. Adapun yang terakhir adalah menjaga harta. Harta itu penting namun bukanlah prioritas yang utama apabila kita menjalankan suatu hal. Memang layak apabila prinsip harta dimasukan namun menjadi *last priorities*. Ada pepatah mengatakan “harta bukanlah segalanya, tapi segalanya butuh harta”. Kira-kira petikan maknanya adalah walaupun segala urusan memerlukan harta untuk memperlancar segala urusan tapi kita perlu ingat bahwa harta bukanlah *main option* dalam memperlancar dan mempermudah segala urusan.

Kini, pada area perbankan syariah juga telah dirumuskan sebuah konsep *maqashid indeks* dalam menilai kinerja perbankan Syariah. Al-Ghifari et al. (2020) menyatakan bahwa “Penilaian kinerja perbankan syariah biasanya menggunakan alat ukur konvensional. Padahal untuk menilai kinerja perbankan syariah tidak dapat disamakan dengan perbankan konvensional, karena keduanya memiliki tujuan dan pandangan yang berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja perbankan syariah dengan pendekatan *maqashid indeks*. Objek penelitian terdiri dari empat bank syariah di Indonesia (Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat

Indonesia, Bank Rakyat Indonesia Syariah dan Bank Negara Indonesia Syariah) dan empat bank syariah Malaysia (Bank Islam Malaysia Berhad, CIMB Islamic Bank, Maybank Islamic Berhad dan RHB Islamic Bank) selama tahun 2011-2014. Kemudian, bank syariah diukur dan diranking kinerjanya berdasarkan tiga langkah: 1) rasio kinerja, 2) indikator kinerja dan 3) maqasid indeks secara keseluruhan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Bank Muamalat Indonesia memiliki kinerja tertinggi di dengan nilai 15.12%. Selanjutnya, kinerja terendah”.

Maqashid Indeks menjadi populer digunakan dalam penelitian karena secara penamaan menarik, tetapi kurang mendapat pembahasan secara metodologis dan kemungkinan penggunaannya secara praktik. Hal ini sejalan dengan kondisi bahwa berbagai ukuran kinerja organisasi telah digunakan dalam studi manajemen tanpa adanya diskusi yang kuat mengenai mengapa sebuah ukuran digunakan dalam studi yang dipilih (HT & Rama, 2018).

Pada beberapa penelitian sangat terlihat bahwa *Maqashid Indeks* digunakan dengan menegaskan ukuran-ukuran keuangan (komersial), sehingga keduanya digunakan secara bersamaan (Febriadi, 2017; HT & Rama, 2018, 2018). Hal ini sebagaimana ditekankan oleh perintis model *Maqashid Indeks* ini yaitu Mohammed *et al.*, (2008) yang menyatakan bahwa tujuan kedua penelitian tersebut adalah mengusulkan selain ukuran-ukuran keuangan atau komersial, ukuran kinerja bank Islam dari tiga tujuan *Maqashid Syariah*. Oleh karenanya, segala bentuk diskursus tentang masalah dalam skala teknis serta perkembangannya yang semakin masif

terbukti telah sampai pada arah penilaian di perbankan Syariah. Alur pemikiran yang *apple to apple* antara alat analisis berupa penilaian kinerja perbankan Syariah serta dinamikanya harus sesuai. Sehingga alur berpikir dan pembahasan pada skala penelitian semakin dapat mengokohkan segala potensi yang melatarbelakangi bentuk variabel baik pada skala masalah pada tatanan maqashid syariah maupun sampai pada pola pengembangannya pada perbankan syariah di area penilaian kinerja perbankan Syariah.

Kesesuaian itulah yang dapat melatarbelakangi segala aspek penilaian termasuk pola konsumen, karena masih minimnya penilaian konsumen pada area masalah, maka penelitian ini lebih menggabungkan ketiga variabel yaitu pola konsumen, utilitas dan masalah untuk membuat indikator serta kerangkanya yang nantinya dapat digunakan baik rekomendasi kepada Lembaga maupun masyarakat luas khususnya para nasabah perbankan syariah.

C.4 DISKURSUS

Ketiga variabel yaitu pola konsumen, utilitas dan masalah untuk membuat indikator serta kerangkanya yang nantinya dapat digunakan baik rekomendasi kepada Lembaga maupun masyarakat luas khususnya para nasabah perbankan Syariah.

1. UTILITAS

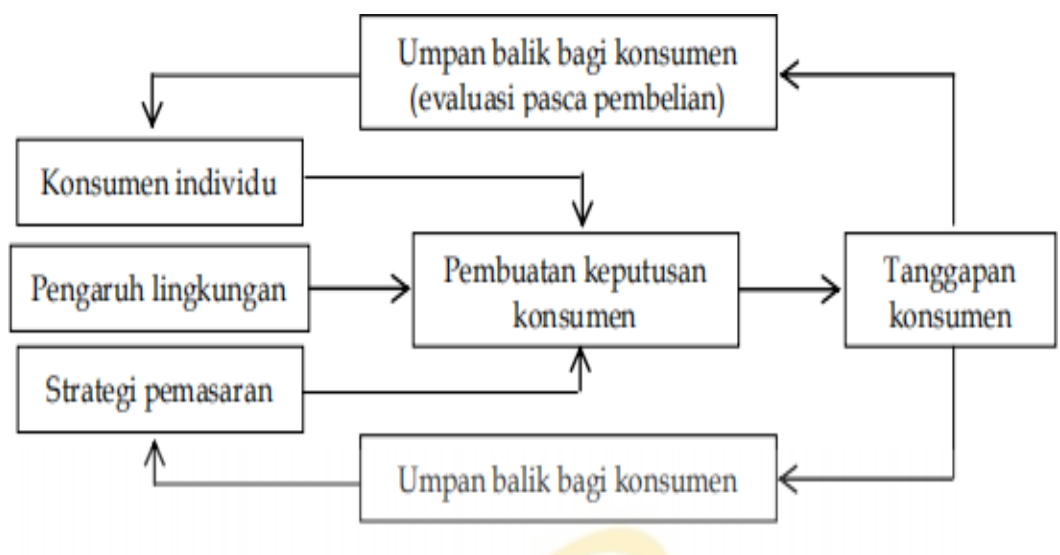
Telah dijelaskan sebelumnya bahwa utilitas mempunyai teori pada etika normatif yang mempercayai bahwa tindakan yang patut dan baik dengan memaksimalkan penggunaan (*utility*) atau bisa juga disebut memaksimalkan kebahagiaan dan meminimalisir penderitaan,

tujuan perbuatan sekurang kurangnya bisa menghindari atau mengurangi kerugian yang diakibatkan oleh perbuatan yang dilakukan, baik bagi diri sendiri ataupun orang lain. Adapun maksimalnya adalah dengan memperbesar kegunaan, manfaat, dan keuntungan yang dihasilkan oleh perbuatan yang akan dilakukan.

Perbuatan harus diusahakan agar mendatangkan kebahagiaan daripada penderitaan, manfaat daripada kesia-siaan, keuntungan daripada kerugian, bagi sebagian besar orang. Dengan demikian, perbuatan manusia baik dilakukan dengan cara etis dan membawa dampak sebaik-baiknya bagi diri sendiri dan orang lain (Wikipedia, 2017). Maka, pola serta konsep yang akan masuk pada pola konsumen juga akan dapat mempengaruhi seluruh latar belakang dalam segala dinamikanya.

Pola konsumen Menurut Henry Assael dalam Danang Sunyoto, model perilaku konsumen dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

Gambar 3. Model Perilaku Konsumen



Sumber: Anang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta:Center for Academic Publishing Service), h. 257-261.

Setidaknya model perilaku konsumen tersebut merupakan konsep pola konsumen yang dapat dijadikan rujukan pada indikator yaitu :

- a. Konsumen individu;
- b. Pengaruh lingkungan;
- c. Strategi Pemasaran

Dalam perbankan Syariah, hal tersebut telah tercantum pada *annual report* sesuai berikut:

- a. Konsumen individu diambil dari laporan dana pihak ketiga;
Dana pihak ketiga (DPK) pada dasarnya merupakan dana yang penting dalam perbankan Syariah, hal tersebut diantaranya berupa giro, wadiah dan lainnya. Adapun yang membedakan DPK dengan dana lainnya adalah pada pembagian keuntungan, konvensional melalui bung adapun Syariah dengan sistem bagi hasil (Gampito, 2014).
- b. Pengaruh lingkungan diambil dari tata kelola perusahaan;
Pada kenyataanya definisi tentang *Corporate Governance* (CG) masih terus berkembang seiring dengan kompleksnya problem dalam perusahaan yang ada disuatu wilayah dan lebih umunya di dunia ini. Pada konsep tradisional Mülbert (2009) mendefinisikanya pada bentuk manajemen korporasi secara kompleks mengatur masalah *ex post* (Evaluasi setelah tindakan terjadi dari masa lalu) tawar menawar dalam kuasi kebijakan perusahaan melalui pengujian

untuk pengambilan keputusan yang tepat.

Pengambilan keputusan itu melibatkan jajaran direktur serta top manajemen untuk pertanggung jawaban kepada perusahaan serta *shareholder*. Disamping pihak prinsip *Organisation for Economic Co- operation and Development* (OECD) dengan perencanaanya di sektor hukum perusahaan dan tata kelola mengambil pandangan dengan sedikit lebih luas yaitu melibatkan serangkaian manajemen perusahaan, dewan, pemegang saham dan kepentingan pemangku lainnya. Struktur perusahaan juga harus melalui tujuan perusahaan yang dilaluinya serta cara untuk mencapainya dengan memantau kinerjanya. Pemberian insentif yang efektif juga menjadi barometer dalam tercapainya tata kelola yang baik untuk kepentingan perusahaan dan *shareholder* (pemegang saham). Menurut komite Cadbury, GCG merupakan konsep yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan perusahaan dalam memberikan pertanggungjawaban kepada para *shareholders* khususnya dan *stakeholders* pada umumnya.

2. MASLAHAH

Bahasan masalah dengan pola konsumen mengedepankan nilai maqashid Syariah. Wibowo (2011) menyatakan bahwa secara bahasa kata “maqashid” berasal dari kata *qashada*, *yaqshidu*, *qashdan*, *qashidun*, yang berarti keinginan yang kuat, berpegang teguh, dan sengaja. Makna ini dapat juga diartikan dengan menyengaja atau bermaksud kepada (*qashada ilaihi*). Sedangkan syariah secara bahasa menunjukkan kepada tiga pengertian,

yaitu sumber tempat air minum, jalan yang lurus dan terang dan awal dari pada pelaksanaan suatu pekerjaan. Dari makna *al-maqashid* dan *al-syariah* secara bahasa, kita dapat mengambil pengertian bahwa *maqashid al syariah* adalah tujuan- tujuan dan rahasia-rahasia yang diletakkan Allah dan terkandung dalam setiap hukum untuk keperluan pemenuhan manfaat umat.

Wahbah al-Zuhaili mengatakan bahwa maqasid al-syariah adalah nilai-nilai dan sasaran syariat yang tersirat dalam segenap atau bagian terbesar dari hukum-hukumnya. Nilai-nilai dan sasaran-sasaran itu dipandang sebagai tujuan dan rahasia syariah, yang ditetapkan oleh al-syari' dalam setiap ketentuan hukum. Al-Syatibi menjelaskan bahwa tujuan ditetapkannya hukum Allah adalah untuk kemaslahatan manusia. Sedangkan Yusuf Al-Qardawi mendefinisikan maqashid al-alsyariah sebagai tujuan yang menjadi target teks dan hukum-hukum partikular untuk direalisasikan dalam kehidupan manusia, baik berupa perintah, larangan, dan mubah.

Ulama usul fikih mendefinisikan maqashid al-syariah dengan makna dan tujuan yang dikehendaki syarak dalam mensyari'atkan suatu hukum bagi kemaslahatan umat manusia. Maqashid al-syariah di kalangan ulama usul fikih disebut juga *asrar al-syariah*, yaitu rahasia-rahasia yang terdapat di balik hukum yang ditetapkan oleh syarak, berupa kemaslahatan bagi manusia, baik di dunia maupun di akhirat". Garis tengahnya maqashid syariah mempunyai tujuan untuk kemaslahatan manusia di dunia dan akhirat. Sedangkan pola *maqashid syariah* (Al-Gazali), yaitu dengan membuat indeksasi dalam lima prinsip dalam katalisator Islam di antaranya;

- a) *Hifz al-din* (menjaga agama)
- b) *Hifz al-nafs* (menjaga jiwa)

- c) *Hifz al-Aql* (menjaga akal)
- d) *Hifz al-Nasl* (menjaga keturunan)
- e) *Hifz al-Mal* (menjaga harta)

Hal tersebut menjadi spesifikasi pada pada definisi yang lebih luas dari beberapa pakar seperti Yusuf Qardlawi, Wahbah Zuhaili serta para ulama fikih lainnya. Layak untuk dicermati dengan seksama bahwa pola *maqashid syariah* telah didapati kekuatan dalam *grass root* pernyataan oleh Al-Gazali serta dikembangkan dengan sangat jelas sesuai pola zaman dengan literatur yang jelas pula dan komprehensif oleh Al-Syatibi. Hal demikian merupakan katalisator dari sumber hukum syariah yaitu Al-Qur'an dan hadis. Al-Qur'an selalu memandang pola dari kelima prinsip *maqashid syariah*. Menjaga agama menempati urutan teratas karena pokok dari segala arah jalan yang ditempuh di dunia adalah agama. Dengan agama segala urusan akan lebih terstruktur dan tertata dengan rapi serta *multiplier effectnya* jelas yakni kebahagiaan di dunia dan akhirat. Untuk dapat memahaminya dengan baik, ada sebuah analisis tentang kesesuaian *maqashid Syariah* pada penggunaan uang elektronik.

Afif Muamar (2017) mengidentifikasi kesesuaian dengan “Uang elektronik muncul sebagai instrumen pembayaran mikro (micro payment) mampu melakukan proses pembayaran secara lebih cepat, mudah, efisien, dan aman. Walaupun mempunyai banyak kemanfaatan dan keunggulan, kesesuaian uang elektronik dengan *maqashid syariah* masih perlu didiskusikan. Kesesuaian dengan *maqashid syariah* sangat penting untuk menentukan apakah uang elektronik tersebut telah sesuai dengan syariat Islam atau

tidak. Dari hasil penelitian diperoleh secara umum uang elektronik telah sesuai dengan maqashid syariah. Kesesuaian ini didapat dengan terpenuhinya prinsip memelihara harta dan kemaslahatan. Akan tetapi, uang elektronik unregistered dinilai belum sesuai dengan maqashid syariah karena uang elektronik ini tidak dilengkapi dengan PIN sehingga masih menimbulkan kemudharatan apabila kartu ini dicuri atau hilang. Oleh karena itu, penggunaan uang elektronik yang tidak dilengkapi PIN seperti uang elektronik unregistered sebaiknya dihindari karena bertentangan dengan maqashid Syariah”.

Hal tersebut merupakan analisis indikator pada skala objek yang akan dianalisis kesesuaiannya. Maka, maqashid syariah sesungguhnya lebih mudah untuk dianalisis pada kesesuaian kepada objek tertentu tidak terkecuali pola konsumen perbankan syariah di Indonesia. Berbeda hal dengan kesesuaian analisis utilitas yang masih terlalu umum apabila dipahami antara maksimalnya adalah dengan memperbesar kegunaan, manfaat, dan keuntungan yang dihasilkan oleh perbuatan yang akan dilakukan. Perbuatan harus diusahakan agar mendatangkan kebahagiaan daripada penderitaan, manfaat daripada kesia-siaan, keuntungan daripada kerugian, bagi sebagian besar orang dengan Letak utilitas pada penelitian ini ada pada perbuatan yang berorientasi kebahagiaan serta meminimalisir penderitaan dengan berpikir etis. Berpikir etis lebih mengedepankan pola berpikir secara *logic* dengan mengenyampingkan nilai-nilai akhirat yang syarat pada nilai-nilai pada tujuan maqashid syariah yang telah banyak dikemukakan oleh para ulama.

3. POLA KONSUMEN DALAM UTILITAS DAN MASLAHAH

Pola konsumen yang akan dianalisis serta dihitung pada penelitian ini menggunakan indikator utilitas dan masalah. Hasil perhitungan yang akan diberikan berdasarkan data-data yang diperoleh dari data sekunder melalui *annual report* perbankan syariah yang dimerger tahun 2020 yaitu (BSM, BNIS dan BRIS) dengan total tiga perbankan Syariah yang secara panel akan dikelompokkan pada periode tahun 2019 dengan pertimbangan tahun tersebut adalah tahun sebelum dibuat skema merger serta tragedi pandemi telah mempengaruhi kinerja normal perbankan Syariah. Selanjutnya hasil data yang dianalisis merupakan data yang termasuk model perilaku konsumen tersebut merupakan konsep pola konsumen yang dapat dijadikan rujukan pada indikator yaitu:

- a. Konsumen individu
- b. Pengaruh lingkungan
- c. Strategi pemasaran

Dalam perbankan Syariah, hal tersebut telah tercantum pada *annual report* sebagai berikut:

- a. Konsumen individu diambil dari laporan dana pihak ketiga;
Dana pihak ketiga (DPK) pada dasarnya merupakan dana yang penting dalam perbankan syariah, hal tersebut diantaranya berupa giro, wadiah dan lainnya. Adapun yang membedakan DPK dengan dana lainnya adalah pada pembagian keuntungan, konvensional melalui bunga adapun syariah dengan sistem bagi hasil (Gampito,

2014).

b. Pengaruh lingkungan diambil dari tata kelola perusahaan;

Pada kenyataanya definisi tentang *Corporate Governance* (CG) masih terus berkembang seiring dengan kompleksnya problem dalam perusahaan yang ada di suatu wilayah dan lebih umunya di dunia ini. Pada konsep tradisional Mülbert (2009) mendefinisikanya pada bentuk manajemen korporasi secara kompleks mengatur masalah *ex post* (evaluasi setelah tindakan terjadi dari masa lalu) tawar menawar dalam kuasi kebijakan perusahaan melalui pengujian untuk pengambilan keputusan yang tepat.

Pengambilan keputusan itu melibatkan jajaran direktur serta *top management* untuk pertanggung jawaban kepada perusahaan serta *shareholder*. Disamping pihak prinsip *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) dengan perencanaanya di sektor hukum perusahaan dan tata kelola mengambil pandangan dengan sedikit lebih luas yaitu melibatkan serangkaian manajemen perusahaan, dewan, pemegang saham dan kepentingan pemangku lainnya.

Struktur perusahaan juga harus melalui tujuan perusahaan yang dilaluinya serta cara untuk mencapainya dengan memantau kinerjanya. Pemberian insentif yang efektif juga menjadi barometer dalam tercapainya tata kelola yang baik untuk kepentingan perusahaan dan *shareholder* (pemegang saham). Menurut komite Cadbury, GCG merupakan konsep yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar mencapai keseimbangan antara

kekuatan serta kewenangan perusahaan memberikan pertanggungjawaban kepada para *shareholders* khususnya dan *stakeholders* pada umumnya.

- c. Strategi pemasaran diambil dari aspek pemasaran pada manajemen. Aspek pemasaran pada perbankan Syariah yang dalam beberapa riset lebih dikenal dengan strategi pemasaran merupakan area penting pada perbankan Syariah untuk dapat menaikan market pada analisis Capital, Aset, Market, Equity dan Liquidity (CAMEL) (Sa'adah, 2009; Saepudin & Mukarromah, 2018). Tabel berikutnya akan menganalisis beberapa indikator pada nilai-nilai utilitas serta masalah.

Utilitas merupakan teori pada etika normatif yang mempercayai bahwa tindakan yang patut dan baik dengan memaksimalkan penggunaan (*utility*) atau bisa juga disebut memaksimalkan kebahagiaan dan meminimalisir penderitaan, tujuan perbuatan sekurang-kurangnya menghindari atau mengurangi kerugian yang diakibatkan oleh perbuatan yang dilakukan, baik bagi diri sendiri ataupun orang lain. Jadi, indikator pada utilitas yaitu maksimalnya kebahagiaan dan minimnya kesusahan.

Berbeda hal dengan masalah yang tidak malu untuk memberikan penegasan bahwa Kedudukan masalah yang begitu dominan didukung dengan fundamental paradigma sosial yang tidak hanya mempunyai orientasi materi saja namun kepuasan dalam arti luas untuk berbuat banyak kepada orang lain demi terciptanya masalah atau sesuatu yang bermanfaat yang nantinya dapat diambil

serta diketahui hasilnya baik di dunia dan akhirat. Ketegasan tersebut tercermin dari pernyataan bahwa dominasi berpikiran luas yang dapat dirasakan manfaat bukan hanya materi namun sosial serta dapat dirasakan hasilnya baik di dunia dan di akhirat.

Bahasan masalah dengan pola konsumen mengedepankan nilai *maqashid Syariah*. Pola *maqashid syariah* (Al-Gazali) yaitu dengan membuat indeksasi dalam lima prinsip dalam katalisator Islam diantaranya;

- a) *Hifz al-din* (Menjaga Agama)
- b) *Hifz al-nafs* (Menjaga Jiwa)
- c) *Hifz al-Aql* (Menjaga Akal)
- d) *Hifz al-Nasl* (Menjaga Keturunan)
- e) *Hifz al-Mal* (Menjaga Harta)

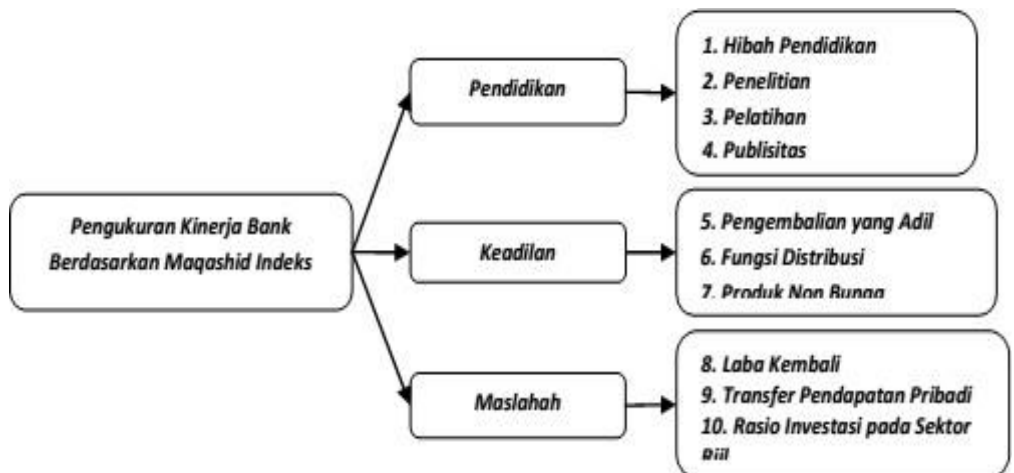
Hal tersebut menjadi spesifikasi pada definisi yang lebih luas dari beberapa pakar seperti Yusuf Qardawi, Wahbah Zuhaili serta para Ulama Fikih lainnya. Layak untuk dicermati dengan seksama bahwa pola *maqashid syariah* telah didapati kekuatan dalam *grass root* pernyataan oleh Al-Ghazali serta dikembangkan dengan sangat jelas sesuai pola zaman dengan literatur yang jelas pula dan komprehensif oleh Syatibi. Hal demikian merupakan katalisator dari sumber hukum syariah yaitu Al-Qur'an dan Hadis. Al-Qur'an selalu memandang pola dari kelima prinsip *maqashid syariah*. Menjaga agama menempati urutan teratas karena pokok dari segala arah jalan yang ditempuh di dunia adalah agama. Dengan agama segala urusan akan lebih terstruktur dan tertata dengan rapi serta *multiplier effectnya* jelas yakni

kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Hal ini sebagai indikator dalam melakukan analisis pola konsumen untuk dapat diketahui seberapa besar indikator masalah daripada utilitas. Adapun menurut Mohammed (2008) pada riset yang telah ditulis oleh Al-Ghifari et al. (2020) menyatakan bahwa *“Penilaian kinerja perbankan syariah biasanya menggunakan alat ukur konvensional. Padahal untuk menilai kinerja perbankan syariah tidak dapat disamakan dengan perbankan konvensional, karena keduanya memiliki tujuan dan pandangan yang berbeda. Salah satunya untuk mengetahui kinerja perbankan syariah dengan pendekatan maqashid indeks. Bank syariah diukur dan diranking kinerjanya berdasarkan tiga langkah: 1) rasio kinerja 2) indikator kinerja dan 3) maqashid indeks secara keseluruhan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Bank Muamalat Indonesia memiliki kinerja tertinggi di Asia dengan nilai 15.12%. Selanjutnya, kinerja terendah terjadi di CIMB Islamic Bank dengan 7.02%”*.

Pada penilaian tersebut telah digunakan pengukuran indeks maqashid syariah dengan beberapa langkah yang telah ditempuh telah menghasilkan kesimpulan yang cukup valid. Mohammed dkk (2008) telah mengembangkan evaluasi kinerja untuk perbankan syariah berdasarkan maqashid indeks yang merujuk pada konsep maqashid syariah Abu Zahrah. Maqashid indeks ini terbagi menjadi 3 variabel yaitu *Pendidikan Individu (Tahdzib al-Nafs)*, *Establishing justice (Iqamah Al-Adl)*, dan *Maslahah (Welfare)*. Kemudian, dari 3 variabel tersebut ditransformasikan menjadi sepuluh rasio kinerja.

Gambar 4. Pengukuran kinerja bank berdasarkan maqashid indeks



Model Maqasid Indeks yang dikembangkan oleh Mohammed dkk (2008) telah diteliti oleh para ahli di Timur Tengah dan Malaysia yang berpengalaman di Perbankan Konvensional dan Syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan *metode SAW (The Simple Additive Weighting)* yaitu sebuah metode yang mengharuskan pembuat keputusan menentukan bobot untuk setiap atribut/acuan. Bobot rata-rata yang diberikan oleh para ahli tersebut dapat dilihat di tabel di bawah ini :

Tabel 2. Aplikasi bobot rata-rata variabel maqashid indeks.

Konsep (Objectives)	Average Weight (100%)*	Elemen	Average Weight (100%)
1. Pendidikan Individu	30	R1.Donasi Pendidikan	24
		R2. Penelitian	27
		R3.Pelatihan	26
		R4. Publikasi	23
		Total	100
2. Menciptakan Keadilan	41	R5. Pengembalian yang Adil	30
		R6. Fungsi Distribusi	32
		R7. Produk Bebas Bunga	38
		Total	100
3. Kepentingan Publik	29	R8. Rasio Profit	30
		R9. Pendapatan Personal	33
		R10. Investasi di Sektor Riil	37
		Total	100
Total	100		100

Dari skala pembobotan tersebut, maka dapat dibuat pembobotan pada pola konsumen dengan utilitas dan masalah sebagai berikut:

Konsep (Objectives)	Average Weight (100%)	Elemen Utilitas	Elemen Mashlahah	Total
Konsumen individu diambil dari laporan dana pihak ketiga	30	Memaksimalkan kebahagiaan	<i>Hifdzun ad-din</i> (Menjaga Agama)	
Pengaruh lingkungan diambil dari tata kelola perusahaan	41	Meminimalisir penderitaan	<i>Hifdzun an-nafs</i> (Menjaga Jiwa)	
Strategi Pemasaran diambil dari aspek pemasaran pada manajemen.	29		<i>Hifdzun Aql</i> (Menjaga Akal)	
			<i>Hifdzun Nasl</i> (Menjaga Keturunan)	
			<i>Hifdzun Maal</i> (Menjaga Harta)	

Tabel 3. Aplikasi bobot rata-rata variabel maqashid indeks Bank Syariah Mandiri 2019:

Konsep (Objectives)	Average Weight (100%)	Elemen Utilitas	Total	Elemen Mashlahah	Total
Konsumen individu diambil dari laporan dana pihak ketiga	30	Memaksimalkan kebahagiaan	29	<i>Hifdzun ad-diin</i> (Menjaga Agama)	29
		Meminimalisir penderitaan	25	<i>Hifdzun an-nafs</i> (Menjaga Jiwa)	29
				<i>Hifdzun Aql</i> (Menjaga Akal)	20
				<i>Hifdzun Nasl</i> (Menjaga Keturunan)	21
				<i>Hifdzun Maal</i> (Menjaga Harta)	29
Pengaruh lingkungan diambil dari tata kelola perusahaan	41	Memaksimalkan kebahagiaan	29	<i>Hifdzun ad-diin</i> (Menjaga Agama)	21
		Meminimalisir penderitaan	25	<i>Hifdzun an-nafs</i> (Menjaga Jiwa)	29
				<i>Hifdzun Aql</i> (Menjaga Akal)	21
				<i>Hifdzun Nasl</i> (Menjaga Keturunan)	21
				<i>Hifdzun Maal</i> (Menjaga Harta)	29
Strategi Pemasaran diambil dari aspek pemasaran pada manajemen.	29	Memaksimalkan kebahagiaan	29	<i>Hifdzun ad-diin</i> (Menjaga Agama)	21
		Meminimalisir penderitaan	29	<i>Hifdzun an-nafs</i> (Menjaga Jiwa)	29
				<i>Hifdzun Aql</i> (Menjaga Akal)	21
				<i>Hifdzun Nasl</i> (Menjaga Keturunan)	29
				<i>Hifdzun Maal</i> (Menjaga Harta)	29

Tabel 4. Aplikasi bobot rata-rata variabel maqashid indeks Bank
 Nasional Indonesia Syariah 2019:

Konsep (Objectives)	Average Weight (100%)	Elemen Utilitas	Total	Elemen Mashlahah	Total
Konsumen individu diambil dari laporan dana pihak ketiga	30	Memaksimalkan kebahagiaan	29	<i>Hifdzun ad-diin</i> (Menjaga Agama)	29
		Meminimalisir penderitaan	25	<i>Hifdzun an-nafs</i> (Menjaga Jiwa)	29
				<i>Hifdzun Aql</i> (Menjaga Akal)	20
				<i>Hifdzun Nasl</i> (Menjaga Keturunan)	21
				<i>Hifdzun Maal</i> (Menjaga Harta)	29
Pengaruh lingkungan diambil dari tata kelola perusahaan	41	Memaksimalkan kebahagiaan	25	<i>Hifdzun ad-diin</i> (Menjaga Agama)	29
		Meminimalisir penderitaan	29	<i>Hifdzun an-nafs</i> (Menjaga Jiwa)	29
				<i>Hifdzun Aql</i> (Menjaga Akal)	29
				<i>Hifdzun Nasl</i> (Menjaga Keturunan)	29
				<i>Hifdzun Maal</i> (Menjaga Harta)	25
Strategi Pemasaran diambil dari aspek pemasaran pada manajemen.	29	Memaksimalkan kebahagiaan	25	<i>Hifdzun ad-diin</i> (Menjaga Agama)	25
		Meminimalisir penderitaan	25	<i>Hifdzun an-nafs</i> (Menjaga Jiwa)	25
				<i>Hifdzun Aql</i> (Menjaga Akal)	25
				<i>Hifdzun Nasl</i> (Menjaga Keturunan)	29
				<i>Hifdzun Maal</i> (Menjaga Harta)	25

Sumber : Data diolah

Tabel 5. Aplikasi bobot rata-rata variabel maqashid indeks Bank Rakyat Indonesia Syariah 2019:

Konsep (Objectives)	Average Weight (100%)	Elemen Utilitas	Total	Elemen Mashlahah	Total
Konsumen individu diambil dari laporan dana pihak ketiga	30	Memaksimalkan kebahagiaan	29	<i>Hijdzun ad-diin</i> (Menjaga Agama)	29
		Meminimalisir penderitaan	25	<i>Hijdzun an-nafs</i> (Menjaga Jiwa)	29
				<i>Hijdzun Aql</i> (Menjaga Akal)	20
				<i>Hijdzun Nasl</i> (Menjaga Keturunan)	21
				<i>Hijdzun Maal</i> (Menjaga Harta)	29
Pengaruh lingkungan diambil dari tata kelola perusahaan	41	Memaksimalkan kebahagiaan	25	<i>Hijdzun ad-diin</i> (Menjaga Agama)	29
		Meminimalisir penderitaan	29	<i>Hijdzun an-nafs</i> (Menjaga Jiwa)	29
				<i>Hijdzun Aql</i> (Menjaga Akal)	29
				<i>Hijdzun Nasl</i> (Menjaga Keturunan)	29
				<i>Hijdzun Maal</i> (Menjaga Harta)	25
Strategi Pemasaran diambil dari aspek pemasaran pada manajemen.	29	Memaksimalkan kebahagiaan	29	<i>Hijdzun ad-diin</i> (Menjaga Agama)	21
		Meminimalisir penderitaan	21	<i>Hijdzun an-nafs</i> (Menjaga Jiwa)	29
				<i>Hijdzun Aql</i> (Menjaga Akal)	21
				<i>Hijdzun Nasl</i> (Menjaga Keturunan)	29
				<i>Hijdzun Maal</i> (Menjaga Harta)	29

D. SIMPULAN

Beberapa kesimpulan dalam pembahasan pada penelitian ini dalam memandang utilitas sebagai pola konsumen yang dapat dijadikan rujukan pada indikator yaitu :

- a. Konsumen individu;
- b. Pengaruh lingkungan;
- c. Strategi Pemasaran.

Yang mana pada kelanjutanya dilakukan pembobotan untuk melakukan analisis pada utilitas serta masalah dalam Konsumen individu diambil dari laporan dana pihak ketiga, Pengaruh lingkungan diambil dari tata kelola perusahaan dan Strategi Pemasaran diambil dari aspek pemasaran pada manajemen. Sedangkan utilitas memaksimalkan kebahagiaan dan meminimalisir penderitaan, tujuan perbuatan sekurang-kurangnya menghindari atau mengurangi kerugian yang diakibatkan oleh perbuatan yang dilakukan, baik bagi diri sendiri ataupun orang lain. Adapun masalah membuat ideksasi dalam lima prinsip dalam katalisator Islam di antaranya;

- a) *Hifz al-din* (menjaga agama)
- b) *Hifz al-nafs* (menjaga jiwa)
- c) *Hifz al-Aql* (menjaga akal)
- d) *Hifz al-Nasl* (menjaga keturunan)
- e) *Hifz al-Mal* (menjaga harta).

Setelah dilakukan pembobotan melalui pendekatan *metode SAW (The Simple Additive Weighting)* yaitu sebuah metode yang mengharuskan pembuat keputusan menentukan bobot untuk setiap

atribut/acuan. Melalui pembobotan dalam elemen di atas maka dapat diketahui bahwa BSM mempunyai konsumen individu tertinggi pada kebahagiaan dengan 29 %, sedangkan masalah rata-rata sama 29 % kecuali pada *Hifz al-Aql* (Menjaga Akal) total 20 %. Untuk pengaruh lingkungan utilitas sama dengan konsumen individu namun masalah *Hifz al-nafs* (menjaga Jiwa) dan *Hifz al-Mal* (menjaga harta) mempunyai nilai tertinggi 29 %.

Selanjutnya strategi pemasaran *Hifz al-din* (menjaga agama) dan *Hifz al-Aql* (menjaga akal) terendah 21 %. BNI Syariah mempunyai Konsumen individu sama dengan BSM. Sedangkan pengaruh lingkungan meminimalisir penderitaan tertinggi dengan 29 % untuk utilitas sedangkan masalah terendah pada *Hifz al-Mal* (menjaga harta) total 25 %. Adapun strategi pemasaran utilitas sama antara dua elemen berbeda dengan masalah *Hifz al-Nasl* (menjaga keturunan) tertinggi dengan 29 %. BRIS pada konsumen individu kebahagiaan 29 % terendah dalam masalah *Hifz al-Aql* (menjaga akal) total 20 %. Sedangkan pengaruh lingkungan utilitas meminimalisir penderitaan tertinggi 29 % untuk masalah *Hifz al-Mal* (menjaga harta) mempunyai nilai terendah 25 %. Strategi pemasaran meminimalisir penderitaan terendah 21 % untuk masalah *Hifz al- din* (menjaga agama) dan *Hifz al-Aql* (menjaga akal) terendah 21 %.

E. DAFTAR PUSTAKA

Bank Mandiri Syariah. *Annual report 2019*. Pdf. Diakses 18 Desember 2020

Bank Nasional Indonesia Syariah. *Annual report 2019*. Pdf. Diakses 18 Desember 2020.

Bank Rakyat Indonesia. *Annual report 2019*. Pdf. Diakses 18 Desember 2020.

Mill, S.J. *Utilitarianisme*. (2020). Indonesia: Basabasi.

Munawwir, W.A. (1997). *Kamus Al Munawwir*. Surabaya: Pustaka Progresif.

My world survey. <https://www.undp.org/content/undp/en/home/news-centre/speeches/2017/launch-of-the-asean-my-world-survey.html>. 09 Agustus 2020.

Otoritas Jasa Keuangan. *Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019*. Jakarta : Otoritas Jasa Keuangan.

Sunyoto, D. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta:Center for Academic Publishing Service).

Susmiyati, R.H. (2020). *Hukum Sumber Daya Alam*. Edisi I. Malang: PT. Cita Intrans Selaras.

Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Refika Aditama, 2010).

JURNAL

Fitria, E.S. dan Mirandani, R.K. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Pada Toko Pakaian Batik Di Pasar Mayestik Jakarta Selatan)*. e-Proceeding of Management : Vol.6, No.2 Agustus 2019.

Afif Muamar, A. S. A. (2017). Maqashid syariah. *Jurnal of Islamic Economic Lariba*.

A. Al-Ghifari, M., Handoko, L. H., & Yani, E. (2020). Analisis Kinerja Perbankan Syariah di Indonesia dan Malaysia dengan Pendekatan Maqashid Indeks. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. <https://doi.org/10.46899/jeps.v3i2.160>

Bahsoan, A. (2011). *Maslahah sebagai Maqashid Al-Syariah. Inovasi*.

Febriadi, S. R. (2017). Aplikasi Maqashid Syariah dalam Bidang Perbankan Syariah. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i2.2585>

Finarti, A., & Putra, P. (2015). Implementasi Maqashid Al-Syariah terhadap Pelaksanaan Csr Bank Islam: Studi Kasus pada PT. Bank BRI Syariah. *Share: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*. <https://doi.org/10.22373/share.v4i1.724>

Gampito. (2014). Pengaruh Dana Pihak Ketiga terhadap Penyaluran Dana Perbankan Syariah di Sumatera Barat. *Jurnal Ilmiah Syariah*.

Ghozali, M. (2019). Ekonomi Syariah dalam Hegemoni Faham Kapitalisme dan Sosialisme; Sebuah Solusi Pola Hidup Muslim. *Ijtihad: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.21111/ijtihad.v13i1.3234>

Hafiz, A. P. (2018). Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Syariah dengan Metode Camel dan Regc (Studi pada Bank BNI Syariah Tahun 2011-2015). *ILTIZAM Journal of Sharia Economic Research*. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v2i1.108>

HT, H. A., & Rama, A. (2018). Indeks Kinerja Perbankan Syariah di Asia Tenggara Berdasarkan Konsep Maqâshid al-Syarî`ah. *MADANIA: JURNAL KAJIAN KEISLAMAN*.

<https://doi.org/10.29300/madania.v22 i1.782>

Ilyas, R. (2017). *Konsep Masalah dalam Konsumsi Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam*. JURNAL PERSPEKTIF EKONOMI DARUSSALAM. <https://doi.org/10.24815/jped.v1i1.65 17>

Ivanovich Agusta. (2014). *Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif*. Jurnal Studi Komunikasi Dan Media.

Khatib, S. (2018). *Konsep Maqashid Al-Syari`Ah: Perbandingan antara Pemikiran Al-Ghazali dan Al-Syathibi*. Jurnal Ilmiah Mizani: Wacana Hukum, Ekonomi dan Keagamaan. <https://doi.org/10.29300/mzn.v5i1.14 36>

Kusnanto, A. (2018). *Risk Profile, Good Corporate Governance Earning, Capital (Rgec) Method sebagai Instrumen Pengukur Tingkat Kesehatan Perbankan Syariah di Indonesia*. JURNAL ADMINISTRASI BISNIS. <https://doi.org/10.14710/jab.v6i2.166 14>

Kusnawan, G., & Wijoyo, P. (2008). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Efektivitas Volume Penjualan Sayuran Hidroponik*. Agrise.

Manilet, A. (2015). *Kedudukan Masalah dan Utility dalam Konsumsi (Masalah Versus Utility)*. Tahkim.

Manimpurung, L., Nangoy, S., & Mangantar, M. (2014). *Analisis Kinerja Keuangan dengan Menggunakan Camel pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i1.4 004>

Masykuroh, N. (2005). *Sistem Ekonomi Kapitalis, Sosial dan Islam*. ALQALAM. <https://doi.org/10.32678/alqalam.v22i 1.1446>

Maulidi. (2015). *Paradigma Progresif dan Maqashid Syariah: Manhaj Baru Menemukan Hukum Responsif*. Jurnal Asy-

Syir'ah.

- Melis. (2016). *Pemikiran Tokoh Ekonomi Muslim: Imam Al-Syatibi. Islamic Banking.*
- Mohammed, M. O., Razak, D. A., & Taib, F. M. (2008). *The Performance Measures of Islamic Banking Based on the Maqasid Framework.* 1-17.
- Muhson, A. (2006). *Teknik Analisis Kuantitatif. Makalah Teknik Analisis II*
- Mülbert, P. O. (2009). *Corporate Governance of Banks. In European Business Organization Law Review.*
<https://doi.org/10.1017/S156675290900411X>
- Mulgan, T. (2015). *Utilitarianism for a Broken World.* Utilitas.
<https://doi.org/10.1017/S0953820814000338>
- Nurcholis, A. (2014). *Upaya Islamisasi Ilmu Ekonomi Sebagai Solusi Menuju Masyarakat yang Berkeadilan.* Al- Maslahah
Jurnal Ilmu Syariah
<https://doi.org/10.24260/almaslahah.v9i2.683>
- Nuryadin, R., & Pebriani, E. (2020). *Analisis Tingkat Utilitas Sistem Antrian Model M/MS Pada Proses Transaksi Di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Sidrap Unit Pangkajene. Ekonomi Dan Bisnis.*
- Rahajeng, Y. (2016). *Analisis Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Menggunakan Metode Camels pada PT. Bank Syariah Mandiri , Tbk.* Jurnal Ecobuss.
- Ramdhoni, M. I., & Fauzi, F. A. (2020). *An Analysis Of Islamic Banks Performance Using Sharia Maqashid Index, Sharia Conformity And Profitability (Scnp) And CAMELS.* International Journal of Applied Business Research.
<https://doi.org/10.35313/ijabr.v2i01.79>
- Roziani, E. A., & Sofie. (2010). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Tingkat Pengungkapan Sosial dalam Laporan*

*Tahunan Bank Konvensional dan Bank Syariah Di Indonesia.
 Islamic Finance and Business Review.*

Sa'adah, F. (2009). *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah. Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah.*
<https://doi.org/10.15408/aiq.v1i2.2464>

Saepudin, E., & Mukarromah, S. (2018). *Strategi Pemasaran Perbankan Syariah di Banyumas. ISLAMADINA.*
<https://doi.org/10.30595/islamadina.v19i2.3449>

Septiana, A. (2015). *Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam. DINAR.*

Septiansyah, Z. B., & Ghalib, M. (2019). *Konsepsi Utilitarianisme dalam Filsafat Hukum dan Implementasinya di Indonesia. Ijtihad.* <https://doi.org/10.15548/ijt.v34i1.3>

Sidgwick, H. (2000). *Utilitarianism. Utilitas.*
<https://doi.org/10.1017/S0953820800002879>

Sudarman, A. (2011). *Teori Ekonomi Mikro 1. Pasar Bebas*

Sugiharsono, -. (2012). *Sistem Ekonomi Koperasi sebagai Solusi Masalah Perekonomian Indonesia Mungkinkah? Jurnal Ekonomi dan Pendidikan.*
<https://doi.org/10.21831/jep.v6i1.587>

Suharyono, S. (2018). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam. Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah.*
<https://doi.org/10.29300/aij.v4i2.1216>

Sumanti, E. R., & Poputra, A. T. (2014). *Analisis Kualitas Penerapan Good Corporate Governance dan Kinerja PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. ACCOUNTABILITY.*
<https://doi.org/10.32400/ja.4937.3.1.2014.14-22>

Sumner, L. W. (2006). *Utility and Capability. Utilitas.*
<https://doi.org/10.1017/S095382080500179>

- Wahyuni Lubis, A., & Shahfithrah, M. S. (2018). *Strategi Bank BRI Syariah dalam Menangani Kredit Bermasalah di BRI Syariaiah KC. Medan. Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam.* <https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i1.1920>
- Wibowo, A. (2011). *Maqoshid Asy Syariah: The Ultimate Objective of Syariah. Islamic Finance.*
- Widya, R. W., & Nugrahani, C. (2018). *Asset Scale and Capital Structure on The Performance of Sharia Banks. AFRE (Accounting and Financial Review).* <https://doi.org/10.26905/afr.v1i2.2789>
- Wigati, S. (2011). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam Oleh: Sri Wigati (Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya). PrilakuKonsumen.*
- Wiranatakusuma, D. B., Muqorobin, M., & Yuliadi, I. (2016). *Kajian Konsep Rasional dan Masalah dalam Pengembangan Perbankan Syariah: Studi Perbandingan antara Indonesia dan Malaysia. Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan.* <https://doi.org/10.18196/jesp.17.1.3777>
- Yuliawan, E. (2011). *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung. JWEM (Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil).*

WEBSITE

- Kamus Besar Bahasa Indonesia.* (2019). *Pola.* Diakses <https://kbbi.web.id/pola>. 18 Desember 2020.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia.* (2019). *Kebajikan.* Diakses <https://kbbi.web.id/pola>. 18 Desember 2020.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). *Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019.* Jakarta:Otoritas Jasa Keuangan. Diakses pada <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan->

[kegiatan/publikasi/Pages/Roadmap-Perbankan-Syariah-Indonesia-2015-2019.aspx](#), 17 Desember 2020.

Quran KEMENAG RI. *Surat An Nahl ayat 97*. Diakses pada
<https://quran.kemenag.go.id/sura/16>, 18 Desember 2020.

Quran KEMENAG RI. *Surat Al Kahfi ayat 110*. Diakses pada
<https://quran.kemenag.go.id/sura/18>, 18 Desember 2020.

Quran KEMENAG RI. *Surat An Nisa' ayat 93*. Diakses pada
<https://quran.kemenag.go.id/sura/16>, 18 Desember 2020.

Wikipedia. *Utilitarianisme*. Diakses pada
<https://id.wikipedia.org/wiki/Utilitarianisme>, 18 Desember 2020