



## **Motivasi Keagamaan Konsumen Muslim Dalam Penggunaan Bank Syariah, Telaah Filsafat Ekonomi Islam**

**F. Setiawan Santoso\***

Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

\*Penulis Koresponden, email: fssanto20@gmail.com

---

### **Abstrak**

Kajian rasionalitas perilaku konsumsi dalam memilih perbankan syariah dapat menggunakan banyak kerangka pemikiran namun penulisan makalah ini dikhususkan kepada pemanfaatan kerangka filsafat ekonomi Islam yang bersendikan Quran karena obyeknya adalah persoalan ketaatan beragama sebagai alasan konsumen muslim dalam memilih perbankan syariah. Kajiannya difokuskan pada interpretasi ayat-ayat alquran tentang perilaku konsumsi dari para pelakunya. Kajian perilaku itu kemudian digunakan untuk menganalisis kecenderungan konsumen terhadap keberadaan riba dengan berpindah ke bank syariah. Ketaatan beragama merupakan motif yang rasional seperti kepuasan pribadi karena keduanya sama-sama memerlukan informasi untuk melandasi pola konsumsinya. perbedaannya pada cakupan pengetahuan yang memberikan nilai positif pada pertimbangan norma-norma social yang berlaku. Karena itu, dalam sosialisasi, langkah alternative yang persuasive perlu diambil. Cara demikian menuntut keterlibatan semua unsur agama, masyarakat dan pemerintah.

**Kata kunci:** konsumen, perilaku rasionalitas, perbankan syariah, filsafat ekonomi Islam

### **Abstract**

The study of the rationality of consumption behavior in choosing Islamic banking can use many frameworks of thought, but the writing of this paper is devoted to the use of an Islamic economic philosophy framework based on the Quran because its object is the issue of religious obedience as a reason for Muslim consumers to choose Islamic banking. His study is focused on the interpretation of the verses of the Koran regarding the consumption behavior of the perpetrators. This behavioral study is then used to analyze consumer tendencies towards the existence of usury by switching to Islamic banks. Religious obedience is a rational motivator like personal satisfaction because both of them both need information to base their consumption patterns. This is based on the scope of knowledge that gives a positive value to the consideration of prevailing social norms. Therefore, in socialization, persuasive alternative steps need to be taken. This method requires the involvement of religious, community and government elements.

**Keywords:** Consumer, rationality of consumption, Islamic banking, Islamic economic philosophy

---

## Pendahuluan

Lembaga keuangan Islam dewasa ini telah mengalami perkembangan pesat. Literature sejarah keuangan di awal Islam hanya di dominasi dengan kajian dari Baitul Mal yang dikelola oleh pemerintah (Santoso 2017), kekurangannya pada deskripsi lembaga keuangan yang dikelola secara privat. Sekarang tawaran sector privat di Indonesia sudah lebih bervariasi dalam bentuk lembaganya, meski perbankan syariah tetap menjadi motor penggerak utama (Nofinawati 2015).

Perkembangan demikian memberi kenyamanan bagi warga muslim untuk mengekspresikan ketaatan beragamanya untuk menjadi nasabah dalam dunia keuangan. Ketaatan terhadap doktrin bunga bank dalam perspektif agama Islam merupakan salah satu alasan mengapa seorang konsumen mau menabung dalam perbankan syariah. Bunga bank diidentikan sebagai riba. Dalam Penelitian yang disponsori oleh Bank Indonesia diperoleh prosentase yang signifikan tentang pilihan dan preferensi masyarakat terhadap bunga bank. Dominasi masyarakat yang menolak bunga perbankan bisa menjadi target sasaran bagi perluasan nilai-nilai syariah dalam perbankan. Keyakinan mereka terhadap riba didasarkan pada beberapa alasan yang terbanyak, yaitu; bunga bank telah disamakan dengan praktek ribawi, beban yang berat bagi salah satu pihak (nasabah). Sebagian mereka juga meragukan status hukum bunga bank dalam agama, *syubhat* antara kehalalan dan keharaman. Arti penting ketaatan agama sebagai alasan juga bisa dilihat dari respon responden terhadap system bagi hasil sebagai alternative dari riba. Prosentase tertinggi jawaban responden dalam penerimaan system *revenue sharing* dalam keuangan syariah. Beberapa pendapatnya; system tersebut telah mengikuti ketentuan syariah yang dianut. alasan kedua merujuk kepada rasa keadilan dimana kedua pihak dapat menerima karena sama-sama mendapatkan keuntungan. (Ratnawati et al. 2000).

Kurniati (2012) menyimpulkan hasil penelitiannya tentang preferensi nasabah muslim dan non muslim di Propinsi DIY dengan menempatkan alasan keagamaan yang mengharamkan riba pada posisi kedua. Hal itu wajar karena tidak semua agama selain Islam yang mengharamkannya. Di atasnya

ada alasan nasabah terhadap layanan dan dibawahnya baru memilih factor keamanan. Fathurrahman dan Azizah (2019) masih menemukan pandangan yang sama dengan pendahulunya di kalangan mahasiswa. Keduanya juga menemukan iman atau motif keagamaan menjadi factor penting yang mempengaruhi secara positif terhadap preferensi mahasiswa yang diteliti kepada Perbankan Syariah. Selanjutnya adalah faktor fasilitas dan pengetahuan, sementara biaya dan manfaat bisa diabaikan oleh mahasiswa meski tetap berpengaruh positif.

Motif keagamaan memang masih banyak belum diterima dan dianggap alasan konsumen yang tidak rasional. Motif tersebut sangat berkaitan dengan kesadaran beragama (Arifudin et al. 2019). Noor dan Sanrego (2011) menemukan pengaruh positif dari pengetahuan dan akses terhadap masyarakat pesantren yang berbanding terbalik dengan faktor profesionalitas dan fasilitas dalam preferensi masyarakat pesantren terhadap bank Syariah. Penyebabnya adalah ketersediaan informasi dan pengetahuan bagi mereka masih perlu dibenahi. Alasan itulah mengapa ada kecenderungan terhadap bank ribawi.

Pengetahuan, Bagi orang yang rasional, Pilihannya mempunyai relevansi dengan bukti informasi nyata yang ia terima sebelum memutuskannya. Bukti itu membantunya dalam mewujudkan keinginannya yang tercermin dalam keputusan yang diambil. Rasionalitas demikian berlaku secara universal dan tetap. Semua untuk semua orang dan di setiap bidang kehidupan termasuk moral pola berpikir yang berdasarkan bukti kenyataan itu berlaku. Rasio bisa mengidentifikasi semua persoalan moral dan mengatasi konflik-konflik yang terjadi di dalamnya (Tahir et al. 1992).

Meski demikian, *Islamic Finance Report Country Report for Indonesia Prospect for Exponential Growth* (IRTI-Thomson Reuters-CIBAFI-CIMB Islamic 2016) telah memberikan tekanan pada deskripsi keagamaan termasuk iman yang harus diperhitungkan dalam perbankan syariah di Indonesia. Setiawan dan Amar menjelaskan lebih lanjut isi factor keagamaan dari report tersebut.

Report ini didesain bagi menyediakan analisis secara rinci dan wawasan utama pengembangan keuangan syariah di Indonesia serta potensi besar perkembangan yang bisa ditawarkan oleh

negara. Report ini meng-*highlight* bagaimana Indonesia, sebagai negara besar dengan mayoritas Muslim hampir 85% dari 237.6 juta orang total penduduk sesuai catatan BPS tahun 2010, memiliki sumber daya alam yang melimpah dan lokasi geografis yang strategis, menawarkan potensi besar dalam pertumbuhan ekonomi dan berbagai peluang bagi industri keuangan syariah (Setiawan dan Amar 2017).

Rasional berbeda dengan irrasional karena irasional cenderung buta. Seperti dalam agama, apa yang diperintahkan dilarang oleh wahyu harus diterima tanpa harus berpikir lebih lanjut. Karena itu, pola berpikir irrasional tidak dapat diprediksi dan diukur sehingga cenderung tidak konsisten dengan pilihannya (Roth 2005; Tahir et al. 1992).

Maka deskriptif komparatif antara motif ketaatan beragama dengan motif yang lain pada kecenderungan konsumen muslim terhadap praktek jenis perbankan sangat bermanfaat. Dengan komparasi dapat diketahui apakah ketaatan beragama merupakan motif yang irasional terutama dalam perspektif ekonomi Islam.

### **Metodologi**

Kajian rasionalitas perilaku konsumsi dalam memilih perbankan syariah dapat menggunakan banyak kerangka pemikiran namun penulisan makalah ini dikhususkan kepada pemanfaatan kerangka ekonomi Islam karena obyeknya adalah persoalan ketaatan beragama sebagai alasan konsumen muslim dalam memilih jenis perbankan, antara yang dilarang dengan agama dan alternative penggantinya, yaitu perbankan syariah. Maka kembali kepada nilai-nilai dasar Ekonomi Islam yang ada dalam al-Quran tidak bisa dilepaskan. Kajiannya difokuskan pada interpretasi ayat-ayat alquran dalam kajian ekonomi mikro, khususnya dalam perilaku ekonomi dari para pelakunya. Kajian perilaku itu kemudian digunakan untuk menganalisis kecenderungan konsumen terhadap keberadaan riba dan alternative pengganti bersistem bagi hasil. Dengan metode ini akan diketahui akar perbedaan dan persamaan dalam motif ketaatan beragama dengan yang lain dalam memilih perbankan.

### **Perilaku Ekonomi Islam**

Perilaku ekonomi dalam perspektif Islam didominasi dengan beberapa prinsip umum (Antonio 2001). Ketauhidan dimana kehidupan seluruh alam dunia termasuk manusia merupakan ciptaan Tuhan. Ia lah satu-satunya pencipta dan pemilik. Maka segala aktivitas kehidupan pun pasti berkaitan dengan Tuhan (Az-Zariyat (51); 56). Ia menciptakan dunia dengan secara tepat dengan arti bahwa semua sumber daya telah diciptakan seseuai dengan kepentingan dan kebutuhan makhluk-Nya. Apabila satu pihak telah mengambil lebih banyak dari haknya, maka ia telah mengambil sebagian hak orang lain. Pihak kedua tersebut menjadi orang yang kekurangan dan membutuhkan. Kekurangan itu bukan kesalahan Tuhan melainkan perilaku ciptaan-Nya yang semena-mena dan berlaku tidak adil kepada yang lain. Selain dunia, Allah juga menciptakan kehidupan akhirat setelah hari Kiamat. Kehidupan kedua itu lebih baik dari pada dunia, dan menjadi tempat perhitungan bagi amal perbuatan selama kehidupan di dunia. Era kehidupan pertama hanya merupakan ujian untuk mencapai kebahagiaan di akhirat (Isra (17): 21; Ar-ra'd (13): 26; At-Taubah (18) 46; Al-a'la (87) 17). Pengetahuan tentang kehidupan akhirat tidak bisa diperoleh kecuali dengan iman terhadapnya. Kehidupan sebelum Hari kiamat berhubungan sebab akibat dengan kehidupan setelahnya. Dalam perilaku ekonomi Islam, iman mempunyai dampak yang besar, yaitu setiap pilihan perbuatan dapat dibalas dalam dalam dua masa; yaitu balasan dapat dirasakan langsung dan dinikmati pada kehidupan yang akan datang. Maka manfaat yang diterima secara total merupakan 2 manfaat. Kedua, perbuatan-perbuatan yang tidak dapat dinikmati hasilnya pada kehidupan sekarang tetapi harus dipertanggungjawabkan setelah hari kiamat. Maka perbuatan hanya berpengaruh pada satu era kehidupan.

Prinsip kedua adalah kemanusiaan yang bebas. Itulah implikasi dari amanah untuk menjalankan tugas sebagai Khalifah untuk memimpin sesamanya secara baik dan adil. Indikasi bahwa manusia mempunyai kebebasan berupa anugrah unik yang tidak dimiliki oleh makhluk lain berupa akal. Ia bisa membedakan mana yang baik dan buruk, kenyataan dan ilusi melalui anugrah tersebut. Ia bebas dalam mengelola tugasnya tanpa ikatan

takdir, bahkan untuk menerima atau menolak apapun yang ada di bumi bila akal menghendakinya. Kebebasan berhubungan kausal dan tanggung jawab. Setiap perbuatan dan keputusan manusia harus mempunyai konsekwensi-konsekwensi yang harus dipertanggungjawabkan kepada diri pribadi dan sesamanya. Tetapi pertanggungjawaban paling besar ditujukan kepada pemberi mandat Khalifah. Relasi Manusia dengan telah merubah statusnya menjadi seorang hamba dimana ketaatan adalah mutlak. Ia harus mempertanggungjawabkan apakah *Equilibrium* atau keseimbangan yang merupakan perintah-Nya telah ditegakkan dan tercipta keharmonisan sosial selama kekhalifahannya. Bila ia telah malnggar tugasnya maka ia akan mendapat balasan yagn setimpal dan kebaikan yang ia perbuat akan mendapat balasan kebaikan pula (Al-Zalzalah (99); 7-8).

Kekayaan dan kesuksesan adalah prinsip selanjutnya yang menekankan pada Kekayaan merupakan titipan dari Allah kepada manusia (al-Baqarah (2):265; Ali Imran (3);117; Al-Ahzab (33); 72). Maka dalam pengelolaannya, manusia diharapkan untuk selalu menunjukkannya bagi kebaikan dan keikhlasan. Keduanya tidak bisa diterima kecuali dengan melakukan kebaikan diperintahkan dan memeliharanya dari kejahatan dan keburukan. Perbuatan dikategorikan. Pelayanan dan ketaatan terhadap Allah bila ditukukan untuk hal positif dalam pemanfaatan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki oleh manusia. Pemanfaatan dan eksploitasi secara penuh anugrah bagi kebaikan di jalan Tuhan adalah salah satu contoh. Sementara kesuksesan berkaitan dengan perbuatan ekonomi namun dalam rasioanalitas Islam telah ditetapkan bahwa kesuksesan adalah penerimaan Tuhan dan bukan akumulasi harta kekayaan. Kebaikan, keikhlasan dan pemenuhan amanat sebagai hamba tuhan merupakan kunci bagi penerimaan-Nya.

### **Motif Konsumen Dalam Memilih Perbankan**

Riba merupakan salah satu bentuk aktivitas ekonomi yang dilarang. *Riba* (الربا) secara bahasa bermakna: *ziyadah* (زيادة - *tambahan*). Dalam pengertian lain, secara linguistik riba juga berarti *tumbuh* dan *membesar* (Saeed 1996; Thomas 2006). Sedangkan menurut istilah teknis, riba

berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara bathil (Antonio 2001). Ada beberapa pendapat dalam menjelaskan riba, namun secara umum terdapat benang merah yang menegaskan bahwa riba adalah pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual-beli maupun pinjam-meminjam secara bathil atau bertentangan dengan prinsip muamalat dalam Islam.

Perbuatan seseorang yang menginvestasikan uang kepada orang lain untuk dengan penetapan bagi hasil dalam kadar tertentu tidak termasuk praktek riba. Transaksi itu menguntungkan kedua belah pihak, pemilik dan pengelola uang. Sedangkan riba yang diharamkan merugikan salah satu pihak tanpa satu sebab kecuali keterpaksaan, serta menguntungkan pihak lain tanpa usaha kecuali penganiayaan dan ketamakan terhadap harta. Maka ketetapan hukumnya tidak mungkin menjadi sama dengan pandangan keadilan yang ditetapkan oleh Tuhan ataupun dalam pandangan orang yang berakal atau berlaku adil (Antonio 2001; Thomas 2006).

Sama dengan zakat dalam distribusi yang bisa memberdayakan umat (Bandoko, Turmudzi, dan Al Amin 2020), Ketaatan terhadap Tuhan adalah hal yang menjadi tekanan dalam ayat riba. Setelah memerintahkan untuk bertaqwa kepada-Nya, mukmin diperintahkan pula untuk meninggalkan riba. Perintah itu diteruskan dengan penjelasan tentang akibat dari perilaku mengkonsumsi riba. Pada sisi pribadi, riba dapat menimbulkan persoalan kejiwaan yang akut, sedang perbuatan aniaya dan permusuhan merupakan dampak sosialnya. Solusi menghindari perilaku riba pun dijabarkan dengan memberikan sedekah untuk menjaga hubungan antar sesamanya (Antonio 2001; Thomas 2006).

Dalam ayat riba ada penjelasan lebih lanjut tentang jaminan bahwa pelaku riba dan yang mentaati perintahnya sama-sama mendapatkan balasan. Konsumen ribawi akan mengalami rasa permusuhan dan siksa neraka di hari Kiamat dan yang mentaati larangan Allah telah dihibur untuk tidak khawatir dan menyesali pilihannya (Depag RI 2010).

Dalam konteks kekinian identifikasi riba dengan bunga muncul karena menguntungkan satu pihak dengan mengabaikan hak yang lain. Apabila

dibandingkan dengan perbankan bersistem bagi hasil, maka hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 1  
Perbandingan Praktek Perbankan  
Berdasarkan Bunga Dan Bagi Hasil

BUNGA	BAGI HASIL
penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi selalu untung	Besaran rasio/nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad berdasar untung rugi usaha
Besaran prosentase berdasarkan pada jumlah yang dipinjamkan	Besara rasio bagi hasil berdasrakan pada jumlah keuntungan yang diperoleh
Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan untung rugi usaha	Bagi hasil tergantung pada untung rugi usaha
Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi membaik	Jumlah laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan

Sumber: Antonio 2001

Gambaran tentang perbandingan pengelolaan masing-masing jenis perbankan tidak selalu menimbulkan pengaruh yang sama dalam benak masyarakat, karena dianggap mempunyai keunikan tersendiri. Keunikan inilah yang lebih ditekankan oleh para konsumen. Sebagian Konsumen yang menuntut pelayanan dan akses yang dekat sebagai alasan/motif mengutamakan kepuasan pribadi sebagai tolok ukur dalam memilih perbankan (Noor dan Sanrego 2011; Setiawan dan Amar 2017). Sementara konsumen yang memandang agama sebagai aspek utama dalam pertimbangannya akan berpikir lain.

Dalam rasionalitas kepuasan pribadi, konsumsi adalah pengetahuan tentang apa yang diinginkan dan mampu membuat urutan prioritas pemenuhannya kemudian melaksanakannya secara konsisten dengan menggunakan kepuasan pribadi sebagai postulat. Prioritas perlu dibuat karena individu mempunyai keterbatasan-keterbatasan dalam pencapaian kepuasan dan keinginan pribadi. Keterbatasan-keterbatasan inilah yang perlu diketahui sebelum menentukan Informasi itu kemudian direlasikan dengan keinginan-keinginan yang ada dalam benaknya. Maka pencarian informasi

yang cukup tentang segala kondisi ekonomi dilakukan agar pilihan keputusan yang ditetapkan memberikan kepuasan.

Informasi yang dibutuhkan antara lain berupa *tingkat pendapatan rata-rata konsumen*. Tingkat itu berbeda-beda untuk setiap individu, Sebagai contoh, penarikan dana surplus oleh pihak lain seperti pajak telah melahirkan konsekwensi bagi pola konsumsi. Pajak telah memotong sebagian atau seluruh pendapatan hingga batas pemenuhan kebutuhan pokok keluarga, maka maksimalisasi kepuasan konsumen terhadap komoditi-komoditi non-kebutuhan pokok mungkin sama sekali tidak dapat dipenuhi. Bagi Individu kaya, pajak mungkin bukan persoalan karena ia masih bisa mengkonsumsi lebih banyak kebutuhan ketimbang yang miskin.

Informasi lain ialah *harga dan ketersediaan barang lain*, terutama barang yang menjadi pengganti atau substitusi kebutuhan konsumsi. Dalam kaitan perbankan, maka tawaran dari jenis atau perusahaan perbankan lain dipertimbangkan dan dibandingkan mana yang menguntungkan, memberi rasa aman, atau akses yang mudah bagi dirinya. Maka informasi perbandingan pengelolaan antar jenis perbankan merupakan salah satu sumber berharga yang mempengaruhi kecenderungannya.

Informasi dan pengetahuan dalam perilaku konsumsi memang mempunyai arti penting. Manfaatnya antara lain; untuk mengurangi pilihan yang bermacam-macam, memberikannya pengetahuan yang memadai tentang kualitas, mutu dan harga atau keuntungan barang kebutuhan di pasar. Informasi dan pengetahuan itu sangat menguntungkan karena sesuai dengan fungsi utamanya adalah untuk mengurangi ketidakpastian tentang kondisi pencapaian keinginan. Individu merasa terbantu untuk mengambil suatu keputusan yang rasional dan positif tanpa pelibatan proses emosional dan intuitif.

Pengetahuan adalah dasar untuk menentukan keputusan konsumen dengan kepuasan pribadi dalam memilih perbankan. Kepuasan mereka dapat diukur dari informasi-informasi yang diperoleh sebelum menentukan keputusan. Akurasi yang tinggi dalam persesuaian antara informasi dan keputusan yang diambil meningkatkan kepuasan konsumen atau nasabah,

sementara kekurangan pengetahuan membuat pilihan yang diputuskan meningkatkan kepuasan pada level tertentu saja. Pengetahuan demikian merupakan pengetahuan kuantitatif yang bisa diperhitungkan dengan angka dan secara riil berlaku untuk semua konsumen saat memilih perbankan.

Yang diabaikan dalam rasionalitas kepuasan pribadi adalah dampak yang bersifat kualitatif terutama dalam relasi mereka dalam kehidupan social. Dampak itu memang tidak bisa diprediksi secara pasti karena bergantung terhadap keyakinan dan informasi kualitas yang tidak bisa dirasakan oleh semua orang secara sama. Pencapaian keinginan pribadi memang menjauhkan emosi dan sentimen dalam rasionalitas ekonominya karena masyarakat bukanlah sisi lain dari individu. Pengesampingan norma dan nilai umum untuk mendapatkan kepuasan berkonsumsi merupakan kewajaran karena dalam masyarakat yang tidak memilikinya. Masyarakat dipandang hanya kumpulan individu sehingga kepentingan individunya yang terpenuhi juga berdampak pada kepuasan masyarakat secara umum.

Arti penting informasi dalam memutuskan pilihan perbankan juga dirasakan oleh nasabah yang taat beragama (Ratnawati et al. 2000). Informasi kuantitatif berupa tingkat pendapatan, harga atau keuntungan serta barang substitusi tetap dianggap sebagai pengetahuan yang perlu. Informasi perbandingan antar perbankan diperlakukan sama untuk mengetahui pengelolaan tiap jenis perbankan. Perbedaannya adalah ketaatan beragama mendorong nasabah untuk menyesuaikan informasi kuantitatif dengan ketaatannya dan informasi kualitas berupa dampak yang timbul dari keputusan yang akan diambil bagi pribadi dan kehidupan sosialnya serta di dunia dan akhirat.

Apabila informasi kuantitatif dan kualitatif memberikan pengetahuan akan dampak yang positif dengan pilihan terhadap salah satu jenis perbankan, maka ia memutuskan sesuai dengan perolehan informasinya. Pola demikian berlaku untuk persoalan-persoalan yang bukan perhatian dalam agama. Sementara riba adalah persoalan yang ditekankan dalam agama. Dengan informasi dampak kehidupan yang jelas bagi pribadi relasi social, pertimbangan kualitas menjadi kecenderungannya. Bahkan seorang

konsumen yang mentaati ajaran agamanya secara penuh mungkin mencukupkan informasi agama yang melandasi keputusannya dan menafikan informasi pengetahuan yang lain. Ketaatan dianggap lebih utama karena secara simultan membawa kepada kebaikan kehidupan pribadi dan social seperti yang ditekankan dalam pelarangan riba. Hal demikian bisa terlihat dalam temuan dari Zainal (2019) mengenai factor-faktor yang mendorong nasabah non-muslim menggunakan perbankan syariah. Manfaat institusi tersebut dirasakan oleh mereka berupa keamanan, komposisi bagi hasil yang lebih baik, dilengkapi dengan ATM dan *Mobile Banking* yang memudahkan. Semua itu telah menaikkan citra bank syariah.

Ketaatan beragama memandang bahwa informasi kuantitatif harus disertai pengetahuan kualitatif saat memutuskan agar keputusan bermanfaat secara harmonis bagi kehidupan pribadi dan sosial. Masyarakat berada di sisi lain dari individu seperti dua sisi mata uang, mereka adalah entitas yang mempunyai tujuan dan keinginan bersama yang harus diselaraskan oleh individu-individu di dalamnya. Maka perilaku konsumsi harus mempertimbangkan nilai dan norma umum (Tahir et al. 1992). Dengan pertimbangan terhadap dampak pribadi dan sosial, persoalan yang timbul dalam rasional nasabah sebelum menentukan keputusan adalah apakah pantas untuk menjadi nasabah perbankan tertentu. Pertanyaan yang kontras muncul pada nasabah yang berperilaku egois. Mereka mempersoalkan mana perbankan yang memuaskan keinginannya.

### **Penutup**

Ketaatan beragama merupakan motif yang rasional seperti kepuasan pribadi karena keduanya sama-sama memerlukan informasi untuk melandasi pola konsumsinya. Informasi yang diperlukan oleh konsumen berpola kepuasan pribadi hanya kuantitatif sementara ketaatan masih membutuhkan pertimbangan kualitatif untuk menyeimbangkan kebutuhan pribadi dan social.

Pola konsumsi yang taat beragama positif bagi kehidupan pribadi dan social, namun untuk mendorong masyarakat konsumen berperilaku demikian tidak dapat dilakukan dengan cara pemaksaan karena pelanggaran terhadap

kebebasan individu untuk memilih. Agar kebebasan tetap terjaga, alternative persuasive perlu diambil. Dalam pola itu, keterlibatan semua pihak dari unsure agama, masyarakat dan pemerintah akan lebih baik. Agama memberikan jaminan balasan yang bersifat jangka panjang melalui tuntunan dan larangannya Masyarakat perlu memperjelas arti kebersamaan dalam lingkungannya dan mempertegas tujuan dan orientasinya sehingga individu merasa patut mempertimbangkannya dalam rasionalitas konsumsinya. Pemerintah turut berpartisipasi dengan mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang mendukung pola konsumsi seimbang. Rekayasa perilaku secara persuasive menciptakan budaya konsumsi yang mau tidak mau harus diikuti oleh masyarakat konsumen, disadari maupun tidak.

Konsumsi berpola ketaatan beragama yang seimbang menuntut keseimbangan dalam pengukurannya secara kuantitatif maupun kualitatif. Kajian terhadap skala ukuran konsumsi dalam masyarakat memang telah banyak dilakukan, namun; terutama pada ukuran kualitatif; peka terhadap perubahan-perubahan. Perpindahan lokasi, pergeseran waktu dan perkembangan masyarakat berpengaruh besar sehingga kajian tentang perilaku konsumen harus berkelanjutan dan terus menerus.

### **Daftar Pustaka**

- Antonio, Muhammad Syafii. 2001. *Bank Islam: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema. Insani.
- Arifudin, Wahyu Amin, Nurul Fatimah, Ahmad Ehsan, Lailatul Maftuhah, Difla Nadjih, dan Agus Pandoman. 2019. "Kesadaran Beragama Pelaku Pariwisata di Kawasan Malioboro." *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat* 4(2):117–32.
- Bandoko, Bandoko, A. Turmudzi, dan M. N. Kholis Al Amin. 2020. "Pemberdayaan Usaha Maz Zakki Tahun Pada Badan Amil Zakat Nasional Kota." *Nuansa Akademik Jurnal Pembangunan Masyarakat* 5(2).
- Depag RI. 2010. *Al-Qur'an dan Tafsirnya*. Jakarta: Lentera Abadi.
- Fathurrahman, Ayif, dan Umi Azizah. 2019. "Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah." *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking* 1(2):99–122. doi: 10.12928/IJIEFB.V1I1.273.
- Hafizh Zainal, Khairullah. 2019. *The Factors Affecting Customer Non-Muslim to be the customer of Bank Kalbar Syariah Branch Office of Pontianak*. Vol. 7.
- IRTI-Thomson Reuters-CIBAFI-CIMB Islamic. 2016. *Indonesia Islamic Finance Report Prospect for Exponential Growth*. Jeddah.
- Kurniati. 2012. "Analisis Persepsi dan Preferensi Nasabah Muslim dan

- nasabah Non Muslim terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Di provinsi DIY.” *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 2(2):251. doi: 10.21927/jesi.2012.2(2).251-276.
- Nofinawati. 2015. “Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia.” *JURIS* 14(2):168–81. doi: 10.31933/unesrev.v2i3.121.
- Noor, Fahd, dan Yulizar Djamiluddin Sanrego. 2011. “Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta).” *Tazkia Islamic Finance and Business Review* 6(1). doi: 10.30993/TIFBR.V6I1.52.
- Ratnawati, Anny, Asep Saefudin, Widiyanto Dwi Surya, Sumardjo, Hari Wijayanto, I. Made Sumertajaya, Sumedi, dan Debra Murniati. 2000. *Bank syariah potensi preferensi dan perilaku masyarakat di Wilayah Jawa Barat*. Bogor: IPB (Bogor Agricultural University).
- Roth, John K. 2005. *Ethics*. Pasadena: Salem Press Inc.
- Saeed, Abdullah. 1996. *Islamic Banking and Interest: A Study of the prohibition of Riba and its Contemporary Interpretation*. Leiden: EJ Brill.
- Santoso, F. Setiawan. 2017. “Peran Bait Mal Dalam Jaminan Sosial Di Era Fikih Klasik.” *Ulumuddin: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman* 2(2):117–36.
- Setiawan, Edi, dan Faozan Amar. 2017. “Determinan Penggunaan Rekening Bank Syariah Pada Pengelola Masjid di DKI Jakarta.” *IKONOMIKA* 2(2):201. doi: 10.24042/febi.v2i2.1398.
- Tahir, Sayyid, Aidit Ghazali, Syed Omar, dan Syed Azil, ed. 1992. *The Theory of Consumption, Readings in Microeconomics in Islamic Perspective*. Malaysia: Longman Malaysia Sdn. Bhd.
- Thomas, Abdulkader, ed. 2006. *Interest in Islamic Economics: Understanding Riba*. New York: Routledge.

