

MODEL PERILAKU KONSUMEN MUSLIM DALAM PERSPEKTIF TEORI UTILITY ISLAM: IMPLIKASI TERHADAP TABUNGAN DAN INVESTASI SYARIAH

Anggeryani Syam¹, Syahriyah Semaun²

¹Pascasarjana Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Parepare, Indonesia ²Faculty of

²Pascasarjana Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Parepare, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received November 01, 2025

Revised November 14, 2025

Accepted November 16, 2025

Available online November, 2025

Keywords:

Islamic Utility, Muslim Consumer Behavior, Islamic Savings, Islamic Investment, Barakah, Maslahah

Paper type: Research paper

Please cite this article: Asriadi Arifin Adi, Dian Novianti, Trian Fisman Adisaputra "Manajemen Zakat Baznas" MONETA : Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah [ONLINE], Volume 01 Number 02 (May, 2023)

Cite this document:

Turabian 8th edition

*Corresponding author

e-mail: anggeryanisyam.ays23@gmail.com

ABSTRACT

This study analyzes the model of Muslim consumer behavior from the perspective of Islamic utility and examines its implications for Islamic savings and investment. The central focus of this research is to explore how spiritual values such as barakah (blessing), amanah (trust), and maslahah (public good) can be reconstructed as integral components of Muslim consumers' economic preference functions, which have long been dominated by the conventional utility paradigm. The research employs a library research approach with thematic analysis, through which various Islamic economic literatures, consumer behavior theories, and empirical studies are critically reviewed to identify key conceptual themes. The findings reveal that the Islamic utility model positions wasathiyah (moderation) and barakah as the primary orientations of consumption, amanah as the foundation of saving behavior, and maslahah as the ultimate objective of investment. Furthermore, the integration of technical education and value framing is identified as an effective strategy to enhance public participation in Islamic savings and investment. This framework demonstrates that Muslim economic behavior ideally harmonizes material efficiency with ethical, spiritual, and social welfare objectives, aligning with the overarching goals of maqāsid al-sharī'ah.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membangun model perilaku konsumen Muslim dalam perspektif *Islamic utility* serta menelaah implikasinya terhadap tabungan dan investasi syariah. Fokus utama kajian ini adalah bagaimana nilai-nilai spiritual seperti keberkahan (*barakah*), amanah, dan *maslahah* dapat direkonstruksi sebagai bagian integral

dari fungsi preferensi ekonomi konsumen Muslim yang selama ini didominasi oleh paradigma utilitas konvensional. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kepustakaan (*library research*) dengan analisis tematik, di mana berbagai literatur ekonomi Islam, teori perilaku konsumen, serta hasil penelitian empiris dianalisis secara mendalam untuk mengidentifikasi tema-tema konseptual utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model *Islamic utility* menempatkan keseimbangan (*wasathiyah*) dan keberkahan sebagai orientasi utama konsumsi, amanah sebagai dasar perilaku menabung, dan *masalah* sebagai tujuan investasi. Integrasi antara edukasi teknis dan pembiasaan nilai menjadi strategi efektif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam tabungan dan investasi syariah.

Kata Kunci: *Islamic Utility, Perilaku Konsumen Muslim, Tabungan Syariah, Investasi Syariah, Keberkahan, Masalah.*

PENDAHULUAN

Perilaku konsumsi masyarakat Muslim Indonesia dewasa ini menunjukkan dinamika yang semakin kompleks. Peningkatan pendapatan, kemudahan akses digital, dan ekspansi lembaga keuangan syariah membawa perubahan signifikan terhadap pola pengelolaan keuangan rumah tangga. Namun, perilaku keuangan masyarakat belum sepenuhnya mencerminkan nilai-nilai Islam. Data Otoritas Jasa Keuangan (2024) menunjukkan tingkat literasi keuangan syariah masih berada pada kisaran 9,14%, jauh di bawah literasi keuangan konvensional yang mencapai lebih dari 40%. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kesadaran terhadap prinsip ekonomi Islam belum berbanding lurus dengan perilaku keuangan sehari-hari (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Dalam kerangka teori ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan sebagai individu rasional yang berusaha memaksimalkan utilitas atau kepuasan pribadi berdasarkan preferensi dan sumber daya yang terbatas. Namun, perspektif ini tidak sepenuhnya relevan dengan ajaran Islam. Dalam Islam, konsep *utility* tidak hanya dipahami sebagai kepuasan material, melainkan sebagai keseimbangan antara kebutuhan fisik, spiritual, sosial, dan moral yang mengantarkan pada tujuan akhir berupa *falah* (Muttaqin & Pusparini, 2024). Oleh karena itu, teori *Islamic utility* berupaya menempatkan dimensi religiusitas dan keberkahan sebagai bagian integral dari perilaku konsumsi, tabungan, dan investasi umat Muslim.

Secara empiris, penelitian terkini menunjukkan bahwa faktor religiusitas, literasi keuangan syariah, dan persepsi risiko memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan keuangan individu Muslim. Temuan Nurhidayah, Muchlis, dan Bin Sapa (2025) mengungkapkan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan keuangan berbasis syariah, sementara persepsi risiko justru memiliki pengaruh negatif. Hasil yang sejalan ditemukan oleh Ahmad Fauzi dan Abdur Rafik (2023) yang menegaskan bahwa literasi keuangan syariah dan perilaku keuangan memiliki hubungan positif dengan keputusan investasi pada produk syariah. Penelitian lain oleh Lestari, Ginanjar, dan Warokka (2021) juga menyoroti bahwa toleransi risiko multidimensi (*risk propensity*, *risk attitude*, dan *risk capacity*) memengaruhi keputusan investasi syariah, dan efek religiusitas berbeda antar kelompok masyarakat Muslim.

Idealitas yang diharapkan dari seorang konsumen Muslim adalah perilaku ekonomi yang mencerminkan integrasi antara rasionalitas dan nilai-nilai moral keislaman. Dalam konteks ini, konsumsi seharusnya diarahkan pada pemenuhan kebutuhan yang membawa keberkahan, tabungan berfungsi sebagai instrumen penjagaan keseimbangan ekonomi keluarga, dan investasi difokuskan pada kegiatan produktif yang halal dan berkeadilan (Barakah, 2024). Namun dalam kenyataan, kenyataan di lapangan menunjukkan adanya kontradiksi. Gaya hidup konsumtif masih mendominasi masyarakat perkotaan, sementara minat terhadap produk tabungan dan investasi syariah cenderung terbatas pada kelompok tertentu yang memiliki pengetahuan finansial tinggi (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Kesenjangan antara idealitas normatif dan kenyataan empiris ini menunjukkan adanya gap riset yang relevan. Sebagian besar penelitian sebelumnya masih memisahkan pembahasan antara religiusitas, literasi keuangan, dan persepsi risiko, tanpa mengintegrasikan ketiganya ke dalam satu model perilaku konsumen Muslim yang berlandaskan teori *Islamic utility*. Selain itu, model-model empiris yang ada belum sepenuhnya mengukur bagaimana kombinasi nilai spiritual dan ekonomi memengaruhi alokasi pendapatan terhadap tabungan dan investasi syariah (Muttaqin & Pusparini, 2024).

Urgensi penelitian ini muncul dari kebutuhan untuk mengembangkan model perilaku konsumen Muslim yang lebih komprehensif, yang tidak hanya menjelaskan aspek ekonomi rasional tetapi juga dimensi spiritual dan etis yang melekat dalam ajaran Islam. Model tersebut diharapkan mampu memberikan landasan teoritis bagi pengembangan ekonomi syariah sekaligus menjadi acuan praktis bagi lembaga keuangan syariah dalam merancang produk dan strategi literasi yang sesuai dengan karakteristik konsumen Muslim di Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model perilaku konsumen Muslim dalam perspektif teori *utility* Islam, serta menganalisis implikasinya terhadap keputusan menabung dan berinvestasi pada produk keuangan syariah. Melalui penelitian ini diharapkan tercipta pemahaman yang lebih holistik mengenai perilaku ekonomi umat Muslim, sekaligus memperkuat kontribusi ekonomi Islam dalam membangun sistem keuangan yang berkeadilan, berkelanjutan, dan berkeberkahan.

TEORI

Teori *Utility* dalam Ekonomi Konvensional

Teori *utility* merupakan konsep dasar dalam ekonomi mikro yang menjelaskan perilaku konsumen dalam memilih dan mengonsumsi barang serta jasa guna memperoleh kepuasan maksimal. Dalam pandangan ekonomi konvensional, manusia diposisikan sebagai *rational economic man* yang berusaha memaksimalkan *utility* (kepuasan) berdasarkan preferensi, pendapatan, dan harga barang (Mankiw, 2020). Konsumen diasumsikan memiliki kemampuan rasional dalam mengurutkan preferensi, konsisten terhadap pilihan, serta

berorientasi pada keuntungan pribadi. Oleh sebab itu, fungsi *utility* dirumuskan secara matematis untuk menggambarkan bagaimana tingkat konsumsi dapat memengaruhi tingkat kepuasan individu (Varian, 2019). Teori ini menekankan hubungan antara konsumsi dan kepuasan pribadi tanpa memperhitungkan nilai moral, sosial, ataupun spiritual.

Namun, dalam konteks masyarakat Muslim, asumsi dasar teori *utility* konvensional mengalami keterbatasan. Kepuasan individu dalam Islam tidak semata diukur dari aspek material, melainkan juga spiritual dan moral. Selain itu, perilaku konsumsi manusia dalam Islam tidak hanya didorong oleh keinginan memenuhi kebutuhan pribadi, tetapi juga oleh tanggung jawab sosial dan ketaatan terhadap perintah Allah. Kelemahan teori *utility* konvensional terletak pada pengabaian dimensi nilai (*value-free economics*), sehingga menimbulkan pandangan yang cenderung sekuler dan hedonistik terhadap perilaku ekonomi (Chapra, 2000).

Teori *Utility* dalam Perspektif Islam (*Islamic Utility Theory*)

Teori *utility* dalam perspektif Islam berangkat dari prinsip *tauhid* yang menempatkan Allah sebagai pusat orientasi seluruh aktivitas ekonomi manusia. Dalam konsep *Islamic utility*, kepuasan seorang Muslim tidak hanya ditentukan oleh pemenuhan kebutuhan material, melainkan juga oleh nilai keberkahan, keadilan, dan kemaslahatan sosial. Dengan demikian, keputusan konsumsi, tabungan, maupun investasi diarahkan untuk mencapai *falah* (kesejahteraan dunia dan akhirat) (Khan, 1989). Dalam teori ini, fungsi *utility* diukur bukan hanya dari aspek kuantitatif, tetapi juga kualitatif, di mana nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, dan niat menjadi bagian integral dari keputusan ekonomi (Asutay, 2012).

Islamic utility theory menegaskan bahwa perilaku ekonomi Muslim dipandu oleh prinsip keseimbangan (*wasathiyah*) dan larangan terhadap pemborosan (*israf*) maupun kekikiran (*bukhl*). Dalam konteks ini, perilaku konsumsi yang Islami mendorong individu untuk memenuhi kebutuhan secukupnya, menabung sebagai bentuk *ihtiyath* (kehati-hatian), dan berinvestasi sebagai upaya mewujudkan produktivitas yang membawa manfaat sosial (Hassan & Lewis, 2007). Dengan demikian, teori *Islamic utility* memberikan kerangka etis yang memadukan rasionalitas ekonomi dengan nilai spiritual, yang tidak ditemukan dalam teori *utility* konvensional.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas perilaku konsumen Muslim dalam konteks ekonomi syariah, namun sebagian besar masih terbatas pada aspek deskriptif dan belum mengembangkan model teoritis berbasis *Islamic utility*. Misalnya, penelitian oleh Rizkiana (2019) hanya menyoroti perilaku konsumsi halal tanpa mengaitkannya dengan fungsi *utility* Islam. Sementara itu, studi oleh Hossain dan Rahman (2021) menekankan hubungan antara religiusitas dan keputusan investasi, tetapi belum mengintegrasikan variabel spiritualitas dalam model perilaku ekonomi Muslim secara komprehensif. Dengan demikian, terdapat ruang penelitian yang luas untuk mengembangkan

model perilaku konsumen Muslim yang tidak hanya menjelaskan hubungan antara konsumsi, tabungan, dan investasi, tetapi juga menempatkan nilai-nilai teologis Islam sebagai fondasi konseptual utama.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kepustakaan (*library research*) untuk menelaah secara mendalam konsep perilaku konsumen Muslim berdasarkan teori *utility* Islam dan implikasinya terhadap tabungan serta investasi syariah. Pendekatan ini dianggap relevan karena berorientasi pada analisis teoretis dan konseptual, bukan pengumpulan data lapangan. Melalui metode ini, penelitian berupaya menelusuri gagasan-gagasan utama dari literatur ekonomi Islam yang berpengaruh, seperti karya Chapra (2000), Asutay (2012), dan Khan (1989), guna membangun kerangka konseptual yang menjelaskan perilaku konsumen dalam dimensi moral dan spiritual. Dengan kata lain, metode ini diarahkan untuk memperkuat argumentasi ilmiah melalui sintesis teori yang telah ada dalam ranah ekonomi Islam dan perilaku keuangan syariah.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi, yakni menelusuri sumber-sumber ilmiah yang relevan dengan tema penelitian. Data diperoleh dari buku teks ekonomi Islam, artikel jurnal bereputasi, laporan lembaga resmi, serta hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan teori *utility*, perilaku konsumsi, dan investasi syariah. Sumber utama terdiri dari karya Mankiw (2020) dan Varian (2019) sebagai representasi teori *utility* konvensional, serta Hassan dan Lewis (2007) dan Asutay (2012) sebagai representasi teori *Islamic utility* yang berlandaskan nilai-nilai *tauhid* dan *maqāṣid al-syarī'ah*. Tahap pengumpulan dilakukan secara sistematis dengan memilah literatur berdasarkan relevansi, kredibilitas, dan kontribusinya terhadap kerangka teoretis penelitian (Creswell, 2018).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*), yaitu metode yang berfokus pada identifikasi, pengelompokan, dan interpretasi tema-tema utama yang muncul dari berbagai literatur (Braun & Clarke, 2006). Prosesnya terdiri tiga tahap: pertama, *coding* terhadap ide-ide yang muncul; kedua, pengelompokan tema berdasarkan kesamaan makna; dan ketiga, penyusunan sintesis konseptual untuk menjelaskan keterkaitan antara teori *Islamic utility* dengan perilaku konsumsi, tabungan, dan investasi syariah. Analisis ini menghasilkan pemahaman mendalam tentang bagaimana nilai spiritual seperti keberkahan, keseimbangan (*wasathiyyah*), dan tanggung jawab sosial menjadi bagian integral dari keputusan ekonomi Muslim (Hassan & Lewis, 2007; Asutay, 2012).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Konsumsi Berbasis Keberkahan dan Keseimbangan (*wasathiyyah*)

Perilaku konsumsi dalam *Islamic utility* menempatkan keberkahan dan keseimbangan sebagai titik orientasi: pilihan konsumsi yang baik adalah yang memenuhi kebutuhan, menjaga kehormatan, dan memberi manfaat sosial, ini kemudian berbeda jika menilik dari bagaimana kapitalisme yang cenderung berorientasi hanya pada pemaksimalan kepuasan material.

Dari pembacaan literatur, dua gagasan berulang muncul: pertama, bahwa utilitas seorang Muslim harus memperhatikan dimensi *ukhrawi* (*falah*/keberkahan) sehingga preferensi ekonomi diwarnai nilai moral; kedua, bahwa prinsip *wasathiyah* sebagai moderasi dari fungsi preferensi itu sehingga pemborosan (*israf*) maupun kekikiran (*bukhl*) sama-sama ditolak (Chapra, 2000; Asutay, 2012). Implikasi ialah desain produk konsumsi halal dan literasi yang menautkan pilihan produk dengan aspek keberkahan akan lebih resonan ketimbang pendekatan hanya rasional-ekonomi.

Tabungan sebagai Amanah dan Mekanisme Kehati-hatian (*ihthiyath*)

Dalam literatur ekonomi Islam, menabung diposisikan sebagai manifestasi amanah dan perencanaan yang etis, dimana tabungan diorientasikan untuk melindungi keluarga, menyiapkan *zakat/infak*, dan mendukung tanggung jawab sosial generatif.

Kajian teoritis dan telaah *handbook* perbankan syariah menegaskan bahwa motif menabung pada konsumen Muslim sering bersinggungan antara alasan ekonomi (likuiditas, buffer terhadap risiko) dan alasan normatif (kewajiban sosial, persiapan ibadah, niat mendapatkan keberkahan). Dengan demikian, fungsi utilitas Islam menginternalisasi preferensi terhadap likuiditas yang halal dan instrumen penyimpanan yang sesuai syariah sebagai bagian dari keputusan rasional-normatif konsumen (Khan, 2020; Hassan & Lewis, 2007).

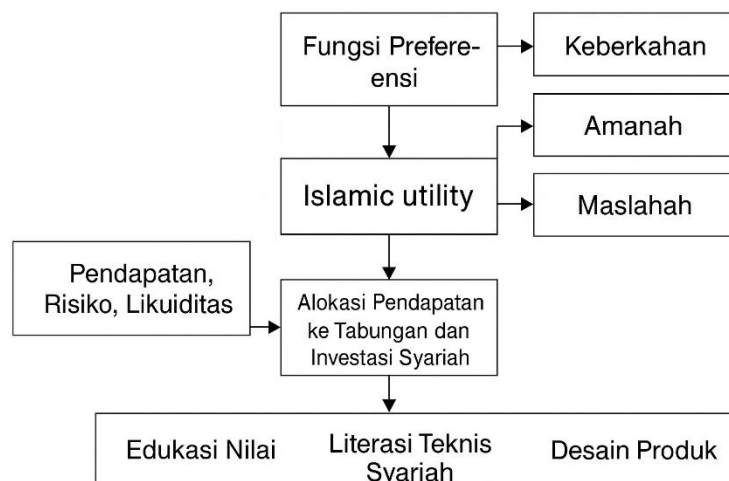
Strategi peningkatan tabungan syariah akan lebih efektif apabila menggabungkan edukasi teknis dan pembiasaan nilai (*value framing*) yang selaras dengan karakteristik konsumen Muslim. Edukasi teknis berperan dalam memperkuat pemahaman masyarakat terhadap mekanisme produk tabungan syariah, prinsip bagi hasil, serta keamanan dan kemanfaatan sistem keuangan syariah, sehingga menumbuhkan kepercayaan dan kemampuan pengambilan keputusan finansial yang rasional.

Sementara itu, pembiasaan nilai berfungsi mengaitkan aktivitas menabung dengan tujuan spiritual dan sosial, seperti menjaga amanah, mempersiapkan keberlanjutan keluarga, serta mendukung kegiatan ekonomi halal yang berkeadilan. Ketika dimensi rasional dan spiritual ini berjalan beriringan, menabung tidak lagi dipahami sekadar sebagai tindakan ekonomi, tetapi sebagai bagian dari ibadah dan kontribusi sosial. Pendekatan terpadu semacam ini mampu meningkatkan loyalitas dan partisipasi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah, serta memperkuat posisi sistem ekonomi Islam dalam mewujudkan kesejahteraan bersama.

Investasi yang Mengutamakan *Maslahah*

Temuan empiris menunjukkan bahwa keputusan berinvestasi pada instrumen syariah dipengaruhi oleh kombinasi literasi keuangan syariah, religiositas, dan persepsi risiko. Studi-studi terbaru menunjukkan literasi syariah berkorelasi positif dengan kecenderungan memilih produk investasi halal; pada saat yang sama, persepsi risiko dan penilaian kualitas produk berperan besar dalam menentukan realisasi niat menjadi perilaku (Ahmad Fauzi & Abdur Rafik, 2024; Kusumawati, 2025).

Dari sudut *Islamic utility*, investor Muslim memaksimalkan utilitas yang diperluas—menghitung imbal hasil finansial sekaligus nilai masalah—sehingga produk investasi yang transparan, sesuai syariah, dan jelas kontribusinya terhadap ekonomi riil lebih mungkin menarik partisipasi. Oleh karenanya, pengembangan pasar modal syariah dan platform fintech syariah perlu menitikberatkan pendidikan literasi kontekstual serta mekanisme mitigasi risiko yang komunikatif untuk mengubah preferensi menjadi tindakan investasi yang berkelanjutan.



Dari ketiga tema hasil penelitian di atas tersusun gambaran konseptual bahwa *Islamic utility* merekonstruksi fungsi preferensi sehingga dimensi spiritual (keberkahan, amanah, masalah) berperan sejajar dengan faktor ekonomi klasik (pendapatan, risiko, likuiditas). Untuk mendorong alokasi pendapatan ke tabungan dan investasi syariah diperlukan intervensi yang memadukan pendidikan nilai (value framing), peningkatan literasi teknis syariah, serta desain produk yang menurunkan hambatan persepsi risiko. Kerangka tematik ini membuka arah riset kuantitatif lanjutan: menguji bobot relatif variabel-variabel nilai (mis. religiositas, niat keberkahan) dalam fungsi alokasi pendapatan konsumen Muslim.

Konsep konsumsi dalam Islam tidak berdiri di atas prinsip pemenuhan hasrat semata, melainkan berakar pada nilai keberkahan dan keseimbangan. Dalam kerangka *Islamic utility*, bahwa orientasi utama seorang Muslim bukan pada seberapa besar manfaat material yang diperoleh, tetapi cenderung pada sejauh mana konsumsi itu membawa kebaikan moral dan sosial. Setiap tindakan

konsumsi dipandang sebagai bentuk ibadah apabila dilandasi niat yang benar dan cara yang halal.

Keseimbangan atau *wasathhiyyah* dalam konsumsi berarti kemampuan menjaga proporsi antara kebutuhan jasmani dan rohani. Islam tidak menolak kenikmatan duniawi, namun menempatkannya dalam batas yang wajar agar tidak melahirkan sifat berlebih-lebihan. Keseimbangan tersebut menjadi tanda kematangan spiritual karena mendorong manusia untuk menggunakan sumber daya secara bijak.

Prinsip keberkahan memberi dimensi etis pada perilaku konsumsi. Keberkahan tidak hanya berarti banyaknya harta, melainkan manfaat yang luas dan kebaikan yang berkelanjutan. Dalam pandangan Islam, keberkahan acap kali hadir dalam kesederhanaan yang diiringi keikhlasan dan kepedulian sosial. Oleh karena itu, orientasi konsumsi tidak berhenti pada kepuasan pribadi, melainkan berlanjut pada kontribusi terhadap kemaslahatan bersama.

Pola konsumsi yang berlandaskan keberkahan mendorong individu untuk mengutamakan kebutuhan pokok dibanding keinginan sekunder. Sikap selektif terhadap produk yang halal, bersih, dan bermanfaat menjadi manifestasi nyata dari nilai ini. Dalam konteks modern, hal tersebut dapat diterjemahkan dalam perilaku sadar merek halal, tanggung jawab lingkungan, dan konsumsi yang ramah sosial.

Keseimbangan dalam konsumsi adalah kemampuan mengelola pendapatan agar tidak terjebak pada gaya hidup konsumtif. Islam menilai bahwa pengeluaran yang baik adalah yang memberikan manfaat bagi diri, keluarga, dan masyarakat. Dengan demikian, prinsip *wasathhiyyah* membentuk perilaku konsumsi yang produktif, tidak boros, dan tidak pula kikir. Nilai-nilai tersebut menjadikan konsumsi sebagai sarana mencapai *falāh*, yakni kebahagiaan dunia dan akhirat. Ketika seseorang mengonsumsi dengan niat menjaga diri dari hal haram dan menunaikan tanggung jawab sosial, maka aktivitas ekonomi itu bernilai ibadah.

Dalam hal tabungan, Islam memandang aktivitas menabung bukan hanya sebagai strategi keuangan, tetapi juga bagian dari tanggung jawab moral. Menyisihkan sebagian rezeki untuk kebutuhan masa depan dipandang sebagai bentuk amanah yang harus dikelola dengan jujur dan penuh kehati-hatian. Tabungan berfungsi melindungi keluarga dari ketidakpastian tanpa mengabaikan kewajiban sosial seperti zakat dan infak. Prinsip kehati-hatian atau *ihtiyath* menjadi panduan dalam mengatur pengeluaran dan menyiapkan cadangan. Menabung dalam Islam tidak berarti menimbun kekayaan, melainkan memastikan kesinambungan kesejahteraan. Oleh karena itu, tabungan yang ideal adalah yang tetap bersirkulasi dalam sistem ekonomi halal, misalnya melalui lembaga keuangan syariah yang transparan dan berorientasi kemaslahatan.

Mengelola tabungan dalam kerangka Islam berarti mengintegrasikan tujuan finansial dengan nilai moral. Ketika seseorang menabung untuk

mendukung pendidikan anak, membantu orang lain, atau berinvestasi dalam sektor yang halal, maka aktivitas tersebut menjadi bagian dari ibadah sosial. Pandangan ini menjadikan keputusan keuangan memiliki bobot spiritual yang tidak dijumpai dalam sistem ekonomi sekuler.

Dalam hal investasi, membuka dimensi utilitas Islam yang lebih kompleks. Investasi dalam Islam diarahkan untuk menciptakan *maslahah*, yakni manfaat bersama yang berkenaan dengan kesejahteraan ekonomi, keadilan sosial, dan pelestarian lingkungan. Oleh sebab itu, investor Muslim idealnya mempertimbangkan dampak sosial dari setiap keputusan investasi.

Prinsip *maslahah* menuntut agar modal tidak diarahkan pada sektor yang merugikan masyarakat atau bertentangan dengan nilai-nilai syariah. Orientasi keuntungan tetap penting, tetapi harus diimbangi dengan pertimbangan etis. Dalam praktiknya, hal ini mendorong tumbuhnya kesadaran investasi pada produk syariah seperti sukuk, reksa dana halal, dan saham perusahaan yang menjalankan prinsip tanggung jawab sosial.

Dalam perspektif Islam, investasi dijadikan sebagai sarana untuk memperluas manfaat. Seorang investor yang berorientasi keberkahan akan mencari peluang yang memberi nilai tambah bagi masyarakat, seperti pembiayaan UMKM, pendidikan, dan sektor ramah lingkungan. Orientasi tersebut tentu saja menegaskan perbedaan mendasar antara utilitas Islam dan utilitas konvensional yang cenderung menilai keberhasilan dari keuntungan semata.

Dengan demikian, konsumsi, tabungan, dan investasi dalam kerangka Islamic utility membentuk suatu sistem perilaku ekonomi yang menyatu antara aspek rasional dan spiritual. Keputusan ekonomi bukanlah hasil perhitungan semata, tetapi juga refleksi dari keimanan dan tanggung jawab sosial. Dengan memahami prinsip keberkahan, keseimbangan, amanah, dan *maslahah*, maka bukan hal yang tidak mungkin masyarakat Muslim dapat berkontribusi pada ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan berorientasi pada kemaslahatan umat.

KESIMPULAN

Model perilaku konsumen Muslim dalam perspektif *Islamic utility* berakar pada nilai keberkahan, keseimbangan, amanah, dan kemaslahatan yang memandu setiap keputusan ekonomi agar tidak hanya rasional secara material, tetapi juga bernilai spiritual dan sosial. Konsumsi diarahkan untuk menjaga keseimbangan hidup, tabungan menjadi wujud tanggung jawab moral dan kehati-hatian, sedangkan investasi dimaknai sebagai sarana menciptakan manfaat luas bagi masyarakat. Oleh karena itu, perlu strategi penguatan literasi keuangan syariah yang menanamkan kesadaran nilai, disertai inovasi produk dan kebijakan ekonomi Islam yang menyeimbangkan antara efisiensi, etika, dan kesejahteraan sosial. Implikasinya, lembaga keuangan syariah dan otoritas kebijakan harus menempatkan prinsip keberkahan dan *maslahah* sebagai dasar dalam mengembangkan instrumen keuangan, agar perilaku ekonomi umat

semakin selaras dengan tujuan pembangunan berkelanjutan yang berkeadilan dan berorientasi pada kemanusiaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F., & Rafik, A. (2023). *The Impact of Sharia Financial Literacy, Religiosity, and Perceived Quality on Investment Decisions on Sharia-Compliant Products*. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1(2). <https://doi.org/10.61132/ijems.v1i2.56>
- Asutay, M. (2012). *Conceptualising and locating the social failure of Islamic finance: Aspirations of Islamic moral economy vs. the realities of Islamic finance*. *Asian and African Area Studies*, 11(2), 93–113. https://repository.kulib.kyoto-u.ac.jp/dspace/bitstream/2433/155649/1/aaas_11_93.pdf. repository.kulib.kyoto-u.ac.jp
- Barakah, A. (2024). *Utilitas dalam Perilaku Konsumen Perspektif Nilai Keislaman*. *Cendekia: Jurnal Studi Keislaman*, 4(2). <https://doi.org/10.37348/cendekia.v4i2.60>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chapra, M. U. (2000). *The future of economics: An Islamic perspective*. Leicester, UK: The Islamic Foundation. (Ringkasan dan edisi elektronik tersedia melalui katalog perpustakaan: <https://search.worldcat.org/>) Perlego
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hassan, M. K., & Lewis, M. K. (Eds.). (2007). *Handbook of Islamic banking*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. (Bab-bab relevan dapat diakses pada ringkasan/preview; versi PDF ringkas tersedia di repositori tertentu). https://www.isfin.net/sites/isfin.com/files/handbook_of_islamic_banking.pdf. isfin.net
- Hassan, M. K., & Lewis, M. K. (Eds.). (2007). *Handbook of Islamic banking*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Hossain, M., & Rahman, M. (2021). Determinants of Islamic investment behaviour: An empirical analysis. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(4), 567–584. <https://doi.org/10.1108/JIABR-07-2020-0202>
- Khan, M. A. / MA Khan. (2020). *Theory of consumer behavior: An Islamic perspective* (working paper / article). (Pembahasan dimensi moderasi, israf, dan tafsir utilitas Muslim). <https://ideas.repec.org/p/pramprapa/104208.html>. IDEAS/RePEc
- Khan, M. F. (1989). Islamic economics: Nature and need. *Journal of Islamic Economics*, 2(1), 55–75.
- Kusumawati, R. (2025). *The Influence of Religiosity and Perceived Risk on Sharia Investment Decisions*. *Journal of Islamic Economics and Business Research (JIEBR)*. <https://jiebr.umsida.ac.id/index.php/jiebr/article/view/304>. jiebr.umsida.ac.id
- Lestari, I. P., Ginanjar, W., & Warokka, A. (2021). Multidimensional Risk and Religiosity towards Indonesian Muslims' Sharia Investment Decision. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(2), 369–400. <https://doi.org/10.21098/jimf.v7i2.1321>
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of microeconomics* (9th ed.). Boston, MA: Cengage Learning.

- Muttaqin, Z., & Pusparini, M. D. (2024). *Redefining Consumer Utility in the Perspective of Islamic Economics Framework*. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 2(1). <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v2i1.717>
- Nurhidayah, N., Muchlis, S., & Bin Sapa, N. (2025). *The Effect of Sharia Financial Literacy and Risk Perception on the Intention to Use Shopee PayLater in Generation Z with Religiosity as a Moderating Variable*. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(3), 9883–9894. <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i3.7806>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*. Jakarta: OJK. [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx)
- Rizkiana, R. (2019). Analisis perilaku konsumsi halal masyarakat Muslim di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 134–147.
- Salsabilla, Z. N. (2025). *Sharia investment literacy, religiosity, and risk profile on investment decision-making among Bibit users*. *Society: Jurnal Sosiologi dan Ilmu Sosial*. <https://societyfisipubb.id/index.php/society/article/view/870>. Society
- Varian, H. R. (2019). *Intermediate microeconomics: A modern approach* (10th ed.). New York, NY: W. W. Norton & Company.