ANALISIS IMPLEMENTASI MAQASHID SYARIAH DALAM STRAREGI BISNIS BANK PEREKONOMIAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) HAJI MISKIN

Widia Alisya Putri[1], Iiz Izmuddin[2]

[1,2]*Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek, Bukittinggi*
E-mail : widiaalisyaputri@gmail.com[1], Iizmuddin@gmail.com[2]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi Maqashid Syariah dalam strategi bisnis PT BPRS Haji Miskin yang menghadapi tantangan dalam menyeimbangkan antara profitabilitas komersial dan misi sosial keagamaan. Penelitian fokus pada strategi bauran pemasaran (*marketing mix*), kebijakan manajemen berbasis *Hifdz al-Maal* (perlindungan harta), serta peran *Islamic Human Capital*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam bersama pihak manajemen bank serta nasabah UMKM di Nagari Pandai Sikek. Data sekunder didukung oleh dokumen internal bank dan fatwa DSN-MUI yang relevan, dengan menggunakan teori Maqashid Syariah sebagai pisau analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT BPRS Haji Miskin mengintegrasikan Maqashid Syariah pada bauran pemasaran melalui produk bebas riba, transparansi harga, dan promosi edukatif. Dimensi *Hifdz al-Maal* diterapkan manajemen lewat analisis modal yang akurat dan kebijakan restrukturisasi yang manusiawi bagi UMKM. Selain itu, *Islamic Human Capital* memperkuat pilar *Hifdz al-Aql* melalui pelatihan rutin serta internalisasi nilai kejujuran (*shiddiq*) dan profesionalisme (*ihsan*). Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi bisnis berbasis Maqashid Syariah di BPRS Haji Miskin berhasil menyeimbangkan fungsi komersial dan sosial demi mewujudkan kemaslahatan ekonomi masyarakat UMKM lokal.

Kata Kunci : *Maqashid Syariah, Strategi Bisnis, BPRS Haji Miskin, Hifdz al-Maal, Islamic Human Capital.*

ABSTRAK

This research aims to analyze the implementation of Maqashid Shariah in the business strategy of PT BPRS Haji Miskin, which faces challenges in balancing commercial profitability and social-religious missions. The study focuses on marketing mix strategies, management policies based on Hifdz al-Maal (protection of wealth), and the role of Islamic Human Capital. The research method used is descriptive qualitative with field research. Primary data were obtained through observation and in-depth interviews with the bank management and MSME customers in Nagari Pandai Sikek. Secondary data were supported by internal bank documents and relevant DSN-MUI fatwas, utilizing Maqashid Shariah theory as the analytical tool. The results indicate that PT BPRS Haji Miskin integrates Maqashid Shariah into the marketing mix through interest-free products, price transparency, and educational promotions. The Hifdz al-Maal dimension is applied by management through accurate capital analysis and humane restructuring policies for MSMEs. Furthermore, Islamic Human Capital strengthens the Hifdz al-Aql pillar through routine training and the internalizing values of honesty (shiddiq) and professionalism (ihsan). This study concludes that the Maqashid Shariah-based business strategy at BPRS Haji Miskin successfully balances commercial and social functions to achieve economic benefits for the local MSME community.

Keywords : *Maqashid Shariah, Business Strategy, BPRS Haji Miskin, Hifdz al-Maal, Islamic Human Capital.*

PENDAHULUAN

Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) memegang peranan strategis sebagai lembaga pelaksana keuangan mikro yang bersentuhan langsung dengan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan UU No. 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan (UU P2SK), transformasi nama dari Bank Perkreditan Rakyat Syariah menjadi Bank Perekonomian Rakyat Syariah kian mempertegas fungsi lembaga ini dalam memperkuat pilar ekonomi kerakyatan. Perbankan syariah pada hakikatnya berbeda dengan perbankan konvensional karena beroperasi dengan landasan syariat dan moral demi mencapai tujuan sosial-spiritual (*Maqashid Syariah*) serta mewujudkan kesejahteraan (*Maslahah*). Namun, dalam realitas industri keuangan kontemporer, lembaga keuangan syariah kerap dihadapkan pada dilema besar. Banyak entitas perbankan syariah yang terjebak menggunakan strategi bisnis serupa dengan bank konvensional demi mengejar keuntungan finansial jangka pendek. Fokus yang bergeser ke arah komersialisasi ini berisiko mengabaikan misi sosial keagamaan yang semestinya menjadi ruh dari operasional perbankan syariah.

Ketegangan antara profitabilitas komersial dan pemenuhan misi sosial-spiritual ini mengonfirmasi pentingnya mengembalikan operasional perbankan syariah pada esensi *Maqashid Syariah*. Mengutip pandangan Imam Asy-Syathibi, tujuan tertinggi dari hukum Islam adalah mewujudkan kemaslahatan (*jalbul mashalih*) dan menghindari kerusakan (*darul mafasid*). Dalam klasifikasi kebutuhan primer (*al-dharuriyah*), salah satu fokus intinya adalah *Hifdz al-Maal* atau perlindungan harta. Konsep kepemilikan harta dalam Islam bersifat khilafah, di mana Allah SWT adalah pemilik mutlak sedangkan manusia berfungsi sebagai pengelola yang wajib menjaga keadilan sosial-ekonomi (*Adl*) dan kebaikan (*Ihsan*). Oleh karena itu, strategi bisnis bank syariah tidak boleh sekadar patuh secara formal-legal (*shariah-compliant*), tetapi harus digerakkan oleh nilai (*shariah-driven*). Perlindungan harta (*Hifdz al-Maal*) mengamanatkan agar modal yang dikelola mampu meningkatkan kualitas hidup dan sirkulasi kekayaan secara adil, produktif, serta terhindar dari eksploitasi ekonomi.

Tantangan penerapan *Maqashid Syariah* ini terekam jelas pada operasional PT BPRS Haji Miskin yang berlokasi strategis di jalur perlintasan utama Simpang Koto Tinggi, Nagari Pandai Sikek, Kabupaten Tanah Datar. Menjadi pusat aktivitas ekonomi yang menghubungkan wilayah Agam, Bukittinggi, dan Tanah Datar, BPRS Haji Miskin fokus melayani nasabah UMKM lokal di sektor pertanian dan kerajinan tenun. Namun, terdapat beberapa masalah krusial di lapangan. Pertama, implementasi bauran pemasaran (*marketing mix*) belum sepenuhnya terintegrasi dengan nilai-nilai kemaslahatan. Kondisi ini memicu stigma di tengah masyarakat Agam dan Bukittinggi bahwa produk pembiayaan bank syariah cenderung lebih mahal dan rumit dibandingkan bank konvensional. Kedua, penerapan prinsip *Hifdz al-Maal* dalam manajemen sering kali berbenturan dengan orientasi laba, sehingga skema pembiayaan produktif seperti *murabahah* dinilai masih dominan konsumtif dan mirip dengan pinjaman konvensional. Ketiga, keberhasilan internalisasi nilai syariah ini sangat bergantung pada kualitas *Islamic Human Capital*, namun masih ditemukan celah penyelarasan kebijakan manajemen dengan kompetensi etika Islami karyawan pada tingkat pelayanan riil.

Penelitian terdahulu mengenai *Maqashid Syariah* pada institusi perbankan umumnya didominasi oleh pendekatan kuantitatif, seperti penggunaan metode *Maqashid Syariah Index* (MSI) untuk mengukur kinerja keuangan pada skala Bank Umum Syariah (BUS). Masih sangat terbatas penelitian kualitatif yang mendalami bagaimana nilai-nilai luhur syariat ditransformasikan langsung

ke dalam kebijakan manajerial, strategi bauran pemasaran, dan pengelolaan sumber daya manusia secara simultan pada bank skala mikro (BPRS) di tingkat pedesaan atau nagari. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah (*gap*) tersebut dengan memotret secara mendalam persepsi dan praktik langsung para pengambil kebijakan di BPRS Haji Miskin. Berdasarkan latar belakang di atas, artikel ini bertujuan untuk menganalisis implementasi *Maqashid Syariah* dalam strategi bauran pemasaran, mendeskripsikan integrasi dimensi *Hifdz al-Maal* dalam kebijakan manajemen, serta mengevaluasi peran *Islamic Human Capital* dalam mendukung efektivitas strategi bisnis berbasis kemaslahatan pada PT BPRS Haji Miskin.

Hal tersebut yang menjadi latar belakang masalah dan menjadi dasar penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana implementasi Maqashid Syariah dalam strategi bisnis pada operasional perbankan mikro di PT BPRS Haji Miskin

Kajian teori

Teori Maqashid Syariah dan Konsep Kemaslahatan

Maqashid Syariah secara bahasa berarti tujuan atau maksud di balik diturunkannya syariat Islam, yaitu untuk mencapai kemaslahatan umat manusia (*jalbul mashalih*) dan menghindari kerusakan (*darul mafasid*). Imam Asy-Syatibi mengklasifikasikan kebutuhan manusia ke dalam tiga tingkatan secara hierarkis: *dharuriyyat* (primer), *hajiyyat* (sekunder), dan *tahsiniyyat* (tersier). Pada tingkatan *dharuriyyat*, terdapat lima perlindungan utama (*al-daruriyat al-khamsah*) yang wajib dipenuhi demi keselamatan dunia dan akhirat, yaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam perkembangannya, Jasser Auda memperluas cakupan Maqashid Syariah dari sekadar teks hukum doktrinal menjadi konsep moral holistik yang mencakup keadilan, harkat martabat manusia, kemudahan, dan kerja sama dalam masyarakat. Maqashid berfungsi sebagai alat pembukaan sarana menuju kebaikan (*fath al-dzari'ah*) atau penutupan sarana menuju keburukan (*sadd al-dzari'ah*). Di sektor keuangan, Ibnu Qayyim menegaskan bahwa seluruh hukum Islam harus mengandung unsur keadilan, rahmat, kemaslahatan, dan hikmah; jika salah satu unsur ini hilang, maka praktik bisnis tersebut keluar dari koridor syariat.

Dimensi *Hifdz al-Maal* dalam Operasional BPRS

Dalam bisnis perbankan syariah, *Hifdz al-Maal* (perlindungan harta) memiliki makna teologis dan moral yang lebih luas daripada sekadar menyimpan uang fisik di brankas bank. Sebagai lembaga keuangan syariah, Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) bertanggung jawab memastikan harta yang dikelola bersih dari unsur *maysir* (judi), *gharar* (ketidakpastian), dan *riba* (bunga). Implementasi *Hifdz al-Maal* di tingkat operasional diwujudkan melalui dua instrumen utama: transparansi perjanjian (*akad*) untuk mencegah eksploitasi nasabah, serta analisis pembiayaan yang hati-hati guna memitigasi risiko hilangnya aset kedua belah pihak. Selain itu, perlindungan harta tercermin dari kebijakan penentuan margin yang adil, proses penagihan yang manusiawi bagi pelaku UMKM, dan pengarahan skema pembiayaan ke sektor produktif agar aset nasabah dapat berkembang.

Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Syariah

Bauran pemasaran dalam perbankan syariah merupakan perangkat alat pemasaran yang dirancang untuk mencapai keunggulan kompetitif perusahaan tanpa keluar dari batasan muamalah Islam. Karptajaya dan Sula mendefinisikan pemasaran syariah sebagai bidang bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai secara adil kepada seluruh pemangku kepentingan. Rencana bisnis BPRS diturunkan ke dalam empat komponen utama (4P) yang diintegrasikan dengan prinsip syariah:

1. **Produk (*Product*):** Skema pembiayaan bebas dari unsur *gharar* dan *maysir*.

2. **Harga (*Price*):** Penetapan margin keuntungan untuk akad jual-beli (*murabahah*) atau porsi nisbah untuk bagi hasil (*mudharabah/musyarakah*) secara adil.
3. **Tempat (*Place*):** Aksesibilitas jaringan kantor yang dekat dengan pusat ekonomi masyarakat bawah, seperti unit layanan di wilayah pedesaan/nagari.
4. **Promosi (*Promotion*):** Mengedepankan nilai kejujuran (*shiddiq*) tanpa adanya unsur manipulasi atau penipuan (*tadlis*)

Orisinalitas Penelitian

Penelitian mengenai penerapan Maqashid Syariah dalam institusi perbankan syariah sebenarnya telah banyak dilakukan, namun penelitian ini memiliki posisi kebaharuan (*novelty*) yang membedakannya secara tegas dari kajian-kajian terdahulu. Jika sebagian besar penelitian terdahulu cenderung berfokus pada aspek teknis-prosedural, seperti kombinasi akad *Murabahah-Wakalah* (Andi dkk., 2021) atau strategi pemasaran komersial demi mengejar target *profit* semata (Saputra, 2020), maka penelitian ini secara spesifik menghubungkan strategi bauran pemasaran (4P) tersebut dengan tanggung jawab teologis dalam menjaga amanah harta nasabah (*Hifdz al-Maal*). Selain itu, terdapat perbedaan mendasar pada tingkat analisis dan pendekatan metodologi. Di saat literatur global didominasi oleh kajian makro yang bersifat teoretis-filosofis (Chapra, 2024), analisis bibliometrik (Kurnia dkk., 2021), maupun penelitian yang berfokus pada ekosistem digital *fintech* berbasis data sekunder (Evarianti, 2022), penelitian ini justru masuk ke ranah mikro-operasional. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif lapangan (*field research*) guna menghasilkan data primer yang valid melalui observasi dan wawancara langsung bersama para praktisi fisik perbankan syariah.

Walhasil, orientasi tujuan dari artikel ini tidak lagi menilai keberhasilan strategi bisnis dari sekadar angka pertumbuhan finansial atau tren riset secara umum, melainkan mengevaluasi seberapa jauh strategi harian perbankan mikro mampu memproteksi aset ekonomi masyarakat lokal. Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan (*gap*) tersebut dengan menawarkan model strategi bisnis BPRS yang tidak hanya kompetitif di tingkat akar rumput, tetapi juga tetap kokoh dalam memelihara kemaslahatan ekonomi pelaku UMKM di wilayah Agam dan Bukittinggi dari risiko eksploitasi.

METODE

Penelitian lapangan (*field research*) ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran dan penjelasan menyeluruh mengenai fenomena strategi bisnis secara objektif di lapangan. Melalui metode kualitatif, penelitian ini berfokus untuk menyelidiki prinsip syariah serta nilai etis di balik proses pengambilan keputusan strategi bisnis perbankan syariah yang tidak dapat dijangkau oleh data statistik. Pisau analisis utama yang digunakan untuk membedah temuan lapangan adalah teori *Maqashid Syariah*, dengan menitikberatkan pada dimensi *Hifdz al-Maal* (perlindungan harta) dalam memelihara kemaslahatan (*maslahah*) nasabah serta menjaga stabilitas institusi. Penelitian ini menangkap dinamika operasional bank selama kurun waktu lima tahun terakhir, yaitu dari tahun 2020 hingga 2024

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa PT BPRS Haji Miskin telah berhasil mengintegrasikan nilai-nilai *Maqashid Syariah* secara substantif ke dalam strategi bisnis, tata kelola organisasi, dan operasional perbankan demi memajukan sektor UMKM. Implementasi ini tidak sekadar menjadi pelengkap regulasi, melainkan prinsip penggerak utama (*driving force*) yang mengeliminasi asimetri informasi dan praktik *gharar* melalui transparansi akad yang radikal, seperti kewajiban membacakan rincian kontrak secara lisan demi menjamin aspek *Hifdz ad-Din* (pemeliharaan agama) dan *Hifdz al-Maal* (pemeliharaan harta) bagi nasabah. Lebih lanjut, langkah BPRS Haji Miskin dalam menggabungkan peran *Marketing* dan *Account Officer* (AO) terbukti efektif sebagai manifestasi strategi *Sadd adz-Dzari'ah* (tindakan preventif). Model kerja *end-to-end* ini berhasil memitigasi risiko *moral hazard*, menekan rasio pembiayaan bermasalah (*Non-Performing Financing*/NPF), sekaligus mentransformasi peran AO menjadi konsultan pendamping usaha mikro yang humanis. Upaya ini diperkuat dengan investasi berkelanjutan pada *Islamic Human Capital* melalui pelatihan etika kerja islami (*Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fathanah*) yang merepresentasikan aspek *Hifdz al-Aql* (pemeliharaan akal).

Pada dimensi sosial, bank secara konsisten menyeimbangkan fungsi komersial dan sosial (*Sustainable Maslahah*) dengan mengadopsi kerangka *Triple Bottom Line*. Pengelolaan dana kebajikan (*Qardhul Hasan*), pembersihan pendapatan non-halal melalui dana *ta'zir*, serta penyaluran zakat institusi menjadi bukti nyata komitmen bank pada pemberdayaan kelompok *Asnaf Delapan*. Melalui pendekatan operasional "jemput bola" (*Taisir*) dan strategi *Community-Based Marketing*, BPRS Haji Miskin tidak hanya berhasil membangun loyalitas ideologis dan kepercayaan publik (*Public Trust*) di tingkat akar rumput, tetapi juga membuktikan sebuah tesis penting: dalam ekosistem keuangan syariah, optimalisasi profit finansial dapat berjalan selaras dan saling memperkuat dengan tanggung jawab sosial-keagamaan demi mencapai kesejahteraan yang paripurna (*falah*).

Dinamika temuan ini membawa **implikasi teoretis dan praktis** yang signifikan. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur manajemen perbankan syariah mengenai aplikasi riil konsep *Sadd adz-Dzari'ah* dan *Taisir* pada lembaga keuangan mikro. Secara praktis, model integrasi AO dan layanan "jemput bola" ini dapat menjadi acuan bagi industri BPRS lain di Indonesia agar tetap kompetitif. Bagi manajemen PT BPRS Haji Miskin, tantangan strategis ke depan adalah bagaimana mengintegrasikan sistem digitalisasi dalam layanan operasional tersebut guna meningkatkan efisiensi, tanpa harus mengorbankan kedekatan personal (*personal touch*) yang selama ini menjadi keunggulan kompetitifnya. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki **keterbatasan** karena hanya menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif pada satu institusi perbankan dengan karakteristik wilayah yang spesifik. Oleh karena itu, **saran** untuk agenda penelitian mendatang adalah diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan dengan melakukan studi komparatif antar-BPRS di tingkat regional atau nasional. Selain itu, penggunaan pendekatan kuantitatif atau *mixed-methods* sangat direkomendasikan untuk menguji secara empiris sejauh mana variabel-variabel implementasi *Maqashid Syariah* ini berpengaruh langsung terhadap kinerja keuangan, penurunan NPF, dan keberlanjutan bisnis (*sustainability*) perbankan syariah dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan lapangan dan analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi *Maqashid Syariah* dalam strategi bisnis PT BPRS Haji Miskin telah berjalan dengan sangat baik dan komprehensif melalui integrasi lima pilar utama:

Pertama, pada aspek bauran pemasaran (*marketing mix*), bank mengintegrasikan prinsip *Hifdz al-Maal* (perlindungan harta) secara konsisten. Hal ini diwujudkan melalui transparansi penetapan harga dan margin keuntungan yang adil guna menghindari eksploitasi finansial nasabah UMKM. Strategi distribusi dan promosi juga dioptimalkan melalui pemilihan lokasi strategis (seperti di wilayah Pandai Sikek) serta penerapan layanan "jemput bola" (*Taisir*). Pendekatan ini tidak hanya mempermudah akses modal bagi masyarakat kecil demi pemerataan distribusi kekayaan, tetapi juga mentransformasikan aktivitas promosi sebagai sarana edukasi keuangan syariah dan dakwah (*tabligh*).

Kedua, penyelarasan nilai syariah ditransformasikan secara nyata ke dalam kualitas *Islamic Human Capital*. Para karyawan, khususnya *Account Officer* (AO), tidak sekadar berperan sebagai tenaga pemasar, melainkan instrumen hidup yang menginternalisasikan sifat *Shiddiq* (jujur), *Amanah* (terpercaya), *Tabligh* (transparan), dan *Fathanah* (profesional). Melalui pendekatan personal dan pendampingan usaha secara berkala, peran AO terbukti efektif dalam memitigasi risiko *moral hazard*, menekan pembiayaan bermasalah (NPF), serta membangun hubungan kemitraan yang solid dan berbasis kepercayaan mendalam dengan nasabah.

Ketiga, bank berhasil menyeimbangkan fungsi komersial dan pemenuhan *Maslahah Ammah* (kepentingan umum) melalui instrumen filantropi Islam. BPRS Haji Miskin tidak hanya berorientasi pada profitabilitas pembiayaan, melainkan aktif mengelola dana sosial (ZIS) dan *Qardhul Hasan* untuk membantu komunitas pelaku usaha mikro yang tidak memenuhi persyaratan perbankan konvensional (*unbankable*). Kebijakan manajemen risiko yang diterapkan juga sangat manusiawi; penanganan pembiayaan bermasalah lebih mengedepankan solusi restrukturisasi yang moderat serta pemanfaatan dana kebajikan bagi nasabah yang benar-benar mengalami kesulitan finansial. Secara keseluruhan, strategi bisnis PT BPRS Haji Miskin membuktikan sebuah tesis penting bahwa dalam ekosistem keuangan syariah, optimalisasi profit finansial lembaga dapat berjalan selaras, saling memperkuat, dan terintegrasi secara utuh dengan tanggung jawab sosial-keagamaan demi menghadirkan kemaslahatan dan kesejahteraan yang paripurna (*falah*) bagi seluruh pemangku kepentingan.

Berdasarkan temuan penelitian dan keterbatasan yang ada, beberapa saran strategis dapat diajukan kepada pihak-pihak terkait.

Pertama, bagi PT BPRS Haji Miskin, manajemen disarankan untuk terus mempertahankan nilai-nilai integritas berbasis *Islamic Human Capital* serta layanan personal "jemput bola" (*Taisir*) yang telah menjadi keunggulan kompetitif bank di tingkat akar rumput. Di samping itu, akselerasi pengembangan sistem digitalisasi yang sederhana dan aplikatif perlu dipertimbangkan guna mempercepat efisiensi layanan, tanpa harus menghilangkan sentuhan kemanusiaan (*personal touch*) yang selama ini menjadi ciri khas hubungan emosional dengan nasabah.

Kedua, bagi para pelaku UMKM selaku nasabah, diharapkan dapat terus meningkatkan keterbukaan, kedisiplinan, dan transparansi mengenai kondisi riil perkembangan usahanya kepada pihak bank. Sikap amanah dan komunikatif ini sangat krusial agar jika terjadi kendala finansial atau penurunan omzet di masa depan, pihak bank dapat melakukan mitigasi risiko dan memberikan solusi penyelamatan berupa restrukturisasi pembiayaan secara cepat, tepat sasaran, dan berkeadilan.

Ketiga, untuk agenda penelitian selanjutnya, mengingat studi ini masih terbatas pada analisis kualitatif deskriptif mengenai strategi bisnis dan manajemen internal, peneliti mendatang disarankan untuk memperluas cakupan riset. Direkomendasikan untuk mengkaji efektivitas pembiayaan berbasis *Maqashid Syariah* ini terhadap pengentasan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan nasabah secara kuantitatif, atau menganalisis lebih mendalam mengenai peran tata kelola Dewan Pengawas Syariah (DPS) dalam memonitoring kepatuhan syariah (*shariah compliance*) pada setiap inovasi produk baru di lembaga tersebut

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Anshori, A. G. (2007). *Perbankan Syariah di Indonesia - Abdul Ghofur Anshori - Google Buku*. In Gadjah Mada University Press (pp. 1-460).

An Introduction to Islamic Finance_Theory and Practice - Zamir Iqbal, Abbas Mirakhor - Google Buku. (n.d.).

Education, P., Lane, K., & Osborn, E. B. (2017). Kotler, Philip and Keller Kelvin Lane. (2016). *Marketing Management*. 1(2).

Kotler, P. (n.d.). *Marketing Management, Millenium Edition*.

Maqasid Al-Shari'ah Made Simple - Mohammad Hashim Kamali - Google Buku. (n.d.).

Sistem moneter Islam - Muhammad Umer Chapra - Google Buku. (n.d.).

The Future of Economics_An Islamic Perspective - M. (n.d.).

The Secrets of Word-of-Mouth Marketing How to Trigger Exponential Sales. (n.d.).

Jurnal

Abdul, A. R., Mandiri, D. P., Astuti, W., & Arkoyah, S. (2022). Tantangan Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 352-365. https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).9505. Agustin, H. (2021). TEORI BANK SYARIAH. 2(1), 67-83.

Ahsanul Amal, M., Gunawan, D., Choiri, M., & Badrus Zaman, A. R. (2024). The Impact of Maqashid Syariah on the Human Development Index (HDI): The Case of Indonesia. *Journal of Islamic Economic Laws*, 7(02), 109-127. https://doi.org/10.23917/jisel.v7i02.6127.

Arief, H. (2019). Pengaruh Financial Sustainability Terhadap Jangkauan BPR Syariah Di Propinsi Sumatera Barat. 3(2), 31-46.

Arguments, R. C. (2025). *Journal of Educational Sciences*. 9(6), 5793-5803.

Authors, F. (2014). Islamic environmental ethics. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2012-0060.

Borongan, K., & Maulana, C. V. (2024). Analisis maqashid syariah (hifdz al-maal) pada karyawan borongan cv. maulana al-ghifary. 3(4), 52-65.

Bank, P., Rakyat, P., Bprs, S., & Pengembangan, D. (2020). *INKLUSIF: JURNAL PENGKAJIAN PENELITIAN*. 2, 114-126.

Dahlan, M. A., Wildan, M., Irfan, A., & Taufik, M. (2026). MAQASHID AL-SHARI 'AH AS THE CONVERGENCE OF UNIVERSAL AND ISLAMIC HUMAN RIGHTS: JASSER AUDA'S SYSTEMS APPROACH. 1(1), 36-55.

Dinata, D. N. (2025). PEMIKIRAN EKONOMI ABU ISHAQ AL-SYATIBI. 2(2).

Etika, C., Islam, U., Raden, N., Indeks, I., Syariah, M., Syariah, K. P., & Sharia, M. (2024). Analisis Kinerja Perbankan Syariah Dengan Pendekatan Indeks Maqoshid Syariah Di Indonesia. *Liabilities (Jurnal Pendidikan Akuntansi)*, 1-10. https://doi.org/10.30596/liabilities.v7i3.21638.

Fadilah, D. (2025). Peran Kebijakan Pemerintah Indonesia dalam Menjaga Stabilitas Ekonomi: Tinjauan Maqasid Syariah Tentang Hifzh Al-Mal. 2(6), 1-18. Hidayat,

D. (2026). Financial Contribution of Sharia Philanthropy to Sustainable Social Development. 5(1), 4583-4590.

Kettell, B. (2008). Introduction to Islamic Banking & Finance. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* (Vol. 1, Issue 4). https://doi.org/10.1108/17538390810919655.

Konvensional, S. D., Marhania, S., Pramudita, L. A., Lestari, S. P., Jasmiko, A., & Ardianty, A. (2024). Perbandingan Perlindungan Harta (Hifdz Al-Mal) Antara Perbankan. 2(1), 87-98.

Khaliq, M. N., Pangestu, A., Islam, U., & Sunan, N. (2025). Teori Maqasid Syariah Klasik (Asy-Syatibi). 11(1), 149-162.

Meilinda, S. D., Buhri, M. N. R. U., Suwandi, S., & Rozie, A. (2024). Systematic Literature Review of Syariah Regional Regulations Maqashid Syariah Perspective. *Al-Daulah: Jurnal Hukum Dan Perundangan Islam*, 14(1), 107-137. https://doi.org/10.15642/ad.2024.14.1.107-137.

Mohiuddin, S. K., & Siddiqui, D. A. (2023). The Development of the Maqasid Al Shariah Index to Assess the Sharia Compatibility Performance of Islamic Industry Including Other Industry and Financial Industry & Banks. *SSRN Electronic Journal*, 1-45. https://doi.org/10.2139/ssrn.4432530.

Nasabah, K., Bank, P., Afrillia, W., Fauzi, A., Rambe, D., & Anggraeni, T. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Layanan Terhadap. 1(3), 212-218.

Nooraiman, M., Mohd, N., & Hazli, R. (2022). A REVIEW OF INDICATORS FOR THE PRESERVATION OF WEALTH (HIFZ AL-MAL) BASED ON MAQASID AL-SHARIAH. 4(1), 23-29.

Nur Rianto Al Arif, M., Nachrowi, N. D., Nasution, M. E., & Zakir Mahmud, T. M. (2017). The Islamic banking spin-off: Lessons from Indonesian Islamic banking experiences. *Journal of King Abdulaziz University, Islamic Economics*, 30(2), 117-133. https://doi.org/10.4197/Islec.30-2.11.

Raehani, N., Layuk, H. A., & Kamaruddin, K. (2025). Peran Bank Syariah Dalam Pengembangan Ekonomi Islam Di Indonesia. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 8(1), 537-543. https://doi.org/10.31004/jrpp.v8i1.41518.

Rosman, R., Redzuan, N. H., Mokhtar, N. Z. N., Engku Ali, E. R. A., & Mohammed, M. O. (2022). Islamic Social Finance and Sustainable Development Goals: Issues and Challenges. *Journal of Islamic Finance*, 11(2), 56-67. https://doi.org/10.31436/jif.v11i2.690.

Sari, D. P., Fitri, A. O., & Fasa, M. I. (2025). *Inflasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan* Implementasi Prinsip Maqashid Operasional Perbankan Syariah Syariah Dalam Inflasi Jurnal Ekonomi Manajemen dan Perbankan. 2, 50-57. Shidiq, G. (1970). Teori Maqashid Al-Syari'Ah Dalam Hukum Islam. *Majalah Ilmiah Sultan Agung*, 44(118), 117-130.

Studies, P., & Lumpur, K. (2022). Maqashid Al Shariah in Economic Development: Theoretical Review of Muhammad Umer Chapra Thoughts (*Millah: Jurnal Studi Agama*). 21(2), 583-612. https://doi.org/10.20885/millah.vol21.iss2.art10.

Utami, M. S. M., & Muslikhati, M. (2019). Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK), Capital Adequacy Ratio (CAR), Non Performing Financing (NPF) terhadap Likuiditas Bank Umum Syariah (BUS) Periode 2015-2017. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 33. https://doi.org/10.22219/jes.v4i1.8495.