

Cakti Indra Gunawan
Ahmad Mukoffi
Adrian Junaidar Handayanto

Cakti Indra Gunawan
Ahmad Mukoffi
Adrian Junaidar Handayanto

Strategi Perbankan Syariah Menghadapi Persaingan Di Era MEA

EDISI 1
2017.CV.IRDH

STRATEGI PERBANKAN SYARIAH

MENGHADAPI PERSAINGAN DI ERA MASYARAKAT EKONOMI ASEAN

Buku ini memfokuskan pada kajian strategi perbankan syariah dalam menghadapi persaingan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Buku ini bermanfaat untuk mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis serta fakultas lain yang mengkaji tentang perbankan. Keunikan dari buku ini adalah terkuaknya model yang tepat bagi perbankan syariah di Indonesia dalam bentuk KPPS Strategi.



Diterbitkan Oleh:

CV. IRDH (Research & Publishing)
Anggota IKAPI No. 159-JTE-2017
Office : - Jl. A Yani Gg. Sokaya 59 Purwokerto
- Perum New Villa Bukit Sengkaling
Blok C9 No. 1 Malang
HP/WA. 089621424412
www.irdhcenter.com
email : irdhresearch@gmail.com

website: www.irdhbook.com

**STRATEGI MODEL PERBANKAN SYARIAH MENGHADAPI
PERSAINGAN DI ERA MASYARAKAT EKONOMI ASEAN
(MEA)**

Penulis:

Cakti Indra Gunawan, SE., MM., Ph.D

Ahmad Mukoffi, SE., M.SA

Adrian Junaidar Handayanto, ST., MBA

International Research and Development for Human Beings

Malang

2017

**STRATEGI MODEL PERBANKAN SYARIAH MENGHADAPI
PERSAINGAN DI ERA MASYARAKAT EKONOMI ASEAN
(MEA)**

Penulis : Cakti Indra Gunawan, SE., MM., Ph.D
Ahmad Mukoffi, SE., M.SA
Adrian Junaidar Handayanto, ST., MBA

ISBN : 978-602-6672-32-2

Editor : M. Archi Maulyda, SPd

Penyunting : Try Kusuma Wardana , S.Si

Cover & Layout : Rina Purnawati

Cetakan pertama, Agustus 2017
Jumlah Halaman, vi + 243 ; 18,2 X 25,7 cm

Diterbitkan oleh:



CV. IRDH (Research & Publishing)
Anggota IKAPI No. 159-JTE-2017
Office: Jl. A Yani Gg. Sokajaya 59 Purwokerto
New Villa Bukit Sengkaling C9 No. 1 Malang
HP. 082227031919 WA. 089621424412
www.irdhresearch.com www.irdhcenter.com
www.irdhbook.com email: irdhresearch@gmail.com

Sanksi Pelanggaran Pasal 27 Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002
Tentang Hak Cipta:

- 1) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
- 2) Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami ucapkan yang setinggi-tingginya kepada Alloh SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang; karena karuniaNya. Nyalah buku yang berjudul Strategi Perbankan Syariah Menghadapi Persaingan di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Buku ini diproyeksikan untuk para mahasiswa, dosen dan praktisi untuk memahami lebih dalam tentang strategi perbankan syariah di Indonesia dalam menghadapi tantangan yang semakin ketat di era MEA. Buku ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan dana dari Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) DIKTI tahun anggaran 2017.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada DRPM DIKTI atas dukungan dana dalam menyelesaikan penelitian jalur PPT. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada Rektor Universitas Tribhuwana Tungadewi (UNITRI) dan Kepala LPPPM UNITRI atas *support* yang diberikan kepada penulis. Tak lupa kami juga mengucapkan terima kasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi UNITRI atas dorongan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan buku ini.

Harapan penulis, semoga buku ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta fakultas lain yang mempelajari Strategi Perbankan dan khususnya Perbankan Syariah. Kami juga berharap buku ini dapat memberikan khazanah baru dalam keilmuan ekonomi dan sosial serta manajemen dan mengisi *lack of knowledge* yang ada dalam kajian atau studi perbankan syariah ini. Kritik dan saran dapat disampaikan kepada kami melalui email: cakti.gunawan@gmail.com

Malang, 1 Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENERBIT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1. Pendahuluan.....	1
1.1 Kondisi perbankan di Indonesia secara umum.....	1
1.2 Kondisi perbankan syariah di Indonesia.....	7
1.3 Ringkasan	29
BAB 2 Fenomena Perbankan Umum Di Indonesia.....	31
2.1 sejarah perbankan umum di Indonesia.....	31
2.2 persaingan antar bank umum di Indonesia.....	57
2.3 Ringkasan	63
BAB 3 Perspektif Perbankan Syariah Di Indonesia.....	65
3.1 Sejarah Perbankan Syariah di Indonesia.....	65
3.2 Persaingan Antar Perbankan Syariah di Indonesia.....	79
3.3 Ringkasan	87
BAB 4 Persaingan di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN.....	90
4.1 Masyarakat Ekonomi ASEAN.....	90
4.2 Persaingan Antar Bank Di Indonesia Dengan Bank Asing.....	100
4.3 Persaingan Antar Bank Umum Dan Bank Syariah Di Indonesia...	104
4.4 Ringkasan	108
BAB 5 Strategi Perbankan Syariah Dari Sisi Sumber Daya Manusia.....	110
5.1 SDM Perbankan Syariah Dan Realitasnya.....	110
5.2 Meningkatkan Kualitas SDM	113
5.3 Ringkasan	127
BAB 6 strategi perbankan Syariah dari sisi Keuangan.....	130
6.1 Realitas Manajemen Keuangan Syariah.....	130
6.2 Peningkatan Kualitas Pengelolaan Manajemen Keuangan.....	140
6.3 Ringkasan	149
BAB 7 Strategi Perbankan Syariah Dari Aspek Pemasaran.....	152
7.1 realitas Manajemen pemasaran di perbankan syariah.....	152
7.2 strategi peningkatan manajemen pemasaran.....	158
7.3 Ringkasan	173
BAB 8 Strategi Perbankan Syariah Dari Aspek Produksi Layanan Jasa...	175
8.1 Realitas Produk Di Perbankan Syariah.....	175
8.2 Strategi Peningkatan Manajemen Produksi.....	182

8.3 Ringkasan	190
BAB 9 Kesimpulan Dan Penutup	192
BAB 10 Kondisi Perbankan Syariah Di Kota Malang.....	200
BAB 11 Kondisi Perbankan Syariah Di Kota Jakarta.....	208
DAFTAR PUSTAKA.....	218
GLOSARIUM.....	232
INDEKS.....	236
TENTANG PENULIS.....	238

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Kondisi Perbankan di Indonesia Secara Umum

Indonesia sebagai salah satu sebagai terbesar di Asia, memegang peranan penting dalam perkembangan perekonomian dan perputaran ekonomi Asia (Widyastuti, 2013). Dengan jumlah penduduk yang padat dan sebagai Negara yang memiliki potensi ekonomi yang sangat menjanjikan, membuat Indonesia menjadi saah satu Negara yang diperhitungkan dalam persaingan ekonomi di Negara-negara Asia. Sukarno (2016) menjelaskan bahwa dalam upaya peningkatan perekonomian sebuah Negara, perlu adanya lembaga-lembaga keuanganyang dapat fokus mengurus sektor perekonomian negara.

Sukarno menambahkan bahwa keberadaan lembaga-lembaga ekonomi, dalam hal ini adalah perbankan sangat penting dalam sistem perekonomian modern. Jumono (2017) menambahkan bahwa, perbankan sebagai badan usaha yang bergerak di bidang keuangan atau finansial sangat membutuhkan kepercayaan dari para nasabah tersebut guna mendukung dan memperlancar kegiatan yang dilakukannya. Lancarnya kegiatan yang dilakukan oleh bank akan sangat mendukung dalam mencapai kesejahteraan para *stakeholder* dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Aktifitas perbankan Indonesia pada periode 2011-2016 dapat kita lihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Laba dan ROA Perbankan Tahun 2000-2005

Tahun	Laba	ROA
2011	6,92 Triliun	0,90 %
2012	9,26 Triliun	1,37%
2013	17,75 Triliun	1,90%
2014	20,26 Triliun	2,50%
2015	29,64 Triliun	3,50%
2016	22,65 Triliun	2,20%

Sumber : BI, 2017. Diolah

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa laba dan ROA perbankan selama 4 (empat) tahun berturut turut yaitu dari tahun 2011-2016 mengalami kenaikan, yaitu laba mengalami kenaikan sebesar 22,72 triliun menjadi 29,64 triliun. Sedangkan ROA mengalami kenaikan sebesar 2,60 persen menjadi 3,50 persen. Pada tahun 2005 perbankan mengalami penurunan laba 23,56 persen atau sebesar 6,99 triliun, yaitu menjadi 22,65 triliun. Sedangkan penurunan ROA sebesar 1,30 persen yaitu menjadi 2,20 persen. Penurunan laba dan ROA ini merupakan untuk pertama kalinya dalam delapan belas tahun terakhir sejak terjadinya krisis 1998.

Lebih lanjut, Athoilah (2007) menjelaskan Kinerja perbankan pada tahun 2007, menunjukkan bahwa selama tahun 2007 jumlah aktiva produktif mengalami peningkatan Rp 235,8 triliun (15,2%) yang diakibatkan oleh kenaikan kredit sebesar Rp 12,8 triliun (25,5%). Kenaikan jumlah kredit yang disalurkan pun telah melampaui target Rencana Bisnis Bank tahun 2007 sebesar 22%, kenaikan kredit ini terutama bersumber dari Dana Pihak Ketiga

(DPK) yaitu sebesar 223,8 triliun (17,4%). Hal yang perlu menjadi perhatian atas dampak kenaikan pertumbuhan kredit yang tinggi adalah kondisi non-performing loan (NPL) perbankan (Laporan Pengawasan Perbankan-LPP, 2007).

Pemerintah lewat beberapa program yang dicanangkan telah berupaya merestrukturisasi perbankan nasional agar tidak terjadi krisis dimasa yang akan datang. Program pemerintah tersebut antara lain, (a) Program pemulihan perbankan yang meliputi program penjaminan (*Blanket guarantee*), yaitu program rekapitulasi dan restrukturisasi kredit. (b) Upaya pematapan sistem ketahanan perbankan yang meliputi peningkatan infrastruktur perbankan, tata kelola yang baik dan pengawasan serta peraturan perbankan (Medyawati, 2011).

Peningkatan kompetisi perbankan di Indonesia sebenarnya mulai terasa sejak adanya keterbukaan perbankan Indonesia, yang diinisiasi dengan dikeluarkannya paket kebijakan pada tanggal 1 Juni 1983 (PAKJUN) dengan tujuan memodernisasi perbankan dan kemudian dilanjutkan dengan paket Oktober (PAKTO) pada tanggal 27 Oktober 1988, yang memberi kemudahan perijinan pendirian bank baru, termasuk pembukaan kantor cabang. Saat itu, dengan dana Rp 10 miliar saja, para investor sudah dapat mendirikan sebuah bank baru (Hilman, 2014), dan ini menyebabkan peningkatan signifikan pada jumlah bank.

Widyastuti (2013) menjelaskan bahwa, peningkatan jumlah bank berpotensi mendorong bisnis sektor perbankan menjadi lebih kompetitif dan meningkatkan efisiensi dan kesehatan perbankan. Namun untuk perbankan Indonesia, sebagian besar bank-bank

swasta pada masa sebelum krisis dimiliki oleh para usahawan besar; akibatnya, pada saat usahanya membutuhkan pendanaan besar, mereka cenderung memobilisasi dana masyarakat melalui banknya untuk kepentingan usahanya (kelompok/grupnya). Ini berarti tujuan penerbitan Pakto 88 yang awalnya bertujuan untuk mengalirkan dana masyarakat kepada masyarakat, bergeser menjadi penyaluran kepada grupnya sehingga muncul potensi pelanggaran Batas Maksimum Pemberian Kredit (BMPK), (Kristianti dan Yovin, 2016). Kondisi ini melemahkan infrastruktur industri perbankan, akibatnya ketika pasar keuangan internasional bergejolak, yang dimulai dengan krisis nilai tukar mata uang di negara-negara Asia, perbankan Indonesia tidak mampu bertahan. Kondisi ini mengakibatkan meningkatnya krisis kepercayaan terhadap rupiah dan perbankan nasional, terutama setelah adanya pencabutan ijin usaha 16 bank pada bulan November 1997.

Untuk menanggulangi krisis kepercayaan yang terjadi, tahun 1999, pemerintah mengeluarkan Undang-Undang no. 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia yang menekankan pada pemulihan, pemeliharaan dan penstabilan nilai rupiah agar pertumbuhan perekonomian dapat berjalan (Widyastuti, 2013). Langkah selanjutnya yang diambil pemerintah adalah menerbitkan API (Arsitektur Perbankan Indonesia) sebagai kerangka dasar sistem perbankan Indonesia secara menyeluruh lewat Bank Indonesia. API ini bertujuan untuk memberikan arah, bentuk dan tatanan industri perbankan untuk rentang waktu lima sampai sepuluh tahun kedepan (BI, 2007).

Menurut Hajiwidjaja (2016) terdapat 5 hal penting yang harus diperhatikan oleh sebuah lembaga perbankan dalam meningkatkan kualitas lembaganya. Pertama, tentu saja adalah sebuah struktur perbankan yang sehat. Sehat dalam artian lepas dari unsur-unsur KKN, bidang perekonomian sangat dekat dengan uang. Hal ini sangat dekat dengan unsur KKN terutama korupsi yang sering kita jumpai saat ini. Untuk meningkatkan kualitas perekonomian kita harus menjauhkan lembaga-lembaga ekonomi seperti perbankan yang merupakan pilar utama disektor ekonomi dengan unsur KKN ini. Selain itu aspek perbankan harus diperkuat, agar Indonesia memiliki ketahanan ekonomi yang baik dan tidak gampang jatuh. Hal ini didukung oleh pernyataan Yusuf (2015) dimana ketahanan ekonomi sebuah Negara akan bergantung pada seberapa kuat sektor perbankan mengelola keuangan Negara tersebut.

Sektor perbankan juga harus memiliki infrastruktur pendukung yang memadai. Luintel (2008) memaparkan bahwa dengan adanya sarana infrastruktur yang lengkap, roda perputaran ekonomi yang dikelola oleh sektor perbankan akan berjalan dengan lancar. Hal ini akan berimbas pada kestabilan perekonomian sebuah Negara. Tidak kalah pentingnya adalah perbankan harus dapat memberikan perlindungan kepada konsumen untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap sektor perbankan (Ang, 2007).

Ariyanto (2004), menyatakan bahwa industri perbankan mempunyai karakteristik tertentu yang sangat berbeda dengan industri lainnya, diperlukan regulasi dan undang-undang yang jelas untuk dapat mengaturnya agar berjalan sesuai dengan sasaran utamanya yaitu menuju perbankan yang sehat. Persaingan usaha

yang terlalu ketat (*overcompetition*) dalam industri perbankan akan memaksa bank untuk mengambil resiko lebih tinggi (*excessive risk*) terutama dalam persaingan pasar kredit dan deposito.

Sekali lagi, persaingan industri perbankan adalah penting. Ini dikarenakan segala macam bentuk kegagalan pasar dan perilaku anti persaingan akan memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap efisiensi produksi, kesejahteraan masyarakat (*consumer welfare*) dan pertumbuhan ekonomi. Penelitian yang berkaitan dengan struktur pasar perbankan dan penyebarannya telah banyak dilakukan di beberapa negara seperti penelitian yang dilakukan oleh Mamatzkis et al. (2005) di Eropa, Hondroyiannis et al. (1999) di Yunani, Bikker dan Haaf (2002) di 23 Negara maju, Trifonova (2005) di Bulgaria dan lain-lain. Hasil penelitian akan berbeda tergantung pada kondisi pasar yang ada di masing-masing tempat atau negara tersebut.

Banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja dan profitabilitas perbankan. Banyak juga penelitian-penelitian terhadap masalah ini yang dilakukan para ahli, namun sampai saat ini belum memberikan hasil yang konsisten. Penelitian De Jonghe (2008) dan Yuan (2006) memperlihatkan bahwa pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR) terhadap profitabilitas adalah positif. Hasil penelitian Trifonova (2005) menunjukkan hal yang berlawanan dengan hasil yang diperoleh oleh Sofriza Syofyan dan Werdaningtyas, dimana bahwa rasio kecukupan modal (CAR) berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Salah satu risiko yang dihadapi bank dalam menjalankan bisnisnya adalah risiko likuiditas. Temuan Wetzstein (2005) dalam

penelitiannya menunjukkan bahwa risiko likuiditas yang diprosikan dalam rasio Loan to Deposit Ratio (LDR) memiliki pengaruh yang positif terhadap profitabilitas. Adapun penelitian Yuan (2006) dan De Jonghe (2008) menunjukkan likuiditas berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Penelitian tentang risiko kredit dilakukan oleh Baltagi (2005) yang menyatakan bahwa kondisi Non Performing Loan (NPL) yang tinggi akan memperbesar biaya baik biaya pencadangan aktiva produktif maupun biaya yang lain, sehingga berpotensi untuk menimbulkan kerugian pada bank, atau dengan kata lain *Non Performing Loan* (NPL) menurunkan profitabilitas bank. Hal ini menunjukkan bahwa *Non Performing Loan* (NPL) berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang diperoleh Wetzstein (2005) yang menunjukkan bahwa *Non Performing Loan* (NPL) berpengaruh positif terhadap profitabilitas bank.

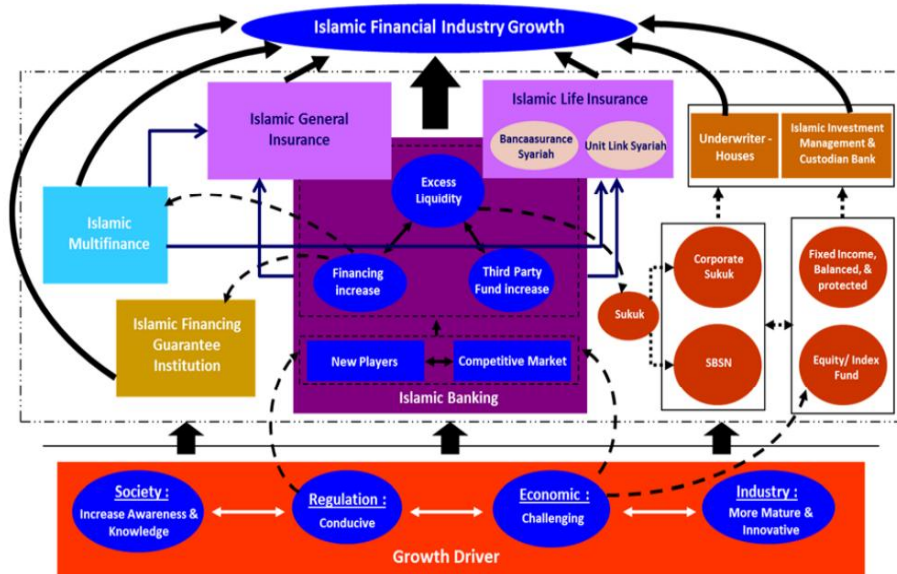
1.2 Kondisi Perbankan Syariah di Indonesia

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan dan dinamikanya (Hasan, 2014). Berdasarkan pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Dalam pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam rangka *dual banking* atau sistem perbankan ganda (Mala, 2017). Dalam undang-undang No. 10 tahun 1998 yang

dikeluarkan oleh Bank Indonesia (BI) menjelaskan bahwa banyak bank konvensional membuka UUS. Bank-bank syariah yang dibuka pada bank konvensional diantaranya adalah Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Syariah, Bank Jawa Barat (Jabar) Syariah, Bank Internasional Indonesia (BII) Syariah, Bank Danamon Syariah, Indonesia *Finance and Investment Company* (IFI) Syariah dan lainnya. Tidak hanya bank domestik akan tetapi banyak bank milik asing yang juga ikut membuka UUS, yaitu *Bank The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited* (HSBC) Syariah. Dengan bukanya unit syariah pada bank konvensional sangat membantu meningkatkan perkembangan perbankan syariah serta membantu sosialisasi kepada masyarakat. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia begitu pesat juga diikuti dengan pesatnya kajian dan publikasi mengenai prinsip-prinsip serta praktek-praktek bank syariah, serta meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan perbankan yang bebas riba.

Bedasarkan informasi dari Otorisasi Jasa Keuangan (OJK) 2014 dalam *Outlook Perbankan Syariah 2015*, sistem industri keuangan syariah di Indonesia yang terdiri dari Bank Syariah, Asuransi Syariah, *Multifinance* Syariah, Penjaminan Syariah, Pasar Modal, dan lembaga keuangan syariah lainnya merupakan suatu kesatuan yang saling berkaitan dan saling mempengaruhi satu sama lainnya dalam pertumbuhan industri keuangan syariah di Indonesia. Keterkaitan sistem industri keuangan syariah dapat dilihat pada gambar 1.1 di bawah ini:



Gambar 1 Peta Industri Keuangan Syariah

Sumber: *Outlook Perbankan Syariah 2015*

Saling keterkaitan sistem industri keuangan syariah ini dapat terlihat dari kondisi ketika bank syariah dengan lembaga syariah lainnya yang semakin bertambah dan kondisi pasar yang kompetitif akan mempengaruhi tingkat penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) dan pembiayaan yang diberikan. Dari sisi DPK, ketika DPK yang banyak terhimpun dan membuat bank kelebihan likuiditas akan mempengaruhi pasar modal syariah, misalnya meningkatnya permintaan sukuk, juga meningkatkan Manajemen Investasi Syariah dan Bank Kustodian Syariah. Dari sisi *Financing*, ketika *financing* meningkat maka akan mempengaruhi lembaga penjamin pembiayaan dan *multifinance* syariah. Ketika pembiayaan dan *multifinance* syariah tumbuh maka juga akan mempengaruhi lembaga asuransi jiwa dan asuransi umum.

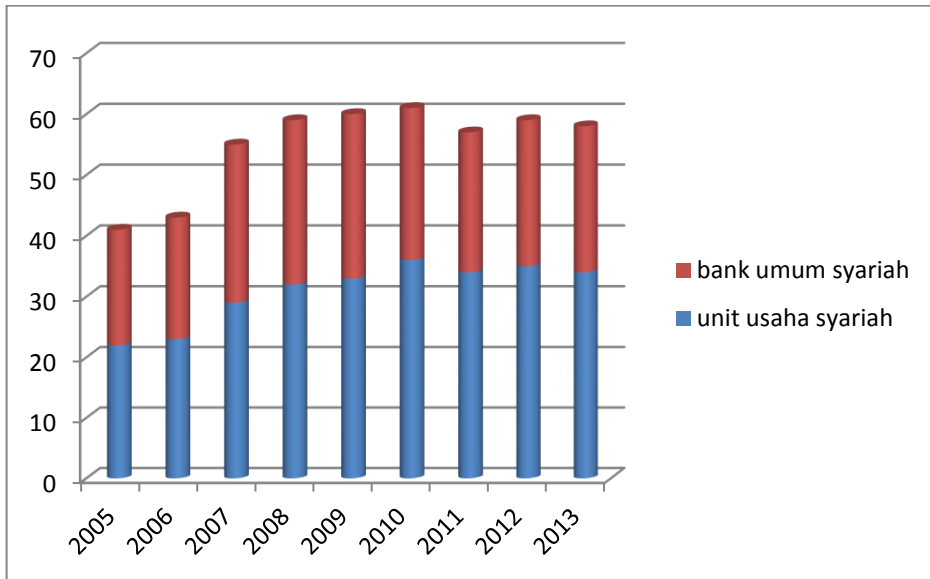
Laporan perkembangan perbankan syariah yang dipublikasikan oleh OJK menjelaskan bahwa perkembangan bank syariah di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan, hal tersebut dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah Bank Umum Syariah (BUS) dan UUS. Namun semakin menurun, terutama sejak tahun 2013, laporan perkembangan perbankan syariah dari tahun 2011 hingga tahun 2015 seperti yang tergambar pada tabel di bawah ini:

Tabel 2 Perkembangan Perbankan Syariah

Jumlah BUS	11	11	11	12	12	12	12
Jumlah UUS - BUS Konvensional	24	24	23	22	22	22	22
Jumlah BPRS	155	158	163	163	162	162	162
Jumlah Jaringan Kantor (BUS+UUS)	1,737	2,262	2,588	2,517	2463	2458	2248
Total Asset (Rp Trillion)	145,47	195.02	242.28	272,34	268.36	269.47	272.389
Pertumbuhan Aset (Joy)	49%	34%	24%	12.41%	11.39%	10.35%	10.74%
Market Share	3.98%	4.58%	4.89%	4.85%	4.68%	4.69%	1***
DPK (Rp Trillion)	115.41	147.51	183.53%	217.86%	212.99%	213.97	215.339
Pembiayaan (Rp Trillion)	102.66	147.51	184.12	199.30	200.71	201.53	203.894
NPF (gross)	2.52%	2.22%	2.62%	4.33%	4.81%	4.62%	4.76%
CAR	16.63%	14.13%	14.44%	16.10%	13.85%	14.06%	14.06%
FDR	88.94%	100.0%	100.32%	91.50%	94.24%	94.18%	94.69%

Sumber: *Outlook* Perbankan Syariah 2015

Tabel 2 dapat digambarkan pada gambar sebagai berikut:



Gambar 2 Perkembangan Lembaga Perbankan Syariah

Sumber: *Outlook Perbankan Syariah 2015*

Dari gambar di atas membuktikan bahwa pada tahun 2005 hanya berdiri 3 BUS yaitu Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri dan Bank Mega Syariah. Jika dilihat dari grafik di atas pertumbuhan UUS setiap tahun mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan pertumbuhan BUS, akan tetapi pada tahun 2010 UUS terjadi penurunan disebabkan karena ada beberapa UUS yang melakukan *spin off*. Dan pada tahun 2013 juga terjadi pengurangan jumlah UUS dikarenakan tutupnya HSBC Syariah dan pada pertengahan 2014 juga kembali terjadi pengurangan dari jumlah UUS dikarenakan Bank Tabungan Pensiun Nasional (BTPN) Syariah yang melakukan *spin off* di bulan Juli 2014 sehingga jumlah BUS menjadi 12 dan jumlah UUS menjadi 22.

Namun pertumbuhan BUS terbesar terjadi pada tahun 2010 yaitu 5 BUS baru.

Berdasarkan laporan dari *Outlook* perbankan Syariah 2015 menyatakan bahwa pertumbuhan industri perbankan syariah di Indonesia setiap tahunnya terjadi peningkatan. Peningkatan tersebut dapat di lihat dari pangsa pembiayaan yang semula Rp 184,1 triliun pada Desember 2013 menjadi Rp 187 triliun dari total aset BUS dan UUS pada Juni 2014, namun pangsa pasar pembiayaan syariah terjadi penurunan dan mencapai 3.69% sampai Juni 2014 dari perbankan nasional.

Hal yang sama juga terjadi pada presentase pertumbuhan pembiayaan bank syariah sampai Juni 2014 yang hanya sebesar 2.14%, walaupun masih tersisa 1 semester untuk bank syariah meningkatkan *growth* nya, namun diperkirakan tidak akan mencapai pertumbuhan tahun sebelumnya. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada gambar 1.3 di bawah ini mengenai perkembangan pembiayaan dan *market share* perbankan syariah.



Gambar 3 Perkembangan Pembiayaan dan *Market Share* Perbankan Syariah

Sumber: Outlook Perbankan Syariah 2015

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia yang cukup pesat merupakan hasil kerja keras Bank Indonesia dalam upaya pengembangan perbankan syariah di Indonesia dengan merumuskan sebuah *Grand Strategi* sebagai strategi komprehensif pengembangan pasar perbankan syariah yang meliputi beberapa aspek strategis, yaitu: penetapan visi sebagai industri perbankan syariah terkemuka di *Association of South East Asian (ASEAN)*, pembentukan citra baru perbankan syariah nasional yang bersifat inklusif dan universal, pemetaan pasar secara lebih akurat, pengembangan produk yang lebih beragam, peningkatan layanan, serta strategi komunikasi baru yang memposisikan perbankan syariah lebih dari sekedar bank (*beyond banking*) (Rozalinda, 2014). Penetapan visi tersebut sangat mendukung pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia, karena tepat di tanggal 31

Desember tahun 2015 negara-negara ASEAN memasuki sistem perekonomian dunia atau yang disebut Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) termasuk Indonesia (Bakhri, 2015).

ASEAN pasar tunggal 2015 sudah dimulai. Hal tersebut pada dasarnya diciptakan oleh para pemimpin negara-negara anggota ASEAN melalui komitmen bersama dari mereka yang dihasilkan dari Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ASEAN ke-13 di Singapura pada tahun 2007. Summit berhasil merumuskan cetak biru stabilitas ekonomi dan politik-keamanan di kawasan ASEAN (Konoras, 2014). Tujuan dibentuknya MEA di harapkan dapat mendorong setiap negara yang ikut dalam MEA untuk melaksanakan efisiensi secara optimal. Jika mekanisme dalam integrasi ekonomi regional berjalan dengan lancar di setiap negara ASEAN, maka setiap negara yang ikut serta dalam MEA dapat meningkatkan pembangunan ekonomi yang merata, kemakmuran masyarakat dan mendapatkan keuntungan walaupun sebarannya di setiap negara-negara kawasan ASEAN berbeda.

Pembentukan MEA memberikan peluang bagi sejumlah sektor ekonomi di kawasan Asia Tenggara untuk mendapatkan pangsa pasar dan investasi yang lebih luas. Implikasi pemberlakuan MEA menjadikan perekonomian suatu negara sepenuhnya terintegrasi ke dalam ekonomi global untuk bersiap terlibat di lima elemen pasar tunggal (arus barang bebas, arus jasa bebas, arus investasi bebas, arus modal bebas, dan arus tenaga kerja bebas) dalam kesatuan basis produksi. Negara-negara kawasan ASEAN

yang ikut bergabung dalam MEA dituntut untuk saling bersaing dengan memanfaatkan peluang yang ada (Bakhri, 2015).

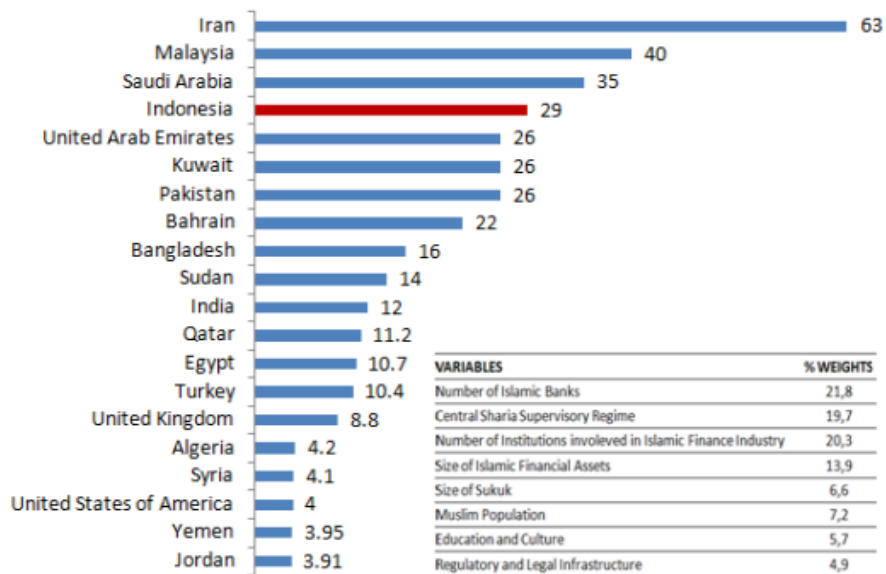
Kesepakatan Indonesia dalam MEA 2015 menjadi sebuah tantangan perbankan syariah karena pasar potensial domestik akan diambil oleh pesaing dari negara lain. Indonesia yang merupakan salah satu anggota negara ASEAN dituntut agar dapat bersaing dengan sembilan negara ASEAN lainnya yaitu Laos, Brunei Darussalam, Filipina, Kamboja, Malaysia, Myanmar, Singapura, Thailand, dan Vietnam. Setiap negara ASEAN memiliki kesempatan yang sama untuk memenangkan persaingan MEA 2015. Indonesia yang mayoritas berpenduduk kaum muslim, sudah selayaknya menjadi pelopor perkembangan perekonomian dalam sektor keuangan syariah (Alamsyah, 2012).

Dari informasi Milad ke-8 IAEI (Ikatan Ahli Ekonomi Islam) bahwa Indonesia memiliki potensi menjadi *global player* keuangan syariah, diantaranya: (1) jumlah penduduk muslim yang besar menjadi potensi nasabah industri keuangan syariah; (2) prospek ekonomi yang cerah, tercermin dari pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi (kisaran 6,0%-6,5%) yang ditopang oleh fundamental ekonomi yang solid; (3) peningkatan *sovereign credit rating* Indonesia menjadi *investment grade* yang akan meningkatkan minat investor untuk berinvestasi di sektor keuangan domestik, termasuk industri keuangan syariah; dan (4) memiliki sumber daya alam yang melimpah yang dapat dijadikan sebagai *underlying* transaksi industri keuangan syariah. MEA yang awalnya bertujuan untuk meningkatkan perekonomian di kawasan Asia Tenggara,

namun hal ini justru membuat kekhawatiran bagi sebagian masyarakat Indonesia (Alamsyah, 2012).

Menurut penilaian *Global Islamic Finance Report* (GIFR) pada tahun 2011 dalam rangka Milad-8 IAEI, 13 April 2012, seperti yang telah di ungkapkan Halim Alamsyah bahwa Indonesia memiliki potensi dalam pengembangan industri keuangan syariah, karena Indonesia berada pada urutan ke empat setelah Iran, Malaysia, dan Saudi Arabia (Hayat, 2014). Perkembangan industri keuangan syariah dapat di lihat pada gambar 1.4:

Ga



Gambar 4 Islamic Finance Country Index (IFCI, 2011)

Sumber: Milad ke-8 IAEI, 13 April 2012

Indonesia sebagai Negara yang berpenduduk muslim terbesar, sudah seyogyanya menjadi acuan dan kiblat

perkembangan keuangan berbasis syariah di dunia (Lo, 2014). Harapan ini bukanlah harapan yang mustahil untuk dicapai, mengingat Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam bidang perbankan (keuangan dan perekonomian). Hasan (2007) mengidentifikasi beberapa potensi yang dimiliki Indonesia antara lain:

- a) jumlah penduduk muslim yang besar menjadi potensi nasabah industri keuangan syariah;
- b) prospek ekonomi yang cerah, tercermin dari pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi (kisaran 6,0%-6,5%) yang ditopang oleh fundamental ekonomi yang solid;
- c) peningkatan sovereign credit rating Indonesia menjadi investment grade yang akan meningkatkan minat investor untuk berinvestasi di sektor keuangan domestik, termasuk industri keuangan syariah; dan,
- d) memiliki sumber daya alam yang melimpah yang dapat dijadikan sebagai underlying transaksi industri keuangan syariah.

Menurut data *Global Islamic Financial Report (GIFR)* tahun 2011, Indonesia berada pada posisi keempat dalam hal potensi dan kondusifitas perkembangan industri keuangan syariah setelah Iran, Malaysia dan Saudi Arabia. Irfan (2009) memaparkan bahwa aspek-aspek yang dilihat dalam penentuan peringkat ini adalah jumlah bank syariah yang ada, jumlah lembaga keuangan non-syariah, dan seberapa besar aset keuangan syariah yang dimiliki. Dengan melihat aspek-aspek tersebut Indonesia diproyeksikan akan menjadi Negara yang sangat berpotensi menjadi peringkat

pertama dalam beberapa tahun kedepan. Optimisme ini sejalan dengan laju ekspansi lembaga dan pertumbuhan aset perbankan yang semakin tinggi dan membaik, ditambah lagi dengan meningkatnya volume penerbitan sukuk yang mengalami peningkatan secara konstan.

Wangsawidjaja (2012) menjelaskan bahwa perkembangan keuangan syariah Indonesia yang berbasis *market driven* dan dorongan *bottom up* sehingga lebih bertumpu pada sektor riil dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, dapat menjadi keunggulan tersendiri dalam persaingan perekonomian diantara Negara-negara Islam. Berbeda dengan perkembangan keuangan syariah di Iran, Malaysia, dan Arab Saudi, dimana perkembangan keuangan syariahnya lebih bertumpu pada sektor keuangan, bukan sektor riil, dan peranan pemerintah sangat dominan. Umam dan Khaerul (2013) menambahkan bahwa selain dalam bentuk dukungan regulasi yang baik, penempatan keuangan pemerintah dan perusahaan milik Negara pada lembaga keuangan syariah membuat total aset Negara menjadi meningkat secara signifikan. Apalagi saat Negara-negara tersebut menggunakan *windfall profit* dari kenaikan harga minyak dan komoditas.

Basran (2005) menjelaskan bahwa Indonesia memiliki keunggulan lain di bidang industri perbankan yaitu *regulatory regime* yang dinilai lebih baik dibanding dengan negara lain. Di Indonesia kewenangan mengeluarkan fatwa keuangan syariah bersifat terpusat oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) – Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang merupakan institusi yang independen. Sementara di negara lain, fatwa dapat dikeluarkan

oleh perorangan ulama sehingga peluang terjadinya perbedaan sangat besar. Hal ini didukung oleh Kasmir (2000:35) yang memberikan informasi bahwa di Malaysia, struktur organisasi lembaga fatwa ini berada di bawah Bank Negara Malaysia (BNM), tidak berdiri sendiri secara independen.

Sebagai salah satu penggerak utama sektor perbankan Negara, Bank Indonesia telah menunjukkan keseriusan dalam mendorong perkembangan perbankan syariah (Mervyn, 2007:89). Semangat ini dilandasi oleh keyakinan bahwa perbankan syariah akan membawa *maslahat* bagi peningkatan ekonomi dan pemerataan kesejahteraan masyarakat.

Sutrisno (2013) telah mengidentifikasi beberapa manfaat yang ditawarkan oleh pengelolaan perbankan syariah.

- a. Pertama, bank syariah lebih dekat dengan sektor riil karena produk yang ditawarkan, khususnya dalam pembiayaan, senantiasa menggunakan *underlying* transaksi di sektor riil sehingga dampaknya lebih nyata dalam mendorong pertumbuhan ekonomi.
- b. Kedua, tidak terdapat produk-produk yang bersifat spekulatif (*gharar*) sehingga mempunyai daya tahan yang kuat dan teruji ketangguhannya dari direct hit krisis keuangan global. Secara makro, perbankan syariah dapat memberikan daya dukung terhadap terciptanya stabilitas sistem keuangan dan perekonomian nasional.
- c. Ketiga, sistem bagi hasil (*profit-loss sharing*) yang menjadi ruh perbankan syariah akan membawa manfaat yang lebih adil bagi semua pihak, baik bagi pemilik dana selaku deposan,

pengusaha selaku debitur maupun pihak bank selaku pengelola dana. Hal ini didukung oleh pernyataan Widyastuti (2013) bahwa sistem perbankan syariah yang adil telah membangun kepercayaan nasabah kepada pihak bank. Hal ini akan mendukung upaya pemerintah dalam mengembangkan sektor perekonomian lewat pengelolaan industri perbankan yang kokoh dan stabil.

Hasan (2011) menjelaskan bawasanya bank Indonesia telah menyusun kebijakan pengembangan perbankan syariah di Indonesia, dengan menerbitkan “Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia” pada tahun 2002. Berbagai aspek telah dipertimbangkan secara komprehensif dalam penyusunannya, antara lain kondisi aktual industri perbankan syariah nasional beserta perangkat-perangkat terkait, trend perkembangan industri perbankan syariah di dunia internasional dan perkembangan sistem keuangan syariah nasional, kerangka sistem keuangan yang bersifat lebih makro seperti Arsitektur Perbankan Indonesia (API) dan Arsitektur Sistem Keuangan Indonesia (ASKI) maupun international best practices yang dirumuskan lembaga-lembaga keuangan syariah internasional, seperti IFSB (*Islamic Financial Services Board*), AAOIFI (*Accounting and Auditing Organisation for Islamic Financial Institution*) dan IIFM (*International Islamic Financial Market*).

Sasaran yang ingin dicapai dalam kurun waktu 10 tahun adalah pencapaian pangsa pasar perbankan syariah yang signifikan melalui pendalaman peran perbankan syariah dalam aktivitas keuangan nasional, regional dan internasional, dalam kondisi mulai

terbentuknya integrasi dengan sektor keuangan syariah lainnya (Umam dan Khaerul, 2013). Dalam jangka pendek, perbankan syariah nasional lebih diarahkan pada pelayanan pasar domestik yang potensinya masih sangat besar.

Dengan kata lain, perbankan Syariah nasional harus sanggup untuk menjadi pemain domestik akan tetapi memiliki kualitas layanan dan kinerja yang bertaraf internasional (Wangsawidjaja, 2012). Pada akhirnya, sistem perbankan syariah yang ingin diwujudkan oleh Bank Indonesia adalah perbankan syariah yang modern, yang bersifat universal, terbuka bagi seluruh masyarakat Indonesia tanpa terkecuali. Menurut Yuliadi (2013) Bank Indonesia telah merumuskan sebuah Grand Strategi Pengembangan Pasar Perbankan Syariah, sebagai strategi komprehensif pengembangan pasar yang meliputi aspek-aspek strategis, yaitu: Penetapan visi 2010 sebagai industri perbankan syariah terkemuka di ASEAN, pembentukan citra baru perbankan syariah nasional yang bersifat inklusif dan universal, pemetaan pasar secara lebih akurat, pengembangan produk yang lebih beragam, peningkatan layanan, serta strategi komunikasi baru yang memposisikan perbankan syariah lebih dari sekedar bank. Komitmen pemerintah Indonesia untuk mengembangkan perbankan syariah terlihat begitu besar.

Hal ini didorong oleh potensi pasar yang sangat besar sehingga membuat peningkatan drastis pemain dalam bank syariah. Apalagi penduduk Indonesia sebagian besar adalah muslim (Hasan, 2011). Komitmen ini telah dibuktikan dengan disusunnya Undang-Undang Perbankan Syariah. Didorong oleh perkembangan

industri perbankan syariah yang sangat pesat di Indonesia, artikel ini disusun untuk menunjukkan persaingan dalam industri perbankan syariah dan situasi persaingan dalam industri keuangan, sehingga dapat memberi input informasi untuk penyusunan strategi bersaing perusahaan yang bermain dalam industri perbankan syariah.

Dalam upaya pemerintah yang giat mengembangkan perbankan syariah di Indonesia, terdapat beberapa masalah dan tantangan yang ditemui. Menurut Asnaini (2008) di mayoritas masyarakat Indonesia masih berkembang stigma bahwa Islam hanya dapat diwujudkan dalam ritualisme *ubudiyah* semata dan mengkotakan Islam sebagai sebuah aspek yang tidak berkaitan dengan dunia perbankan, pasar modal, asuransi, deposito, giro, transaksi export-import, dan kegiatan perekonomian yang lain, bahkan ada anggapan bahwa paham didalam Islam akan dapat menghambat laju perekonomian. Faktanya hal ini adalah asumsi atau stigma yang salah, Yusuf (2015) menemukan bahwa kegiatan perekonomian yang berbasis Islam akan dapat membuat sektor perbankan dan keuangan Negara menjadi berkembang dan meningkat.

Sejalan dengan hal itu Zubair (2008) memaparkan bahwa pada hakekatnya ekonomi Islam bersifat universal dan diaplikasikan oleh semua orang, bahkan yang menganut agama selain Islam. Asumsi tersebut terbukti dengan adanya krisis multi dimensi di bidang ekonomi dan moneter yang pernah melanda Negara Indonesia beberapa waktu yang lalu, meskipun sudah keluar dari krisis tersebut namun dampaknya masih terasa sampai

saat sekarang, bahwa ternyata sistem ekonomi yang dianut dan dibanggakan selama ini khususnya di bidang perbankan kiranya tidak mampu menanggulangi dan mengatasi kondisi krisis ekonomi, bahkan boleh dikatakan sistem itu jauh dari nilai syar'i sebagai landasan operasionalnya, dan penyebab tumbuh dan berkembangnya budaya korupsi.

Wikaningrum (2011) juga memaparkan fakta dan realita berkata lain atau sebaliknya dunia perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dalam operasionalnya bersendikan syara', sehingga krisis ekonomi dan moneter yang terjadi merupakan momentum positif menunjukkan dan memberikan bukti secara nyata dan jelas kepada dunia perbankan, bahwa perbankan syariah kenyataannya tetap bertahan dan berkembang dalam kondisi krisis. Oleh karena saatnya Pemerintah dan rakyat Indonesia untuk membuka mata dan merubah cara pandang terhadap bank syariah sebagai alternatif untuk ditumbuhkembangkan dalam dunia Perbankan Indonesia saat ini (Muhammad, 2004:78).

Namun kenyataannya terkandung sangat disayangkan perkembangan bank syariah di Indonesia terkesan agak lambat karena kurang dikelola secara profesional. Kurang berkembangnya bank syariah terletak pada umatnya sendiri, karena masih ada umat Islam belum paham ekonomi Islam ataupun tidak mempraktekkanya dalam bertransaksi bisnis dan keuangan sehari-hari, merasa takut menjadi miskin karenanya (Siswanto, 2011).

Jika dilihat dalam prakteknya ternyata banyak tantangan dan permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan bank syariah

terutama kaitannya dengan penerapan sistem perbankan yang baru dan mempunyai perbedaan yang sangat prinsip dari sistem keuntungan yang dominan dan telah berkembang pesat saat ini. Permasalahan ini bersifat operasional perbankan maupun aspek dari lingkungan makro. El-Seodi, (2012) mengemukakan beberapa tantangan dan permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan Bank Syariah di Indonesia, adalah:

a. Pembiayaan Modal Kerja Syariah

Modal adalah salah satu aspek yang sangat penting didalam sektor perbankan. Termasuk dalam upaya mengembangkan kualitas bank syariah yang ada di Indonesia. Penyediaan modal yang kuat akan memberikan kemudahan dalam upaya pengembangan perbankan di Indonesia. Permasalahan yang paling mendasar adalah, (1) keraguan pemodal terhadap prospek keberhasilan bank syariah di masa yang akan datang, (2) perhitungan bisnis pemodal yang tidak dilandasi rasa nilai ubudiyah sehingga terkesan semata-mata hanya mencari keuntungan duniawi dan merasa keberatan jika harus menginvestasikan sebagian dananya di bank syariah sebagai modal, (3) terakhir adalah regulasi Bank Indonesia dalam menempatkan modal yang tinggi.

b. Regulasi Dunia Perbankan

Regulasi perbankan yang ada kiranya masih perlu disesuaikan agar memenuhi ketentuan syariah agar bank syariah dapat beroperasi secara relatif dan efisien serta mampu bersaing, antara lain; pertama, instrument yang diperlukan untuk mengatasi masalah likuiditas; kedua, instrument moneter

yang sesuai dengan prinsip syariah untuk keperluan pelaksanaan tugas bank sentral; ketiga, standarisasi akuntansi, audit dan sistem pelaporan; keempat, regulasi yang mengatur mengenai prinsip kehati-hatian. Ketentuan keempat regulasi ini diperlukan agar bank syariah dapat menjadi elemen terpenting dari sistem moneter yang dapat menjalankan fungsinya secara baik, mampu berkembang dan bersaing.

c. Minimnya Sumber Daya Manusia

Banyaknya bank syariah di Indonesia yang semakin menjamur tidak diimbangi dengan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas, sehingga perkembangan sektor perbankan menjadi lambat. Sistem bank syariah memang masih belum lama dikenal di Indonesia, disamping itu lembaga pendidikan dan pelatihan masih terbatas, sehingga tenaga terdidik dan berpengalaman dibidang perbankan syariah baik dari sisi bank pelaksana maupun bank sentral (pengawas dan peneliti bank).

Pengembangan SDM sangat dibutuhkan karena keberhasilan pengembangan bank syariah pada level mikro sangat ditentukan oleh kualitas manajemen dan tingkat pengetahuan serta keterampilan mengelola bank. SDM-nya memerlukan persyaratan pengetahuan general di bidang perbankan, memahami implementasi prinsip-prinsip syariah dalam praktek perbankan serta mempunyai komitmen untuk menerapkannya secara konsistensi (istiqamah).

a. Tingkat Pemahaman dan Kepedulian Ummat.

Pemahaman dan kepedulian sebagian besar umat mengenai sistem dan prinsip bank syariah belum tepat, bahkan ada di antara ulama dan cendekiawan muslim sendiri masih belum ada kata sepakat untuk mendukung eksistensi bank syariah. Bahkan masih ada kalangan ulama belum ada ketegasan pendapat terhadap eksistensi bank syariah, sehingga terasa kurang tegas, hal tersebut disebabkan; pertama, kurang komprehensifnya informasi yang sampai kepada para ulama dan cendekiawan tentang bahaya dan dampak destruktif sistem bunga terutama pada saat krisis moneter dan ekonomi dilanda kelesuan; kedua, belum berkembangluasnya Lembaga Keuangan Syariah (LKS) sehingga ulama dalam posisi sulit untuk melarang transaksi keuangan konvensional yang selama ini berjalan dan berkembang luas serta yang sudah mendarah daging dalam masyarakat; ketiga, belum dipahaminya operasional bank syariah secara mendalam dan kaffah; keempat, kejumudan dan kemalasan intelektual yang cenderung pragmatis sehingga ada anggapan sistem bunga yang berlaku saat ini sudah berjalan atau tidak bertentangan dengan ketentuan syariah.

Padahal sejarah mengenal ulama bukan semata sosok berilmu, melainkan juga sebagai penggerak dan motivator masyarakat.⁸ Para ulama yang berkompeten terhadap hukum-hukum syariah memiliki fungsi dan peran yang amat besar dalam perbankan syariah yaitu sebagai Dewan

Pengawas Syariah dan Dewan Syariah Nasional.⁹ Minimnya pemahaman terhadap bank syariah barangkali disebabkan karena sistem dan prinsip operasional relatif baru dikenal dibandingkan dengan sistem bunga, dan pengembangannya masih dalam tahap awal jika dibandingkan dengan bank konvensional telah terlebih dahulu mengambil posisi di hati masyarakat, serta keengganan bagi pengguna jasa perbankan konvensional untuk berpindah ke bank syariah disebabkan hilangnya kesempatan untuk mendapatkan penghasilan tetap dari bunga

b. Bank Syariah Ternyata Belum Syariah.

Jika diamati hampir semua bank yang ada, mulai mengembangkan sistem perbankan syariah. Peluang apa yang akan diraihi, ternyata bank syariah tumbuh subur layaknya seperti jamur di musim hujan. Namun sayang kenyataam di lapangan, prakteknya tidak dapat diharapkan lebih untuk memperjuangkan secara final nilai syariah dalam prakteknya. Masih ada bank berkuat pada sistem kapitalisme, walaupun baju yang dikenakan baju syariah. Ironis sekali memang, ketika seorang peneliti perbankan terheran-heran dengan ada mekanisme bank syariah yang anti-krisis, disaat tahun 1998 menjadi kebangkrutan bank-bank konvensional hampir secara nasional. Setelah dilakukan penelitian dengan seksama ternyata bank syariah yang dimaksud masih berbau kapitalis, artinya bank hanya memberikan bantuan kepada pemilik usaha besar saja,

sedangkan pemilik usaha menengah ke bawah tidak tersentuh sama sekali.

Keinginan untuk memakai nama syariah tidak dapat dipungkiri menjadi nilai plus tersendiri untuk meraih nasabah muslim. Produk-produk bank syariah diperkenalkan dan dikemas sedemikian rupa, sehingga meyakinkan nasabah. Namun disisi lain para praktisi bank syariah belum menguasai praktik-praktik syariah dalam lapangan. Terbukti dengan perbandingan beberapa orang yang mencoba meminjam pada bank syariah tertentu, namun apa yang terjadi ternyata bunga yang mencapai lebih tinggi dibandingkan dengan bank konvensional. Kasus itu yang sedikit banyak telah terjadi, dan harus ditindaklanjuti, dalam jangka panjang harus ada pelatihan tentang produk-produk bank syariah dalam praktek kesehariannya, atau sekarang yang berkembang adalah masing-masing bank mencari alternatif pengawas yang terdiri dari kalangan ulama, atau pihak yang telah menguasai betul produk syariah. Dengan alternatif pengawas ini, proses transaksi banking telah diawasi oleh seorang ahlinya, sehingga kekeliruan yang terjadi dilapangan bisa diminimalisir.

Konsep tentu akan mengangkat wajah perekonomian bangsa, artinya memperkuat basis perekonomian bangsa yang selama ini menganut sistem kapitalis. Dalam jangka panjang akan memberi pengertian kepada masyarakat, harta bukan lagi kepemilikan pribadi, melainkan kepemilikan sosial. Dari sisi ini tentu mengangkat kembali

perekonomian bangsa dengan sistem ta'awun, harapannya kaum aghni'a bisa menolong orang-orang menengah ke bawah (dhuafa) untuk mengangkat taraf ekonominya ke jenjang yang lebih mapan.

1.3 Ringkasan

- Dengan jumlah penduduk yang padat dan sebagai Negara yang memiliki potensi ekonomi yang sangat menjanjikan, membuat Indonesia menjadi saah satu Negara yang di perhitungkan dalam persaingan ekonomi di Negara-negara Asia.
- Pemerintah lewat beberapa progam yang dicanangkan telah berupaya merestrukturisasi perbankan nasional agar tidak terjadi krisis dimasa yang akan datang. Progam pemerintah tersebut antara lain, (a) Progam pemulihan perbankan yang meliputi progam penjaminan (*Blanket guarantee*), yaitu progam rekapitulasi dan restrukturisasi kredit. (b) Upaya pemantapan sistem ketahanan perbankan yang meliputi peningkatan infrastruktur perbankan, tata kelola yang baik dan pengawasan serta peraturan perbankan.
- Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan dan dinamikanya (Hayat, 2014). Berdasarkan pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

- Presentase pertumbuhan pembiayaan bank syariah sampai Juni 2014 yang hanya sebesar 2.14%, walaupun masih tersisa 1 semester untuk bank syariah meningkatkan *growthnya*, namun diperkirakan tidak akan mencapai pertumbuhan tahun sebelumnya. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada gambar 1.3 di bawah ini mengenai perkembangan pembiayaan dan *market share* perbankan syariah.
- Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia yang cukup pesat merupakan hasil kerja keras Bank Indonesia dalam upaya pengembangan perbankan syariah di Indonesia dengan merumuskan sebuah *Grand Strategi* sebagai strategi komprehensif
- Perbankan Syariah nasional harus sanggup untuk menjadi pemain domestik akan tetapi memiliki kualitas layanan dan kinerja yang bertaraf internasional.

BAB II

FENOMENA PERBANKAN UMUM DI INDONESIA

2.1 Sejarah Perbankan Umum di Indonesia

Pengetahuan akan sistem hukum perbankan tidak terlepas dari sejarah perbankan tersebut, mazhab sejarah sendiri menyebutkan bahwa aturan-aturan hukum yang ada saat ini merupakan bentuk aturan hukum yang tidak dapat dipisahkan dengan sejarah suatu bangsa ataupun kegiatan-kegiatan masa yang lalu . Demikian juga keberadaan hukum perbankan tidak terlepas dari sejarah perbankan tersebut. Berikut adalah beberapa gambaran singkat sejarah perbankan di dunia dari awal kebangkitan sistem penyimpanan benda berharga, transaksi keuangan sampai terciptanya bank-bank nasional di setiap Negara (BI, 2011).

Dendawijaya (2005) menjelaskan kata “Bank” berasal dari bahasa Italia *banque* atau *banca* yang berarti bangku. Para bankir di Florence pada masa Renessains melakukan transaksi mereka dengan duduk di meja penukaran uang, berbeda dengan pekerjaan kebanyakan orang yang tidak memungkinkan mereka untuk duduk sambil bekerja. Usaha perbankan itu sendiri baru dimulai dari zaman Babylonia kemudian dilanjutkan ke zaman Yunani kuno dan Romawi. Namun, pada saat itu tugas utama bank hanyalah sebagai tempat tukar menukar uang.

Haque (2013) menambahkan bahwa seiring dengan perkembangan perdagangan dunia maka perkembangan perbankan pun semakin pesat karena perkembangan dunia perbankan tidak terlepas dari perkembangan perdagangan. Perkembangan

perdagangan semula hanya di daratan Eropa akhirnya menyebar ke Asia Barat. Sebaliknya, perkembangan perbankan di daratan Inggris baru di mulai pada abad ke-16. Namun, karena Inggris yang begitu aktif mencari daerah perdagangan yang kemudian dijajah maka perkembangan perbankan pun ikut dibawa ke negara jajahannya (Hanif, 2012). Berikut adalah penjelasan tentang sejarah perkembangan Bank di Indonesia dalam beberapa dekade:

a. Masa Sebelum Kemerdekaan

Kehadiran institusi perbankan Pertama di Indonesia tidak terlepas dari adanya kolonial Hindia Belanda *reenigde Oost-Indische Compagnie* (VOC) di Indonesia, VOC yaitu perusahaan induk penghimpun perusahaan- perusahaan dagang Belanda, mereka mengukuhkan kekuasaannya di Batavia pada 1619 (Denisari, 2014).

Ansari dan Atiqa (2011) menambahkan, untuk memperlancar dan mempermudah aktivitas perdagangan VOC di Nusantara, pada 1746 didirikan De Bank van Leening tepatnya pada tanggal 20 Agustus 1746. Namun pada perjalanannya, De Bank van Leening tidak dapat beroperasi dengan baik, kemudian dilebur ke dalam De Bankcourant yang didirikan pada tanggal 1 September 1752 dan namanya berubah menjadi De Bankcourant en Bank van Leening pada tanggal 5 September 1752. Tapi De Bankcourant en Bank van Leening juga tidak dapat beroperasi dengan baik dan akhirnya ditutup karena bangkrut, De Bank van Leening dan kemudian berubah menjadi De Bank Courant en Bank van Leening pada 1752. Pada akhir abad ke-18, VOC telah mengalami kemunduran,

bahkan kebangkrutan. Maka kekuasaan VOC di nusantara diambil alih oleh pemerintah Kerajaan Belanda. Setelah masa pemerintahan Herman William Daendels dan Janssen, Hindia Timur akhirnya jatuh ke tangan Inggris. Sejarah perbankan juga mencatat beberapa bank yang memegang peranan penting di Hindia Belanda. Bank-bank yang ada itu antara lain:

1. *De Javasce NV.*
2. *De Post Poar Bank.*
3. *Hulp en Spaar Bank.*
4. *De Algemenevolks Crediet Bank.*
5. *Nederland Handles Maatscappi (NHM).*
6. *Nationale Handles Bank (NHB).*
7. *De Escompto Bank NV.*

De Javasche Bank yang didirikan pada tahun 1828, merupakan bank Belanda yang berhasil berkembang dan merupakan cikal bakal bank sentral Indonesia di kemudian hari. Tulisan Bank Indonesia (2007) memaparkan bahwa bank Belanda lainnya seperti *Nederlandsch Indische Escompto Maatschapij*, *Nederlandsch Indische Handelsbank*, dan *Nederlandsche Handel Maatschapij* mulai beroperasi berturut-turut pada tahun 1857, 1864, dan 1883. De Javasche Bank oleh pemerintah Hindia Belanda, bank tersebut diberi monopoli untuk mengeluarkan uang yang semula pengedarannya ditangani oleh pemerintah sendiri. Sejak itu bank tersebut terkenal sebagai bank sirkulasi, atau bank of issue (Hanif, 2012). Dari fungsinya seperti itu, maka bank tersebut merupakan bankir bagi pemerintah Hindia Belanda,

meskipun belum menjadi bank sentral penuh, karena hanya menjalankan beberapa tugas yang biasa dilakukan oleh Bank Sentral, yaitu diantaranya: mengeluarkan dan mengedarkan uang kertas; mendiskonto wesel, surat hutang jangka pendek, dan obligasi negara; menjadi kasir pemerintah; menyimpan dan menguasai dana-dana devisa; dan bertindak sebagai pusat kliring sejak tahun 1909. Meskipun menjalankan tugasnya sebagai bank sirkulasi tetapi tugas sebagai bank umum pun tetap dijalannya, sehingga turut bersaing dengan bank-bank lain.

Sifat dualistis ini berulang kali menimbulkan berbagai kritik, dengan mengemukakan alasan-alasannya, yaitu antara lain sebagai berikut:

- 1) Dengan bunga yang lebih rendah daripada bank-bank lain maka De Javasche Bank dapat dengan mudah menarik nasabah yang terbaik.
- 2) Persaingan oleh suatu badan (De Javasche Bank) yang karena tugasnya dapat memiliki data bank-bank lain, sehingga dianggap tidak wajar.

Seiring dengan perkembangan perekonomian Nusantara, beberapa bank asing lainnya mulai pula melakukan operasinya, yaitu sebagai berikut:

- 1) The Chartered Bank of India, Australia and China, Batavia Tahun 1862
- 2) Hong Kong and Shanghai Banking Corporation, Batavia Tahun 1884
- 3) Yokohama-Specie Bank, Batavia tahun 1919
- 4) Taiwan Bank, tahun 1915, Batavia, Semarang dan Surabaya

- 5) China and Southern Ltd., Batavia Tahun 1920
- 6) Mitsui Bank, Surabaya Tahun 1925
- 7) Overseas China Banking Corporation, Batavia Tahun 1932

Ningsih (2012) menjelaskan bahwa pada masa kolonial, terjadi pasang surut jumlah bank. Menjelang pecahnya Perang Dunia II, Pemerintah Hindia Belanda melikuidasi tiga bank Jepang yang beroperasi saat itu. Pada saat Jepang berkuasa atas Asia Pasifik, bank-bank Belanda, Inggris, dan termasuk beberapa bank Cina dilikuidasi oleh Jepang, Jepang yang memerintah hanya mengakui pemerintahan Jepang yang mengedalikan seluruh keuangan dan sistem perbankan hanya ada satu bank yang beroperasi oleh putra Indonesia yaitu Bank Rakyat Indonesia (*Algemeene Volkscrediet Bank*) yang namanya Jepangnya Syomin Ginko (Naili, 2013). De Javasche Bank pada zaman Belanda ini merupakan bank yang bertindak sebagai Bank Sentral, dan pada zaman penjajahan Jepang bank tersebut dikuasai oleh pemerintahan tentara Jepang. Setelah merdeka bank tersebut kemudian beroperasi lagi, bahkan selama beberapa tahun berfungsi lagi sebagai Bank Sentral meskipun berkedudukan sebagai badan usaha swasta dan sebagian sahamnya ada di tangan asing. Mengingat hal-hal demikian maka dilakukan nasionalisasi De Javasche Bank berdasarkan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1951 tentang Nasionalisasi De Javasche Bank, Undang-Undang tersebut disahkan tanggal 6 Desember 1951.

b. Masa Awal Kemerdekaan dan Orde Lama

Situasi kemerdekaan pada 17 Agustus 1945, membawa angin segar bagi bangsa Indonesia untuk menggerakkan roda perbankan dengan melakukan nasionalisasi terhadap perbankan-perbankan yang ada, dengan berhasilnya sekutu mengalahkan imperialisme Jepang mengembalikan bank-bank Belanda dan Bank-Bank Asing muncul kembali dan lembaga-lembaga perbankan lainnya, Izin pembukaan bank Belanda di wilayah Indonesia dikeluarkan pada tanggal 2 Januari 1946 oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda. Bank-bank Belanda pun kembali beroperasi di beberapa wilayah Indonesia.

Kebijakan yang cukup berpengaruh dalam perkembangan perbankan di awal kemerdekaan ini yaitu nasionalisasi *De Javasche Bank* (Denisari, 2014). *De Javasche Bank* setelah Indonesia merdeka beroperasi kembali bahkan selama beberapa tahun berfungsi lagi sebagai Bank Sentral meskipun berkedudukan sebagai badan usaha swasta dan sebagian sahamnya ada di tangan asing. Mengingat hal-hal demikian dilakukanlah nasionalisasi *De Javasche Bank* melalui Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1951 tentang Nasionalisasi *De Javasche Bank*. Ramadaniar (2012) menambahkan, selanjutnya pada tahun 1953 dengan pertimbangan guna lebih memberikan kemudahan menjalankan kebijakan moneter dan kebijakan perekonomian maka ditetapkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1953 tentang Penetapan Undang-Undang Pokok Bank Indonesia dan yang lebih dikenal dengan nama Undang-Undang Pokok Bank Indonesia 1953.

Hal tersebut dilakukan mengingat *De Javasche Bank* meskipun telah di nasionalisasi kedudukannya masih berbadan hukum sebagai Perseroan Terbatas, jadi masih belum leluasa dalam menerapkan kebijakan moneternya. Sesuai dengan UU tersebut, BI sebagai bank sentral bertugas untuk mengawasi bank-bank. Namun demikian, aturan pelaksanaan ketentuan pengawasan tersebut baru ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 1/1955 yang menyatakan bahwa BI, atas nama Dewan Moneter, melakukan pengawasan bank terhadap semua bank yang beroperasi di Indonesia, guna kepentingan solvabilitas dan likuiditas badan-badan kredit tersebut dan pemberian kredit secara sehat yang berdasarkan asas-asas kebijakan bank yang tepat. Dari pengawasan dan pemeriksaan BI, terungkap berbagai praktik yang tidak wajar yang dilakukan, seperti penyeteroran modal fiktif atau bahkan praktik bank dalam bank. Untuk mengatasi kondisi perbankan itu, dikeluarkan Keputusan Dewan Moneter No. 25/1957 yang melarang bankbank untuk melakukan kegiatan di luar kegiatan perbankan.

Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia (Munir, 2012),(Naili, 2013). Adanya situasi perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia

Serikat. Pada waktu itu melalui PERPU No. 41 tahun 1960 dibentuk Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan *Nederlandsche Maatschappij* (NHM).

Menurut Munir (2012), kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan. Setelah berjalan selama satu bulan keluar Penpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan Bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim) (Handayani, 2005).

Berdasarkan Undang-Undang No. 14 tahun 1967 tentang Undang-Undang Pokok Perbankan dan Undang-Undang No. 13 tahun 1968 tentang Undang-Undang Bank Sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rular dan Ekspor Impor dipisahkan masing-masing menjadi dua Bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan Undang-Undang No. 21 tahun 1968 menetapkan kembali tugastugas pokok BRI sebagai Bank Umum (Kuncoro, 2007).

Pada sidang Dewan Menteri Republik Indonesia tanggal 19 September 1945 diputuskan untuk mendirikan sebuah bank

sidang Dewan Menteri Republik Indonesia tanggal 19 September 1945 diputuskan untuk mendirikan sebuah bank milik negara yang bertugas sebagai bank sirkulasi. Untuk mempersiapkan pembentukannya, pemerintah memberikan surat kuasa kepada Bapak R.M. Margono Djojohadikoesoemo (alm). Sebagai langkah pertama pada tanggal 9 Oktober 1945, didirikan Yayasan Poesat Bank Indonesia. Selanjutnya, pada tanggal 5 Juli 1946 didirikan bank sentral dengan nama Bank Negara Indonesia (BNI), dengan pegawai berjumlah 38 orang (BI, 2007).

Faqihuddin (2011) juga menjelaskan bahwa Yayasan Poesat Bank Indonesia yang merupakan cikal bakal lahirnya Bank BNI dilebur ke dalamnya. Pada tahun-tahun selanjutnya dilakukan berbagai upaya oleh pemerintah Indonesia untuk memantapkan kedudukan Bank Negara Indonesia. Dalam Konferensi Meja Bundar (KMB) tahun 1949, Pemerintah Indonesia dan Belanda, memutuskan untuk mengubah fungsi Bank Negara Indonesia dari bank sentral menjadi bank umum. Bank BNI mulai mengarahkan usahanya untuk pembangunan ekonomi, sedangkan Bank Indonesia (yang pada waktu itu bernama De Javasche Bank) ditunjuk menjadi bank sentral (BI, 2007).

Sejarah bank di Indonesia makin lengkap dengan dinasionalisasikannya beberapa bank Belanda di tahun 1959 hingga 1960 seperti: *Nationale Handels Bank NV* yang berubah menjadi Bank Umum Negara, *Escomptobank* berubah nama menjadi Bank Dagang Negara dan *Nederlandsche Handels*

Maatschappij menjadi Bank Ekspor Impor Indonesia (Hanif, 2012). Kebijakan pemerintah untuk menasionalisasi perusahaan-perusahaan Belanda ditetapkan dalam UU No. 86/1958 yang berlaku surut hingga 3 Desember 1957. Nasionalisasi bank-bank Belanda yang merupakan bank devisa dilakukan berdasarkan prinsip kehati-hatian agar tidak terjadi kerugian cadangan devisa negara. Untuk itu, Badan Pengawas Bank Pusat mempertahankan direksi lama bank yang diawasi. Ismal (2011) memaparkan, Jika bank-bank milik Belanda dinasionalisasi oleh pemerintah, maka lain halnya dengan bank-bank asing yang bukan milik Belanda. Dengan prinsip berdikari dan semangat nasionalisme yang terus menggelora, pada masa 1950-an pemerintah menyatakan penutupan beberapa bank asing (bukan Belanda), yaitu *Overseas Chinese Banking Corporation*, Bank of China, serta Hong Kong and *Shanghai Banking Corp.* berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 2/1959.

Sejalan dengan itu, Rivai (2010) memaparkan bahwa Nasionalisasi bank-bank Belanda ini dikarenakan semangat nasionalisme yang cukup tinggi oleh bangsa Indonesia karena Belanda mengingkari perjanjian Linggar jati dan Belanda Agresi Militer Belanda I tersebut berhasil diakhiri melalui perundingan Renville pada tanggal 17 Januari 1948. Siregar (202) menjelaskan meskipun perjanjian telah dibuat, Belanda mengingkari hasil kesepakatan Perjanjian Renville tersebut dan kembali melakukan Agresi II. Konflik senjata antara Indonesia dengan Belanda baru benar benar berhenti setelah Dewan

Keamanan PBB mengeluarkan resolusi pada tanggal 28 Januari 1949. Di penghujung tahun 1949, perundingan Konferensi Meja Bundar (KMB) yang diselenggarakan di Den Haag Belanda, menghasilkan pembentukan negara Republik Indonesia Serikat yang mencakup seluruh wilayah Indonesia, kecuali wilayah Irian Barat yang akan diselesaikan dalam waktu satu tahun. Sampai akhirnya, pihak Republik Indonesia membubarkan RIS pada tahun 1950, masalah pengembalian Irian Barat, tidak kunjung terealisasi, sehingga perasaan anti Belanda yang memang telah ada di benak masyarakat, semakin besar karenanya.

Kasmir (2010) memaparkan bahwa untuk menjaga legalitas kegiatan nasionalisasi perusahaan Belanda, pemerintah kemudian mengeluarkan UU No. 86 tahun 1958, yang berlaku surut hingga tanggal 3 Desember 1957. Kegiatan nasionalisasi bank-bank Belanda dimulai dengan penghentian segala kegiatan lalu lintas luar negeri *Nationale Handelsbank N.V.* (NHB).

Terhitung sejak tanggal 3 November 1958, NHB tidak diperkenankan untuk membuat transaksi baru. NHB hanya diperkenankan untuk melanjutkan proses transaksi luar negeri yang sebelumnya telah atau masih dijalankan sebelum tanggal 5 November 1958. NHB mewajibkan bank koresponden di luar negeri untuk memindahbukukan semua valuta asing atas namanya kepada rekening Dana Devisen milik Negara (Setyowati, 2004).

Manajemen NHB diserahkan kepada BPBB (Badan Pengawasan Bank-Bank yang terdiri atas wakil Angkatan Darat, Bank Indonesia, dan Departemen Keuangan, disahkan melalui pengumuman Menteri Keuangan dan Surat Keputusan KSAD No. Kpts/MP/080/1957 tanggal 8 Desember 1957) dan BPBB Pusat pada tanggal 20 April 1959, dan kemudian dinasionalisasi pada tanggal 10 Agustus 1959.

Seluruh aset NHB kemudian dialihkan kepada Bank Umum Negara. Anggaran Dasar Escomptobank diubah melalui Rapat Umum Pemegang Saham yang dilaksanakan tanggal 18 November 1958. Dewan komisaris dan direksi PT Escomptobank di Jakarta, yang semuanya Warga Negara Indonesia asli, diberi kekuasaan lebih banyak atas dewan pengawas/pemimpin cabang dari kantor-kantor Escompto bank di luar negeri. Saham-saham PT Escompto bank yang telah dikeluarkan atas unjuk, harus diubah menjadi atas nama. Undang-Undang Pokok Bank Indonesia 1953, Setelah dikeluarkannya Undang-Undang Pokok Bank Indonesia tahun 1953, Bank Indonesia sebagai lembaga yang sangat berkepentingan dengan lahirnya ketentuan tentang pengawasan bank telah melakukan penelitian dan pengkajian atas ketentuan serupa yang berlaku di berbagai negara, terutama negeri Belanda.

Deni dan Djoni (2004) memaparkan, agar supaya jumlah bank-bank swasta tidak bertambah terus menerus dengan tidak diawasi, maka mulai tanggal 1 Januari 1955 dinyatakan berlakunya Peraturan Pemerintah No. 1, untuk mengatur

pengawasan atas kredit di Indonesia. PP ini mengatur tentang pengawasan terhadap semua bank umum dan bank tabungan yang beroperasi di Indonesia oleh Bank Indonesia atas nama Dewan Moneter guna kepentingan solvabilitas dan likuiditas bank-bank dan guna kepentingan pemberian kredit secara sehat dan berdasarkan asas-asas kebijaksanaan bank yang tepat.

Setelah dikeluarkannya PP No.1 Tahun 1955, bank-bank swasta nasional yang telah ada dalam waktu tiga bulan wajib mengajukan permohonan izin usaha kepada Menteri Keuangan melalui Bank Indonesia. Bila syarat-syarat untuk memperoleh izin belum dipenuhi, maka Menteri Keuangan akan memberikan izin sementara. Menteri Keuangan memberikan izin tetap atas rekomendasi Bank Indonesia. Sejumlah bank masih belum mendapat izin karena persyaratan permodalan yang belum dapat mereka penuhi.

Sehubungan dengan itu, Dewan Moneter memutuskan untuk memperpanjang waktu berlakunya izin sementara satu tahun lagi, dengan harapan agar supaya bank-bank yang sungguh-sungguh memperlihatkan manfaatnya bagi masyarakat mempunyai kesempatan untuk memenuhi modal yang disyaratkan (Suhartati, 2004).

c. Masa Orde Baru

Siregar (2002) memaparkan bahwa, peristiwa Supersemar 11 Maret 1966 dan pembubaran PKI pada 12 Maret 1966 adalah tonggak kelahiran orde baru. Selanjutnya, pada tanggal 25 Juli 1966 telah dibentuk Kabinet Ampera menggantikan Kabinet Dwikora. Tugas pokok Kabinet Ampera adalah melaksanakan program stabilisasi dan rehabilitasi yang berkonsentrasi pada pengendalian inflasi, pencukupan penghidupan pangan, rehabilitasi prasarana ekonomi, peningkatan ekspor, dan pencukupan kebutuhan sandang. Pemerintah Orde Baru ingin konsisten menerapkan sistem anggaran berimbang, dan lalu lintas devisa bebas. Kuncoro (2007) mengidentifikasi beberapa program Kabinet Ampera terkenal dengan nama Catur Karya Kabinet Ampera yakni;

- 1) Memperbaiki kehidupan rakyat terutama di bidang sandang dan pangan;
- 2) Melaksanakan pemilihan umum dalam batas waktu yang ditetapkan, yaitu tanggal 5 Juli 1968;
- 3) Melaksanakan politik luar negeri yang bebas aktif untuk kepentingan nasional;
- 4) Melanjutkan perjuangan anti imperialisme dan kolonialisme dalam segala bentuk dan manifestasinya;
- 5) Setelah MPRS pada tanggal 27 Maret 1968 menetapkan Soeharto sebagai presiden RI untuk masa jabatan lima tahun, maka dibentuklah kabinet Pembangunan dengan tugasnya yang disebut Panca Krida yang meliputi:
 - a) Menciptakan stabilitas politik dan ekonomi;

- b) Menyusun dan melaksanakan Pemilihan Umum,
- c) Mengikis habis sisa-sisa Gerakan 30 September dan membersihkan aparatur Negara di pusat dan daerah dari pengaruh PKI.

Langkah selanjutnya untuk perbaikan perbankan pada pemerintahan Orde Baru dimulai dengan memperkuat perUndang-Undangan yang mengatur perbankan baik berupa penggantian maupun membuat Undang-Undang yang baru, misalnya membuat peraturan yang baru berupa Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1967 tentang Pokok-pokok Perbankan, sedangkan yang berupa penggantian peraturan yang lama, yaitu berupa Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1968 tentang Bank Sentral, guna mengganti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1953 tentang Pokok-pokok Bank Indonesia (Iqbal, 2005).

Sugiarti (2015) menjelaskan tentang perbaikan kelembagaan perbankan dengan memperkuat landasan hukumnya, adalah suatu pilar bagi terselenggaranya pembinaan, dan pengawasan yang mendukung peningkatan kemampuan perbankan dalam menjalankan fungsinya secara sehat, wajar, efisien, sekaligus memungkinkan perbankan Indonesia melakukan penyesuaian yang diperlukan sejalan dengan berkembangnya norma-norma perbankan internasional.

Sebagai langkah awal perbaikan ekonomi nasional, pemerintah Orde Baru melalui Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1967 tentang Pokok-pokok Perbankan ingin secara jelas mengatur usaha perbankan termasuk masalah perkreditan

sehingga kesalahan pengelolaan , seperti ekspansi kredit yang tak terkendali dapat dihindari. Di samping itu untuk meningkatkan efektivitas, dan efisiensi penghimpunan dan penggunaan dana masyarakat. Selain itu pula dibuka lagi kesempatan untuk pendirian bank asing, yaitu melalui ketentuan Peraturan Pemerintah Nomor 3 Tahun 1968 tentang Bank Asing (Suhartati, 2004).

d. Masa Fakto 88 (1983-1997)

Ansari (2011) memaparkan saat memasuki periode ini, perbankan sebagai bagian dari sistem keuangan harus menyesuaikan usahanya dengan kebijakan deregulasi dan debirokratisasi di bidang ekonomi yang ditetapkan oleh Pemerintah. Paket deregulasi pertama ditetapkan pada 1 Juni 1983 yang dikenal dengan Pakjun 1983. Dengan dikeluarkannya kebijakan tersebut, bank-bank memperoleh kebebasan dalam menentukan besarnya kredit yang diberikan sesuai dengan dana masyarakat yang dapat dihimpun. Alam (2011) menambahkan bahwa bank-bank pemerintah diberi kebebasan menentukan sendiri tingkat suku bunga baik suku bunga dana maupun kredit. Kebijakan tersebut bertujuan agar perbankan sebanyak mungkin membiayai pemberian kreditnya dengan dana simpanan masyarakat dan mengurangi ketergantungan bank-bank pada KLBI (Kredit Likuidasi Bank Indonesia).

Yovin (2013) memaparkan bahwa upaya untuk mendorong timbulnya produk-produk baru diperlukan dalam penghimpunan dana dari masyarakat. Di samping itu,

persaingan yang sehat di antara bank-bank juga diperlukan sebagai salah satu unsur pendorong peningkatan efisiensi. Untuk tujuan tersebut, pada 27 Oktober 1988 Pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Oktober 1988 yang dikenal sebagai Pakto 1988. Dengan kebijakan yang terangkum dalam Pakto 1988, kebijakan deregulasi perbankan berkembang menjadi deregulasi yang sangat luas karena di dalamnya termasuk juga aspek kelembagaan (BI, 2007).

Pemerintah membuka kembali perizinan pendirian bank swasta nasional baru dengan modal disetor minimum sebesar Rp10 milyar dan bank perkreditan rakyat (BPR) dengan modal disetor minimum sebesar Rp50 juta. Perizinan tersebut sebelumnya telah dibekukan masing-masing sejak 1971 dan 1973. Demiki pula persyaratan untuk ditunjuk sebagai bank devisa serta pembukaan kantor cabang dan kantor cabang pembantu yang sebelumnya dikaitkan dengan merger dalam ketentuan ini tidak diberlakukan lagi. Pemberian izin usaha bank baru yang telah dihentikan sejak tahun 1971 dibuka kembali oleh Pakto 88.

Demikian pula dengan ijin pembukaan kantor cabang atau pendirian BPR menjadi lebih dipermudah dengan persyaratan modal ringan. Suatu kemudahan yang sebelumnya belum pernah dirasakan oleh dunia perbankan. Salah satu ketentuan fundamental dalam Pakto 88 adalah perijinan untuk bank devisa yang hanya mensyaratkan tingkat kesehatan dan aset bank telah mencapai minimal Rp 100 juta. Namun demikian, Pakto 88 juga mempunyai efek samping dalam bentuk

penyalahgunaan kebebasan dan kemudahan oleh para pengurus bank. Bersamaan dengan kebijakan Pakto 88, BI secara intensif memulai pengembangan bank-bank sekunder seperti bank pasar, bank desa, dan badan kredit desa.

Kemudian bank karya desa diubah menjadi Bank Perkreditan Rakyat (BPR) (Abustan, 2009). Tujuan pengembangan BPR tersebut adalah untuk memperluas jangkauan bantuan pembiayaan untuk mendorong peningkatan ekonomi, terutama di daerah pedesaan, di samping untuk modernisasi sistem keuangan pedesaan. Memasuki tahun 1990-an, BI mengeluarkan Paket Kebijakan Februari 1991 yang berisi ketentuan yang mewajibkan bank berhati-hati dalam pengelolaannya. Pada 1992 dikeluarkan UU Perbankan menggantikan UU No. 14/1967. Sejak saat itu, terjadi perubahan dalam klasifikasi jenis bank, yaitu bank umum dan BPR. UU Perbankan 1992 juga menetapkan berbagai ketentuan tentang kehati-hatian pengelolaan bank dan pengenaan sanksi bagi pengurus bank yang melakukan tindakan sengaja yang merugikan bank, seperti tidak melakukan pencatatan dan pelaporan yang benar, serta pemberian kredit fiktif, dengan ancaman hukuman pidana. Selain itu, UU Perbankan 1992 juga memberi wewenang yang luas kepada Bank Indonesia untuk melaksanakan fungsi pengawasan terhadap perbankan. Untuk memberikan landasan hukum yang lebih kuat atas prinsip-prinsip deregulasi yang terkandung dalam paket-paket kebijakan yang telah dikeluarkan sejak tahun 1983, Undang-

Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan ditetapkan pada tanggal 25 Maret 1992.

Berdasarkan Undang Undang No. 7 Tahun 1992 tersebut diatur kembali struktur perbankan, ruang lingkup kegiatan, syarat pendirian, peningkatan perlindungan dana masyarakat dengan jalan menerapkan prinsip kehati-hatian dan memenuhi persyaratan tingkat kesehatan bank, serta peningkatan profesionalisme para pelakunya, dengan Undang-Undang tersebut juga ditetapkan penataan badan hukum bank-bank pemerintah, landasan kegiatan usaha bank berdasarkan prinsip bagi hasil (syariah), serta sanksi-sanksi ancaman pidana terhadap yang melakukan pelanggaran ketentuan perbankan (Adhim,2011).

e. Masa Reformasi : Krisis Moneter Dan Bantuan Likuidasi Bank Indonesia

Akibat krisis keuangan dan moneter pada Tahun 1997, mengakibatkan terjadinya peningkatan utang perbankan nasional yang mengakibatkan terjadinya likuidasi terhadap 16 bank yang akhirnya menguncang perekonomian di Indonesia. Selama krisis berlangsung, penyelamatan sistem perbankan nasional dilakukan dalam intensitas tinggi.

Dianasari (2014) memaparkan bahwa pada tanggal 3 September 1997, Pemerintah memutuskan untuk: membantu bank-bank yang masih memiliki harapan hidup; memerintahkan merger atau penjualan beberapa bank kepada bank-bank yang lebih mampu; dan mencabut ijin bank-bank

yang sudah tidak memiliki harapan hidup. Bank-bank yang dianggap layak berlanjut dibantu dengan Bantuan Likuiditas Bank Indonesia. Berdasarkan catatan Hanif (2012) langkah ini berlanjut dengan 16 bank yang dinyatakan sebagai Bank Dalam Likuidasi (BDL), 4 bank dinyatakan sebagai Banks Taken Over (BTO), 10 bank sebagai Bank Beku Operasi (BBO) dan 39 bank sebagai Bank Beku Kegiatan Usaha Tertentu (BBKU). Selain itu, dalam upaya pemulihan perbankan, Pemerintah melakukan penguatan modal (rekapitalisasi) terhadap 10 Bank Pembangunan Daerah (BPD) dan 9 bank umum. Pendirian BPPN tanggal 26 Januari 1998, identifikasi bank-bank berdasarkan kriteria recapitalisasi pada akhir 1998, pengambilalihan bank-bank oleh pemerintah pada bulan Mei 1998 dan pembekuan operasional bank pada bulan Mei dan Agustus 1998 serta penghentian kegiatan usaha tertentu bank-bank tanggal 13 Maret 1999.

Sesuai Persetujuan Bersama antara Gubernur BI dan Menteri Keuangan tanggal 6 Februari 1999, nilai BLBI yang disepakati adalah Rp 144,5 triliun dan pemberian BLBI kepada PT Bank Ekspor Impor Indonesia sebesar Rp Rp 20 triliun (BI, 2011). Atas pemberian BLBI sejumlah Rp 144,5 triliun tersebut, pemerintah menerbitkan tiga surat utang yaitu Surat Utang No. SU001/MK/1998 sebesar Rp 80 triliun, No. SU-003/MK/1999 sebesar Rp 64,5 triliun, dan No. SU-004/MK/1999 sebesar Rp 53,8 triliun. Penyediaan dana BLBI kepada bank-bank yang mengalami kesulitan likuiditas dalam keadaan darurat tersebut mengacu pada ketentuan Pasal 32 ayat

(3) dan Penjelasan Umum Angka III huruf b Undang-Undang No. 13 Tahun 1968 tentang Bank Sentral. Kasmir (2008) menambahkan bahwa, di dalam undang-undang tersebut ditegaskan peran BI sebagai lender of the last resort. Selain sebagai pelaksanaan fungsi itu, penyediaan BLBI juga dilakukan untuk melaksanakan komitmen BI untuk membantu pemerintah dalam menjalankan kebijakan makro ekonomi nasional. Amandemen UU No. 7 Tahun 1992 tentang Pokok-pokok Perbankan menjadi UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan maka wewenang perizinan di bidang perbankan beralih dari Menteri Keuangan kepada Pimpinan Bank Indonesia.

Naili (2013) menjelaskan, sebagai otoritas pengawas bank, dalam masa krisis ini Bank Indonesia menjalankan wewenangnya untuk mengatasi kesulitan yang membahayakan kelangsungan usaha bank. Perubahan UU No. 7 Tahun 1992 tentang Pokok Pokok Perbankan menjadi UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, peranan Bank Indonesia dalam kebijakan perbankan mengalami perubahan yang drastis. Perubahan tersebut antara lain mengatur (Munir, 2012):

1. Pengalihan wewenang perizinan di bidang perbankan dari Menteri Keuangan kepada Pimpinan Bank Indonesia.
2. Pemilikan bank oleh pihak asing tidak dibatasi tetapi tetap memperhatikan prinsip kemitraan.
3. Pengembangan bank berdasarkan syariah.

4. Perubahan cakupan rahasia bank yang semula meliputi sisi aktiva dan pasiva dari neraca bank, menjadi nasabah penyimpanan dan simpanannya
5. Pembentukan lembaga penjamin simpanan (LPS) dan
6. Pendirian badan khusus yang bersifat sementara dalam rangka penyehatan perbankan.

Tahun 1991 berdirilah Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai bank umum satu-satunya yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip bagi hasil. Introduksi bank berdasarkan prinsip bagi hasil dalam hukum positif adalah melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Dengan demikian sejak tahun 1992 industri perbankan Indonesia secara teknis yuridis telah mengenal istilah Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil (Ningtyas, 2013).

Fayed (2013) menjelaskan, di sisi lain telah kita ketahui bahwa bank syariah dalam operasionalnya tidak semata-mata mendasarkan pada prinsip bagi hasil, melainkan terdapat akad-akad tradisional Islam lainnya yang dapat diimplementasikan dalam praktik bank bebas bunga dimaksud. Akad-akad tradisional Islam atau yang sering disebut sebagai prinsip syariah merupakan instrumen yang menggantikan sistem konvensional berupa bunga (riba), ketidakpastian (garar), perjudian (maisyr), dan baṭil yang merupakan unsur-unsur yang dilarang dalam Islam (Hussein, 2012).

Berdasarkan paradigma tersebut, serta adanya realitas empiris yang menunjukkan bahwa bank-bank konvensional banyak yang tidak sanggup bertahan di saat krisis keuangan dan moneter melanda, maka mendorong pemerintah untuk mengamandemen Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992. Perubahan Atas beberapa materi muatan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998. Undang-undang inilah yang mempertegas eksistensi perbankan syariah di Indonesia.

f. Masa Reformasi : Sistem Perbankan Modern

Iqbal (2005) menjelaskan bahwa, setelah terjadinya krisis ekonomi yang diikuti dengan tumbangannya pemerintahan orde baru, maka sistem perbankan mulai mengkaji kelonggaran sistem perbankan sebelumnya dengan melakukan pengawasan ketat yang juga melibatkan penyandang dana dari IMF (International Monetary Fund), sehingga dibentuklah BPPN (Badan Penyehatan Perbankan Nasional) berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 27 Tahun 1998 tentang Pembentukan BPPN. Lembaga ini dibentuk dengan tugas pokok untuk penyehatan perbankan, penyelesaian aset bermasalah dan mengupayakan pengembalian uang negara yang tersalur pada sektor perbankan. Karena kinerjanya yang dinilai kurang memuaskan, pada masa pemerintahan Presiden Megawati Soekarnoputri, lembaga ini dibubarkan pada 27 Februari 2004 berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 15

Tahun 2004 tentang Pengakhiran Tugas dan Pembubaran BPPN (Setyowati, 2004).

Setyowati (2004) juga menambahkan bahwa Presiden ingin menunjuk Menteri Keuangan Boediono sebagai Ketua Tim Pemberesan Badan Penyehatan Perbankan Nasional melalui Keppres Nomor 16 Tahun 2004 tentang Pembentukan Tim Pemberesan BPPN. Keppres ini merupakan satu dari sejumlah landasan hukum yang dikeluarkan presiden berkaitan dengan pembubaran BPPN. Perusahaan Pengelola Aset (Persero) (“PPA”) didirikan Pemerintah pada 27 Februari 2004 melalui Peraturan Pemerintah No. 10 Tahun 2004 untuk melaksanakan pengelolaan aset eks Badan Penyehatan Perbankan Nasional (“BPPN”) yang tidak berperkara hukum. Dalam melaksanakan tugas pengelolaan dimaksud, Menteri Keuangan RI dan Direktur Utama PPA menandatangani Perjanjian Pengelolaan Aset tanggal 24 Maret 2004 untuk jangka waktu lima tahun dan untuk selanjutnya dapat diperpanjang masing-masing untuk jangka waktu satu tahunan (Manurung, 2004).

Melalui Peraturan Pemerintah No. 61 Tahun 2008 tanggal 4 September 2008. Sesuai dengan amanat UU No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, salah satu tugas Bank Indonesia adalah mengatur dan mengawasi perbankan. Ruang lingkup tugas ini meliputi menetapkan peraturan, memberikan dan mencabut izin atas kelembagaan atau kegiatan usaha tertentu dari bank, melaksanakan pengawasan atas bank, dan mengenakan sanksi terhadap bank sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Menurut Ariff (2006)

Selain Bank Indonesia, terdapat pula beberapa lembaga yang mengawasi bank namun dengan lingkup yang terbatas, yaitu:

1. Badan Pemeriksa Keuangan memiliki tugas untuk mengawasi bank-bank milik pemerintah.
2. Bapepam berwenang untuk mengawasi bank-bank yang sudah *go* publik.
3. Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) yang dibentuk pada tahun 2002 (berdasarkan Undang-Undang No. 15 Tahun 2002 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 25 Tahun 2003 tentang Tindak Pidana Pencucian Uang) memiliki wewenang meminta dan menerima laporan dari Penyedia Jasa Keuangan serta melakukan audit terhadap Penyedia Jasa Keuangan mengenai kepatuhan kewajiban sesuai dengan ketentuan dalam Undang-undang ini dan terhadap pedoman pelaporan mengenai transaksi keuangan.
4. Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) berwenang mendapatkan data simpanan nasabah dan laporan keuangan bank serta melakukan verifikasi dan konfirmasi data dalam rangka merumuskan dan menetapkan kebijakan pelaksanaan penjaminan simpanan dan melaksanakan penjaminan simpanan. Sesuai dengan amanat UU No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, salah satu tugas Bank Indonesia adalah mengatur dan mengawasi perbankan.

Pada masa ini dilakukan penguatan sistem perbankan dengan cara :

Tabel 3 Upaya Penguatan Sistem Perbankan

Perbaikan Infrastruktur	Penerapan Good Corporate Governance	Penyempurnaan Pengaturan dan Pengawasan
<ul style="list-style-type: none"> • Ketegasan kewenangan otoritas jasa • Kepastian skim penjamin-an simpanan • Kepastian sumber pem-biayaan bagi kemungkinan terjadinya permasalahan sistemik suatu ketika • Pengembangan BPR dan Bank Syariah. Segmen pasar bagi penanaman dana kedua jenis bank ini lebih tahan gejolak 	<ul style="list-style-type: none"> • Penyaringan Kelayakan dan Keputusan pemegang saham pengendali, pengurus & pejabat eksekutif • Keharusan adanya Direktur Kepatuhan di bank 	<ul style="list-style-type: none"> • Ketegasan sanksi atas Ketidaklayakan & Ketidakpatutan • Pembentukan kerja sama dalam rangka Law Enforcement – Penerapan Standard Internasional dalam sistem pengawasan bank

Sumber: Penulis

Untuk mewujudkan struktur perbankan yang stabil secara berkesinambungan, Bank Indonesia berkoordinasi dengan Pemerintah dalam merancang Arsitektur Perbankan Indonesia (API). Dalam skenario API, bank-bank diwajibkan memperkuat permodalannya sesuai dengan lingkup operasionalnya (Fayed, 2013).

Semakin luas lingkup operasionalnya maka semakin besar pula permodalan yang dipersyaratkan. Dengan demikian bank-bank kecil yang selama ini rentan terhadap gejolak, terus

didorong untuk menjadi besar, merger dengan bank lain, diambilalih oleh bank lain atau turun menjadi BPR. Dalam skenario ini, lingkup operasional bank dibedakan menjadi 4 kriteria, masing-masing Bank dengan Kegiatan Usaha Terbatas, Bank Fokus, Bank Nasional dan Bank Internasional. Pengalihan pengawasan jasa keuangan kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dibentuk berdasarkan UU Nomor 21 tahun 2011 yang berfungsi menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap keseluruhan kegiatan di dalam sektor jasa keuangan.

Otoritas Jasa Keuangan, yang selanjutnya disingkat OJK, adalah lembaga yang independen dan bebas dari campur tangan pihak lain, yang mempunyai fungsi, tugas, dan wewenang pengaturan, pengawasan, pemeriksaan, dan penyidikan. OJK didirikan untuk menggantikan peran Bapepam-LK.

2.2 Persaingan antar Bank Umum di Indonesia

Peningkatan kompetisi perbankan di Indonesia sebenarnya mulai terasa sejak adanya keterbukaan perbankan Indonesia, yang diinisiasi dengan dikeluarkannya paket kebijakan pada tanggal 1 Juni 1983 (PAKJUN) dengan tujuan memodernisasi perbankan dan kemudian dilanjutkan dengan paket Oktober (PAKTO) pada tanggal 27 Oktober 1988, yang memberi kemudahan perijinan pendirian bank baru, termasuk pembukaan kantor cabang. Saat itu, dengan dana Rp 10 miliar saja, para investor sudah dapat mendirikan sebuah bank baru (Deni dan Djoni, 2004), dan ini menyebabkan peningkatan signifikan pada jumlah bank.

Peningkatan jumlah bank berpotensi mendorong bisnis sektor perbankan menjadi lebih kompetitif dan meningkatkan efisiensi dan kesehatan perbankan². Namun untuk perbankan Indonesia, sebagian besar bank-bank swasta pada masa sebelum krisis dimiliki oleh para usahawan besar; akibatnya, pada saat usahanya membutuhkan pendanaan besar, mereka cenderung memobilisasi dana masyarakat melalui banknya untuk kepentingan usahanya (kelompok/grupnya). Ini berarti tujuan penerbitan Pakto 88 yang awalnya bertujuan untuk mengalirkan dana masyarakat kepada masyarakat, bergeser menjadi penyaluran kepada grupnya sehingga muncul potensi pelanggaran Batas Maksimum Pemberian Kredit (BMPK), (Deni dan Djoni, 2004). Kondisi ini melemahkan infrastruktur industri perbankan, akibatnya ketika pasar keuangan internasional bergejolak, yang dimulai dengan krisis nilai tukar mata uang di negara-negara Asia, perbankan Indonesia tidak mampu bertahan. Kondisi ini mengakibatkan meningkatnya krisis kepercayaan terhadap rupiah dan perbankan nasional, terutama setelah adanya pencabutan ijin usaha 16 bank pada bulan November 1997.

Pemerintah menggandeng International Monetary Fund (IMF) untuk menuntaskan krisis yang terjadi, tetapi kebijakan yang diberlakukan oleh IMF berupa pengetatan likuiditas justru membuat kondisi Indonesia semakin terpuruk³. Selanjutnya pemerintah dan bank sentral mencoba menerapkan program stabilisasi dan reformasi menyeluruh untuk menguatkan sistem keuangan nasional dan sekaligus untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat.

Tahun 1999, Undang-Undang (UU) No 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia diterbitkan dengan menekankan bahwa Bank Indonesia (BI) memiliki tujuan yang lebih fokus yakni mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah, yang menjadi prasyarat pertumbuhan ekonomi berkesinambungan. Beberapa tahun selanjutnya, Bank Indonesia menerbitkan Arsitektur Perbankan Indonesia (API) sebagai kerangka dasar sistem perbankan Indonesia yang bersifat menyeluruh. API diharapkan dapat memberikan arah, bentuk, dan tatanan industri perbankan untuk rentang waktu lima sampai sepuluh tahun ke depan (BI, 2007, Arsitektur Perbankan Indonesia).

Setelah kemunculan API, yang didukung oleh penguatan struktur permodalan bankbank, diharapkan perbankan Indonesia menjadi lebih stabil dan mampu berfungsi sebagai lembaga intermediasi. Kestabilan akan menghasilkan perbankan nasional yang lebih kuat dan pada akhirnya mampu bersaing dengan perbankan asing di pasar internasional⁴. Kompetisi, yang mendorong peningkatan daya saing, merupakan pondasi utama proses penguatan perbankan nasional. Oleh karena itu, perubahan tingkat kompetisi antar bank akan mengubah pula perilaku perbankan dalam melakukan bisnisnya.

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba menelaah kompetisi perbankan di Indonesia, diantaranya Claessen dan Laeven (2004) yang mengestimasi tingkat kompetisi di 50 negara termasuk Indonesia dengan menggunakan metode Panzar-Rosse selama kurun 1994-2001. Dari penelitian tersebut, disebutkan struktur industri perbankan Indonesia tergolong dalam kategori

monopolistic competition⁵. Hasil penelitian ini didukung juga oleh Setyowati (2004) yang menyimpulkan bahwa situasi perbankan Indonesia secara keseluruhan adalah kompetisi monopolistik.

Terkait dengan implemetasi Arsitektur Perbankan Indonesia (API), pertanyaan menarik yang muncul adalah bagaimana pengaruh API terhadap tingkat stabilitas dan kompetisi industri perbankan Indonesia? Pertanyaan penelitian ini yang akan dijawab dalam penelitian ini.

Fayed (2013) menyebutkan bahwa pasar perbankan memiliki beberapa ciri, antara lain pertama, adanya kehadiran lebih dari satu penyedia kredit, dalam hal ini bank, dalam satu wilayah; kedua hubungan antara bankers dan peminjam (debitur) dibangun berdasarkan pengalaman-pengalaman yang berkaitan dengan penyaluran kredit waktu sebelumnya; ketiga, peminjam kredit dalam volume besar akan mendapatkan lebih banyak penawaran kredit sementara peminjam dalam jumlah kecil menghadapi suplai yang sangat terbatas; keempat, adanya hambatan-hambatan untuk masuknya pemain baru yang menunjukkan adanya kecenderungan mempertahankan kondisi monopoli ataupun oligopoli dalam rangka mendapatkan keuntungan positif dalam jangka panjang; dan kelima, indakan atau keputusan bankers umumnya saling berkorelasi yang sering disebut dengan istilah agreement, mutual assistance, pengurangan kompetisi tak sehat, koordinasi, dan sebagainya. Alasan adanya kolusi ini adalah kerugian yang terjadi pada saat saling bersaing dapat tergantikan dengan profit yang didapatkan setelah agreement tercapai.

Fayed (2013) berpendapat bahwa persaingan di dalam industri perbankan bukan persaingan sempurna melainkan monopoli yang kemudian ditambah dengan kolusi untuk mengatur kompetisi harga dan non-harga. Setyowati (2004) mendukung pernyataan Chandler dengan menyatakan bahwa bank tidak mungkin berada dalam situasi yang benar-benar bersaing karena dalam situasi persaingan murni bank baru terancam akan bangkrut dan hal ini akan membahayakan perekonomian secara makro karena keruntuhan sebuah bank dapat menular ke bank-bank lain (*contagion effect*).

Persaingan antar bank bisa terjadi karena perebutan sumber daya yang produktif, misalnya pada deposito, tabungan, dan penyaluran kredit yang merupakan sumber pendapatan. Kompetisi non-harga antar bank bisa berbentuk hadiah dan promosi untuk menarik nasabah sebanyakbanyaknya. Kompetisi juga dapat berbentuk produk dan jenis layanan baru yang didukung oleh perkembangan teknologi yang mampu menekan biaya produksi dan distribusi.

Beberapa penelitian menyimpulkan bahwa pasar perbankan yang lebih terkonsentrasi dan memiliki tingkat kompetisi yang rendah, memiliki buffer dalam menghadapi kerentanan; ini membuat perbankan lebih stabil. Pada sisi lain, kondisi seperti ini juga memberikan insentif pengambilan resiko yang berlebihan (*excessive risk taking*).

Terdapat dua pandangan yang berlawanan tentang hubungan antara tingkat kompetisi perbankan yang tinggi dan kesehatan perbankan; pertama pandangan tradisional yang menyatakan

bahwa kompetisi perbankan yang tinggi akan meningkatkan suplai kredit bagi perusahaan-perusahaan yang membutuhkan. Pendapat ini juga didukung oleh Claessens dan Laeven (2003) yang menemukan bahwa kompetisi yang tinggi di sektor keuangan dapat mendorong peningkatan efisiensi produksi, kualitas produk keuangan, dan tingkat inovasi. Peningkatan kompetisi juga diharapkan dapat menekan biaya jasa intermediasi menjadi lebih efisien karena waktu yang dibutuhkan untuk mengurus kredit jauh lebih singkat dan akhirnya akan meningkatkan pendapatan bank (Setyowati (2004). Sebaliknya, suku bunga yang tinggi akan mengurangi investasi untuk riset dan pengembangan, sehingga inovasi akan terhambat dan produktivitas perusahaan pada akhirnya menurun. Pasar perbankan yang kompetitif akan memanfaatkan kekuatannya sendiri untuk mereduksi bank-bank yang lemah sekaligus mendorong keberadaan bank-bank sehat.

Berlawanan dengan pandangan pertama di atas, pandangan kedua menyatakan bahwa kompetisi justru berdampak buruk bagi perusahaan baru dan masa depan industri perbankan karena peminjam menghadapi suplai kredit yang makin banyak ketika kompetisi perbankan meningkat. Model ini berbasis pada pemikiran bahwa kompetisi akan meningkatkan moral hazard dan masalah adverse selection dari sisi peminjam. Ketika kompetisi antar bank meningkat, perusahaan-perusahaan semakin mempunyai pilihan bank atau kreditor. Upaya bank untuk menyeleksi pengusaha calon peminjam akan makin menurun ketika jumlah bank meningkat.

2.3 Ringkasan

- “Bank” berasal dari bahasa Italia *banque* atau *banca* yang berarti bangku. Para bankir di Florence pada masa Renaissance melakukan transaksi mereka dengan duduk di meja penukaran uang, berbeda dengan pekerjaan kebanyakan orang yang tidak memungkinkan mereka untuk duduk sambil bekerja.
- Perkembangan perdagangan semula hanya di daratan Eropa akhirnya menyebar ke Asia Barat. Sebaliknya, perkembangan perbankan di daratan Inggris baru di mulai pada abad ke-16.
- Kehadiran institusi perbankan Pertama di Indonesia tidak terlepas dari adanya kolonial Hindia Belanda *reenigde Oost-Indische Compagnie (VOC)* di Indonesia, VOC yaitu perusahaan induk penghimpun perusahaan- perusahaan dagang Belanda, mereka mengukuhkan kekuasaannya di Batavia pada 1619.
- Peristiwa Supersemar 11 Maret 1966 dan pembubaran PKI pada 12 Maret 1966 adalah tonggak kelahiran orde baru. Selanjutnya, pada tanggal 25 Juli 1966 telah dibentuk Kabinet Ampera menggantikan Kabinet Dwikora.
- Setelah kemunculan API, yang didukung oleh penguatan struktur permodalan bankbank, diharapkan perbankan Indonesia menjadi lebih stabil dan mampu berfungsi sebagai lembaga intermediasi.
- Persaingan antar bank bisa terjadi karena perebutan sumber daya yang produktif, misalnya pada deposito, tabungan, dan penyaluran kredit yang merupakan sumber pendapatan.

- Persaingan di dalam industri perbankan bukan persaingan sempurna melainkan monopoli yang kemudian ditambah dengan kolusi untuk mengatur kompetisi harga dan non-harga.
- Pasar perbankan yang lebih terkonsentrasi dan memiliki tingkat kompetisi yang rendah, memiliki buffer dalam menghadapi kerentanan; ini membuat perbankan lebih stabil. Pada sisi lain, kondisi seperti ini juga memberikan insentif pengambilan resiko yang berlebihan (*excessive risk taking*).

BAB III

PERSPEKTIF PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA

3.1 Sejarah Perbankan Syariah di Indonesia

Perbankan merupakan lembaga keuangan terpenting bagi pembangunan suatu negara. Hal ini disebabkan karena fungsi dari perbankan adalah sebagai Lembaga Intermediasi Keuangan (*financial intermediary institution*) sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1 No. 2 Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 yakni bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Kasmir, 2012:24).

Pengertian bank Islam (*Islamic Bank*) secara umum adalah bank yang pengoperasiannya mendasarkan pada prinsip syariah Islam. Istilah-istilah lain yang digunakan untuk menyebut entitas bank Islam selain bank Islam itu sendiri, yaitu Bank Tanpa Bunga (*Interest-Free Bank*), Bank Tanpa Riba (*Lariba Bank*), dan Bank Syariah (*Sharia Bank*). Indonesia secara teknis yuridis menyebut bank Islam dengan mempergunakan istilah “Bank Syariah”, atau yang secara lengkap disebut “Bank Berdasarkan Prinsip Syariah” (Anshori, 2008).

Berdasarkan Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam

melaksanakan kegiatan usahanya. Dari penelitian yang dilakukan oleh Lo dan Leow (2014) mengemukakan perbankan Islam didefinisikan sebagai sistem perbankan yang didasarkan pada hukum syariah dengan prinsip utama untuk melakukan bisnis sesuai dengan pembagian laba rugi dan pelarangan bunga produktif dan bermanfaat. Mohamad, Burhan dan Taswan (2013) dalam penelitiannya juga menyimpulkan bahwa sistem perbankan Islam adalah sistem berlandaskan prinsip syariah yang tidak mengandung elemen *riba (faedah)*, ketidaktentuan (*gharar*), risiko dan spekulasi di samping berpegang pada prinsip keadilan.

Jenis-jenis bank menurut Pasal 1 Undang-Undang No. 21 tahun 2008 adalah sebagai berikut:

1. Bank Umum Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
2. Unit Usaha Syariah adalah unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah.

Hasil penelitian Rozalinda (2014) memaparkan salah satu persamaan bank syariah dan bank konvensional adalah sama-sama mencari keuntungan. Namun, dalam operasinya perbankan syariah berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan pihak

bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam beroperasi. Dalam menjalankan operasinya, perbankan syariah terdapat tujuh karakteristik yang diterbitkan dan diedarkan berupa sebuah booklet “Bank Syariah Untuk Kita Semua” (Saeed, 2004:66). Tujuh karakteristik tersebut diantaranya adalah:

1. Universal, Memandang bahwa bank syariah berlaku untuk setiap orang tanpa memandang perbedaan kemampuan ekonomi maupun perbedaan agama.
2. Adil, Memberikan sesuatu hanya kepada yang berhak serta memperlakukan sesuatu sesuai dengan posisinya dan melarang adanya unsur *maysir* (unsur spekulasi atau untung-untungan), ketidakjelasan (*gharar*), haram, riba dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dan nasabah.
3. Transparan, Dalam kegiatannya bank syariah sangat terbuka bagi seluruh lapisan masyarakat.
4. Seimbang, Mengembangkan sektor keuangan melalui akitfitas perbankan syariah yang mencangkup pengembangan sektor riil dan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM).
5. Maslahat, Bermanfaat dan membawa kebaikan bagi seluruh aspek kehidupan.
6. Variatif, Produk bervariasi mulai dari tabungan haji dan umrah, tabungan umum, giro, deposito, pembiayaan yang berbasis bagi hasil, jual-beli dan sewa, sampai kepada produk jasa kustodian, jasa transfer, dan jasa pembayaran (*debit card, syariah charge*).

7. Fasilitas, Penerimaan dan penyaluran zakat, infak, sedekah, wakaf, dana kebajikan (*qard*), memiliki fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM), *mobile banking*, *internet banking* dan interkoneksi antarbank syariah.

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi pihak nasabah dan bank, dan memberikan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan.

Konsep merupakan istilah yang terdiri dari satu kata atau lebih yang menggambarkan suatu gejala atau menyatakan suatu ide (gagasan) tertentu (Hasan, 2002:17). Ada 3 konsep dasar dalam transaksi perbankan syariah, diantaranya:

1. Efisiensi

Mengacu pada prinsip saling menolong untuk berikhtiar, dengan tujuan mencapai laba sebesar mungkin dan biaya yang dikeluarkan seleyaknya.

2. Keadilan

Mengacu pada hubungan yang tidak menzalimi (menganiaya), saling ikhlas mengikhlaskan antar pihak-pihak yang terlibat dengan persetujuan yang adil tentang proporsi bagi hasil, baik untung maupun rugi.

3. Kebenaran

Mengacu pada prinsip saling menawarkan bantuan dan nasehat untuk saling meningkatkan produktivitas.


Ada lima transaksi yang lazim dipraktekkan dalam transaksi perbankan syariah di antaranya:

1. Transaksi yang tidak mengandung riba.

Penelitian Mutasowifin (2015) menjelaskan konsep riba dari kalangan agama Islam dan nonIslam.

a. Konsep riba di kalangan Islam:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
مِنَ الْمَسِّ



Artinya: “orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila.” (Al Baqarah: 275)

b. Konsep riba di kalangan Yahudi:

Dalam Kitab Exodus/Keluaran Pasal 22 Ayat 25 “Jika engkau meminjam uang kepada salah seorang dari umat-Ku, orang yang miskin diantaramu, maka janganlah engkau berlaku sebagai penagih hutang terhadap dia; janganlah engkau bebaskan bunga uang terhadapnya.”

c. Konsep riba di kalangan Kristen

Larangan riba di kalangan Kristen dalam Lukas 6 : 34-35 “Jikalau kamu meminjamkan sesuatu kepada orang karena kamu berharap akan menerima sesuatu darinya, apakah jasmu? Orang-orang berdosa pun meminjamkan kepada orang berdosa supaya mereka menerima kembali sama banyak. Tetapi kamu, kasihanilah musuhmu dan berbuat baiklah kepada mereka dan pinjamkan dengan tidak

mengharapkan balasan, maka upahmu akan besar dan kamu akan menjadi anak-anak Tuhan Yang Mahatinggi, sebab Ia baik terhadap orang-orang yang tidak tahu berterima kasih dan terhadap orang-orang jahat.”

1. Transaksi yang ditujukan untuk memiliki barang dengan cara jual beli (*murabahah*).
2. Transaksi yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dengan cara sewa (*ijarah*).
3. Transaksi yang ditujukan untuk mendapatkan modal kerja dengan cara bagi hasil (*mudharabah*).
4. Transaksi deposito, tabungan, giro yang imbalannya adalah bagi hasil (*mudharabah*) dan transaksi titipan (*wadi'ah*).

Dari segi teori, perbankan syariah menggunakan dua konsep (*two tier mudharabah*) atau juga disebut *mudharabah* tingkat dua. Yaitu bank syariah yang berfungsi dan beroperasi sebagai institut intermediasi investasi yang menggunakan akad *mudharabah* pada kegiatan pendanaan (pasiva) dan pembiayaan (aktiva), serta juga bertindak sebagai agen investasi yang mempertemukan pihak investasi dan pengusaha (Dahlan, 2014). Konsep *mudharabah* dan *musyarakah* sebagai sistem bagi hasil dalam menghadapi ketidakpastian merupakan salah satu prinsip yang mendasar dari ekonomi Islam (Saeed, 2004:76).

Menurut Rozalinda (2014) pada dasarnya, entitas bank syariah di Indonesia sudah dimulai sejak tahun 1983 dengan keluarnya Paket Desember 1983 (Pakdes 83) yang berisi sejumlah

regulasi di bidang perbankan, dimana salah satunya ada peraturan yang memperbolehkan bank memberikan kredit dengan bunga 0% (zero interest). Perkembangan dimaksud diikuti oleh serangkaian kebijakan di bidang perbankan oleh Menteri Keuangan Radius Prawiro yang tertuang dalam Paket Oktober 1988 (Pakto 88).

Anshori (2008) memaparkan bahwa Pakto 88 intinya merupakan deregulasi perbankan yang memberikan kemudahan bagi pendirian bank-bank baru, sehingga industri perbankan pada waktu itu mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Baru pada tahun 1991 berdirilah Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai bank umum satu-satunya yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip bagi hasil. Introduksi bank berdasarkan prinsip bagi hasil dalam hukum positif adalah melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992 tentang Bank berdasarkan prinsip bagi hasil (Lo dan Leow, 2014).

Dengan demikian sejak tahun 1992 industri perbankan Indonesia secara teknis yuridis telah mengenal istilah Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Rozalinda (2014) menjelaskan, di sisi lain telah kita ketahui bahwa bank syariah dalam operasionalnya tidak semata-mata mendasarkan pada prinsip bagi hasil, melainkan terdapat akad-akad tradisional Islam lainnya yang dapat diimplementasikan dalam praktik bank bebas bunga dimaksud.

Rozalinda (2014) menambahkan bawasanya akad-akad tradisional Islam atau yang sering disebut sebagai prinsip syariah merupakan instrumen yang menggantikan sistem konvensional berupa bunga (riba), ketidakpastian (garar), perjudian (maisyr), dan batil yang merupakan unsur-unsur yang dilarang dalam Islam. Berdasarkan paradigma tersebut, serta adanya realitas empiris yang menunjukkan bahwa bank-bank konvensional banyak yang tidak sanggup bertahan di saat krisis keuangan dan moneter melanda, maka mendorong pemerintah untuk mengamandemen Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992. Perubahan Atas beberapa materi muatan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998. Undang-undang inilah yang mempertegas eksistensi perbankan syariah di Indonesia (Lo dan Leow, 2014). Era Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, kebijakan hukum perbankan di Indonesia menganut sistem perbankan ganda (dual banking system).

Kebijakan ini intinya memberikan kesempatan bagi bank-bank umum konvensional untuk memberikan layanan syariah melalui mekanisme Islamic window dengan terlebih dahulu membentuk Unit Usaha Syariah (UUS). Akibatnya pasca undang-undang ini memunculkan banyak bank konvensional yang ikut adil dalam memberikan layanan syariah kepada nasabahnya. Pemberian layanan syariah semakin dipermudah dengan diperkenalkannya konsep office chaneling dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 8/3/ PBI/2006.6 Office chaneling intinya adalah bahwa untuk memberikan layanan syariah Bank Umum

Konvensional yang sudah memiliki UUS di kantor pusatnya, tidak perlu lagi membuka Kantor Cabang/Kantor Cabang Pembantu baru melainkan cukup membuka counter syariah dalam Kantor Cabang/Kantor Cabang Pembantu konvensional.

Hal ini tentu saja akan menghemat keuangan bank, karena tidak lagi memerlukan infrastruktur baru seperti gedung, alat-alat kantor, karyawan, dan teknologi informasi. Rozalinda (2014) menjelaskan bahwa, Bank Umum Syariah (BUS) selain BMI, pasca Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah didirikannya Bank Syariah Mandiri yang merupakan hasil akuisisi dan konversi PT. Bank Susila Bakti oleh PT. Bank Mandiri (Persero) “Tbk”. Di samping itu Bank Mega juga telah melakukan proses yang sama dengan membentuk PT. Bank Syariah Mega. Sedangkan bank-bank lain, seperti PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) “Tbk”, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) (Sulaiman, 2014).

“Tbk”, Bank Permata, dan sebagainya dalam memberikan layanan syariah masih dalam kerangka UUS. Kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh BUS lebih luas dibandingkan dengan UUS dari bank konvensional. Adapun kegiatan usaha yang hanya dapat dilakukan oleh BUS menurut Lo dan Leow (2014), yakni:

- 1) menjamin penerbitan surat berharga;
- 2) penitipan untuk kepentingan orang lain;
- 3) menjadi wali amanat;
- 4) penyertaan modal;
- 5) pendiri dan pengurus dana pensiun;

- 6) menerbitkan, menawarkan, dan memperdagangkan surat berharga jangka panjang syariah.

Di sisi produk, perbankan syariah mendasarkan pada sejumlah fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), antara lain yakni Fatwa No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah, Fatwa No. 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Mudharabah, Fatwa No. 08/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Musyarakah (Sulaiman, 2014).

Rozalinda (2014) memaparkan bahwa materi muatan dari fatwa yang telah dikeluarkan oleh DSN-MUI kemudian menjadi materi muatan dalam berbagai PBI. Hal ini terlihat jelas dalam PBI No. 7/46/PBI/2005 tentang Akad Penghimpunan dan Penyaluran Dana Bagi Bank Yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah (Sulaiman, 2014). PBI ini saat ini telah dicabut dengan PBI No. 9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah, sebagaimana telah diubah dengan PBI No. 10/16/PBI/2008. Dalam PBI No. 9/19/2007 disebutkan bahwa pemenuhan Prinsip Syariah dalam kegiatan penghimpunan dana, penyaluran dana dan pelayanan jasa, dilakukan sebagai berikut:

1. dalam kegiatan penghimpunan dana dengan mempergunakan antara lain Akad Wadi'ah dan Mudharabah;

2. dalam kegiatan peyaluran dana berupa Pembiayaan dengan mempergunakan antara lain Akad Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, Salam, Istishna', Ijarah, Ijarah Muntahiya Bittamlik dan Qardh; dan
3. dalam kegiatan pelayanan jasa dengan mempergunakan antara lain Akad Kafalah, Hawalah, dan Sharf. Menurut Wirdyaningsih, dkk hingga terbitnya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, Indonesia telah melewati dua tahapan pembinaan, yaitu “tahapan pengenalan” (introduction) yang ditandai dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992, dan “tahapan pengakuan” (recognition) yang ditandai dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998. Tahapan yang dikehendaki berikutnya adalah “tahapan pemurnian” (purification) yang nanti akan ditandai dengan diberlakukannya undang-undang yang khusus mengatur perbankan syariah.

Menurut Rozalinda (2014) “tahapan pemurnian” saat ini sudah di depan mata, karena pada tanggal 17 Juni 2008 telah disahkan Undang-Undang Perbankan Syariah yang pengundangannya dalam Lembaran Negara dilakukan tanggal 16 Juli 2008, yakni Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Undang-undang dimaksud memperkenalkan beberapa muatan baru dan lembaga hukum baru yang ditujukan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Realisasi dari tujuan dimaksud, terwujud

dalam fungsi bank syariah dan UUS (Saeed, 2004:45), yaitu bahwa:

- (1) Bank Syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat;
- (2) Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat;
- (3) Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).

Pelaksanaan fungsi sosial mendasarkan pada peraturan perundang-undangan terkait, yakni Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat dan Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf. Hal inilah yang menunjukkan bahwa perbankan syariah berperan sebagai financial and social intermediaries institution. Secara kelembagaan isu baru yang diintrodusir dalam Undang-Undang Perbankan Syariah yakni ketentuan tentang pemisahan (spin-off) terhadap UUS yang terdapat dalam Bank Umum Konvensional untuk dijadikan BUS, baik secara sukarela atau karena diwajibkan dengan telah terpenuhinya persyaratan tertentu (Lo dan Leow, 2014).

Pemisahan adalah pemisahan usaha dari Bank menjadi dua badan usaha atau lebih, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Sulaiman, 2014).. Peraturan perundang-undangan dimaksud, yakni Undang-Undang Nomor 40 Tahun

2007 tentang Perseroan Terbatas dan peraturan pelaksanaannya, serta ketentuan khusus di bidang perbankan berupa PBI. Namun hingga saat ini ketentuan operasional dimaksud belum ada, sehingga akan menghambat pelaksanaan spin-off bagi bank yang hendak melaksanakannya, antara lain yakni PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) “Tbk”.

Pembentukan BUS melalui pemisahan UUS merupakan suatu terobosan dalam rangka lebih “mensyariahkan” bank syariah. Adanya BUS yang secara yuridis mandiri, akan lebih mengoptimalkan layanan jasa perbankan syariah sehingga diharapkan operasional bank syariah benar-benar memenuhi prinsip larangan pencampuradukan antara yang halal dan yang haram.

Dalam rangka penyusunan PBI, yang materi muatannya berasal dari Fatwa Majelis Ulama Indonesia, Bank Indonesia membentuk komite perbankan syariah. Tata cara pembentukan, keanggotaan, dan tugas komite perbankan syariah nantinya akan diatur dengan PBI (Lo dan Leow, 2014). Adanya ketentuan ini menurut hemat penulis akan memunculkan sinergi antara Dewan Syariah Nasional dengan Bank Indonesia selaku pemegang otoritas perbankan nasional (Sulaiman, 2014).¹ PBI yang secara khusus merupakan peraturan pelaksana dari Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dan telah diundangkan hingga saat ini yaitu:

1. PBI No. 10/16/PBI/2008 tentang Perubahan atas PBI No. 9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana Serta Pelayanan Jasa Bank Syariah.
2. PBI No. 10/17/PBI/2008 tentang Produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah.
3. PBI No. 10/18/PBI/2008 tentang Restrukturisasi Pembiayaan bagi Bank Syariah.
4. PBI No. 10/23/PBI/2008 tentang Perubahan Kedua atas PBI No. 6/21/ PBI/2004 tentang Giro Wajib Minimum dalam Rupiah dan Valuta Asing bagi Bank Umum yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah.
5. PBI No. 10/24/PBI/2008 tentang Perubahan Kedua atas PBI No. 8/21/ PBI/2006 tentang Penilaian Kualitas Aktiva Bank Umum yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah.
6. PBI No. 10/32/PBI/2008 tentang Komite Perbankan Syariah. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 juga memberikan kesempatan bagi warga negara asing dan/atau badan hukum asing untuk mendirikan atau memiliki BUS secara kemitraan dengan warga negara Indonesia dan/atau badan hukum Indonesia.

Hal ini merupakan bukti bahwa bank syariah merupakan sektor yang terbuka bagi investor asing yang bermaksud mendirikan atau memiliki BUS secara joint venture, sehingga ketentuan-ketentuan yang ada di dalam Undang-Undang Nomor 25

Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan peraturan pelaksanaannya perlu diperhatikan dan dilaksanakan oleh pihak terkait. Berdasarkan Statistik Perbankan Syariah (Islamic Banking Statistics) yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia bulan November 2008 Jaringan Kantor Networking terdiri dari 4 (empat) Bank Umum Syariah, yakni PT. Bank Muamalat Indonesia, PT. Bank Syariah Mandiri, PT. Bank Syariah Mega Indonesia, dan PT. Bank Syariah BRI. Unit Usaha Syariah (UUS) bank konvensional yang memberikan layanan syariah berjumlah 27 dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah berjumlah 128 (Sulaiman, 2014).

Melihat perkembangan hukum yang menopang industri perbankan syariah di Indonesia berlangsung begitu pesat, maka akan menimbulkan implikasi baik yang positif maupun negative (Saeed, 2004:99). Untuk itu, maka perlu ada kesiapan dari pelaku bisnis di bidang perbankan untuk menyiapkan sumber daya manusia yang mempunyai kompetensi dan pemahaman terkait dengan aspek-aspek perbankan syariah menyangkut aspek fikih maupun aspek hukum positif yang mengitarinya, serta kecermatan dalam pengembangan produk perbankan syariah (Sulaiman, 2014).

3.2 Persaingan Antar Perbankan Syariah di Indonesia

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Semakin ketatnya

persaingan dalam industri perbankan mendorong industri perbankan untuk cepat menyesuaikan diri dengan perkembangan masyarakat di sekitarnya. Hal tersebut ditandai dengan semakin maraknya ekspansi dari bank-bank asing yang mencoba masuk ke pasar perbankan di Indonesia. Industri perbankan saat ini berlomba-lomba untuk meningkatkan layanan kepada nasabah, dengan cara memberikan fasilitas-fasilitas yang memudahkan nasabah tersebut dalam melakukan transaksi keuangan (Infobank, April 2008).

Persaingan yang ketat baik antar bank syariah maupun dengan bank konvensional meningkatkan standar nasabah terhadap jasa perbankan. Sehingga pendekatan menggunakan sentimen syariah menjadi tidak lagi efektif. Masyarakat yang sudah terbiasa dengan sistem konvensional dan memiliki image bahwa pelayanan bank konvensional lebih baik dari bank syariah menjadi tantangan bagi bank syariah untuk menemukan strategi yang lebih tepat dalam mempertahankan nasabah dan meningkatkan pangsa pasar. Munculnya konsep bank syariah di Indonesia dimungkinkan melalui Undang-Undang Perbankan Nasional No. 7 tahun 1992 yang menyatakan dimungkinkan bank dengan sistem bagi hasil yang pada akhirnya mengilhami lahirnya Bank Muamalat Indonesia. Sejalan dengan munculnya krisis moneter yang akhirnya menjadi krisis ekonomi di Indonesia yang antara lain ditandai dengan banyaknya bank yang dilikuidasi. Pada sisi lain Bank Muamalat Indonesia tetap tegap menjalankan operasinya.

Terjadinya perubahan Undang-Undang No.7 tahun 1992 menjadi Undang-Undang (UU) No. 10 tahun 1998 semakin

memberikan stimulus munculnya perbankan syariah di Indonesia. Karena dalam UU baru tersebut dinyatakan dimungkinkan bank beroperasi dalam dua sistem yaitu bank konvensional dan bank syariah (dual banking system). Terhitung sejak 17 Juni 2008, industri perbankan syariah Indonesia secara resmi memasuki era baru. RUU Perbankan Syariah yang telah masuk ke DPR sejak pertengahan 2005 sebagai RUU inisiatif DPR, telah disahkan sehingga Indonesia kini resmi memiliki regulasi perbankan syariah yaitu UU Nomor 21 Tahun Perbankan Syariah (Yusuf Wibisono, 1999).

Konseptualisasi dan pengukuran persepsi kualitas pelayanan adalah salah satu topik kontemporer yang paling diperdebatkan dan kontroversial dalam literatur- pemasaran jasa (Brady dan Cronin, 2001; Lang, 2016; Zins, 2001; Rust dan Oliver, 2000). Karena jasa tidak berwujud, konsumen menilai kualitas secara subjektif. Seperti yang dirasakan layanan / produk yang berkualitas telah disebut sebagai “sulit dipahami” (Parasuraman et al, 1985;. Smith, 1999), dan berbagai penelitian menganggap bahwa konstruk ini masih dianggap “tidak terselesaikan” (Carhuana et al, 2000).

Pengukuran kualitas pelayanan oleh Lang (2016) pada riset eksplanatorinya, dijelaskan pelayanan dan faktor-faktor yang menentukannya. Dalam penelitian ini didefinisikan bahwa kualitas pelayanan sebagai derajat ketidakcocokan antara harapan normatif nasabah pada jasa dan persepsi nasabah pada kinerja pelayanan yang diterima. Dari penelitian ini digunakan instrumen SERVQUAL, yaitu suatu skala yang terdiri dari 22 item untuk mengukur kualitas pelayanan yang tercakup dalam lima dimensi,

yaitu: reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dimensi reliability yang paling penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Kemudian diikuti dimensi responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles.

Penelitian Lang (2016), berhasil mengidentifikasi profil dan perbankan kebiasaan nasabah bank syariah serta kesadaran mereka, penggunaan, dirasakan pentingnya dan tingkat kepuasan dengan produk saat ini dan layanan disediakan oleh dua bank syariah terkemuka yang beroperasi di Bahrain. Lang (2016) mengembangkan atribut-atribut yang mempengaruhi perilaku nasabah meliputi: ketersediaan kredit, saran kerabat dan rekomendasi, teman, saran dan rekomendasi, lokasi yang nyaman, berbagai Bank layanan, kualitas layanan, ketersediaan ATM, jam bank yang memadai, investasi, keramahan personil, memahami kebutuhan keuangan, layanan khusus perempuan, dan nama bank.

Perbankan syariah di Indonesia telah memasuki usia ke dua puluh tahun, namun dari sisi pangsa pasar masih relative kecil (kurang dari 5%). Kondisi ini tentu kontradiktif, mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah pemeluk Islam. Sebagai perbandingan saja nasabah bank syariah di Singapura mencapai 50% dari golongan non muslim. Lambannya bank syariah meningkatkan pangsa pasar tidak dapat dilepaskan dari beberapa hal.

Pertama, rasionalitas pemeluk Islam dalam berekonomi, dimana pengejaran keuntungan materi tidak terlalu mempertimbangkan persoalan halal haramnya riba. *Kedua*,

pemahaman masyarakat akan bank syariah masih rendah. *Ketiga*, belum adanya dukungan bulat dari institusi keagamaan seperti Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah tentang haramnya bunga sebagai riba. Keempat, bank syariah di Indonesia, menghadapi tantangan dimana bank beroperasi dalam sistem ekonomi campuran yang kurang di dukung regulasi karena pengawasannya masih menyatu dengan bank konvensional.

- 1) Sehingga diperlukan strategi pengembangan perbankan syariah dalam menghadapi persaingan perbankan konvensional. Arah dan Tantangan Perkembangan Perbankan Syariah memerlukan kebijakan dalam mengembangkan perbankan syariah kedepan. Berikut merupakan kebijakan perbankan syariah: Mendorong produksi,
- 2) Mengurangi gap antara sektor riil dengan sektor keuangan,
- 3) Meminimalkan money concentration,
- 4) Mendorong governance dan menurunkan moral hazard,
- 5) Pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan.

Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) menyatakan, industri pembiayaan syariah memiliki sejumlah keuntungan dibandingkan pembiayaan konvensional.

Pertama, skema pembiayaan syariah dapat mengurangi potensi kerentanan serta gelembung (bubble) yang menyebabkan krisis ekonomi. Sistem bagi hasil membuat tidak ada jarak antara sistem keuangan dan sektor riil. *Kedua*, memperluas financial inclusion, terutama dalam pembiayaan kepada sektor usaha kecil dan menengah (UMKM). Selain itu, pembiayaan syariah berupa

zakat, infak, dan sedekah dapat melengkapi pengamanan sosial (social protection). *Ketiga*, perbankan syariah dapat berperan besar dalam pembiayaan infrastruktur dalam program Masterplan Percepatan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia. Adapun Prospek dan Tantangan Perbankan Syariah adalah sebagai berikut.

1. Menyongsong terbentuknya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) tahun 2015.
2. Mendorong inovasi produk perbankan syariah yang kreatif dan efisien.
3. Penyiapan SDM dalam kuantitas dan kualitas yang memadai.
4. Perbaikan kualitas layanan prima bagi nasabah agar kompetitif dengan perbankan lainnya.
5. Pemanfaatan IT secara optimal untuk mendorong penciptaan produk-produk unggulan.
6. Pelayanan pembiayaan sektor UMKM dan sektor produktif lainnya guna mendorong pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja.
7. Sosialisasi, edukasi dan diseminasi gagasan ekonomi kepada masyarakat secara lebih intensif dan massif.
8. Peningkatan jumlah penyertaan modal sendiri untuk memenuhi ketentuan aturan dari Bank Indonesia.

Struktur pasar merupakan kunci penting dari pola konvensional dalam bidang ekonomi industri. Struktur pasar menunjukkan atribut yang mempengaruhi sifat proses persaingan. Para ekonom mengklasifikasikan pasar dengan memfokuskan keadaan jumlah perusahaan dalam industri. Secara telaah ekonomi

mikro, struktur pasar dapat dikelompokkan kedalam empat bentuk struktur pasar. Keempat struktur pasar tersebut adalah sebagai berikut pertama, Persaingan sempurna, adalah struktur pasar yang ditandai oleh jumlah pembeli dan penjual yang sangat banyak. Transaksi setiap individu tersebut (pembeli dan penjual) sangat kecil dibandingkan output industri total sehingga mereka tidak dapat mempengaruhi harga produk tersebut.

Tidak ada diferensiasi produk. Para pembeli dan penjual secara individual hanya bertindak sebagai penerima harga (price taker). Informasi tentang harga dan kualitas produk adalah lengkap dan gratis. Adanya kebebasan untuk masuk ke (entry) dan keluar dari (exit) pasar. Tidak ada perusahaan atau industri yang menerima laba di atas normal dalam jangka panjang dalam pasar persaingan sempurna. *Kedua*, Monopoli, adalah struktur pasar yang ditandai oleh adanya seorang produsen tunggal. Diferensiasi produk sangat tinggi, tidak tersedia barang substitusi yang mirip. Sangat tinggi restriksinya untuk memperoleh informasi tentang harga dan kualitas produk. Rintangan yang sangat sukar untuk memasuki pasar karena adanya skala ekonomi, patent, copyright, franchise, atau faktor lain. Suatu perusahaan monopolis secara serentak dapat menentukan harga produk dan jumlah outputnya. Bagi sebuah monopoli adalah mungkin untuk memperoleh laba di atas normal, bahkan dalam jangka panjang sekalipun.

Ketiga, Persaingan monopolistik, adalah struktur pasar yang sangat mirip dengan persaingan sempurna, tetapi sedikit dibedakan dengan persaingan sempurna karena dalam persaingan monopolis

ini konsumen mengetahui perbedaan-perbedaan di antara produk dari perusahaan-perusahaan yang berbeda (produsen yang berbeda). Informasi tentang harga dan kualitas produk tidak gratis, tetapi murah.

Kondisinya mudah untuk masuk ke dan keluar dari pasar. Seperti halnya dalam persaingan sempurna maka dalam persaingan monopolistik ini laba di atas normal bisa diperoleh dalam jangka pendek, sedangkan dalam jangka panjang hanya menerima laba normal. Keempat, Oligopoli, adalah struktur pasar dimana hanya ada sejumlah kecil perusahaan yang memproduksi hampir semua output industri dan mempunyai keputusan yang saling mempengaruhi. Diferensiasi produk dapat tinggi atau rendah tergantung kondisi untuk masuk ke dalam dan keluar pasar. Adanya restriksi untuk memperoleh informasi tentang harga dan kualitas produk serta biaya produksi kerap kali rahasia. Rintangan untuk masuk ke pasar cukup tinggi karena skala ekonomi, besarnya kebutuhan modal, biaya advertensi, riset pengembangan, dan faktor lain.

Ada potensi bagi produsen untuk memperoleh profit di atas normal, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Bentuk pasar ini adalah yang paling umum dalam kenyataan dan dewasa ini menjadi sasaran penelitian, terutama dalam bentuk ekonomi industri. Pada dasarnya, oligopoli mencakup berbagai kondisi sehingga tidak ada model ekonomi tunggal untuknya, maksudnya tidak ada suatu teori yang umum untuk membahas teori-teori oligopoli. Banyak disusun teori-teori khusus, yang mungkin

berlaku untuk industri tertentu, sedangkan di industri lain tidak berlaku. Dalam teori ekonomi mikro, media oligopoli dibagi dalam dua jenis, yaitu ;

Pertama, Oligopoli yang tidak bergabung (non-kolusif / non collusive oligopoly) terdiri dari model Cournot, model Bertrand, model Chamberlain, model Sweezy dan model Stackelberg. *Kedua*, Oligopoli yang bergabung (kolusif / collusive) yang terdiri dari kartel dan kepemimpinan harga. Dari empat bentuk struktur pasar tersebut, pasar persaingan sempurna dan monopoli memiliki peranan yang sangat penting. Persaingan yang efektif dapat membuat sistem pasar berjalan dengan baik, sedangkan kekuatan monopoli seringkali menyebabkan kinerja yang tidak seimbang. Struktur monopoli seringpula dibedakan kedalam monopoli alamiah dan monopoli non alamiah.

Monopoli alamiah biasanya berkaitan dengan penyediaan jasa publik seperti air minum, listrik, gas telpon dan lainnya. Proses monopoli alamiah ini merupakan proses yang tidak dapat dihindarkan dan efeknya bagi keseimbangan adalah positif karena mampu meningkatkan kesejahteraan melalui penekanan harga. Berbeda dengan monopoli non alamiah yang terjadi karena struktur oligopoli yang kolusif dapat secara kolektif mempunyai kebijakan dalam mengatur dan menentukan harga.

3.3 Ringkasan

- Pasal 1 No. 2 Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 yakni

bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

- Berdasarkan Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.
- Jenis-jenis bank menurut Pasal 1 Undang-Undang No. 21 tahun 2008 adalah sebagai berikut:
 - a. Bank Umum Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
 - b. Unit Usaha Syariah adalah unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah.
- Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi pihak nasabah dan bank, dan memberikan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai

kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan.

- Terjadinya perubahan Undang-Undang No.7 tahun 1992 menjadi Undang-Undang (UU) No. 10 tahun 1998 semakin memberikan stimulus munculnya perbankan syariah di Indonesia.
- Struktur pasar merupakan kunci penting dari pola konvensional dalam bidang ekonomi industri.

BAB IV

PERSAINGAN DI ERA MASYARAKAT EKONOMI ASEAN

4.1 Masyarakat Ekonomi ASEAN

Syukriah (2013) menyatakan bahwa masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan suatu bentuk integrasi ekonomi ASEAN dalam sistem perdagangan bebas antara negara-negara ASEAN. MEA adalah komunitas ASEAN (*ASEAN Community*) dibidang Ekonomi ASEAN atau (*ASEAN Economic*). Komunitas MEA yang dicanangkan di Bali pada tahun 2003 pada Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ASEAN ke-9, atau dikenal sebagai Bali *Concord II*. Pembentukan komunitas tersebut diprakarsai oleh para Kepala Negara ASEAN pasca krisis ekonomi tahun 1997 dikawasan Asia Tenggara.

Terdapat 4 Pilar MEA, yaitu:

1. Terbentuknya pasar dan basis produksi tunggal

Yaitu: (1) Bebas arus barang; (2) Bebas jasa; (3) Bebas investasi; (4) Bebas tenaga kerja; (5) Bebas arus permodalan; (6) *Priority integration sectors*; (7) Pengembangan *sector food agriculture forestry*.

2. Kawasan berdaya saing tinggi.

Yaitu: (1) Kebijakan persaingan; (2) Perlindungan konsumen; (3) Pembangunan infrastruktur; (4) Kerjasama energi; (5) Perpajakan; (6) *E-commerce*.

3. Kawasan dengan pembangunan ekonomi yang merata

Yaitu: (1) Pengembangan UKM; (2) Mempersempit kesenjangan pembangunan antar negara ASEAN.

4. Integrasi dengan perekonomian dunia.

Yaitu: (1) Pendekatan koheren terhadap hubungan ekonomi eksternal; (2) Partisipasi yang semakin meningkat dalam jaringan suplai global.

Terdapat 4 hal yang harus diantisipasi dalam MEA, yaitu:

1. Implementasi MEA berpotensi menjadikan Indonesia sekedar pemasok *energy* dan bahan baku bagi industrilisasi dikawasan ASEAN, sehingga manfaat yang diperoleh dari kekayaan sumber daya alam minimal.
2. Meluasnya deposit perdagangan jasa seiring dengan peningkatan perdagangan barang.
3. Implementasi MEA juga akan membebaskan aliran tenaga kerja sehingga harus mengantisipasi dengan menyiapkan strategi karena potensi membanjirnya Tenaga Kerja Asing (TKA).
4. Implementasi MEA akan mendorong masuknya investasi ke Indonesia dari dalam luar ASEAN.

Berdasarkan informasi yang dikutip dari Kemendag.go.id, yang diakses pada tanggal 20 Februari 2016 menyatakan terdapat beberapa manfaat, peluang dan tantangan dalam menghadapi MEA, diantaranya:

a. Manfaat

- 1) Integrai ekonomi ASEAN akan memperkuat posisi ASEAN dalam percaturan ekonomi dunia.
- 2) Integrasi ekonomi ASEAN meningkatkan pertumbuhan ekonomi ASEAN pada umumnya dan Indonesia pada khususnya.
- 3) Integrasi ASEAN akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat seluruh Negara Anggota ASEAN.
- 4) MEA memberikan peluang kerja yang lebih luas bagi tenaga kerja terampil di Indonesia.
- 5) Meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) atau Nilai Tambah Bruto (NTB) Indonesia.
- 6) Sektor Jasa memberikan kontribusi sekitar 47% terhadap GDP ASEAN dan 47,2% terhadap GDP Indonesia pada tahun 2012.

b. Peluang

- 1) Pasar potensial dunia. Perwujudan MEA 2015 akan menempatkan ASEAN sebagai kawasan pasar terbesar ketiga di dunia yang di dukung oleh jumlah penduduk ketiga terbesar (8% dari total penduduk dunia) setelah China dan India.
- 2) Sebagai negara pengekspor. Prospek perekonomian yang cukup baik menyebabkan ASEAN menjadi tempat tujuan investasi.
- 3) Negara tujuan investor. Kesempatan tersebut membuka peluang bagi perbaikan iklim investasi Indonesia. Terutama dalam melancarkan program infrastruktur domestik.

- 4) Daya saing. Liberalisasi perdagangan barang ASEAN akan menjamin kelancaran arus barang untuk pasokan bahan baku maupun bahan jadi dikawasan ASEAN karena hambatan tarif dan non tarif yang tidak ada lagi.
- 5) Sektor jasa yang terbuka. Sektor–sector jasa yang telah ditetapkan itu pariwisata, kesehatan, penerbangan, *dane*-ASEAN dan kemudian akan di susul dengan logistik.

c. Tantangan

- 1) Laju peningkatan ekspor dan impor. Tantangan yang dihadapi oleh Indonesia tidak hanya yang bersifat internal namun juga bersifat eksternal terlebih lagi persaingan dengan negara-negara ASEAN dan negara lain diluar ASEAN seperti China dan India.
- 2) Laju inflasi. Tantangan lainnya adalah laju inflasi Indonesia yang masih tergolong tinggi bila di dibandingkan dengan negara lain di kasawan ASEAN.
- 3) Dampak negatif arus modal yang lebih luas. Arus modal yang lebih bebas untuk mendukung transaksi keuangan yang lebih efisien, merupakan salah satu sumber pembiayaan pembangunan, memfasilitasi perdagangan internasional, mendukung pengembangan sektor keuangan. Sehingga dengan demikian dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara.
- 4) Tingkat perkembangan ekonomi. Tingkat perkembangan ekonomi Negara–negara Anggota ASEAN hingga saat ini masih beragam. Tingkat kesenjangan yang tinggi menjadi salah satu masalah di kawasan yang cukup mendesak untuk

dipecahkan agar tidak menghambat percepatan kawasan dalam menghadapi MEA.

Selama berdirinya bank syariah di Indonesia, lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah ini mempunyai peluang yang sangat menjanjikan di masa yang akan datang. Antonio (2007:227) mengemukakan ada beberapa kelebihan dan kelemahan perbankan syariah yang menjadi kendala dalam pengembangan perbankan syariah, yaitu:

1. Kekuatan perbankan syariah

Kekuatan yang dimiliki oleh bank syariah bisa menjadi peluang yang besar untuk ekstensi bank syariah dalam menghadapi persaingan di pasar. Kekuatan yang dimiliki oleh bank syariah tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Sektor-sektor modern yang berskala besar yang bergantung pada kurs mata uang, sector ekonomi rakyat dan sektor produksi ekspor yang mendasarkan diripada bahan baku dalam negeri merupakan sektor penting dan efisien untuk diberikank redit tanpa bunga. Hal ini merupakan peluang besar yang harus bisa dimanfaatkan oleh bank syariah. Namun dalam praktiknya bank syariah masih memerlukan campurtangan dari tokoh-tokoh masyarakat untuk membantu dalam mensosialisasi kepada masyarakat.
- 2) Secara konsep, lembaga keuangan syariah mempunyai keunggulan dibandingkan dengan prinsip lembaga keuangan konvensional. Karena tidak adanya bantahan yang signifikan terhadap keunggulan konsep ekonomi

Islam secara keseluruhan, ataupun lembaga keuangan syariah khususnya.

- 3) Jumlah penduduk muslim yang sangat besar di Indonesia. Keadaan tersebut memberikan peluang bagi bank syariah untuk melangkah lebih baik lagi. Namun jika salah dalam mempersepsikan perilaku masyarakat, maka peluang dan kekuatan ini bisa berubah menjadi kelemahan dan tantangan yang akan dihadapi bank syariah.
 - 4) Dukungan pemerintah dan ketentuan hukum. Bank syariah kedudukannya diakui dengan adanya UU No. 1998 yang memperbolehkan beroperasinya bank dengan prinsip syariah.
 - 5) Pengaruh gerakan global ekonomi syariah. Karena perkembangan ekonomi syariah ini tidak hanya terjadi di Indonesia, akan tetapi serentak di sejumlah negara-negara di dunia lainnya.
 - 6) Landasan operasional bank syariah berdasarkan pada etika syariah. Maksudnya bahwa semua produk dan manajemen operasional dari bank syariah tidak bertentangan dengan syariat Islam.
 - 7) Kredit mudah untuk diperoleh. Karena bank syariah mempunyai prosedur yang sederhana dan tidak berbelit-belit.
 - 8) Sistem bagi hasil merupakan kekuatan dari bank syariah karena sistem ini lebih adil dibandingkan dengan sistem bunga.
2. Kelemahan dalam perbankan syariah

Kelemahan di sini juga bisa menimbulkan tantangan atau problem besar yang akan dihadapi oleh bank syariah. Kelemahan tersebut meliputi hal-hal sebagai berikut:

- 1) Modal yang terbatas.
- 2) Sumber daya manusia (SDM) yang kurang memadai.
- 3) Bank syariah kesulitan menaruh uangnya ketika kelebihan likuiditas. Karena bank syariah tidak menyimpan dananya di bank konvensional.
- 4) Manajemen bank syariah yang kurang profesional. Hal ini mengingat bank syariah yang masih relatif baru dalam beroperasi di Indonesia.
- 5) Risiko yang lebih besar, atau ketidakpastian lebih tinggi dibandingkan dengan bank konvensional. Karena sistem bagi hasil bank syariah berpedoman pada perolehan riil dalam dunia bisnis.
- 6) Jaringan operasi yang terbatas khususnya sesama bank syariah.
- 7) Bagi bank Islam pemula, kesulitan dalam mencari investor. Karena banyak yang menyangsikan apakah perbankan Islam prospektif dan cukup menjanjikan.

Rozalinda (2014) dalam penelitiannya memaparkan berbagai tantangan dalam perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang mencakup beberapa hal sebagai berikut:

1. Kurangnya pengetahuan Sumber Daya Insani (SDI) yang memadai dalam tugas-tugas akademik dan intelektual untuk merumuskan berbagai pemikiran ekonomi Islam.

Selain itu, sumber daya insani yang secara praktis berkerja di lembaga keuangan syariah belum sepenuhnya memiliki kapasitas yang benarbenar syariah. Hal tersebut karena sumber daya insani yang ada pada lembaga syariah di ambil dari lembaga keuangan konvensional.

2. Pola-pola pembiayaan berbasis syariah baru sebatas akad tertulis belum substansinya. Artinya, dalam transaksi yang terjadi pada bank syariah baru sekedar pada tahapan menghilangkan unsur riba dengan mendesain transaksi yang sah, akad belum menyentuh persoalan mendasar pada masyarakat yang membutuhkan lembaga keuangan syariah.

Hayat (2014) dalam penelitiannya juga menjelaskan bahwa pembentukan MEA bagi perbankan syariah menjadi tantangan sebagai prospek pasar ekonomi Islam dalam kancah global. Baik itu tantangan-tantangan jangka pendek maupun jangka panjang.

Tantangan-tantangan perbankan syariah dalam jangka pendek adalah sebagai berikut:

1. Pemenuhan gap SDI, baik secara kuantitas maupun kualitas. Karena tenaga kerja merupakan pengendali barang, jasa, investasi dan modal.
2. Inovasi pengembangan produk dan layanan perbankan yang kompetitif serta berbasis atas kebutuhan masyarakat.
3. Keberlangsungan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat.

Sedangkan tantangan-tantangan perbankan syariah dalam jangka panjang antara lain:

1. Dibutuhkannya kerangka hukum yang dapat dijadikan sandaran dalam penyelesaian masalah keuangan syariah secara komprehensif.
2. Adanya kodifikasi produk dan standar regulasi secara nasional dan global sebagai jembatan dalam perbedaan terhadap *fiqh muammalah*.
3. Diperlukannya nilai imbal hasil (*rate of return*) bagi keuangan syariah.

Dari penelitian Rozalinda (2014) menunjukkan saat ini perbankan syariah mempunyai peluang yang baik dalam perkembangan menghadapi MEA. Untuk perkembangannya ke depannya, perbankan syariah harus terus menciptakan inovasi-inovasi produk baru yang akan di tawarkan kepada masyarakat. Peluang perbankan syariah tersebut di tandai dengan 5 hal, yaitu:

1. Jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam merupakan pasar potensial bagi pengembangan bank syariah di Indonesia.
2. Perkembangan lembaga pendidikan tinggi yang mengajarkan ekonomi syariah semakin pesat, baik S1, S2, S3 juga D3.
3. Fatwa MUI tentang keharaman bunga bank, akan tetap berpengaruh terhadap pertumbuhan perbankan syariah.
4. *Political will* pemerintah untuk mendukung pengembangan ekonomi syariah di Indonesia telah diwujudkan.
5. Masuknya lembaga-lembaga keuangan internasional ke dalam jasa usaha perbankan syariah di Indonesia sesungguhnya merupakan indikator bahwa usaha perbankan syariah di

Indonesia memang prospektif dan dipercaya oleh para investor luar negeri.

Alamsyah (2012) dalam penelitiannya juga menjelaskan potensi Indonesia dalam pengembangan perbankan syariah sangat besar, diantaranya;

1. Jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas muslim menjadi potensi nasabah industri keuangan syariah.
2. Prospek ekonomi Indonesia yang cerah, tercermin dari pertumbuhan ekonomi yang relative tinggi (kisaran 6,0%-6,5%) yang ditopang oleh fundamental ekonomi yang solid.
3. Peningkatan *sovereign credit rating* Indonesia menjadi *investment grade* yang akan meningkatkan minat investor untuk berinvestasi di sektor keuangan domestik, termasuk industri keuangan syariah.
4. Memiliki sumber daya alam yang melimpah yang dapat dijadikan sebagai *underlying* transaksi industri keuangan syariah.

Tingkat persaingan yang tinggi dipasar ASEAN diharapkan meningkatkan kepedulian pemerintah Indonesia dengan memberikan usaha yang lebih besar dalam upaya meningkatkan pertumbuhan dan perluasan pasar perbankan syariah sebagai salah satu prioritas dalam program pengembangan *master plan* ekonomi Indonesia (Adawiyah, 2015).

4.2 Persaingan Antar Bank Di Indonesia Dengan Bank Asing

Di Indonesia bank-bank dengan kepemilikan asing terbagi dalam tiga kelompok, yaitu yang beroperasi: (i) sebagai kantor cabang (disebut sebagai bank asing); (ii) sebagai anak perusahaan (subsidiary), baik melalui joint venture dengan bank domestik (disebut bank campuran), atau melalui merger dan akuisisi pada bank domestik yang terjadi pada periode paska krisis 1997 (program divestasi); dan (iii) sebagai kantor perwakilan. Sampai dengan Juni 2007, jumlah bank asing di Indonesia sebanyak 11 bank, hanya bertambah 1 bank dengan beroperasinya kembali Bank of China pada April 2003, dan bank campuran sebanyak 20 bank, menurun dibandingkan dengan jumlah sebelum krisis (tidak termasuk bank dengan kepemilikan asing melalui program divestasi). Pada umumnya, sebagai bank asing, maka strategi pelaksanaan kegiatan operasional serta kebijakan yang diterapkan bank-bank tersebut akan cenderung sarat dengan kepentingan-kepentingan kantor pusatnya di luar negeri. Setiap rencana ke depan maupun operasionalnya akan lebih banyak tergantung pada keputusan kantor pusat atau kantor regional.

Latar belakang dibukanya kesempatan bank asing dan bank campuran untuk beroperasi di Indonesia terkait dengan kebutuhan akan modal asing. Selain itu, masuknya bank-bank tersebut ke Indonesia diharapkan dapat mendorong perkembangan perbankan serta perekonomian nasional. Secara umum, keuntungan yang diperoleh dengan masuknya bank-bank asing, termasuk bank campuran, antara lain adalah sebagai saluran capital inflows untuk ekonomi domestik, meningkatkan kompetisi antar bank, dan

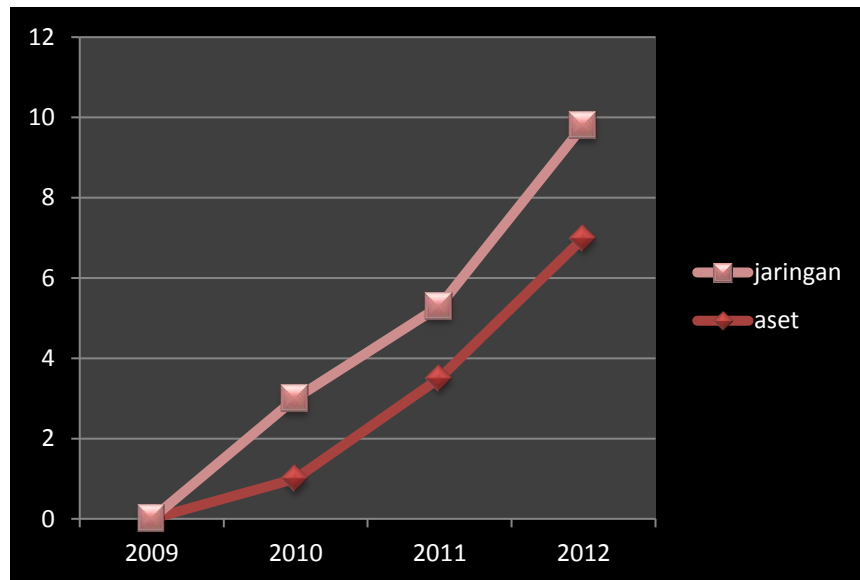
memperkenalkan produkproduk yang lebih bervariasi. Namun demikian, tetap terdapat sisi negatif yang perlu diantisipasi, terutama pada saat krisis, karena bank-bank tersebut dapat berperan sebagai tempat untuk pelarian modal (capital flight), dan disamping itu dana asing yang masuk tersebut dapat lebih bersifat temporer dan hanya untuk mencari keuntungan sesaat (capital inflow during good times capital outflow during bad times). Sementara itu, kompleksitas produk dan teknologi yang dibawa bank asing dari negara maju belum tentu dapat dilihat dan dikuasai oleh otoritas pengawas host country, sehingga bukannya meningkatkan pengaturan dan proses pengawasan bank namun malah akan lebih memperburuk (Claessens, Demircuc-Kunt, dan Huizinga, 2001).

Untuk menilai kinerja perusahaan perbankan umumnya digunakan lima aspek penilaian, yaitu : 1) capital; 2) assets; 3) management; 4) earnings; 5) liquidity yang biasa disebut CAMEL. Aspek-aspek tersebut menggunakan rasio keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa rasio keuangan dapat digunakan untuk menilai tingkat kesehatan bank. Berdasarkan uraian di atas, pada penelitian kali ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana peranan rasio CAMEL dalam menilai kinerja dan peranan antara bank asing dengan bank umum di Indonesia. Ratio Camel yang digunakan di dalam penelitian ini adalah LDR, ROA, BOPO dan NPL.

Dengan masih adanya permasalahan intermediasi perbankan serta kemungkinan terus berlanjutnya kegiatan spekulasi bank asing yang dapat mempengaruhi perkembangan ekonomi domestik, maka perlu dibuat suatu kajian mengenai peranan bank asing terhadap perkembangan perekonomian Indonesia. Kajian

tersebut akan membahas dan membandingkan kinerja bank asing, dan bank domestik, sehingga dapat diperoleh gambaran mengenai peranan dari masing-masing kelompok bank tersebut terhadap perekonomian nasional. Rekomendasi yang diusulkan akan tergantung dari hasil kajian tersebut, yaitu apakah perlu tetap mempertahankan bentuk bank asing sebagai kantor cabang namun dengan pembatasan tertentu, atau merubah kantor cabang ke dalam bentuk subsidiary, untuk kantor cabang bank asing yang telah ada dan untuk pembukaan kantor bank asing selanjutnya.

Berdasarkan data Statistik Perbankan Indonesia tahun 2012, jumlah aset bank swasta nasional selama tahun periode tahun 2008-2012 terus mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2009 meningkat sebesar 9,50% hingga pada tahun 2012 meningkat menjadi 17,17%. Lain halnya dengan total aset bank asing yang sempat mengalami penurunan jumlah aset pada tahun 2009 namun terus mengalami peningkatan pada tahun berikutnya hingga pada tahun 2012 meningkat menjadi 12,47%. Hal ini berimbas dengan perkembangan jaringan kantor yang terus meningkat setiap tahunnya dari tahun 2008 hingga tahun 2012. Untuk bank swasta nasional pada tahun jaringan kantor meningkat sebesar 17,89% pada tahun 2009, hingga pada tahun 2012 meningkat sebesar 7,02% dari tahun 2011. Sedangkan bank asing meningkat sebesar 24,32% pada tahun 2009 hingga tahun 2010.



Gambar 5 Statistik Perbankan di Indonesia

Sumber: BI, 2012

\Kegiatan bisnis perbankan dapat dikatakan berhasil apabila bank dapat mencapai sasaran bisnis yang telah ditetapkan sebelumnya, tentu yang menjadi sorotan adalah bagaimana kinerja bank-bank tersebut. Salah satu aspek penting dalam pengukuran kinerja perbankan adalah efisiensi. Mengukur efisiensi perbankan dapat dilakukan dengan berbagai metode seperti melihat perbandingan indikator kinerja perbankan dan rasio keuangan, selain itu ada juga beberapa metode lain, yaitu pendekatan parametrik dan non parametrik (Hadad et al., 2003). Pendekatan parametrik meliputi Stochastic Frontier Approach (SFA), Distribution Free Approach (DFA), dan Thick Frontier Approach (TFA), sedangkan yang non parametrik adalah dengan menggunakan pendekatan Data Envelopment Analysis (DEA).

Pengukuran efisiensi Bank Asing dan Bank Swasta Nasional biasanya menggunakan metode non-parametrik Data Envelopment Analysis (DEA) (Casu, 2007). Mengingat pentingnya efisiensi dalam persaingan dunia perbankan yang semakin ketat dan untuk mengetahui bagaimana tingkat efisiensi bank-bank asing yang beroperasi di Indonesia dan bank-bank swasta nasional, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Studi Komparasi Tingkat Efisiensi Antara Bank Asing dan Bank Swasta Nasional di Indonesia” menggunakan metode Data Envelopment Analysis (DEA) (Periode 2008 – 2012).

4.3 Persaingan Antar Bank Umum Dan Bank Syariah Di Indonesia

Semakin pesatnya perkembangan bank berbasis Islam atau lebih dikenal sebagai bank syariah di Indonesia tidak lepas dari peran sistem perbankan di Indonesia (BI, 2007). Peran bank syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berimbang. Dukungan terhadap pengembangan perbankan syariah juga diperlihatkan dengan adanya “*dual banking system*”, dimana bank konvensional diperkenankan untuk membuka unit usaha syariah (Casu, 2007).

Menurut Hadad (2003) pemahaman yang dimiliki masyarakat tentang produk dan sistem perbankan syariah masih sangat minim, hal ini dikarenakan sosialisasi yang dilakukan masih sangat terbatas. Hal ini di dukung oleh data yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia, bahwa hingga Oktober 2006, perbankan syariah hanya memiliki 1,5% dari total pangsa pasar perbankan

secara nasional (the Point, 2006). Meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah kaum muslim, tetapi pengembangan produk syariah berjalan lambat dan belum berkembang sebagaimana halnya bank konvensional. Upaya pengembangan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen) lembaga perbankan (Mervyn, 2007).

Mervyn juga menambahkan bahwa keberadaan bank (konvensional dan syariah) secara umum memiliki fungsi strategis sebagai lembaga intermediasi dan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, namun karakteristik dari kedua tipe bank (konvensional dan syariah) dapat mempengaruhi perilaku calon nasabah dalam menentukan preferensi mereka terhadap pemilihan antara kedua tipe bank tersebut. Lebih lanjut, perilaku nasabah terhadap produk perbankan (bank konvensional dan bank syariah) dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri (Feng, 2014).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anny (2011) menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam hal ini adalah nasabah sangat dipengaruhi oleh cara pandang mereka terhadap sistem perbankan. Hasil survey yang dilakukan Tim Penelitian dan Pengembangan Bank Syariah (Zahara, 2014), menunjukkan bahwa persepsi bunga dari sudut pandang agama dapat dibedakan menjadi tiga pendapat;

- 1) bertentangan dengan ajaran agama,
- 2) tidak bertentangan dengan ajaran agama,

3) tidak tahu/ragu-ragu. Survey di Jawa Barat (2001) menunjukkan indikasi bahwa 62% responden menyatakan bertentangan dengan ajaran agama, sementara 22% diantara responden menyatakan tidak bertentangan dan sisanya (16%) menyatakan tidak tahu/ragu-ragu.

Sedangkan hasil penelitian Bank Indonesia tahun 2001 di Sumatera Barat menunjukkan bahwa 20% masyarakat menyatakan bunga itu haram, 39% menyatakan tidak tahu/ ragu-ragu, dan sisanya 41% menyatakan bahwa bunga itu tidak haram. Untuk tingkatan internasional, penelitian tentang perilaku nasabah Islamic Bank di Bahrain menemukan bahwa keputusan nasabah dalam memilih bank syariah lebih didorong oleh faktor keagamaan melalui dukungan masyarakat pada ketaatan perbankan terhadap prinsip-prinsip Islam. Di samping itu masyarakat di negara tersebut mereka juga dipengaruhi oleh dorongan keluarga, dan teman serta lokasi keberadaan bank (Antonio, 2004).

Al Hamzah (2013) memaparkan bahwa Bank syariah sebagai satu alternatif jasa perbankan telah menjadi fenomena tersendiri dalam perekonomian Indonesia. Eksistensinya telah memberikan nafas baru bagi dunia bisnis dinegeri ini, terutama dunia perbankan. Walau masih tergolong baru didunia perbankan, namun Bank Syariah mampu maju dan berkembang ditengah persaingan yang pelik.

Hal itu terbukti dari statistik perkembangan volume usaha Bank Syariah menurut Bank Indonesia rata-rata sebesar 70% dari tahun ke tahun, sebuah angka yang besar dan menunjukkan

kontinuitas perkembangan bank syariah yang menjanjikan. Guna menjamin kepastian hukum bagi stakeholders dan sekaligus memberikan keyakinan pada masyarakat dalam menggunakan produk dan jasa Bank Syariah, dalam Undang-Undang Perbankan Syariah No.21 Tahun 2008 diatur jenis usaha, ketentuan pelaksanaan syariah, kelayakan usaha, penyaluran dana dan larangan bagi bank syariah yang merupakan bagian umum dari bank umum konvensional (Zahara, 2014). Sementara itu, untuk memberikan keyakinan pada masyarakat yang masih meragukan kesyariahan operasional bank syariah selama ini, diatur pula kegiatan usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah meliputi kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur-unsur riba, maisir, gharar, haram dan zalim.

Dengan maraknya kehadiran bank dengan prinsip syariah, tentu saja memicu adanya persaingan antar bank. Keadaan tersebut tentu menuntut bank konvensional dan bank umum syariah untuk extra keras dalam meningkatkan kinerjanya (Boot, 2005). Tiap bank dituntut untuk meningkatkan pengelolaan banknya semaksimal dan seefisien mungkin. Salah satu sarana pengelolaan yang dapat digunakan adalah analisis laporan keuangan.

Menurut Boot (2005), untuk mengadakan interpretasi dan analisis laporan keuangan suatu bank memerlukan adanya ukuran tertentu. Ukuran yang sering digunakan untuk menganalisis adalah rasio. Rasio merupakan alat yang digunakan dalam aritmatika yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih data keuangan (Zahara, 2014). Dari rasio tersebutlah dapat diketahui kinerja bank yang disajikan dalam bentuk angka yang dapat

dianalisis dan hasil analisis rasio itulah yang akan dijadikan sumber informasi dan pedoman prosedur kerja oleh pihak bank, serta menjadi dasar pengambilan keputusan oleh pihak lain yang berkepentingan terhadap bank tersebut.

4.4 Ringkasan

- Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan suatu bentuk integrasi ekonomi ASEAN dalam sistem perdagangan bebas antara negara-negara ASEAN. MEA adalah komunitas ASEAN (*ASEAN Community*) dibidang Ekonomi ASEAN atau (*ASEAN Economic*).
- Terbentuknya pasar dan basis produksi tunggal ,Yaitu: (1) Bebas arus barang; (2) Bebas jasa; (3) Bebas investasi; (4) Bebas tenaga kerja; (5) Bebas arus permodalan; (6) *Priority integration sectors*; (7) Pengembangan *sector food agriculture forestry*.
- Kekuatan yang dimiliki oleh bank syariah bisa menjadi peluang yang besar untuk ekstensi bank syariah dalam menghadapi persaingan di pasar.
- Pembentukan MEA bagi perbankan syariah menjadi tantangan sebagai prospek pasar ekonomi Islam dalam kancah global. Baik itu tantangan-tantangan jangka pendek maupun jangka panjang.
- Di Indonesia bank-bank dengan kepemilikan asing terbagi dalam tiga kelompok, yaitu yang beroperasi: (i) sebagai kantor cabang (disebut sebagai bank asing); (ii) sebagai anak perusahaan (subsidiary) dan (iii) sebagai kantor perwakilan.

- Untuk menilai kinerja perusahaan perbankan umumnya digunakan lima aspek penilaian, yaitu : 1) capital; 2) assets; 3) management; 4) earnings; 5) liquidity yang biasa disebut CAMEL.
- Pengukuran efisiensi Bank Asing dan Bank Swasta Nasional biasanya menggunakan metode non-parametrik Data Envelopment Analysis (DEA).
- Peran bank syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berimbang. Dukungan terhadap pengembangan perbankan syariah juga diperlihatkan dengan adanya “*dual banking system*”, dimana bank konvensional diperkenankan untuk membuka unit usaha syariah.

BAB V

STRATEGI PERBANKAN SYARIAH DARI SISI SUMBER DAYA MANUSIA

5.1 SDM Perbankan Syariah Dan Realitasnya

Sumber daya manusia atau biasa kita kenal dengan istilah SDM, adalah salah satu aspek didalam maajemen yang sangat penting (Suharto, 2006). Peran sentral SDM didalam sistem manajemen dan perekonomian sangat mempengaruhi bagaimana perkembangan sebuah organisasi atau perusahaan. Tanpa SDM yang memadai, seluruh kegiatan operasional perusahaan akan terhambat (Hasibuan, 2001). Dengan demikian, SDM harus dapat berkompetisi dan bersaing secara ketat dengan SDM lain agar muncul SDM yang unggul dan berkualitas.

Salah satu aspek didalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) adalah SDM (Hasibuan, 2002). Memang pemenuhan SDM khususnya Indonesia akan semakin intens, karena persaingan tak hanya dalam Negeri saya tetapi juga dari luar Negeri.

Pengembangan SDM adalah salah satu cara yang sangat efektif dalam menghadapi tantangan dan masalah yang mungkin akan muncul dalam MEA (Sondang, 2006). Perkembangan SDM dianggap sangat penting dilakukan karena melalui pengembangan pelaku kegiatan yang ada akan dapat meminimalisir ketergantungan organisasi pada penggunaan tenaga-tenaga ahli

diluar organisasi. Menurut Ibrahim (2006) dan Handoko (2001), hal ini menjadi salah satu kelemahan dari perkembangan bank syariah di Indonesia.

Lebih lanjut Handoko (2001) memaparkan bahwa Karena keterbatasan SDM yang ahli di bidang perbankan syariah, menyebabkan bank syariah merekrut tenaga-tenaga yang kurang ahli di bidang perbankan syariah, terutama di SDM pendukung (lapisan kedua). Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan Asnaini (2008) mengenai kelangkaan sumber daya manusia di bidang perbankan syariah. Kendala di bidang SDM dalam pengembangan perbankan syariah disebabkan karena sistem perbankan syariah masih belum lama dikenal di Indonesia. Di samping itu, lembaga akademik dan pelatihan ini masih terbatas, sehingga tenaga terdidik dan berpengalaman di bidang perbankan syariah baik dari sisi bank pelaksana maupun bank sentral (pengawas dan peneliti bank) juga masih terbatas (Khan, 2015).

Keberhasilan pengembangan bank syariah pada level mikro sangat ditentukan oleh kualitas manajemen dan tingkat pengetahuan serta ketrampilan pengelola bank (Asnaini, 2008). Oleh karena itu, kualitas sumber daya manusia harus terus ditingkatkan baik pengetahuan tentang manajemen perbankan maupun pengetahuan tentang syariah perbankan melalui pelatihan. Pelatihan ini, tidak hanya diberikan kepada level pimpinan saja, tetapi juga semua orang di lingkungan bank syariah mulai dari operator, customer service, direksi sampai pemilik, sehingga mereka lebih ahli dan bisa berfungsi sebagai sosialisator ataupun edukator yang baik tentang perbankan syariah di masyarakat.

Seiring bertumbuhnya industri keuangan syariah, perbankan syariah juga membutuhkan sumber daya manusia yang mumpuni (Ghazali, 2012). Yang dibutuhkan tidak hanya yang memahami seluk beluk operasional perbankan dan prinsip syariah di industri perbankan, tetapi juga memiliki keahlian lainnya. Apa itu?

Rowley & Keith (2012) mengatakan, setidaknya ada lima hal yang akan dilihat dari seorang individu terkait apakah ia memenuhi kualifikasi untuk bekerja di bank syariah. Pertama, administrasi merupakan catatan/data kepersonaliaan yang secara historikal mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan manajemen.

Kedua, SDM akan dilihat dari performanya berupa rangkaian pengalaman kerja yang dialami seseorang selama berkarir dengan ragam jabatan. Ketiga, job exposure yaitu punya standar ukuran dalam mencapai target kinerja yang ditetapkan. Keempat, lanjut Putu, SDM juga akan dinilai dari kecenderungan tipikal kepribadiannya yang dapat mendukung kinerja.

Kelima, punya kemampuan teknis yang wajib dimiliki oleh setiap jabatan. Sementara, poin terakhir adalah memiliki soft skill, yakni kompetensi perilaku yang wajib dimiliki oleh setiap jabatan. “Rata-rata ada yang belum terpenuhi dari sisi soft skills ini, oleh karena itu kalau bisa sejak mahasiswa sudah berorganisasi, sehingga akan bisa berkomunikasi dengan baik. Hal seperti itu kan tidak harus dikembangkan di kelas di perguruan tinggi,” tukasnya.

5.2 Meningkatkan Kualitas SDM

Apakah perkembangan secara kuantitas ini diikuti pula oleh pengembangan kualitasnya? Dengan kata lain apakah manajemen operasional bank Syari'ah yang telah dilakukan sesuai dengan prinsip syari'ah Islam, sebagai dasar dari praktek perbankan Syari'ah? Inilah yang saat ini menjadi perhatian semua pihak, baik akademisi, ekonom Islam maupun praktisi bank berpikir keras bagaimana teori-teori ekonomi Islam yang aturannya jelas, baik dan benar akan dapat diaplikasikan dengan jelas, baik dan benar pula. Jika ini yang menjadi tujuan, maka para pelaksana bank Syariah harus mengerti dan memahami masalah-masalah yang berhubungan dengan perbankan Syari'ah (Sadano, 2011). Sehingga bila bank Syari'ah tersebut dirasakan sulit, mahal dan secara substansi tidak berbeda dengan bank-bank lain, maka pernyataan ini perlu didiskusikan lagi. Bank adalah lembaga keuangan yang di dalamnya ada manajemen.

Menurut Abdul Halim Usman (2015) ,Manajemen pengelolaan, personalia, SDM atau apapun namanya, tidak akan terlepas dari manusia yang ada di bank tersebut, yaitu sumber daya manusia yang ada. Di Indonesia masalah SDM sangat kompleks. Seperti “benang kusut” terutama sepuluh tahun terakhir. Ada beberapa indikator yang mencirikan hal ini, yaitu:

1. Ketidaksesuaian kompetensi SDM dengan pasar kerja;
2. Distribusi penduduk antar daerah tidak merata;
3. Pertumbuhan angkatan kerja lebih besar dibanding ketersediaan lapangan kerja;

4. Ketidakseimbangan kebutuhan pelayanan publik dengan jumlah petugas;
5. Distribusi informasi tentang pasar kerja yang lambat atau timpang;
6. Pengangguran dan kemiskinan yang menyebabkan pendidikan dan kesehatan rendah.

Laporan United Nations Development Programme (UNDP), dalam Human Development Report, 2003 tentang kualitas pembangunan manusia, dari 174 negara, Indonesia berada pada peringkat ke-112. Sementara Singapura mencapai peringkat ke-28, Brunei Darussalam ke-31, Malaysia ke-58, Thailand ke-74, dan Filipina ke-85. Selain itu kemudahan untuk “berusaha” di Indonesia pada tahun 2005-2006 berada di peringkat ke-135 dari 175 negara (International Finance Corporation (IFC) dan Bank Dunia). Kondisi ini menyebabkan derajat daya saing usaha Indonesia mencapai peringkat ke- 60 dari 61 negara (survei International Institute for Management Development: 2006).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Yusuf (2015), ada tiga indikator besar penyebab daya saing Indonesia rendah. Pertama, faktor ekonomi makro, seperti ekspektasi resesi dan kondisi surplus atau defisitnya suatu negara yang masih memprihatinkan. Tingkat pertumbuhan ekonomi relatif masih lambat, tingkat penyerapan tenaga kerja masih rendah, investasi berjalan lambat dan kemiskinan masih tinggi. Kedua, institusi publik dan kebijakan yang diambil dalam melayani kebutuhan masyarakat masih jauh dari optimum, masyarakat masih dihadapkan pada kesulitan memperoleh pelayanan maksimum.

Ketiga, teknologi yang digunakan dalam proses produksi masih belum menghasilkan produk-produk yang mampu bersaing di pasar global.

Dan jika ditelusuri, maka akhirnya, bahwa keterpurukan di Indonesia saat ini bersumber dari rendahnya mutu SDM yang ada di berbagai sektor, pemerintah maupun swasta. Fakta ini, adalah alasan yang cukup kuat untuk mengatakan pentingnya manajemen SDM di bumi Indonesia saat ini, terkhusus lagi bagi perbankan syariah yang tergolong masih belum lama di Indonesia.

1. Di samping itu, Amalia dan Rianto (2013) memaparkan bahwa pentingnya fungsi manajemen SDM juga disebabkan oleh: Meningkatnya persaingan di lingkungan kerja;
2. Meningkatnya peraturan dan hukum,
 - a. Perkembangan hukum sehubungan dengan SDM;
 - b. Perubahan karakteristik angkatan kerja; dan
 - c. Ketidaksesuaian antara pengetahuan, keterampilan dan kemampuan angkatan kerja dengan persyaratan kerja yang ditetapkan.

Tantangan kerja saat ini berorientasi pada sistem pengembangan sumber daya manusia yang terampil, flexible, dan retrainable berbasis pengembangan kemampuan entrepreneurship. Acap kali perubahan-perubahan ini kurang direspon oleh dunia pendidikan yang merupakan salah satu lembaga pencetak SDM bermutu. Alhasil output yang ditawarkan tidak sesuai dengan kebutuhan dunia kerja (Hafidudin dan Tanjung, 2009). Lembaga pendidikan masih berada jauh di atas langit. Dunia kampus belum banyak menyentuh persoalan riil di masyarakat. Akhirnya lembaga

pendidikan termasuk penyumbang terbesar terhadap rendahnya mutu SDM di Indonesia (Sadano, 2011). Jika SDM perbankan syari'ah bermutu rendah, maka pertanyaannya adalah siapa penyumbang terbesarnya, dan siapa yang bertanggung jawab?.

Jawaban atas pertanyaan ini sangat tergantung pada siapa dan dari perspektif mana melihatnya. Jika dilihat dari perspektif visi, misi dan tujuan penyelenggaraan pendidikan, maka jawaban dari kedua pertanyaan tersebut adalah lembaga pendidikan, khususnya perguruan tinggi Islam, dan kemungkinan tokoh-tokoh Islam secara pribadi dan ummat Islam pada umumnya (Ghazali, 2012).

Istilah “pembangunan manusia indonesia seutuhnya”, “pembangunan sumber daya manusia”, “pembangunan sumber daya insani”, dan “pembangunan akhlak manusia” menjadi amat populer dan menjadi kiblat kebijakan dalam proses pembangunan di Indonesia. Hal itu mengingatkan kita kepada paradigma Al-Quran yang selama ini diyakini mengandung nilai-nilai guna (development) bagi pembangunan sumber daya manusia (Rahmat, 2015). Allah SWT. berfirman: “Sesungguhnya kami telah menciptakan manusia dalam bentuk sebaik-baiknya”.

Selain itu, dalam sebuah hadis Nabi Muhammad saw. bersabda: “Sesungguhnya aku (Muhammad) diutus untuk menyempurnakan akhlak, budi pekerti, perilaku”(HR. Ahmad, Baihaqie dan Hakim). Kesalahannya selama ini, dalam mengutip ayat al-Quran adalah mengambil sebagian, tidak melihatnya dalam konteks yang lebih komprehensif. Dalam surat at-Tiin di atas, dilanjutkan dalam ayat 5 dan 6: “Kemudian kami kembalikan dia ke tempat yang serendah-rendahnya; kecuali orang-orang yang

beriman dan mengerjakan amal saleh, maka bagi mereka pahala yang tiada putus-putusnya”.

Dalam ayat lain juga disebutkan: “Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: ”Berlapang-lapanglah dalam majlis”, maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” Berdasarkan ayat di atas, maka manusia yang paling baik dan tinggi derajatnya adalah manusia yang beriman, beramal shaleh dan berilmu.

Artinya orang yang senantiasa memelihara imannya, melaksanakan amal shaleh dan mengutamakan ilmu dalam setiap pekerjaannya, maka ia lah manusia yang baik bentuknya dan tinggi derajatnya. Namun jika tiga hal (iman, amal shaleh dan ilmu) tidak dipelihara dan dipupuk dalam diri manusia, maka manusia akan menjadi yang asoalasafilin (manusia yang serendah-rendahnya).

Jika demikian, arah pembangunan manusia Indonesia yang dilakukan selama ini (IMTAQ dan IMTEK) sudah sangat benar (Barthos, 2010). Namun dalam pelaksanaannya hal ini belum terealisasi. Inilah kemudian yang menjadi masalah dalam SDM Indonesia. Dalam Islam, pembangunan manusia pada prinsipnya telah dibekali Tuhan. Menurut Mustaqim (2016), dalam diri manusia terdapat potensi atau daya-daya yang dapat dibangun. Daya-daya tersebut adalah:

1. Daya tubuh, yang memungkinkan manusia memiliki antara lain kemampuan dan keterampilan teknis.
2. Daya kalbu, yang memungkinkan manusia mampu memiliki kemampuan moral, estetika, etika serta mampu untuk berkhayal, beriman, dan merasa kebesaran ilahi.
3. Daya akal, yang memungkinkannya memiliki kemampuan mengembangkan ilmu dan teknologi.
4. Daya hidup, yang memungkinkannya memiliki kemampuan menyesuaikan diri dengan lingkungan, mempertahankan hidup, dan menghadapi tantangan.

Apabila manusia dibangun sesuai petunjuk Ilahi, maka manusia akan menjadi aset nasional dan internasional dalam rangka menyediakan sumber daya manusia yang produktif dalam memasuki milenium ketiga. Dalam hal ini, sejak dini Al-Quran menggaris bawahi perlunya pembangunan daya-daya tersebut secara seimbang. Al-quran, dengan jelas menyatakan “manusia itu merugi, kecuali apabila waktu itu dipahami dalam rangka *Yaumu ad-Diin*, yaitu beriman dan beramal saleh, berinformasikan kebenaran dengan kesabaran.” Dalam sebuah pepatah dikatakan, apabila menanam pohon anggur, maka akan melihat tumbuhnya pohon berbuah anggur (Faustino, 2003). Tetapi kepercayaan seperti itu akan mendatangkan kemanfaatan apabila beramal saleh, dalam hal ini bertanam pohon anggur. Dengan contoh seperti itu, akan diketahui bahwa iman kepada Allah semestinya diaktualisasikan dalam hidup dan kehidupan (Usman, 2015).

Manusia berilmu senantiasa meningkatkan iman dan amal shalehnya. Oleh karena itu, pendidikan Islam, Sebagai suatu sistem

transformasi diri, hendaknya diaktualisasikan melalui: Pelestarian amalan; anak saleh; amal jariah; dan kelapangan dada; serta ilmu yang bermanfaat. Dengan demikian bagi umat Islam, tidak ada nafas yang sia-sia, tidak ada langkah yang terbuang percuma. Setiap nafas dan perilakunya dipersembahkan kepada Allah dan untuk mencari ridha-Nya.

Manusia harus membangun dirinya (menjadi yang terbaik), karena manusia di bumi adalah sebagai “manusia ke-Tuhan-an”, dimana manusia harus mampu mengaktualisasikan semua nilai-nilai Tuhan-Nya dalam kehidupan sehari-hari dan mampu memberi manfaat pada lingkungannya (El-Seoudi, 2012). Inilah yang dijanjikan Allah dalam ayat-Nya: “...Allah akan mengangkat derajat orang-orang beriman dan berilmu diantara kamu beberapa derajat...” Islam tidak menerima umatnya yang bodoh dan tidak mau berusaha untuk memperbaiki diri (Amalia, 2013).

Menurut Khan (2015), pentingnya pengembangan mutu SDM perbankan syari’ah ini, penulis analisis dari beberapa pendapat dan fakta yang berkembang saat ini. Faktor-faktor penyebab pentingnya mutu SDM perbankan Syari’ah, adalah sebagai berikut:

a. Prospek Perbankan Syariah Semakin Menjanjikan

Di Indonesia perbankan syari’ah mulai dibahas lebih jauh dalam Musyawarah Nasional IV MUI pada tanggal 22-25 Agustus 1990. Hasil dari musyawarah tersebut lahirlah Bank Muamalat pada tanggal 1 November 1991. Kemudian diikuti oleh bank-bank lainnya. Tabel berikut memperlihatkan perkembangan perbankan syari’ah di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan.

Tabel 4. Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia

Keterangan	2004	2005	2006	Mar- 2007	Jun- 2007	Sep- 2007
Jumlah Bank						
Bank Umum Syariah	3	3	3	3	3	3
Unit Usaha Syariah	15	19	20	21	23	25
BPR Syariah	88	92	105	105	107	109
Jumlah total	106	114	128	129	133	137
Jaringan Kantor						
Bank Umum Syariah	266	304	349	365	376	386
Unit Usaha Syariah	89	154	182	187	190	191
BPR Syariah	88	92	105	105	107	109
Jumlah	433	550	636	657	673	686
Office Channeling						
Jumlah Bank	-	-	10	12	13	15
Jumlah Layanan	-	-	456	467	983	1.046

Sumber : BI, Direktorat Syariah BI, Kebijakan Pengembangan Perbankan Syariah Tahun 2017

Data (BI) Yogyakarta mencatat, pada tahun 2017 perkembangan bank syariah di Yogyakarta akan semakin membaik. Hal ini terlihat dari penambahan tiga Bank Perkreditan Rakyat Syariah atau BPRS dalam kurun waktu yang relatif singkat. Sayangnya suplai sumber daya manusia atau SDM untuk perbankan syariah sangat minim. Ketiga BPRS yang siap beroperasi adalah BPRS Dana Sejahtera, BPRS Mitra Amal Mulia, dan BPRS Mandiri Sejahtera. “Semua proses perizinan ketiga BPRS tersebut sudah lengkap. Penambahan ini membuat peta persaingan antar bank khususnya sesama perbankan syariah semakin ketat. Mereka pun dituntut untuk memperluas pangsa hingga keluar DIY.” Terlebih lagi

BI memiliki program yang berupaya terus memacu market share bank syariah menjadi 5% dari perbankan nasional tahun 2008.

b. Penerapan Bagi Hasil Bank Syariah Belum Optimal

Menurut Nawawi (2011), hendaknya upaya memajukan perbankan syariah diiringi dengan peningkatan sumber daya manusia (SDM) yang benar-benar memahami prinsip perbankan syariah. Tidak dipungkiri bahwa selama ini, banyak SDM yang merupakan pengalihan dari bank konvensional. Hal ini mengakibatkan penerapan sistem “bagi hasil” (musyarakah atau murabahah) agak ditinggalkan (Ismail, 2012).

Kondisi tersebut terlihat pada besarnya skim pembiayaan bank syariah yang justru cenderung bertumpu pada pembiayaan atas dasar jual beli (murabahah). Tentunya, predikat sebagai bank “bagi hasil” tidak berjalan optimal (Amin, 2010). Ia menyebutkan penghitungan “bagi hasil” memang lebih rumit dibanding sistem bunga. Dengan alasan lebih cepat, adakalanya penghitungan “bagi hasil” itu disamaratakan besaran “bagi hasil” dengan besaran “bunga” yang sedang berlaku. Bahkan, ia menilai keberadaan bank syariah saat ini belum semuanya murni menerapkan prinsip syariah. Ke depan, pelatihan sumber daya insani pada perbankan syariah harus bisa ditingkatkan untuk mewujudkan sistem perbankan syariah yang kaffah (Jusmaliani, 2011).

c. Perbankan Syariah Perlu SDM Andal

Menurut Pemimpin Bank Indonesia (BI) Semarang, Amril Arief, perbankan syariah di Indonesia perlu memiliki sumber daya manusia (SDM) andal yang mampu memahami prinsip-prinsip kesyariahan. Selama ini masih banyak SDM perbankan syariah

berasal dari bank konvensional sehingga kondisi itu menyebabkan penerapan sistem bagi hasil (murabahah) agak ditinggalkan, semua perbankan syariah di Indonesia hingga sekarang memang belum banyak yang menerapkan prinsip syariah (Zainul, 2002). Hal itu perlu menjadi pemicu perbankan syariah untuk memiliki SDM andal yang memahami prinsip syariah. Pelatihan SDM perbankan syariah sudah saatnya ditingkatkan untuk mewujudkan sistem perbankan syariah yang benar. Apalagi BI sekarang ini memiliki program yang terus memacu pangsa pasar perbankan syariah menjadi 5% dari perbankan nasional pada tahun 2008.

Direktorat Kepala Bagian Peneliti Perbankan Syariah BI, Agus Fajri Zam mengatakan, pemahaman masyarakat tentang bank syariah masih rendah. Banyak yang menilai bank syariah sama dengan bank konvensional lain dan bedanya hanya pekerjaannya dengan jilbab, peci dan salam. Padahal perbedaan mendasar antara bank syariah dan bank konvensional bukan dari peci, jilbab dan salam. Pada bank syariah, nasabah tidak sekedar menitipkan dananya tapi termasuk sebagai pemilik modal. Pemilik modal akan mendapatkan bagi hasil dari keuntungan bank tersebut bukan dalam bentuk bunga seperti yang berlaku dalam bank konvensional (Wahyudi, 2014). Kemudian menurut Rowley dan Keith (2012), kendala dalam perbankan syariah adalah kurangnya SDM yang mengerti manajemen keuangan syariah. Untuk itu, kerjasama dengan perguruan tinggi Islam yang memiliki jurusan perbankan syariah sudah seharusnya dilakukan. Namun kenyataannya, banyak bank syariah yang memakai SDM dengan dasar perbankan konvensional.

d. Perbankan Syariah Kurang SDM

Deputi Gubernur BI, Siti Fajriyah mengatakan bahwa perkembangan perbankan syariah secara kuantitatif, ternyata tidak didukung dengan ketersediaan SDM yang mencukupi. Kebutuhan SDM untuk bank syariah mencapai 40.000 orang per tahun, sementara lulusan ekonomi syariah sangat terbatas, minimnya stok lulusan perguruan tinggi yang paham dengan ekonomi syariah membuat sebagian bank khususnya yang membuka *office channeling* memilih mentransfer pegawai dari bank konvensional. Ini menjadi langkah instan, yang sebenarnya tidak bagus.

Para pegawai itu sudah terbiasa dengan mindset bank konvensional, dan tiba-tiba mereka harus mengubah pemikirannya. Salah satu dampak dari cara instan tersebut adalah ketidakpuasan nasabah bank syariah, karena para pegawainya tidak bisa menjelaskan prinsip-prinsip ekonomi syariah dengan baik (Rahmat, 2015). Misalnya saja istilah bagi hasil, banyak yang masih menggunakan istilah bunga.

BI Medan pernah menyelenggarakan pelatihan bagi para wartawan, Kepala Tim Ekonomi dan Moneter BI Medan, Maurids Damanik kepada SIB mengatakan pelatihan bagi para wartawan ini digelar untuk menambah wawasan kepada wartawan. Khususnya kepada wartawan yang kerap menulis berita tentang perbankan dan ekonomi. Selain itu, pelatihan yang kerap dilakukan setiap tahun di tempat berbeda itu menunjukkan kedekatan dan keterbukaan BI dengan pers. Dari beberapa pendapat di atas, tergambar bahwa saat ini perbankan Syari'ah berjalan seadanya dan memiliki PR yang amat serius tentang "SDM" baik kuantitas maupun kualitasnya.

Perbankan, masyarakat (umat Islam), lembaga pendidikan dan juga media masa masing-masing mempunyai tugas dan kewajiban dalam mengembangkan dan memajukan perbankan syari'ah tanah air. Berikut ini menurut penulis hal-hal yang perlu diperhatikan dan dilaksanakan dalam rangka upaya pembangunan SDM Indonesia (Munawir, 2005).

Dalam Islam "Pemerintah" adalah sebagai khalifah, wakil Tuhan di bumi untuk menegakkan hukum-hukum Allah dan memakmurkan alam semesta, menegakkan keadilan di antara manusia, karena itu umat manusia diperintahkan patuh dan taat kepada pemerintah seperti taat kepada Allah dan rasul-Nya. Jika pemerintah tidak melakukan itu maka tidak ada alasan manusia diperintahkan untuk mentaatinya. Di Indonesia, membangun manusia adalah amanat konstitusi, tertulis jelas dalam UUD 1945. Pembangunan "manusia seutuhnya" adalah cita-cita bangsa Indonesia sejak lama dan termaktub jelas dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945.

Alinia ke-3 UUD 1945, menegaskan "Kemudian daripada itu untuk membentuk suatu Pemerintah Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial,...". Dalam pasal 28C, perubahan kedua ayat 1, disebutkan: "Setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapat pendidikan dan memperoleh manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni dan budaya, demi meningkatkan kualitas hidupnya dan demi kesejahteraan umat manusia." Dalam pasal 31 UUD 1945, perubahan keempat juga disebutkan: Ayat (1) Setiap warga negara berhak mendapat pendidikan.

(2) Setiap warga negara wajib mengikuti pendidikan dasar dan pemerintah wajib membiayainya. (3) Pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pendidikan nasional, yang meningkatkan keimanan dan ketakwaan serta akhlak mulia dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, yang diatur dengan undang-undang. (4) Negara memprioritaskan anggaran pendidikan sekurang-kurangnya dua puluh persen dari anggaran pendapatan dan belanja negara serta dari anggaran pendapatan dan belanja daerah untuk memenuhi kebutuhan penyelenggaraan pendidikan nasional. (5) Pemerintah memajukan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai-nilai agama dan persatuan bangsa untuk kemajuan peradaban serta kesejahteraan umat manusia.”

Tidak ada alasan lagi bagi pemerintah untuk melalaikan pendidikan rakyat, karena pendidikan dan peningkatan mutu SDM bangsa ini adalah amanat konstitusi. Melanggar konstitusi adalah dosa. Dan itu akan membawa kesengsaraan berkepanjangan (Irianti, 2004). Oleh karena itu semua pihak wajib mendukung upaya-upaya pemerintah dalam rangka meningkatkan mutu SDM Indonesia. Pemerintah harus mempunyai strategi yang handal dalam meningkatkan mutu SDM yang ada. Pemerintah harus mempunyai komitmen dalam menegakkan konstitusi yang telah ditetapkan (Herman, 2006).

Indra Yuheri, Pengawas Bank Senior Kantor Bank Indonesia (KBI) Semarang, mengatakan banyak SDM bank syariah Indonesia yang menempuh studi ke London Inggris untuk memenuhi kebutuhan ilmu perbankan syariah, bukannya ke negara-negara Timur Tengah. Pasalnya, sistem keuangan tersebut justru berkembang pesat di negara tersebut,

begitupun Amerika Serikat. Fenomena ini menunjukkan bank syariah telah menjadi sistem keuangan global.

Karenanya hal itu menjadi tantangan dalam pengembangan bank syariah di Indonesia. Para pengelolanya dituntut untuk mampu berinovasi dalam produk serta instrumen. Tuntutan tersebut merupakan salah satu cara untuk mengejar terwujudnya program akselerasi BI tahun 2008. Mereka tidak bisa mengandalkan pada segmen spiritual market, melainkan harus bisa menjaring dari sisi rational market (Solihin, 2012). Disebutkan, program akselerasi itu meliputi penguatan kelembagaan, pengembangan produk, intensifikasi edukasi publik dan aliansi mitra strategis, peningkatan peranan pemerintah dan penguatan kerangka hukum, penguatan SDM, serta penguatan pengawasan. Menurut Fahmi (2014), bank syariah memiliki peluang untuk dikembangkan, ”Apalagi ada potensi investasi dari negara-negara Timur Tengah dalam industri perbankan syariah.”

Kondisi ini adalah tantangan yang dapat memotivasi anak negeri untuk melakukan pengembangan pendidikan tinggi ekonomi Islam. Perguruan Tinggi Islam baik negeri maupun swasta mempunyai peluang yang besar dan sama untuk mengadakan pengembangan-pengembangan kelembagaan, mendirikan fakultas/jurusan ekonomi Islam dengan berbagai program studi yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar perbankan syari’ah (Rivai, 2009).

Oleh karena itu pengembangan kelembagaan perguruan tinggi ini tidak akan sukses bila tidak bekerjasama dengan pemerintah (dalam hal ini Diknas dan Depag), yang biasanya menyangkut hal-hal yang bersifat administratif, seperti perizinan; dunia perbankan (sebagai pemakai); dan perguruan tinggi (sebagai penyelenggara) (Nafis, 2016). Tiga komponen

ini harus bekerja sama dan bersungguh-sungguh, agar output yang dihasilkan tidak mandul. Dan dapat bermanfaat bagi kemajuan bangsa, khususnya ekonomi Islam.

Penyelenggaraan pendidikan yang dilakukan selama ini tidak diketahui mana ujung dan pangkalnya, terkesan jalan sendiri-sendiri. Terlihat bahwa antara pasar kerja, pemerintah, lembaga pendidikan dan output yang dihasilkan berjalan mengitari dengan jalannya masing-masing. Menurut Ahmad Ibrahim (2006), semua melaksanakan tugas dan kewajibannya, tanpa mempertimbangkan hak dari para output yang akan dikeluarkan.

Masalah SDM yang dihadapi saat ini cukup menjawab apakah sistem ini berhasil atau tidak, maka sudah saatnya pengembangan sistem pendidikan terutama ekonomi Islam diarahkan pada “pendidikan yang bersinergi”. Dalam pendidikan yang bersinergi, penulis gambarkan sebagai berikut: bahwa pemerintah sebagai penanggung jawab terlaksananya pendidikan yang baik, mengkomunikasikannya kepada Bank Indonesia (BI) sebagai lembaga tertinggi dan pembina perbankan Indonesia, lalu BI dan Bank Syariah berkoordinasi pada Perguruan Tinggi untuk mendidik dan menyiapkan output yang dibutuhkan, sehingga dengan komunikasi ini mahasiswa tidak dikorbankan, setelah tamat mereka dengan mudah dapat menerapkan ilmu yang diperoleh dalam dunia kerja sesuai dengan kompetensi yang dimiliki.

5.3 Ringkasan

- Sumber daya manusia atau biasa kita kenal dengan istilah SDM adalah salah satu aspek di dalam manajemen yang sangat penting.

- Salah satu aspek di dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) adalah SDM.
- Perkembangan SDM dianggap sangat penting dilakukan karena melalui pengembangan pelaku kegiatan yang ada akan dapat meminimalisir ketergantungan organisasi pada penggunaan tenaga-tenaga ahli di luar organisasi.
- Keberhasilan pengembangan bank syariah pada level mikro sangat ditentukan oleh kualitas manajemen dan tingkat pengetahuan serta keterampilan pengelola bank.
- Di Indonesia masalah SDM sangat kompleks. Seperti “benang kusut” terutama sepuluh tahun terakhir. Ada beberapa indikator yang mencirikan hal ini, yaitu:
 - 1) Ketidaksesuaian kompetensi SDM dengan pasar kerja;
 - 2) Distribusi penduduk antar daerah tidak merata;
 - 3) Pertumbuhan angkatan kerja lebih besar dibanding ketersediaan lapangan kerja;
 - 4) Ketidakseimbangan kebutuhan pelayanan publik dengan jumlah petugas;
 - 5) Distribusi informasi tentang pasar kerja yang lambat atau timpang;
 - 6) Pengangguran dan kemiskinan yang menyebabkan pendidikan dan kesehatan rendah.
- Jika demikian, arah pembangunan manusia Indonesia yang dilakukan selama ini (IMTAQ dan IMTEK) sudah sangat benar. Namun dalam pelaksanaannya hal ini belum terealisasi. Inilah kemudian yang menjadi masalah dalam SDM Indonesia.

- Dalam diri manusia terdapat potensi atau daya-daya yang dapat dibangun. Daya-daya tersebut adalah:
 - 1) Daya tubuh, yang memungkinkan manusia memiliki antara lain kemampuan dan keterampilan teknis.
 - 2) Daya kalbu, yang memungkinkan manusia mampu memiliki kemampuan moral, estetika, etika serta mampu untuk berkhayal, beriman, dan merasa kebesaran ilahi.
 - 3) Daya akal, yang memungkinkannya memiliki kemampuan mengembangkan ilmu dan teknologi.
 - 4) Daya hidup, yang memungkinkannya memiliki kemampuan menyesuaikan diri dengan lingkungan, mempertahankan hidup, dan menghadapi tantangan.

BAB VI

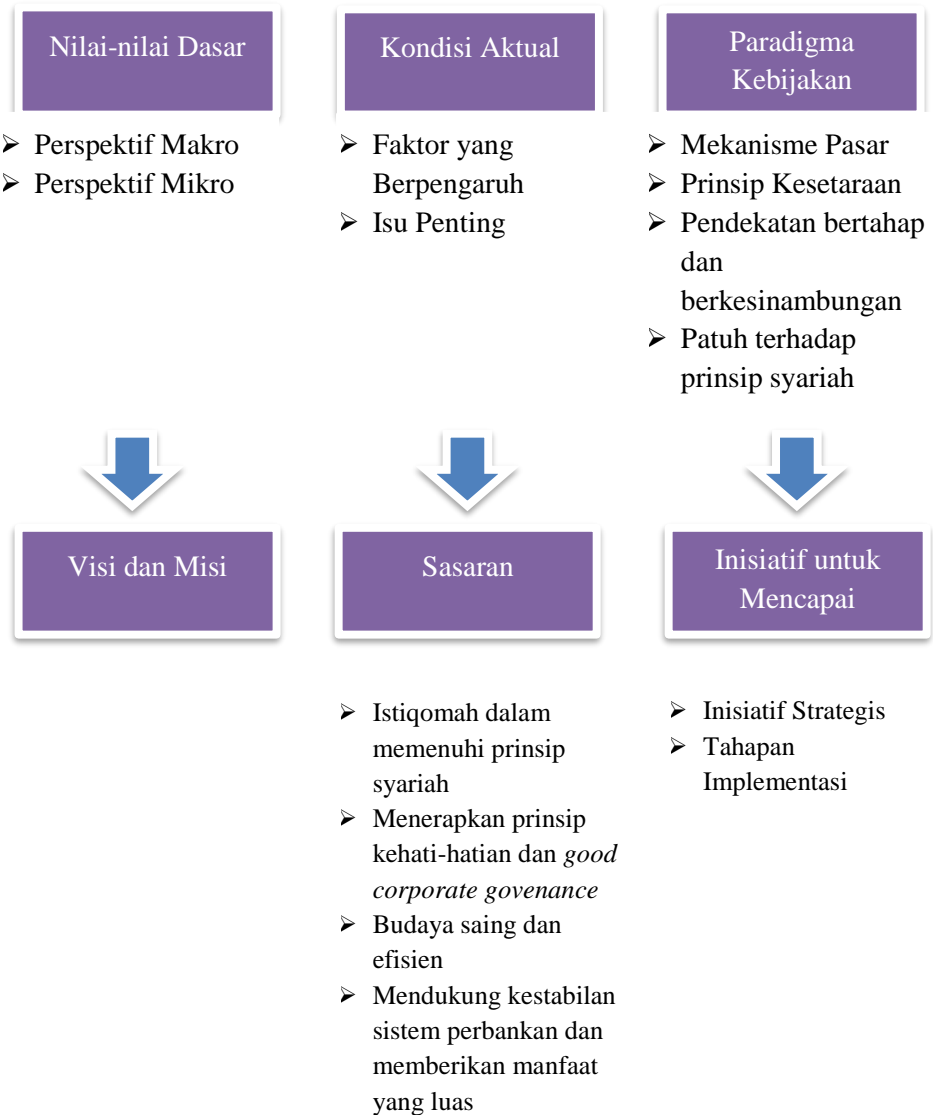
STRATEGI PERBANKAN SYARIAH DARI SISI KEUANGAN

6.1 Realitas Manajemen Keuangan Perbankan Syariah

Rosiana (2016) memaparkan bahwa perbankan syariah atau perbankan Islam merupakan sistem perbankan yang didasarkan atas prinsip-prinsip syariah Islam. Perbankan syariah menerapkan bagi hasil dan risiko antara penyedia dana (investor) dengan pengguna dana (pengusaha). Mirip dengan perbankan konvensional, tingkat keuntungan yang maksimum yang sesuai dengan nilai-nilai syariah juga harus diperhatikan agar pihak-pihak yang terlibat dapat menikmati keuntungan tersebut. Demikian pula bila terjadi kerugian, pihak-pihak yang terlibat turut menanggungnya (Jahja, 2012). Di samping itu, perbankan syariah mengelola zakat, menghindari transaksi-transaksi yang berkaitan dengan barang-barang yang haram serta mengandung unsur-unsur maisir, gharar dan riba.

Menurut Manunggal (2011), sektor perbankan memiliki peran yang sangat penting dalam pemberian akses kepada *unbankable people*, sektor perbankan di Indonesia telah mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Hal ini dapat terlihat dari meningkatnya jumlah kantor cabang, dan sampai pada pelosok daerah yang sebelumnya belum tersentuh. Layanan jasa perbankan yang menjangkau masyarakat di seluruh provinsi akan dapat mendistribusikan layanan dan produk perbankan yang dimiliki. Hal ini dapat diukur dengan tingkat *financial inclusion* (Nengsih,

2015). Sistem keuangan yang semakin inklusif dapat mengalokasikan sumber daya yang produktif dan semakin efisien.



Gambar 6 Layanan Produk perbankan berdasarkan *Financial Inclusion*

Sumber : Bank Indonesia (2017)

Dalam perbankan konvensional bank menggunakan uang tabungan untuk dipinjamkan kepada para debitur baik individu maupun pengusaha. Keuntungan diperoleh dari selisih antara bunga yang dikenakan kepada debitur dengan bunga yang dibayarkan kepada para penabung.



Gambar 7 Hubungan Keuangan Ekonomi Syariah dengan Aspek Rasional Realitas Ekonomi

Sumber: BI, 2017

Dari bagan di atas, terlihat bahwa manajemen keuangan atau ekonomi syariah juga berkaitan dengan aspek-aspek rasional ekonomi sebagaimana menjadi fokus ekonomi konvensional. Sehingga nilai Islam bukan merupakan aspek yang terpisah sama sekali dari aspek rasional realitas ekonomi. Kedua-duanya sangat terkait, pada kenyataannya. Oleh karena itu, kita maklum bahwa manajemen keuangan atau ekonomi syariah dikatakan juga bekerja mewujudkan motif/prinsip ekonomi, yaitu mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya dengan tenaga yang sekecil-kecilnya (Ardiansyah, 2009) sekalipun tidak absolut sama halnya dengan praktik motif ekonomi tersebut dalam realitasnya.

Praktik motif ekonomi secara kuat atau bahkan absolut dapat berdampak buruk, menindas sesama manusia dengan cara sekejam-kejammnya. Akan tetapi bagi sebagian masyarakat di dunia, motif ekonomi bukanlah merupakan hukum fundamental dalam usaha manusia, karena ada “pandangan dunia” sebagaimana Islam telah menjadi kekuatan yang hidup dan nyata. Sebagai negara yang mayoritas penduduknya menganut pandangan dunia Islam dengan tradisi infaq shadaqah zakat (sebagai contoh dari *generosity/altruism*), dampak terburuk dari motif ekonomi itu tidak terjadi.

Di samping itu, kita juga beranggapan bahwa manusia umumnya tidak setuju motif itu dilakukan secara murni dan absolut, terlepas dari moralitas. Homo economicus, yaitu manusia yang senantiasa berbuat menurut motif ekonomi, hanya ada dalam teori saja (Ardiansyah, 2009).

Prinsip ekonomi menurut ilmu ekonomi normatif tidak mungkin terjadi secara absolut. Dalam hal ini, motif ekonomi yang terjadi di masyarakat adalah motif ekonomi menurut ilmu ekonomi positif.

Dalam kenyataan di masyarakat, motif ekonomi itu diwujudkan dengan berbagai modifikasi atau perubahan yang tidak jarang besar-sekali yang ditimbulkan oleh berbagai faktor atau multi dimensi manusia. Jadi perlu dibedakan motif ekonomi antara menurut ilmu ekonomi normatif dan ilmu ekonomi positif. Karena motif ekonomi (*Homo Economicus*) menurut ilmu ekonomi positif tidak berbeda jauh dari motif ekonomi dalam pengertian ekonomi syariah madzhab mainstream (*Homo Islamicus*) (David, 2005: 12).

Dalam perbankan syariah bunga dilarang, kemudian digunakan sistem bagi hasil. Dalam sistem ini hubungan antara yang meminjamkan, peminjam dan perantara adalah hubungan yang didasarkan atas kepercayaan (*trust*) dan kemitraan (*partnership*). Perbankan syariah memiliki tujuan yang sama seperti perbankan konvensional, yaitu agar lembaga perbankan dapat menghasilkan keuntungan dengan cara meminjamkan modal, menyimpan dana, membiayai kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai. Yulianti Andriansah (2009) menjelaskan beberapa prinsip hukum Islam melarang unsur-unsur di bawah ini dalam transaksi-transaksi perbankan tersebut:

- 1) perniagaan atas barang-barang yang haram,
- 2) bunga,
- 3) perjudian dan spekulasi yang disengaja,
- 4) ketidakjelasan dan manipulatif.

Perbandingan antara bank syariah dan bank konvensional adalah sebagai berikut:

Tabel 8 Perbandingan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank Syariah	Bank Konvensional
Melakukan hanya investasi yang halal menurut hukum Islam	Melakukan investasi baik yang halal atau haram menurut hukum Islam
Memakai prinsip bagi hasil, jual-beli, dan sewa	Memakai suku bunga
Berorientasi keuntungan dan falah (kebahagiaan dunia dan akhirat sesuai ajaran Islam)	Berorientasi pada keuntungan
Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan	Penghimpunan dan penyaluran dana tidak diatur oleh dewan sejenis
Penghimpunan dan penyaluran dana sesuai fatwa Dewan Pengawas Syariah	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kreditur-debitur
Lebih mengutamakan sistem ke Islaman	Mengutamakan sistem perbankan secara umum

Sumber: Penulis

Undang-Undang No. 10 tahun 1998 yang merupakan pengganti Undang-Undang No.7 Tahun 1992 dan menjadi dasar hukum perbankan di Indonesia secara resmi telah menganut dual banking system yang artinya bank-bank konvensional yang ada di Indonesia dianjurkan untuk membuka unit usaha syariah atau bahkan mengkonversi sepenuhnya menjadi bank syariah.

Bank konvensional dan bank syariah dalam beberapa hal memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang,

mekanisme transfer, teknologi komputer yang digunakan, syarat-syarat umum memperoleh pembiayaan seperti KTP, NPWP, proposal, laporan keuangan, dan sebagainya.

Menurut Muhammad dalam Abustan (2009) hal mendasar yang membedakan antara lembaga keuangan konvensional dengan syariah adalah terletak pada pengembalian dan pembagian keuntungan yang diberikan oleh nasabah kepada lembaga keuangan dan/atau yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah. Kegiatan operasional bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*). Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membedakan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan.

Kemunculan bank dengan prinsip syariah, tentu saja memicu persaingan antar bank. Keadaan tersebut menuntut manajemen bank untuk ekstra keras dalam meningkatkan kinerjanya (Subaweh, 2008). Industri perbankan merupakan usaha yang sangat mengandalkan kepercayaan, yaitu kepercayaan masyarakat sebagai pengguna jasa perbankan. Sedikit saja ada isu berkaitan dengan kondisi bank yang tidak sehat, maka nasabah akan segera menarik dananya dari bank, sehingga akan lebih memperburuk kondisi bank tersebut.

Pengaruh faktor kepercayaan para nasabah akan sangat berdampak pada kemajuan perkembangan perusahaan perbankan tersebut. Fungsi penting bank dalam menunjang perekonomian suatu negara merupakan alasan mengapa kinerja keuangan bank harus selalu dianalisis untuk mengetahui tingkat kesehatannya.

Menurut Sun (2011) Analisis ini juga penting bagi perusahaan untuk memberikan insentif dan pengendalian diri perusahaan dan merupakan saluran penting bagi para pemangku kepentingan perusahaan untuk mendapatkan informasi kinerja perusahaan. Hasil analisis kinerja keuangan juga akan berguna untuk mendapatkan atau mempertahankan kepercayaan nasabah.

Terdapat dua metode analisis laporan keuangan yang bisa dipakai yaitu analisis vertikal (statis) dan analisis horizontal (dinamis). Selain metode analisis kinerja keuangan terdapat juga beberapa teknik analisis kinerja keuangan yaitu analisis perbandingan antara laporan keuangan, analisis trend atau tendensi, analisis persentase per komponen atau common size, analisis sumber dan penggunaan dana, analisis sumber dan penggunaan kas, analisis kredit, analisis laba kotor, analisis break even point dan analisis rasio (Kasmir, 2010:68).

Analisis rasio keuangan merupakan teknik analisis yang sering dipakai, karena merupakan teknik yang paling cepat untuk mengetahui kinerja keuangan bank (Ramadaniar,dkk., 2012). Berdasarkan analisis rasio keuangan akan didapat informasi yang lebih mudah dibaca dan ditaksirkan daripada laporan keuangan, juga dapat diketahui bagaimana perkembangan aktivitas perusahaan sebagai cerminan kinerja manajemen di masa lalu, di masa sekarang dan untuk kecenderungannya di masa yang akan datang berdasarkan perubahan yang terjadi di lingkungan internal maupun lingkungan eksternal perusahaan.

Analisis rasio juga membantu dalam menentukan posisi keuangan bank dibandingkan dengan bank lain (Lin et al., 2005).

Haque (2013) berpendapat sama yaitu mengukur kinerja dengan menggunakan analisis rasio sangat sederhana dan telah umum digunakan oleh banyak peneliti sebelumnya. Keuntungan utama dari analisis rasio adalah menghilangkan kesenjangan dan membuat data lebih sebanding.

Rasio keuangan pada bank dapat dihitung menggunakan rasio-rasio seperti rasio likuiditas, solvabilitas, rentabilitas dan efisiensi. Rasio likuiditas mengukur kemampuan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya dan sangat penting untuk kelangsungan hidup berkelanjutan lembaga perbankan (Kumbirai dan Robert, 2010). Bank akan menghadapi masalah likuiditas jika terjadi kelebihan penarikan dari giro dan tabungan (Ansari dan Atiqa, 2011). Rasio likuiditas dalam penelitian ini diproksikan dengan rasio Loan to Deposit Ratio (LDR).

LDR merupakan salah satu rasio likuiditas yang sering digunakan untuk mengukur kinerja bank. Rasio LDR mengukur jumlah keseluruhan kredit yang diberikan bank dibandingkan dengan jumlah dana masyarakat dan modal sendiri. Hasil perhitungan LDR akan memberikan gambaran tingkat likuiditas suatu bank karena menunjukkan kemampuan bank untuk memenuhi kewajibannya saat deposan melakukan penarikan atas dana yang ada pada bank tersebut. LDR yang tinggi menunjukkan bahwa bank meminjamkan sebagian dana yang bank miliki dalam bentuk kredit, sehingga pada kondisi seperti ini bank akan mengalami kesulitan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, seperti adanya penarikan simpanan dari nasabah secara tiba-tiba (Qin dan Dickson, 2012b). Sebaliknya, LDR yang rendah

menunjukkan bank dalam keadaan yang likuid, keadaan bank yang semakin likuid menunjukkan terdapat dana menganggur (*idle fund*), sehingga dapat memperkecil kesempatan bank untuk memperoleh pendapatan yang lebih besar. Karena itu setiap bank harus memperhatikan posisi LDR bank agar tetap berada pada posisi yang telah ditentukan oleh Bank Indonesia.

Beberapa penelitian mengenai perhitungan LDR pada bank syariah dan konvensional telah dilakukan yaitu penelitian dari Abustan (2009) dan Ningsih (2012) yang menemukan hasil bahwa terdapat perbedaan signifikan antara LDR bank konvensional dan bank syariah sedangkan Naili (2013) menemukan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara LDR bank konvensional dan bank syariah.

Dari ketiga hasil penelitian tersebut menemukan hasil jika bank syariah memiliki nilai LDR yang lebih besar jika dibandingkan dengan bank konvensional. LDR bank konvensional ada dibawah nilai LDR yang ditetapkan oleh Bank Indonesia sesuai dengan peraturan No. 15/7/PBI/2013 yakni 78% - 92%. Namun hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Munir (2012) yang membandingkan LDR pada bank Muamalat dan bank Tabungan Negara yang menemukan hasil jika bank konvensional memiliki nilai LDR lebih tinggi dibandingkan dengan bank syariah namun nilai LDR bank syariah masih berada pada kisaran LDR yang disyaratkan oleh Bank Indonesia, Hanif et al. (2012) pun menemukan hasil yang sama yaitu bank konvensional memiliki LDR yang lebih tinggi.

Alasan bank syariah memiliki LDR lebih tinggi dari bank konvensional yaitu pertama bank syariah tidak memiliki peluang investasi yang cukup. Kedua, bank syariah terikat oleh agama dan diperbolehkan untuk berinvestasi hanya dalam menyetujui proyek Syariah. Ketiga, bank syariah lebih mengandalkan ekuitas mereka dalam memberikan pinjaman sehingga mereka kekurangan peluang pinjaman (Ansari dan Atiqa, 2011).

Almazari (2011) dalam penelitiannya menemukan bahwa bank dengan total aset lebih tinggi, kredit, deposito, atau pemegang saham ekuitas tidak selalu berarti bahwa itu mendapatkan kinerja yang menguntungkan. Hasil yang sama ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Raza et al. (2011) dan Tarawneh (2006) juga menjelaskan bahwa sebuah perusahaan yang memiliki efisiensi yang lebih baik, tidak berarti bahwa akan selalu menunjukkan efektivitas yang lebih baik. Penelitian yang dilakukan Alam et al.(2011) menyimpulkan bahwa peringkat bank berbeda karena perubahan rasio keuangan. Menurut Brigham dan Houston (2010:132), analisis keuangan melibatkan perbandingan kinerja perusahaan dengan perusahaan lain, khususnya yang bergerak dalam industri yang sama, dan mengevaluasi tren posisi keuangan.

6.2 Peningkatan Kualitas Pengelolaan Manajemen Keuangan

Perbankan Islam atau yang biasa disebut perbankan syariah di Indonesia³ merupakan fenomena baru pada waktu ini dalam industri perbankan global. Perbankan syariah modern pertama kali lahir dalam bentuk tabungan pedesaan di Mit Ghamr Mesir tahun 1963. Ia mulai menunjukkan rentaknya dan semakin berkembang

pada era 1970an. Pada waktu ini dikatakan waktu kebangkitan kembali perbankan Islam didunia (Siddiqi, 1996). Hal ini kemudiannya diperkuat oleh pernyataan Salleh (2003) bahwa secara umumnya, kemunculan kesemua pembangunan berdasarkan Islam ini terlihat sekitar tahun 1970-an.

Mendekati awal dekad 1980-an, bankbank Islam tidak hanya bermunculan di negara-negara Islam tetapi juga bermunculan di negara-negara bukan Islam malahan semakin diterima di negara-negara bukan Islam (Ebrahim & Tan Kai Joo, 2001; Alam & Shanmugam, 2007). Pada era 1990-an jumlah bankbank Islam di seluruh dunia telah mencapai 50 buah termasuklah dinegaranegara bukan Islam (Hussein, 1991). Kemudian pada era 2000-an telah terdapat lebih daripada 180 buah institusi keuangan yang operasinya berlandaskan syariah Islam yang mengelola harta melebihi US\$ 200 milyar (IDB, 2003). Tahun 2001 saja terdapat sekitar 267 lembaga keuangan Islam dan bank yang beroperasi di seluruh dunia (www.infobanknews.com).

Menurut laporan IDB, nilai pertambahan hartaharta bankbank syariah ini melebihi 15% pertahun, dan dianggarkan nilai harta institusi keuangan Islam pada akhir tahun 2003 adalah sebanyak US\$ 230 milyar (www.ameinfo.com). Pada tahun 2009, industri perbankan Islam semakin berkembang, terdapat sekitar 396 bank islam yang tersebar di 53 negara. Jumlah dana yang dikelola telah meningkat menjadi lebih kurang US\$ 700 milyar (Antonio, 2009). Menurut Amin (2011), perkembangan terakhir perbankan Islam telah masuk di dalam jalur utama keuangan dunia. Ismal (2011) menyatakan industri perbankan Islam dunia telah

berkembang secara progresif dengan rata-rata pertumbuhan sekitar 1020% per tahun. Sekurang-kurangnya terdapat 300 institusi keuangan Islam pada waktu ini yang tersebar di 75 negara dengan aset tak kurang daripada US\$ 1-2 trilyun. Indonesia tidak terkecuali daripada perkembangan perbankan syariah ini.

Besarnya jumlah masyarakat Muslim dinegara Republik ini hakikatnya merupakan potensi besar bagi perbankan syariah untuk tumbuh dan berkembang. Statistik terakhir yang dilakukan oleh Badan Statistik Indonesia (BPS) pada 2010 jumlah keseluruhan penduduk Indonesia 237.556.633 jiwa yang sebagian besarnya tertumpu di Pulau Jawa.

Daripada keseluruhan jumlah ini sekitar 204 juta orang adalah Muslim. Berdasarkan jumlah ini, Indonesia dikatakan sebagai negara yang berpenduduk Muslim terbesar di dunia. Berdasarkan undang-undang No.23 tahun 1999 dan kemudiannya telah diamandemen kepada undang-undang No.3 tahun 2004 tentang Bank Indonesia (BI), menyatakan Indonesia mengaplikasikan sistem keuangan dan perbankan ganda, yaitu sistem syariah dan sistem konvensional. Artinya berdasarkan undang-undang ini pemerintah Indonesia telah mengakui dan menerima sistem keuangan dan perbankan syariah sebagai salah satu sistem keuangan dan perbankan di Indonesia dan sekaligus telah membantah undang-undang perbankan No 14 tahun 19674. Hal ini juga dinyatakan dalam undang-undang No 7 tahun 1992 dan telah diamandemen menjadi undangundang No 10 tahun 1998. Dalam undang-undang No 10 tahun 1998 dinyatakan bahwa bank-bank mendapatkan kesempatan yang lebih luas untuk

menyelenggarakan aktivitasnya dengan diperbolehkan menjalankan aktivitas dual banking system.

Adanya dual banking system yang mana bank konvensional dibolehkan membuka unit usaha syariah atau *Islamic window*. Peraturan inilah yang menjadi momentum dan telah membuka kesempatan yang luas bagi perbankan konvensional yang ingin membuka produk syariah mereka di samping tetap mempertahankan sistem konvensional. Tidak seperti dalam undang-undang tahun 1992, yaitu istilah perbankan syariah dinyatakan secara samar, dalam undang-undang ini penyebutan “bank berdasarkan prinsip perkongsian untung” telah diubah menjadi “bank berdasarkan prinsip syariah” atau yang disingkat “perbankan syariah”⁵. Sebagaimana juga fenomena pada negara Muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia juga mencatatkan perkembangan yang progresif. Hal ini dipacu oleh populasi Muslim yang besar tersebut, adanya dukungan dari pemerintah, peraturan-peraturan perbankan, dan peranan ulama, cendekiawan Muslim dan organisasi-organisasi Islam (Ismal, 2011).

Dukungan pemerintah itu setidaknya ditunjukkan dengan dikeluarkannya beberapa undangundang tentang perbankan syariah sebagaimana yang telah dinyatakan sebelum ini. Dukungan juga datang dari ulama dan organisasi Islam, yaitu pada awal tahun 2004 Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa haram hukumnya bunga bank⁶. Kemudian diikuti pula dengan fatwa Muhammadiyah⁷ pada tahun 2006 yang menetapkan bunga bank adalah haram.

Pada tahun 2008 pemerintah mengeluarkan lagi undang-undang yang lebih komprehensif tentang perbankan syariah yaitu undang-undang No.21 Tahun 2008 dan diikuti dengan undang-undang Sukuk Negara No.19 tahun 2008. Dengan diberlakukannya undang-undang ini, maka semakin menguatkan lagi landasan hukum kepada sistem keuangan dan perbankan syariah. Oleh itu, dengan berlakunya kesemua undang-undang ini memberikan peluang yang lebih besar dalam pengembangan perbankan syariah di masa depan (Ismal, 2011). Ia menjadikan perbankan syariah lebih bebas bergerak dalam industri perbankan nasional.

Perkembangan perbankan syariah dari sisi institusi bermula pada tahun 1991 dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) dan resmi beroperasi pada tahun 1992. Menurut Rae (2008), perkembangan perbankan syariah yang pesat baru terjadi setelah tahun 1998. Perbankan syariah semakin mendapat perhatian setelah beberapa seri krisis ekonomi terjadi. Krisis yang dimaksud adalah krisis ekonomi dunia tahun Pada tahun 1998 terjadi krisis ekonomi yang pengaruhnya sangat dirasakan oleh negara-negara di rantau Asia termasuk Indonesia.

Kemudian yang terbaru adalah krisis ekonomi global tahun 2009 yang pengaruhnya hampir merata dirasakan oleh negara-negara dunia terutama Amerika Serikat. Berdasarkan dua tahun (2007 hingga 2009) kajian lapangan di Amman, Jordan, bank-bank konvensional mengalami pengaruh negatif yang lebih besar dibandingkan sektor perbankan syariah akibat daripada krisis ekonomi global. Hal ini berlaku kerana garis panduan yang ditetapkan oleh Islam menjadikan pendekatan investasi yang

digunakan lebih beretika dan kurang beresiko dibandingkan dengan bank konvensional (Tobin, 2009). Skenario ini telah membuka ruang penerimaan yang lebih baik terhadap keuangan Islam umumnya dan perbankan syariah khususnya dan menyediakan alternatif kepada sistem konvensional (Smolo, 2009; Iyer, 2009). Tahun 2000 jumlah institusi perbankan syariah bertambah menjadi 3 bank umum syariah (BUS) dan 3 unit usaha syariah (UUS).

Tahun 2005 terdapat 3 BUS dan 19 unit UUS atau *Islamic window*. Sementara itu, jumlah aset perbankan syariah telah tumbuh dari Rp 479 milyar pada tahun 1998 menjadi Rp 30.145 milyar pada akhir tahun 2007 (BI, 2005). Pada waktu itu adalah masa “bulan madu” dimana pertumbuhan drastis perbankan syariah terjadi di Indonesia. Perkembangan perbankan syariah 7 tahun terakhir dari rentang tahun 2005-2011 dilihat dari sisi institusi, aset⁸, DPK (Dana Pihak Ketiga)⁹, pembiayaan dan pangsa pasaran dapat dilihat didalam Tabel 1. Daripada tahun 2005 hingga 2011 dilihat dari sisi kelembagaan, mencatatkan jumlah peningkatan yang signifikan dimana pada tahun 2011 BUS berjumlah 11 buah, UUS 23 buah berbanding tahun 2005 dimana hanya terdapat 3 BUS dan 19 UUS. Tabel 1 juga menunjukkan terjadinya pertumbuhan aset DPK. Tahun 2005 tercatat aset bank syariah DPK adalah sebesar Rp 15.58 triliun dan pada tahun 2007 telah meningkat menjadi Rp 28.012. Pada akhir 2008 jumlah DPK juga meningkat menjadi Rp 36.84 trilyun dan terus meningkat menjadi Rp. 76.00 trilyun pada tahun 2010. Dana yang di simpan

oleh pihak ketiga sebagian besar berbentuk deposit *Mudharabah*, yang mencapai 54.66 % dari total DKP.

Tabel 9 Perkembangan Perbankan Syariah

Tahun	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Jumlah BUS	3	3	3	5	6	11	11
Jumlah UUS	19	20	26	27	25	23	23
Jumlah BPRS	92	105	114	131	138	150	151
Jumlah Kantor	550	567	683	951	1223	1763	1796
Dana Pihak Ketiga (DPK) (Trilyun Rupiah)	15.58	20.67	28.01	36.84	50.94	76.00	75.81
% Kenaikan DPK	31.4	32.7	35.5	31.6	37.7	45.1	-0.25
Pembiayaan (Trilyun Rupiah)	15.23	20.44	27.94	39.76	46.90	68.00	69.72
% Kenaikan	32.6	34.2	36.7	42.0	22.8	45.4	2.53
Aset BUS dan UUS (Trilyun Rupiah)	20.880	26.722	33.016	49.555	66.090	97.519	95.740
Share BUS dan UUS	1.42	1.63	1.77	2.14	2.40	3.2	3.2
Aset BRPS (Trilyun Rupiah)	1.325	2.147	1.203	1.693	2.126	2.739	-

Sumber: data diolah dari BI 2017

Jika dilihat dari persentase kenaikan, terjadi penurunan tingkat persentase kenaikan pada tahun 2008 (31.6%) berbanding tahun 2007 (35.5%). Akibat dari penurunan persentase kenaikan DPK ini, pertumbuhan jumlah rekening DPK juga mengalami penurunan. Pada tahun 2009, persentase pertumbuhan DPK telah meningkat kepada 37.7%. Pada tahun 2008, pembiayaan perbankan syariah (42.0%) telah meningkat kepada 42%, akan tetapi peningkatan pembiayaan ini tidak didukung dengan peningkatan DPK. Adanya penurunan persentase DPK dari tahun 2007 kepada 2008, menyebabkan Nisbah Pembiayaan Deposit atau

Financing of Deposit Ratio (FDR)¹⁰ mencecah tahap 104% pada tahun 2008 (BI, 2008). Pada akhir 2010, total aset perbankan syariah (BUS dan UUS) sekitar Rp 97 trilyun atau sekitar US\$ 12.8 milyar bersamaan dengan RM 32.3 milyar (BI 2010).

Dari sisi peningkatan persentase konsumen, kenaikannya cenderung mengecil dari tahun ke tahun kecuali pada tahun 2010 yang disebabkan oleh penambahan 5 BUS. Penurunan ini juga dapat dilihat pada tahun 2011 yaitu untuk DPK pada 2011 (Rp.75.81 trilyun) menurun berbanding 2010 (Rp.76 trilyun). Perhitungan kasar menurut Karim (2008) dari 200 orang pelanggan atau konsumen bank, hanya satu orang yang menggunakan pelayanan bank syariah atau pemegang rekening bank syariah hanya sekitar 0.5% daripada keseluruhan jumlah pemegang rekening bank di Indonesia¹². Dari sisi perkembangan pembiayaan pula, pada tahun 2011 (Rp.68 Trilyun), meskipun jumlahnya meningkat berbanding pada tahun 2010 (Rp.68.00 Trilyun), namun persentase peningkatannya sangat kecil (2.53%). Manakala aset keseluruhan mencatatkan penurunan daripada (Rp.97.52 Trilyun) pada tahun 2010 menjadi (Rp. 95.74 Trilyun) pada tahun 2011.

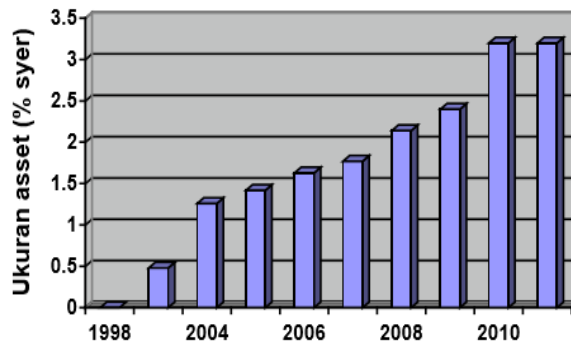
Meskipun dilihat dari segi perkembangan aset, DPK dan institusi perbankan syariah menunjukkan perkembangan yang positif. Bahkan ratarata pertumbuhan perbankan syariah selama ini (47%), lebih tinggi daripada rata-rata pertumbuhan perbankan konvensional yang hanya sekitar 15-20% per tahun. Akan tetapi, jika dilihat dari keseluruhan pangsa pasaran keseluruhan perbankan syariah masih terlalu kecil dibandingkan perbankan konvensional. Setelah 2 dekade perbankan syariah beroperasi di Indonesia pangsa

pasarannya hanyalah 3.2% daripada jumlah keseluruhan pangsa pasaran industri perbankan nasional. Realitas seperti diatas diistilahkan oleh Adnan (2010) bahwa penguasaan dana masyarakat oleh perbankan Islam masih rendah. Situasi ini, sama artinya ekonomi syariah masih dalam tahapan opini, dimana buktinya hanya sekitar 3% perbankan Islam mengambil peran ekonomi di Indonesia. Jumlah ini amatlah kecil dan ia tak sepatutnya bagi Indonesia yang dominasi penduduknya adalah Muslim (Amin, 2010). Bagaimanapun pesatnya perkembangan aset atau institusi namun perkembangan pangsa pasar juga tetap penting karena itu akan menunjukkan keberadaan sebuah perusahaan dalam industri.

Sula (2011) menegaskan perkembangan perbankan syariah di Indonesia harus diikuti dengan peningkatan pangsa pasaran. Hal ini penting karna sebagaimana yang dinyatakan Schuster (1984) dalam Stiawan (2009), pangsa pasar mencerminkan prestasi pemasaran yang dikaitkan dengan posisi persaingan perusahaan dalam suatu industri. Jika dilihat dari sisi konsumen dihitung secara kasar saja menurut Karim (2008) dari 200 orang pelanggan bank, hanya satu orang yang menggunakan pelayanan bank Islam. Konsumen perbankan Islam hanya 2.8% dari jumlah masyarakat yang menggunakan pelayanan keuangan tingkat nasional.

Keadaan ini tentu saja agak mengecewakan seperti yang dikatakan Rais (2008) bahwa masih kecilnya pangsa pasaran disebabkan oleh keterbatasan dana baik dari segi permodalan mahupun jumlah dana masyarakat yang berhasil dihimpun¹³. Kecilnya dana masyarakat pada perbankan syariah ini berimplikasi

kepada kecilnya pangsa pasaran perbankan syariah. Keadaan ini akhirnya mewujudkan isu berkaitan dengan ketidakyakinan konsumen dan isu kepatuhan konsumen Muslim terhadap perbankan Islam. Mengingat besarnya jumlah Muslim, perbankan syariah dinilai tidak mampu memanfaatkan potensi pasaran yang ada. Di bawah ini dipaparkan gambaran pertumbuhan persentase aset perbankan syariah dilihat daripada penguasaan pangsa pasar berbanding perbankan konvensional. Pangsa pasarannya masih kaku berdiri pada angka di bawah 3.5% seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 2.



Gambar 10
Pertumbuhan pangsa pasar bank Syariah

Sumber: diolah dari BI, 2011

6.3 Ringkasan

- Perbankan syariah atau perbankan Islam merupakan sistem perbankan yang didasarkan atas prinsip-prinsip syariah Islam. Perbankan syariah menerapkan bagi hasil dan risiko antara

penyedia dana (investor) dengan pengguna dana (pengusaha). Mirip dengan perbankan konvensional, tingkat keuntungan yang maksimum yang sesuai dengan nilai-nilai syariah juga harus diperhatikan agar pihak-pihak yang terlibat dapat menikmati keuntungan tersebut.

- sektor perbankan memiliki peran yang sangat penting dalam pemberian akses kepada *unbankable people*, sektor perbankan di Indonesia telah mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Hal ini dapat terlihat dari meningkatnya jumlah kantor cabang, dan sampai pada pelosok daerah yang sebelumnya belum tersentuh. Layanan jasa perbankan yang menjangkau masyarakat di seluruh provinsi akan dapat mendistribusikan layanan dan produk perbankan yang dimiliki.
- Sehingga nilai Islam bukan merupakan aspek yang terpisah sama sekali dari aspek rasional realitas ekonomi. Keduanya sangat terkait, pada kenyataannya. Oleh karena itu, kita maklum bahwa manajemen keuangan atau ekonomi syariah dikatakan juga bekerja mewujudkan motif/prinsip ekonomi, yaitu mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya dengan tenaga yang sekecil-kecilnya.
- Dalam kenyataan di masyarakat, motif ekonomi itu diwujudkan dengan berbagai modifikasi atau perubahan yang tidak jarang besar-sekali yang ditimbulkan oleh berbagai faktor atau multi dimensi manusia. Jadi perlu dibedakan motif ekonomi antara menurut ilmu ekonomi normatif dan ilmu ekonomi positif.
- Perbankan syariah memiliki tujuan yang sama seperti perbankan konvensional, yaitu agar lembaga perbankan dapat

menghasilkan keuntungan dengan cara meminjamkan modal, menyimpan dana, membiayai kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai.

- Hal mendasar yang membedakan antara lembaga keuangan konvensional dengan syariah adalah terletak pada pengembalian dan pembagian keuntungan yang diberikan oleh nasabah kepada lembaga keuangan dan/atau yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah. Kegiatan operasional bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil (profit and loss sharing).
- Pengaruh faktor kepercayaan para nasabah akan sangat berdampak pada kemajuan perkembangan perusahaan perbankan tersebut. Fungsi penting bank dalam menunjang perekonomian suatu negara merupakan alasan mengapa kinerja keuangan bank harus selalu dianalisis untuk mengetahui tingkat kesehatannya.

BAB VII.

STRATEGI PERBANKAN SYARIAH DARI ASPEK PEMASARAN

7.1 Realitas Manajemen Pemasaran Di Perbankan Syariah

Pemasaran, menurut Hermawan Boyd (2000) dalam bukunya “*MarkPlus On Strategy*”, bahwa yang dimaksud dengan pemasaran adalah :”Sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari satu inisiator kepada stakeholderny. Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Oleh karena itu, pemasaran yang kokoh menjadi penting bagi kesuksesan dalam semua organisasi. Definisi yang sederhana pemasaran adalah proses mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan. Dua sasaran pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan keunggulan nilai serta menjaga dan menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan.

Menurut Philip Kotler (2010) pemasaran adalah “proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Kemudian menurut Bram & Yudi (2005), pemasaran adalah “suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan

produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran merupakan suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan serta mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya. Rosly (2009) mengidentifikasi, pada intinya di dalam pemasaran ditemukan tiga poin penting yaitu:

- 1) Fungsi-fungsi organisasi;
- 2) kegiatan mencipta, mengkomunikasikan, menyerahkan nilai serta;
- 3) mengelola hubungan dengan pelanggan.

Dari peristiwa tersebut muncul istilah manajemen pemasaran yang merupakan seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul Gerrard (2004). Dari definisi-definisi tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah merupakan suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Tujuan pemasaran itu sendiri adalah mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan.

Gerrard juga menambahkan bahwa tugas pemasar adalah merencanakan kegiatan pemasaran dan merakit program pemasaran yang sepenuhnya terpadu untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai bagi konsumen.

Program pemasaran terdiri dari sejumlah keputusan tentang kegiatan pemasaran yang meningkatkan nilai untuk digunakan.

Kegiatan-kegiatan pemasar tampil dalam semua bentuk. Satu lukisan tradisional tentang kegiatan pemasaran adalah dari segi bauran pemasaran, yang telah didefinisikan sebagai perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya. Konsep bauran pemasaran (marketing mix) digagas pertama kali oleh Neil Borden dalam artikelnya berjudul “The concept of the marketing mix” yang diterbitkan di *Journal of advertising Research* di tahun 1964. Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya. Sedangkan bauran pemasaran menurut Kotler&Amstrong adalah sebagai berikut : “Bauran pemasaran (marketing mix) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran”.

Bauran pemasaran merupakan variable-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari pasarsasaran. Dan untuk usaha jasa terdapat 7 unsur marketing mix (Marketing Mix-7p) yaitu: Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Proses, Dan Physical Evidence.

1) **Product (produk)**

Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran, Strategi pendapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanyasekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan

dan keinginan konsumen. Selain itu produk di definisikan sebagai :Sesuatu yang dapat memenuhi dan keinginan pelanggan.artinya apapun wujudnya,selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhab kita dapat dikatakan sebagai produk (Kasmir, 2004: 186)

2) **Price (Harga)**

Harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa.Selain itu harga salah satu faktor penting konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak (Engel, Blackwell dan Miniard, 1996). Harga dikatakan mahal, murah atau biasa-biasa saja dari setiap individu tidaklah harus sama, karena tergantung dari persepsi individu yang dilatar belakangi oleh lingkungankehidupan dan kondisi individu (Schifman and Kanuk, 2001).

3) **Promotion (promosi)**

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Melaluiperiklanan suatu perusahaan mengarahkan komunikasi persuasif pada pembeli sasaran dan masyarakat melalui media-media yang disebut dengan media massa seperti Koran, majalah, tabloid, radio, televisi dan direct mail (Baker, 2000:7). Media promosi yang dapat digunakan pada bisnis ini antara lain:

- a) Promosi penjualan,
- b) Publisitas dan hubungan masyarakat, dan
- c) Pemasaran langsung.

Penentuan media promosi yang akan digunakan didasarkan pada jenis dan bentuk produk itu sendiri.

1) *Place* (Saluran distribusi)

Kotler (2000: 96) menyatakan bahwa “Saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan segala kegiatan (Fungsi) yang di gunakan untuk menyalurkan produk dan jasa yang satus pemilikny dari produsen ke konsumen. Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa :saluran distribusi suatu barang adalah keseluruhan kegiatan atau fungsi untuk memindahkan produk disertai dengan hak pemilikny dari produsen ke konsumen akhiratau pemakaiindustri. Distribusi berkaitan dengan kemudahan memperoleh produk di pasar dan tersedia saat Konsumen mencarinya. Distribusi memperlihatkan berbagai kegiatan yang dilakukan Perusahaan untuk menjadikan produk atau jasa diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran.

2) *People* (Partisipan)

Menurut Hendri Sumanto:2004 Yang dimaksud partisipan disini adalah karyawan penyedia jasa layanan maupunpenjualan, atau orang-orang yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalamproses layanan itu sendiri, diantaranya adalah teller, dan coustomurservice.

3) *Process* (Proses)

Proses adalah kegiatan yang menunjukkan bagaimana pelayanan diberikan kepada Konsumen selama melakukan pembelian barang. Pengelola klinik melalui

front liner sering menawarkan berbagai macam bentuk pelayanan untuk tujuan menarik konsumen.

4) Fasilitas

Jasa konsultasi dokter gratis, pengiriman produk, credit card, card member dan fasilitas layanan yang berpengaruh pada image perusahaan.

5) *Physical evidence* (Lingkungan fisik)

Lingkungan fisik adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana klinik yang merupakan tempat beroperasinya jasa layanan perawatan dan kecantikan kulit.

6) Karakteristik lingkungan fisik

Merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Yang dimaksud dengan situasi ini adalah situasi dan kondisi geografi dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, pelatakan dan layout yang nampak atau lingkungan yang penting sebagai obyek stimuli. Dari ketujuh elemen marketing mix tersebut yang merupakan kunci sukses bagi sebuah klinik diantaranya adalah kelengkapan produk layanan yang siap ditawarkan (one stop beauty service), lokasi yang strategis, keramahan dan efektivitas pelayanan, tempat parkir yang memadai, dan fasilitas lain pendukung kenyamanan konsumen didalam perawatan seperti ruangan dari ruang tunggu sampai dengan ruang perawatan yang sejuk dan bertata cahaya yang tepat. Selain itu strategi diartikan sebagai Sesuatu yang dapat

memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. artinya apa pun wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita.

7.2 Strategi Peningkatan Manajemen Pemasaran

Konsep Pemasaran merupakan faktor yang paling penting dalam mencapai keberhasilan suatu perusahaan, karena berorientasi pada kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2000:22), konsep pemasaran adalah kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan yaitu perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengakomodasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang dipilih. Definisi di atas ada empat gagasan dasar yang terkandung di dalamnya yaitu:

a. Pasar sasaran

Suatu perusahaan belum tentu dapat berkembang dengan baik, tapi banyak perusahaan yang dapat mencapai apa yang menjadi targetnya dalam mengelola perusahaan dengan menentukan pasar sasarnya.

b. Kebutuhan pelanggan

Berbagai kebutuhan pelanggan yang tidak selalu sederhana, perusahaan harus dapat meramalkan apa yang akan menjadi kebutuhan konsumen di masa yang akan datang.

c. Pemasaran terpadu

Terjadi adanya kerjasama antara perusahaan dengan departemen terkait untuk melayani kepentingan pelanggan. Agar

pemasaran dapat berjalan dengan maksimal untuk melayani kebutuhan pelanggan secara bersama.

d. Kemampuan menghasilkan laba

Tujuan yang terakhir dari konsep pemasaran adalah membantu organisasi dalam mencapai tujuannya. Sebagian besar perusahaan tujuan utamanya adalah hanya untuk mendapatkan laba. Akan tetapi, di sini tidak hanya mengutamakan laba saja melainkan mendapatkan laba sebagai akibat dari kepuasan yang diperoleh konsumen dibanding dari pesaing. Menurut Gupta (2012), konsep pemasaran adalah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemenuhan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Dalam konsep pemasaran terdapat 3 faktor penting:

a. Orientasi pada konsumen

Perusahaan selalu ingin memenuhi semua kebutuhan konsumen, maka akan selalu berorientasi pada pemenuhan kebutuhan konsumen. Perusahaan yang ingin mempraktekkan orientasi konsumen harus melakukan beberapa hal, antara lain:

- 1) Menentukan kebutuhan pokok dari para pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi.
- 2) Menentukan produk dan program pemasaran.
- 3) Mengadakan penelitian pada konsumen untuk mengukur, menilai, dan menafsirkan keinginan, sikap, serta tingkah laku konsumen.
- 4) Menentukan dan melaksanakan strategi yang paling baik.

b. Koordinasi dan integrasi dengan konsumen

Untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumen secara optimal, maka semua elemen-elemen pasar yang ada harus dikoordinasikan dan diintegresikan. Hal ini berarti setiap orang dan setiap bagian dalam organisasi turut ambil bagian dalam suatu usaha yang terkoordinir untuk memberikan kepuasan konsumen sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

c. Mendapatkan laba dari pemuasan konsumen

Dengan dapat memuaskan kebutuhan konsumen diharapkan tujuan perusahaan untuk mendapatkan laba akan tercapai. Hal ini artinya bahwa perusahaan harus bisa memenuhi segala kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang ditawarkan.

Di era globalisasi, daya saing perusahaan perlu ditingkat, tidak hanya aspek produksi, tetapi juga aspek pemasarannya. Meskipun fungsi manajemen kontribusi masing-masing saat penyusunan strategi bagi tingkatan yang berbeda, namun rentang kendali perusahaan terhadap lingkungan eksternalnya cenderung terbatas. Dalam kondisi ini, perusahaan perlu menempatkan strategi pemasaran agar berperan penting bagi keberlanjutannya. Hal ini berfungsi manajemen memiliki kontak yang paling besar dengan dunia luar adalah fungsi pemasaran. Ada beberapa definisi mengenai strategi pemasaran dari Robinson (2000) diantaranya adalah:

- a. "Strategi pemasaran merupakan pernyataan baik secara eksplisit maupun implisit mengenai bagaimana suatu merk atau lini produk mencapai tujuannya".
- b. "Strategi pemasaran sebagai alat dasar yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut."

Pada prinsipnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, posisi, elemen bauran pemasaran dan biaya pemasaran, dimana strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah bagi semua fungsi manajemen suatu organisasi. (Sari, 2012).

Setiap perusahaan mengarahkan kegiatan usahanya untuk menghasilkan produk yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga dalam jangka waktu dan dalam jumlah produk tertentu dapat diperoleh keuntungan seperti yang diharapkan. Melalui produk yang dihasilkannya, perusahaan menciptakan, membina dan mempertahankan kepercayaan akan produk tersebut. Keberhasilan suatu perusahaan dapat ditentukan oleh ketepatan produsen dalam memberikan kepuasan dan sasaran konsumen yang ditentukannya, dimana usahausaha pemasaran diarahkan kepada konsumen yang ditujukan sebagai sasaran pasarnya.

Dalam hal ini, usaha pemasaran menunjang keberhasilan perusahaan didasarkan pada konsep pemasaran untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang mengarah kepada sasaran

pasar yang sebenarnya. Pentingnya strategi pemasaran bagi suatu perusahaan timbul dan ketidakmampuan perusahaan dalam mengontrol semua faktor yang berada diluar lingkungan perusahaan. Demikian pula perubahan-perubahan yang terjadi pada faktor-faktor tersebut yang tidak diketahui sebelumnya secara pasti.

Menurut Danaputra & Gita (2013) bahwa strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran untuk memperoleh hasil yang maksimal. Untuk mengadakan pertimbangan dan melihat kemungkinan-kemungkinan yang timbul dalam usaha mempengaruhi pemasaran, maka pemimpin memutuskan untuk mengembangkan desain produk baru yang sesuai dengan selera konsumen pada saat ini, kemudian mengadakan pemasaran lewat distributor-distributor di daerah-daerah yang menjadi sasaran produk.

Menurut Chotimah (2014) mengatakan bahwa strategi pemasaran adalah sebuah rencana tertulis yang biasanya komprehensif yang melukiskan semua aktifitas yang bertalian dengan upaya mencapai suatu sasaran pemasaran tertentu dan hubungan mereka satu sama lain sehubungan dengan waktu dan luas mereka masing-masing. Di dalamnya termasuk ramalan-ramalan penjualan jangka pendek dan jangka panjang. Target produksi serta kebijaksanaan penetapan harga, strategi pemasaran dan strategi penjualan, syarat-syarat pengisian lowongan, maupun pemasaran yang terpilih dan budget-budget pengeluaran.

Dalam pengertian strategi, senantiasa terkandung perencanaan yang merupakan proses yang berlangsung terus-

menerus dalam suatu perusahaan. Oleh sebab itu strategi pemasaran dan setiap perusahaan merupakan rencana penyaluran dimana perusahaan berharap mencapai sasaran yang telah ditentukan yang pada akhirnya untuk merealisasikan tujuan utama perusahaan yang bersangkutan. Bagi dunia perbankan, konsep pemasaran yang paling tepat adalah konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan. Konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing sehingga dapat menjamin atau memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat (Kasmir, 2003 :17)

Karena kondisi pasar sekarang adalah buyer's market maka pelanggan adalah segalanya. Kebutuhan, keinginan dan kepuasan nasabah harus benar-benar diperhatikan. Sedangkan tujuan konsep ini adalah agar pelanggan tetap setia (loyal) menggunakan produk-produk atau jasa yang dihasilkan oleh bank. Untuk mengarah pada tujuan tersebut, kegiatan atau proses pertukaran harus dapat dikelola dengan baik oleh manusia dan organisasinya agar dapat menghasilkan pendapatan bagi mereka sendiri serta keputusan bagi pihak lain. Tak dapat dipungkiri bahwa kegiatan pemasaran memerlukan strategi karena tanpa strategi akan sulit untuk mencapai sasaran yang diinginkan.

Karenanya setiap pemasar (semua karyawan di perusahaan) harus mempunyai values atau nilai-nilai yang kuat sehingga ia tidak berlaku curang, tidak menipu, tidak memaksa, dan lain hal sebagainya (Prasetyo, 2012). Jadi, persepsi bahwa pasar

konvensional selalu lebih menguntungkan dan pasar syariah diartikan sebagai pasarnya kaum Muslim semata tidaklah tepat. Walaupun begitu, perubahan persepsi bukanlah suatu hal yang tidak mungkin sejalan dengan perubahan kebutuhan dan keinginan manusia di masa depan, saat ini sudah mulai terjadi pergeseran pasar dari tingkat intelektual / rasional, menuju ke emosional, dan akhirnya bertransformasi ke spiritual. Menurut Effendy (2014), Pasar spiritual ini akan mempertimbangkan kesesuaian produk, keuntungan finansial, dan nilai – nilai spiritual yang diyakininya. Namun, tidak secara keseluruhan pasar rasional akan berpindah ke spiritual. Disinilah tantangan terbesar sistem syariah dalam membidik pasar rasional karena pasar rasional merupakan pasar terbesar (Koksal, 2014). Oleh karena itu, muncullah sebuah konsep solusi untuk membawa pasar rasional ini ke wilayah pasar spiritual yaitu konsep yang biasa disebut syariah marketing.

Pemasaran sendiri adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah (Laksamana, 2009). Dengan demikian secara sederhana, Marketing syariah merupakan penerapan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Jadi marketing syariah dijalankan berdasarkan konsep keislaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW. Ini artinya bahwa dalam syariah marketing, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (value), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Sari & Tanjung (2012) berpendapat,

sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimoangan prinsip-prinsip muamalah islami tidak terjadi dalam suatu transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan. Menurut Hermawan Kartajaya, nilai inti dari marketing syariah adalah Integritas dan transparansi, sehingga marketer tidak boleh bohong dan orang membeli karena butuh dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, bukan karena diskonnya. Marketing syariah bukan hanya sebuah marketing yang ditambahkan syariah karena ada nilai-nilai lebih pada marketing syariah saja, tetapi lebih jauhnya marketing berperan dalam syariah dan syariah berperan dalam marketing (Antonio, 2001). Marketing berperan dalam syariah diartikan perusahaan yang berbasis syariah diharapkan dapat bekerja dan bersikap profesional dalam dunia bisnis, karena dengan profesionalitas dapat menumbuhkan kepercayaan kosumen. Syariah berperan dalam marketing bermakna suatu pemahaman akan peuntuk menciptakan dan menawarkan bahkan dapat merubah suatu values kepada para stakeholders sehingga perusahaan tersebut dapat menjaga keseimbangan laju bisnisnya sehingga menjadi bisnis yang sustainable.

Dalam hal teknis marketing syariah, salah satunya terdapat syariah marketing strategy untuk memenangkan mind-share dan syariah marketing value untuk memenangkan heart-share (Warsono, 2010). Syariah marketing strategy melakukan segmenting, targetting dan positioning market dengan melihat pertumbuhan pasar, keunggulan kompetitif, dan situasi persaingan sehingga dapat melihat potensi pasar yang baik agar dapat memenangkan mind-share. Selanjutnya syariah marketing value

melihat brand sebagai nama baik yang menjadi identitas seseorang atau perusahaan, sehingga contohnya perusahaan yang mendapatkan best customer service dalam bisnisnya sehingga mampu mendapatkan heart-share.

Sebagai sebuah solusi, marketing syariah diimplementasikan dengan berbisnis mengikuti cara Nabi Muhammad SAW. Nabi Muhammad sebagai seorang pedagang memberikan contoh yang baik dalam setiap transaksi bisnisnya (Alqoud, 2005). Beliau melakukan transaksi secara jujur, adil dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh, apalagi kecewa. Beliau selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangannya dengan standar kualitas sesuai dengan permintaan pelanggan. Reputasinya sebagai pedagang yang benar dan jujur telah tertanam dengan baik sejak muda. Beliau selalu memperlihatkan rasa tanggung jawab terhadap setiap transaksi yang dilakukan. Beliau benar-benar mengikuti prinsip-prinsip perdagangan yang adil dalam transaksi-transaksinya.

Oleh karena itu, dalam transaksi bisnisnya sebagai pedagang professional tidak ada tawar menawar dan pertengkaran antara Muhammad dan para pelanggannya, sebagaimana sering disaksikan pada waktu itu di pasar-pasar sepanjang jazirah Arab (Alqoud, 2005). Segala permasalahan antara Muhammad dengan pelanggannya selalu diselesaikan dengan adil dan jujur, tetapi bahkan tetap meletakkan prinsip-prinsip dasar untuk hubungan dagang yang adil dan jujur tersebut. Disini terlihat bahwa beliau tidak hanya bekerja secara professional, tetapi sikap profesionalisme beliau praktikkan pula ketika telah dilantik

menjadi Nabi. Beliau memimpin sahabat-sahabatnya dengan prinsip-prinsip profesionalisme; memberinya tugas sesuai dengan kemampuan dan kapasitas yang dimiliki. Tidak bersifat KKN, semuanya berjalan dengan profesional dan tentunya dengan tuntunan Allah.

Selain itu, Beliau telah mengikis habis transaksi-transaksi dagang dari segala macam praktik yang mengandung unsur penipuan, riba, judi, gharar, keraguan, eksploitasi, pengambilan untung yang berlebihan dan pasar gelap (Alqoud, 2005). Beliau juga melakukan standardisasi timbangan dan ukuran, serta melarang orang-orang menggunakan timbangan dan ukuran lain yang tidak dapat dijadikan pegangan standar. Nabi Muhammad juga melarang beberapa jenis perdagangan, baik karena sitemnya maupun karena ada unsur-unsur yang diharamkan didalamnya. Memperjualbelikan benda-benda yang dilarang di dalam Al-Quran adalah haram. Selanjutnya, Nabi Muhammad melarang harga yang dibayarkan untuk darah, dan mengutuk orang yang menerima dan membayar riba (bunga), orang yang merajah tato di kulit, orang yang menato dirinya, dan pematung (HR Al-Bukhari), karena barang yang bersih” berarti sehat dan diperoleh dengan cara yang halal. Karena itu apa yang dihasilkannya pun menjadi halal (Muhamad, 2004). Kita dapat melihat dalam kehidupan berbisnis sehari-hari, betapa kebiasaan bersumpah palsu dalam meyakinkan pembeli menjadi pemandangan sehari-hari. Sumpah palsu sering dijadikan “senjata” dalam meyakinkan pembeli. Karena kita tidak yakin akan keunggulan dari barang dagangan kita, tidak dapat memberikan pelayanan yang baik, kita

bersumpah untuk meyakinkan pembeli. Kebiasaan ini selain memperlihatkan rendahnya profesionalisme, juga terlarang dalam bisnis syariah. Selain itu, kita juga hendaknya memperdulikan sumber penghasilan kita, karena hal ini akan sangat berpengaruh terhadap darah dan daging yang dibesarkan dari sumber yang tidak halal. Jika segumpal darah atau kalbu dari anak dan istri kita terbentuk dari sumber yang tidak halal, maka kelak akan menghasilkan pula generasi-generasi yang moralnya rusak, akhlaknya menyimpang dan tingkah lakunya tidak terpuji.

Dalam marketing syariah dikenalkan juga bagaimana berbisnis dengan kalbu (hati). Karena hati merupakan sumber pokok bagi segala kebaikan dan kebahagiaan seseorang. Sesungguhnya yang terpenting dari kehidupan kita ini adalah terpilihnya pribadi kita, dan inti dari pribadi kita, dan inti dari pribadi kita itu adalah keadaan hati atau kalbu kita. Secerdas apa pun akal pikiran, jika hatinya busuk dan jahat, maka kecerdasan tersebut malah akan menimbulkan malapetaka. Begitu pula kekuatan dan keindahan tubuh akan membawa mudarat manakala tidak disertai dengan terpeliharanya kebeningan hati (Muhamad, 2004). Kalau hati kita bersih dan sehat, pikiran pun bisa jernih dan sehat seta bisa menjadi cerdas dan produktif, karena tidak ada waktu untuk berpikir licik, dengki, atau keinginan untuk menjatuhkan orang lain. Kalau tidak hati-hati benar, hidup ini sangat melelahkan.

Sekali saja kita tidak suka pada seseorang, lambat laun kebencian itu akan memakan waktu, produktivitas dan memakan kebahagiaan kita. Kita akan lelah memikirkan orang yang kita

benci. Jika hati ini bersih, pikiran bisa menjadi jernih. Ketika tidak ada waktu untuk iri, semua hal akan masuk dengan mudah, karena tidak akan ada ruang untuk meremehkan siapapun. Akibatnya, kita akan memiliki akses data yang sangat tinggi, akses informasi yang benar-benar melimpah, akses ilmu yang benar-benar luas. Ujung-ujungnya, kita akan mampu menghasilkan ide-ide cemerlang, kreatif dan inovatif dalam membangun gagasan-gagasan baru dalam suatu perusahaan.

Kita dengan mudah membawa perusahaan kita menghadapi situasi persaingan yang demikian ketat. Keterkaitan antara bisnis dan qalibun salim (hati yang selamat; selamat dari segala kebusukan) tentu sangatlah erat. Kita harus menyadari bahwa persoalan terbesar yang dihadapi dalam aktivitas bisnis adalah masalah manusianya. Sedangkan manusia itu sendiri bergantung pada suasana hatinya. Di sinilah perlu pengetahuan baru dalam mengelola bisnis, yaitu bagaimana mengelol bisnis dengan hati. Pada akhirnya kita dapat mengatakan bahwa kalau seorang pebisnis sudah menjalankan bisnisnya dengan jujur, dengan hati yang bening, maka bisnis yang dijalankannya insya Allah akan bermutu tinggi, memiliki nilai pelayanan yang berkualitas, mampu membangun merek yang baik, tercipta positioning yang bagus di benak pelanggannya, sehingga dia akan sangat dicintai oleh pelanggannya.

Salah satu hal yang menarik dalam marketing syariah adalah implementasi model marketing yang dikenal dengan nama Sustainable Marketing Enterprise (SME). Dalam model SME, konsep pemasaran disini tidaklah berarti pemasaran sebagai sebuah

fungsi atau departemen dalam perusahaan, tetapi bagaimana kita bisa melihat pasar secara kreatif dan inovatif. Pemasaran bukanlah hanya seperti anggapan orang, yaitu study untuk menjual. atau seperti yang dipahami beberapa kalangan hanyalah marketing mix semata, yaitu pembuatan strategi untuk produk (product), harga (price), tempat (place) atau promosi (promotion) (Kotler, 2012). Namun pengertian terhadap pemasaran itui sendiri cakupannya lebih luas. Dalam syariah marketing strategy yang pertama harus dilakukan dalam mengeksplorasi pasar. Besarnya ukuran pasar (market size), pertumbuhan pasar (market growth),, keunggulan kompetitif (competitive advantages) dan situasi persaingan (competitive situation). Setelah menyusun strategi, kita harus menyusun taktik untuk memenangkan market-share yang disebut Syariah Marketing Tactic (Yulianto, 2010).

Pertama-tama, setelah mempunyai *positioning* yang jelas di benak masyarakat, perusahaan harus membedakan diri dari perusahaan lain yang sejenis. Untuk itu diperlukan differensiasi sebagai *core tactic* dalam segi konten (apa yang ditawarkan), konteks (bagaimana menawarkannya) dan infrastruktur (yang mencakup karyawan, faslitas dan teknologi). Kemudian menerapkan differensiasi secara kreatif pada marketing mix (*product, price, place, promotion*). Karena itu marketing-mix disebut sebagai creation tactic. Walaupun bergitu selling yang memegang peranan penting sebagai capture tactic juga harus diperhatikan karena merupakan elemen penting yang berhubungan dengan kegiatan transaksi dan langsung mampu menghasilkan pendapatan.

Dari penjelasan tersebut mengenai kajian tentang pemasaran syariah, dapat ditarik kesimpulan bahwa marketing syariah merupakan sebuah solusi dalam menghadapi praktik pemasaran konvensional yang kurang menjunjung tinggi nilai – nilai moralitas serta hak dan kewajiban pembeli kurang dihargai dalam transaksi jual beli, keadaan ini dirasa masyarakat sangat merugikan konsumen, sehingga terjadi perubahan persepsi masyarakat yang menginginkan kondisi pasar yang jauh dari praktik kebohongan dan kecurangan yang sering dilakukan penjual atau pebisnis saat ini. Dalam marketing syariah, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimoangan prinsip-prinsip muamalah islami tidak terjadi dalam suatu transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan. Rasulullah sendiri telah memberikan contoh kepada kita, tentang cara-cara berbisnis yang berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, sikap amanah serta tetap memperoleh keuntungan. Nilai-nilai inilah yang menjadi landasan atau hukum dalam melakukan suatu bisnis. Rasulullah adalah profile kesuksesan dalam melakukan spitualisasi pemasaran.

Oleh karena itu, kita bisa mencontoh sikap nabi dengan mengutamakan nilai-nilai spiritual (Islam). Dalam melakukan pemasaran dan bisnis hendaknya kita memenuhinya dengan nilai-nilai ibadah. Selain itu menjadikan Allah sebagai persinggahan terakhir dari spirit aktifitas ekonomi yang kita lakukan (Muhamad, 2004). Dalam Al-Quran (QS. Al-An'am (6):162) dinyatakan

”Sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidup dan matiku hanyalah untuk Allah”. Praktik marketing syariah ini tidak hanya berlaku bagi kaum Muslim saja, melainkan kaum non-Muslim pun dapat menjalankan praktik syariah karena Nabi Muhammad itu menyebarkan ajaran Islam pasti bukan hanya untuk umat Islam saja. Jadi tidak apa-apa jika nilai marketing syariah ini inisiatif orang Islam supaya bisa menginspirasi orang lain. Makin banyak non-Muslim yang ikut menerapkan nilai ini, makin bagus agar tercipta kondisi pemasaran yang mensejahterakan penjual dan pembeli dengan menjauhi praktik-praktik yang bersifat penipuan atau kecurangan dalam pemasaran. Konsep marketing syariah ini sendiri saat ini baru berkembang seiring berkembangnya ekonomi syariah.

Beberapa perusahaan dan bank khususnya yang berbasis syariah telah menerapkan konsep ini dan telah mendapatkan hasil yang positif. Kedepannya diprediksikan marketing syariah ini akan terus berkembang dan dipercaya masyarakat karena nilai-nilainya yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat yaitu kejujuran. Akhirnya, seorang pebisnis hendaknya menerapkan praktik pemasaran syariah ini sebagai bentuk ibadah kepada Allah sehingga usaha yang dijalankan akan mendapat ridho dan rahmat dari Allah dengan bentuk kesuksesan di dunia dan akherat kelak dan pemasaran spiritual ini jangan sampai menjadi tren saja, tapi terbentuk secara sistemik dalam aktivitas bisnis sehari-hari kita (Muhamad, 2004). Kejujuran adalah instrumen penting dalam merengguh keunggulan bersaing. Dengan demikian persaingan tak

lagi dilumuri oleh kecurangan dan penindasan. Wa'Allahu alam bish shawab.

7.3 Ringkasan

- Pemasaran adalah: "Sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari satu inisiator kepada stakeholderny. Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Oleh karena itu, pemasaran yang kokoh menjadi penting bagi kesuksesan dalam semua organisasi. Definisi yang sederhana pemasaran adalah proses mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan. Dua sasaran pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan keunggulan nilai serta menjaga dan menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan.
- Manajemen pemasaran yang merupakan seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.
- Tugas pemasar adalah merencanakan kegiatan pemasaran dan merakit program pemasaran yang sepenuhnya terpadu untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai bagi konsumen. Program pemasaran terdiri dari sejumlah keputusan tentang kegiatan pemasaran yang meningkatkan nilai untuk digunakan.

- Bauran pemasaran merupakan variable-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari pasarsasaran. Dan untuk usaha jasa terdapat 7 unsur marketing mix (Marketing Mix-7p) yaitu: Produk, *Price*, *Promotion*, *Place*, *Partisipant*, Proses, dan *Physical Evidence*.
- Pasar spiritual ini akan mempertimbangkan kesesuaian produk, keuntungan finansial, dan nilai-nilai spiritual yang diyakininya.
- Tantangan terbesar sistem syariah dalam membidik pasar rasional karena pasar rasional merupakan pasar terbesar.

BAB VIII

STRATEGI PERBANKAN SYARIAH DARI ASPEK PRODUKSI LAYANAN JASA

8.1 Realitas Produk Di Perbankan Syariah

Perbedaan mendasar antara perbankan konvensional dan perbankan syariah yang didasarkan pada bunga dan bagi hasil ternyata tidak cukup mempertahankan loyalitas nasabah. Ada banyak faktor yang bisa dijadikan alasan nasabah untuk tetap loyal pada lembaga keuangan. Salah satunya adalah pelayanan prima (*service excellence*). Pelayanan ini sangat penting untuk mempertahankan dan menarik nasabah lebih banyak.

Service excellence adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan, pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan (Lovelock dan Wirtz, 2004). Pelayanan yang baik menjadi penting sebagai alat promosi bagi calon nasabah. *Service excellence* di bank bisa dikatakan sebagai pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah agar mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan mudah dan mendapatkan lebih dari apa yang mereka inginkan selama ini.

Perbankan syariah harus mampu menerapkan konsep ini agar kepercayaan masyarakat semakin meningkat. *Service excellence* ini harus menjadi pembeda dengan pelayanan yang ada di bank-bank konvensional. Jangan sampai perbedaan hanya terletak pada

penerapan sistem bunga ataupun bagi hasil. Maka konsep service excellence merupakan konsep Islam secara umum. Sehingga tidak ada alasan lagi bagi perbankan syariah tidak menerapkan konsep ini dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya.

Terkait pentingnya service excellence, Harvard Business Review, US News dan World Report pernah melakukan survei terhadap pelanggan yang pergi. Hasilnya, sebanyak 14 persen mereka pergi karena keluhan yang tidak ditangani, sebanyak 9 persen karena tertarik dengan penawaran pesaing, 9 persen lagi karena pindah ke luar kota dan terakhir sebanyak 68 persen karena sikap pelayanan yang mengecewakan.

Jika kita lihat hasil survei di atas, alasan mendasar kenapa nasabah pergi adalah karena mereka merasa tidak puas terhadap sikap karyawan, yaitu sebanyak 68 persen. Artinya, perilaku pihak perusahaan terhadap nasabah menjadi parameter utama untuk mengukur loyalitas nasabah.

Menurut Muhammad Idris dalam artikelnya *Menggagas Service Excellence Perbankan Syariah* (2012) salah satu faktor utama para nasabah memilih sebuah bank adalah berdasarkan pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut. Semakin baik kualitas yang diberikan, maka akan semakin banyak nasabah yang akan memilih bank tersebut begitu pun juga sebaliknya.

Karenanya, pihak perbankan syariah perlu memperhatikan masalah pelayanan mengingat industri yang berbasis syariah ini masih tergolong muda dibandingkan perbankan konvensional. Perbankan syariah harus berbeda tidak hanya dalam hal penerapan bagi hasil, tetapi juga dalam hal service excellence. Setidaknya ada

beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh perbankan syariah terkait dengan service excellence.

Pertama, perbankan syariah tidak membedakan nasabah dari kelas sosial seperti kaya atau miskin bahkan terhadap nasabah yang berbeda agama sekalipun. Perbankan syariah harus memberikan pelayanan yang baik pada semua nasabah baik muslim maupun non-muslim.

Kedua, penampilan yang sopan. Penampilan juga menjadi faktor penting bagi kepuasan nasabah. Apalagi perbankan syariah merupakan industri keuangan yang didasarkan pada prinsip Islam, maka dalam penampilan juga harus mencerminkan Islam. Jangan ada anggapan perbankan syariah hanya menjual label syariah saja sedangkan perilaku atau penampilan karyawannya tidak sesuai dengan syariah itu sendiri.

Ketiga, perbaiki kualitas SDM. Karyawan perbankan syariah dituntut tidak hanya paham ilmu ekonomi konvensional tetapi yang tak kalah pentingnya adalah penguasaan terhadap aspek-aspek syariah. Para karyawan harus mampu menjelaskan produk ataupun akad yang ada kaitannya dengan syariah. Dengan kata lain, pihak bank juga memberikan penjelasan dan edukasi tentang berbagai produk dan akad yang sesuai syariah. Untuk itu pihak bank syariah harus selektif dalam merekrut karyawan baru dengan patokan bahwa karyawan tersebut harus menguasai dua keilmuan sekaligus, yaitu ilmu konvensional dan ilmu syariah. Selain itu, pihak bank syariah perlu meningkatkan keilmuan para karyawannya melalui berbagai pelatihan terutama dalam aspek syariah mengingat

kebanyakan karyawan yang ada di bank syariah saat ini berasal dari konvensional.

Sebagai sebuah entitas bisnis bidang jasa, Perbankan Syariah dihadapkan pada sebuah fakta bahwa perilaku konsumen semakin cerdas dan selalu berkembang sesuai dengan kondisi lingkungan baik secara mikro maupun makro. Konsumen tidak hanya memanfaatkan jasa yang ditawarkan berikut kelebihanannya, namun lebih dari itu akan memperhatikan bagaimana sebuah layanan diberikan.

Kepuasan pelanggan adalah kunci sukses dalam bisnis jasa Perbankan Syariah. Tujuan ini tentunya dapat dicapai salah satunya dengan cara layanan prima (*services excellent*). Konsep utamanya adalah bagaimana nasabah merasa nyaman dan mudah dalam tiap proses menikmati produk-produk Bank Syariah. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Rasulullah SAW dalam sebuah hadits “Barangsiapa yang memudahkan urusan orang yang mengalami kesulitan maka Allah akan memudahkan urusannya baik di dunia maupun di akhirat” (HR.Muslim).

Seorang calon nasabah yang ingin memanfaatkan jasa Bank Syariah menunjukkan bahwa sebenarnya ia telah memiliki ketertarikan awal pada produk bank syariah. Momentum inilah yang harus dimanfaatkan oleh Sumber Daya Insani (SDI) pada Bank Syariah untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh tentang keunggulan sistem Perbankan Syariah dibanding sistem Perbankan Konvensional. Sumber Daya Insani Bank Syariah sebenarnya juga menjalankan fungsi dakwah aplikatif dari menyeru dalam hal kebaikan atas prinsip bagi hasil dan

memberikan pemahaman akan bahayanya riba. Namun demikian nasabah juga tidak hanya mempertimbangkan kehalalan produk bank syariah tetapi lebih jauh akan menilai seberapa baik pelayanannya. Pelayanan kepada nasabah meliputi:

1. Kondisi fisik antara lain bangunan, tata letak ruangan, kebersihan dan kenyamanan.
2. Produk yang ditawarkan kepada nasabah melalui proses pengembangan dari produk-produk yang diinginkan nasabah saat ini. Tidak selamanya bank syariah melakukan pemasaran produk melalui pendekatan “halal-haram”. Karena sebenarnya nasabah menginginkan produk yang sudah pasti halal namun memberikan keuntungan yang lebih baik dari bank konvensional serta kemudahannya seperti tersedianya jaringan ATM dan sebagainya.
3. Pelayanan *front liner*;
 - Satpam membukakan pintu dan menyapa dengan salam dan senyuman kepada nasabah yang datang dan pergi.
 - Customer Services yang memiliki pemahaman produk (product knowledge) dan mampu berkomunikasi dengan baik dalam menjelaskan kepada nasabah. Mampu menerima pengaduan nasabah baik secara langsung maupun melalui komunikasi jarak jauh.
 - Teller: melayani nasabah dengan ramah, cepat dan akurat dalam meng-entry transaksi.

Untuk menjaga kualitas pelayanan hendaknya dilakukan pola pengawasan pelaksanaan serta memberikan penghargaan kepada

pegawai atas prestasi terbaiknya memberikan pelayanan kepada nasabah. Aspek layanan nasabah meliputi:

1. SENYUM

Senyum adalah bahasa tubuh yang paling mudah dipahami. Senyum dalam kaitannya dengan layanan prima adalah senyum dengan menghadirkan hati, sehingga akan memancarkan sinyal ketulusan bagi setiap nasabah. Seorang nasabah yang datang dengan disambut senyuman oleh petugas front office akan merasa nyaman dan diterima kehadirannya.

Tiap-tiap amalan makruf (kebajikan) adalah sodaqoh. Sesungguhnya di antara amalan makruf ialah berjumpa kawan dengan wajah ceria (senyum) dan mengurangi isi embermu untuk diisikan ke mangkuk kawanmu. (HR. Ahmad)

2. SAPA

Segera lanjutkan dengan menyapa nasabah dengan ucapan salam “assalamualaikum....” dan tunjukkan kesiapan untuk membantu dengan mengucapkan “Bapak/Ibu ada yang bisa kami bantu?”

Dari Abu Ayyub Radliyallaahu 'anhu bahwa Rasulullah Shallallaahu 'alaihi wa Sallam bersabda: "Tidak halal bagi muslim memutuskan persahabatan dengan saudaranya lebih dari tiga malam. Mereka bertemu, lalu seorang berpaling dan lainnya juga berpaling. Yang paling baik di antara keduanya ialah memulai mengucapkan salam. Muttafaq Alaihi.

3. DENGAR

Beberapa nasabah memiliki tipe dan karakter yang berbeda-beda, ada yang biasa berbicara dan mengemukakan tujuannya datang ke bank syariah, sebagian ada yang sebaliknya atau bahkan cenderung pendiam. Disinilah peran SDI bank syariah untuk berkomunikasi dengan nasabah, sehingga nasabah merasa diarahkan untuk menemukan tujuan yang sebenarnya telah ia pikirkan. Dengarkan apa yang nasabah sampaikan agar bisa menentukan solusi apa yang akan diberikan.

4. BANTU

Setelah memahami keinginan nasabah, segeralah membantunya. Berikan solusi terbaik dan tercepat agar tercapai kepuasan maksimal bagi nasabah. Sebaik apapun solusi yang diberikan bila tidak dilakukan secara cepat akan mengurangi nilainya. Anggap saja nasabah yang datang ke bank syariah adalah orang-orang yang sibuk dan memiliki banyak urusan yang akan diselesaikan pada kesempatan berikutnya.

Dari Abu Hurairah *radhiallohu ‘anhu*, Nabi *sholallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda, “Barang siapa melepaskan seorang mukmin dari kesusahan hidup di dunia, niscaya Allah akan melepaskan darinya kesusahan di hari kiamat, barang siapa memudahkan urusan (mukmin) yang sulit niscaya Allah akan memudahkan urusannya di dunia dan akhirat (Hadits dengan redaksi seperti ini diriwayatkan oleh Muslim).

Layanan prima (*services excellent*) merupakan aspek penting dalam keberhasilan merebut hati nasabah. Nasabah sebagai manusia, apabila mereka juga diperlakukan secara manusiawi

(people behavioral oriented) maka mereka tidak sekedar mendapatkan kepuasan tetapi mendapatkan suatu kegembiraan atau kesenangan. Hal ini merupakan sebuah pengalaman emosional yang mengesankan bagi pelanggan dan mendorong terjadinya loyalitas. Oleh karena itu, Perbankan Syariah harus melakukan pengelolaan services quality untuk dapat merebut dan mempertahankan kepuasan pelanggan (customer satisfaction). Lebih jauh lagi, Perbankan Syariah juga harus membuat pelanggan bukan hanya sekedar merasakan kepuasan (satisfaction). Karena pelanggan yang puas masih terbuka kemungkinan untuk beralih ke produk perusahaan lain atau produk pesaing. Sehingga Perbankan Syariah harus dapat menciptakan perasaan dan pengalaman yang menyenangkan bagi nasabah (customer delight).

8.2 Strategi Peningkatan Manajemen Produksi

Keputusan menabung di Bank Syariah yang dilakukan oleh nasabah tentu berkaitan erat bagaimana perilaku konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam menggunakan barang dan jasa termasuk didalamnya pengambilan keputusan pada persiapan dan kegiatan tersebut.

Konsumen yang dihadapkan dengan berbagai jenis produk mempunyai berbagai alternatif pilihan sebelum mengambil keputusan. Konsumen dapat men, pengambilan keputusan pembelian sekaligus sebagai perwujudan perilakupermintannya melalui proses pengamatan dan seleksi. Beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memberikan keputusan membeli, yaitu:

- 1) Faktor Budaya, sub budaya, dan kelas sosial konsumen;
- 2) Faktor Sosial yang terdiri dari kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status;
- 3) Faktor Pribadi yang terdiri dari :karakteristik usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan,keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli;
- 4) Faktor Psikologis yaitu: motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan pendirian.

Untuk meningkatkan pangsa pasar Perbankan Syariah juga dituntut memiliki daya saing (competitiveness). Hal ini tentu saja dapat ditempuh dengan memiliki strategi pemasaran yang efektif. Ini juga ditunjukkan dengan upaya pelayanan kepada nasabah. Kualitas produk dan layanan dianggap sebagai faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena pasar global dan internasional makin terus berkembang. Kualitas pelayanan konsumen dipandang sebagai filosofi utama oleh para manager di Indonesia jika mereka tetap ingin memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah harus berorientasi pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa perbankan. Hal ini berkaitan dengan harapan masyarakat , mereka ingin mendapatkan hubungan yang baik dengan bank yang nyaman dan mudah melakukan transaksi. Dalam al-Qur'an surat Ali Imron ayat 159,telah memberikan petunjuk untuk lemah lembut kepada seseorang:

Artinya: “ Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap

keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

Menurut Othman dan Owen (2001), alasan bank syariah harus sadar akan pentingnya kualitas pelayanan adalah : pertama , produk dan layanan bank syariah harus diterima sebagai produk dan layanan yang berkualitas tinggi oleh konsumen. Allah senang melihat pekerjaan selesai pada tingkat Itqan yang artinya mempersiapkan dan memberikan hasil terbaik atau melakukan segala sesuatu dengan kualitas tinggi. Kedua, menggunakan kualitas layanan dalam bank syariah menjadi penting karena hubungannya dengan biaya, keuntungan, kepuasan konsumen, ingatan konsumen, serta kata-kata positif dari mulut konsumen.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan faktor yang sangat strategis dalam memenangkan persaingan , mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas. Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas produk dan layanan , untuk kepuasan konsumen terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan konsumen terhadap pelayanan dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan. Pelanggan selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.

Menurut Kotler pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.⁷ Menurut Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner mendefinisikan pelayanan merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah. Sedangkan Lovelock mendefinisikan pelayanan sebagai proses daripada produk, dimana suatu proses melibatkan input dan mentransformasikannya sebagai output. Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada konsumen yang diikuti dengan sikap keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan.

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau sikap seseorang atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tidak dapat dihindari hampir disemua produk yang ditawarkan di setiap perusahaan memerlukan pelayanan yang baik, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam prakteknya konsumen memerlukan bantuan pelayanan untuk memenuhi kepuasan kebutuhannya, dan ini terbagi atas 4 (empat) macam, yaitu:

1. Pelanggan/nasabah sangat perlu bantuan seseorang (customer service, pramuniaga atau kasir) untuk menuntun atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk. mulai dari mencari dari produk yang diinginkan, memilih produk, meminta penjelasan tentang produk sampai dengan pembayaran di kasir.

2. Pelanggan/nasabah memerlukan bantuan hanya seperlunya saja, artinya nasabah datang kemudian mencari sendiri, memilih sendiri baru terakhir berhubungan dengan petugas pada saat membayar.
3. Pelanggan membutuhkan bantuan tetapi melalui telepon. jadi dalam hal ini pelanggan tidak berhadapan langsung secara fisik dengan kita, akan tetapi hanya melalui suara.
4. Pelanggan/nasabah tidak perlu meminta bantuan petugas jika tidak dalam keadaan darurat, artinya yang dihadapi nasabah dalam hal ini adalah mesin seperti mesin anjungan tunai mandiri (ATM). Menurut Pasuraman terdapat lima dimensi pelayanan, yaitu:
 - a) Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi ruang tunggu pelayanan, perlengkapan yang digunakan dan Penampilan Petugas Pelayanan.
 - b) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, Keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan, Keandalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan, dan Keandalan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan.

- c) Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi.
- d) Jaminan dan Kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi kemampuan administrasi petugas pelayanan, kemampuan teknis petugas pelayanan dan kemampuan sosial petugas pelayanan.
- e) Empati (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Hal ini meliputi perhatian petugas pelayanan, kepedulian petugas dan keramahan petugas pelayanan.

Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1991) membentuk model mutu pelayanan yang menyoroti syarat-syarat utama yang memberikan mutu pelayanan yang diharapkan.

Adapun model ini mengidentifikasikan lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu:

- 1) Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen. Dalam hal ini manajemen tidak selalu memahami benar apa yang menjadi keinginan pelanggan.
- 2) Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi mutu pelayanan. Dalam hal ini manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.

- 3) Kesenjangan antara spesifikasi mutu pelayanan dan penyampaian jasa. Dalam hal ini para personel mungkin tidak terlatih baik dan tidak mampu memenuhi standar.
- 4) Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Dalam hal ini harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat wakil-wakil dan iklan perusahaan.
- 5) Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan. Dalam hal ini terjadi bila konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai mutu pelayanan.

Untuk perhitungan skor SERVQUAL, kita dapat menggunakan rumus perhitungan sebagai berikut (Zeithaml, 1990): $\text{Skor SERVEQUAL} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Ekspetasi}$. Dengan membandingkan harapan dan persepsi pelanggan itu akan diketahui kepuasan mereka, baik untuk tiap atribut, dimensi, maupun secara keseluruhan. Tetapi dalam penggunaannya terdapat beberapa kelemahan yaitu:

1. SERVEQUAL hanya mengukur dua faktor yaitu : intrinsic service quality dan extrinsic service quality. Tidak mengukur construct in service quality (Lovelock, 2004).
2. Untuk menerapkan SERVEQUAL , dibutuhkan definisi spesifik yang secara operasional dapat diterapkan masing-masing industri jasa (jasfar, 2003).

Terdapat beberapa model dimensi dan model kualitas pelayanan pada bank Islam yaitu:

1. Model Othman dan Owen (2001)

Pada beberapa dekade terakhir ini, peneliti mengakui akan kebutuhan untuk membuat suatu ukuran kualitas pelayanan untuk meningkatkan industri jasa. *Service quality* (*Service quality*) memang terbukti sebagai metode yang bisa diterima sebagai pengukuran. Bagaimanapun pengukuran *service quality* banyak menghadapi kritikan-kritikan. Othman dan Owen memperkenalkan alternatif dalam pengukuran *service quality* yang disebut sebagai CARTER (*Compliance of law, assurance, reliability, tangibel, empaty dan Responsiveness*).

- a. *Compliance* adalah kepatuhan yang berarti kemampuan untuk tunduk kepada hukum Islam dan beroperasi sesuai prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam.
- b. *Assurance* adalah pengetahuan dan kesantunan pegawai dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kebenaran dan kerahasiaan. Hal ini juga meliputi komunikasi verbal dan tertulis antara pegawai bank dan nasabah.
- c. *Reliability* (kehandalan) adalah kemampuan untuk menyediakan layanan yang dijanjikan, konsisten dan akurat.
- d. *Tangible* (kenyataan) yang berarti tampilan dari fasilitas secara fisik peralatan, personel dan materi komunikasi.
- e. *Emphaty* (empati) adalah perhatian secara individu dimana bank-bank Islam menyediakannya untuk para konsumen.
- f. *Responsiveness* (ketanggapan) adalah kerelaan untuk membantu konsumen dan menyediakan layanan yang diminta.

2. Model Jabnoun dan Khalifa (2005)

Komponen kualitas layanan menurut model ini dikembangkan melalui brainstorming dan latihan. Model ini menanyakan 15 manager yang mengikuti kursus TQM (Total Quality Management) pada program MBA di universitas Sharjah dengan menggunakan 5 dimensi dari Servqual ditambah dengan 2 dimensi yang lain yaitu: Value dan Images.

3. Model al-Zaabi (2006)

Zaabi menggunakan Servqual yang dimodifikasi untuk mengukur persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan di bank-bank Islam. Zaabi memasukkan variabel-variabel yang secara langsung mempengaruhi terhadap persepsi melalui dimensi-dimensi lain dari servqual. Variabel-variabel ini adalah: kepatuhan syariah dalam layanan dan produk bank syariah, biaya yang kompetitif, tingkat keuangan yang kompetitif, profit and loss sharing yang baik, kesadaran karyawan bank syariah, kinerja bank Syariah

8.3 Ringkasan

- Perbedaan mendasar antara perbankan konvensional dan perbankan syariah yang didasarkan pada bunga dan bagi hasil ternyata tidak cukup mempertahankan loyalitas nasabah. Ada banyak faktor yang bisa dijadikan alasan nasabah untuk tetap loyal pada lembaga keuangan. Salah satunya adalah pelayanan prima (service excellence).
- Service excellence adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi

kemudahan, pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan.

- Salah satu faktor utama para nasabah memilih sebuah bank adalah berdasarkan pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut. Semakin baik kualitas yang diberikan, maka akan semakin banyak nasabah yang akan memilih bank tersebut begitu pun juga sebaliknya.
- Untuk meningkatkan pangsa pasar Perbankan Syariah juga dituntut memiliki daya saing (competitiveness). Hal ini tentu saja dapat ditempuh dengan memiliki strategi pemasaran yang efektif. Ini juga ditunjukkan dengan upaya pelayanan kepada nasabah. Kualitas produk dan layanan dianggap sebagai faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena pasar global dan internasional makin terus berkembang.

BAB IX

KESIMPULAN

Ekonomi syariah memiliki dua hal pokok yang menjadi landasan hukum sistem ekonomi syariah yaitu Al Qur'an dan Sunnah Rasulullah, hukum-hukum yang diambil dari kedua landasan pokok tersebut secara konsep dan prinsip adalah tetap (tidak dapat berubah kapanpun dan dimana saja). Berikut ini beberapa pengertian Ekonomi Syariah dari beberapa sumber buku:

1. Menurut Monzer Kahf dalam bukunya *The Islamic Economy* menjelaskan bahwa ekonomi Islam adalah bagian dari ilmu ekonomi yang bersifat interdisipliner dalam arti kajian ekonomi syariah tidak dapat berdiri sendiri, tetapi perlu penguasaan yang baik dan mendalam terhadap ilmu-ilmu syariah dan ilmu-ilmu pendukungnya juga terhadap ilmu-ilmu yang berfungsi sebagai *tool of analysis* seperti matematika, statistik, logika dan ushul fiqih (Rianto dan Amalia, 2010:7).
2. M.A. Mannan mendefinisikan ilmu ekonomi syariah sebagai suatu ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai islam (Mannan, 1992:15).
3. Definisi ekonomi syariah berdasarkan pendapat Muhammad Abdullah Al-Arabi (1980:11), Ekonomi Syariah merupakan sekumpulan dasar-dasar umum ekonomi yang kita simpulkan dari Al Qur'an dan As-sunnah, dan merupakan bangunan

perekonomian yang kita dirikan di atas landasan dasar-dasar tersebut sesuai dengan tiap lingkungan dan masa.

Tujuan Ekonomi Syariah selaras dengan tujuan dari syariat Islam itu sendiri (*maqashid asy syari'ah*), yaitu mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat (falah) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat (*hayyah thayyibah*). Tujuan falah yang ingin dicapai oleh Ekonomi Syariah meliputi aspek mikro ataupun makro, mencakup horizon waktu dunia atau pun akhirat (P3EI, 2012:54). Seorang fuqaha asal Mesir bernama Prof. Muhammad Abu Zahrah mengatakan ada tiga sasaran hukum Islam yang menunjukkan bahwa Islam diturunkan sebagai rahmat bagi seluruh umat manusia, yaitu (Alqaoud, 2005).

1. Penyucian jiwa agar setiap muslim bisa menjadi sumber kebaikan bagi masyarakat dan lingkungannya.
2. Tegaknya keadilan dalam masyarakat. Keadilan yang dimaksud mencakup aspek kehidupan di bidang hukum dan muamalah.
3. Tercapainya masalahah (merupakan puncaknya). Para ulama menyepakati bahwa masalahah yang menjad puncak sasaran di atas mencakup lima jaminan dasar, yaitu: keselamatan keyakinan agama (al din), keselamatan jiwa (al nafs), keselamatan akal (al aql), keselamatan keluarga dan keturunan (al nasl) dan keselamatan harta benda (al mal).

Pelaksanaan ekonomi syariah harus menjalankan prinsip-prinsip sebagai berikut: (Prasetyo , 2012)

1. Berbagai sumber daya dipandang sebagai pemberian atau titipan dari Allah swt kepada manusia.
2. Islam mengakui pemilikan pribadi dalam batas-batas tertentu.
3. Kekuatan penggerak utama Ekonomi Syariah adalah kerja sama.
4. Ekonomi Syariah menolak terjadinya akumulasi kekayaan yang dikuasai oleh segelintir orang saja.
5. Ekonomi Syariah menjamin pemilikan masyarakat dan penggunaannya direncanakan untuk kepentingan banyak orang.
6. Seorang muslim harus takut kepada Allah swt dan hari penentuan di akhirat nanti.
7. Zakat harus dibayarkan atas kekayaan yang telah memenuhi batas (nisab).
8. Islam melarang riba dalam segala bentuk.

Layaknya sebuah bangunan, sistem ekonomi syariah harus memiliki fondasi yang berguna sebagai landasan dan mampu menopang segala bentuk kegiatan ekonomi guna mencapai tujuan mulia. Berikut ini merupakan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi syariah, diantaranya adalah (Booms, 1981):

1. **Tidak melakukan penimbunan (Ihtikar).** Penimbunan, dalam bahasa Arab disebut dengan al-ihtikar. Secara umum, ihtikar dapat diartikan sebagai tindakan pembelian barang dagangan dengan tujuan untuk menahan atau menyimpan

barang tersebut dalam jangka waktu yang lama, sehingga barang tersebut dinyatakan barang langka dan berharga mahal.

2. **Tidak melakukan monopoli.** Monopoli adalah kegiatan menahan keberadaan barang untuk tidak dijual atau tidak diedarkan di pasar, agar harganya menjadi mahal. Kegiatan monopoli merupakan salah satu hal yang dilarang dalam Islam, apabila monopoli diciptakan secara sengaja dengan cara menimbun barang dan menaikkan harga barang.
3. **Menghindari jual-beli yang diharamkan.** Kegiatan jual-beli yang sesuai dengan prinsip Islam, adil, halal, dan tidak merugikan salah satu pihak adalah jual-beli yang sangat diridhai oleh Allah swt. Karena sesungguhnya bahwa segala hal yang mengandung unsur kemungkaran dan kemaksiatan adalah haram hukumnya.

Apabila mengamalkan ekonomi syariah akan mendatangkan manfaat yang besar bagi umat muslim dengan sendirinya, yaitu:

1. Mewujudkan integritas seorang muslim yang kaffah, sehingga islam-nya tidak lagi setengah-setengah. Apabila ditemukan ada umat muslim yang masih bergelut dan mengamalkan ekonomi konvensional, menunjukkan bahwa keislamannya belum kaffah.
2. Menerapkan dan mengamalkan ekonomi syariah melalui lembaga keuangan islam, baik berupa bank, asuransi, pegadaian, maupun BMT (Baitul Maal wat Tamwil) akan mendapatkan keuntungan dunia dan akhirat. Keuntungan di dunia diperoleh melalui bagi hasil yang diperoleh, sedangkan

keuntungan di akhirat adalah terbebas dari unsur riba yang diharamkan oleh Allah.

3. Praktik ekonomi berdasarkan syariat islam mengandung nilai ibadah, karena telah mengamalkan syariat Allah.
4. Mengamalkan ekonomi syariah melalui lembaga keuangan syariah, berarti mendukung kemajuan lembaga ekonomi umat Islam.
5. Mengamalkan ekonomi syariah dengan membuka tabungan, deposito atau menjadi nasabah asuransi syariah berarti mendukung upaya pemberdayaan ekonomi umat. Sebab dana yang terkumpul akan dihimpun dan disalurkan melalui sektor perdagangan riil.
6. Mengamalkan ekonomi syariah berarti ikut mendukung gerakan amar ma'ruf nahi munkar. Sebab dana yang terkumpul pada lembaga keuangan syariah hanya boleh disalurkan kepada usaha-usaha dan proyek yang halal.

Sengketa dalam bidang ekonomi syariah adalah sengketa didalam pemenuhan hak dan kewajiban bagi pihak-pihak yang terikat dalam akad aktivitas ekonomi syariah (Ahmad,2014).

Cara Penyelesaiannya:

1. Cara Damai (*as-shulh*) Ada tiga rukun yang harus dipenuhi dalam perjanjian perdamaian yang harus dilakukan oleh orang melakukan perdamaian, yakni *ijab*, *qabul* dan *lafazd* dari perjanjian damai tersebut. Jika ketiga hal ini sudah terpenuhi maka perjanjian itu telah berlangsung sebagaimana yang diharapkan. Dari perjanjian damai itu lahir suatu ikatan hukum, yang masing-masing pihak berkewajiban untuk

melaksanakannya. Perlu diketahui bahwa perjanjian damai yang sudah disepakati itu tidak bisa dibatalkan secara sepihak. Jika ada pihak yang tidak menyetujui isi perjanjian itu, maka pembatalan perjanjian itu harus atas persetujuan kedua belah pihak (Ghozali, 2001).

2. Secara Arbitrase (*at-tahkim*) atau Arbitrase Syariah Arbitrase merupakan suatu lembaga alternatif yang diselenggarakan oleh dan berdasarkan kehendak serta itikad baik dari pihak yang berselisih agar perselisihan mereka tersebut diselesaikan oleh hakim yang mereka tunjuk dan angkat sendiri, dengan pengertian bahwa putusan yang diambil oleh hakim tersebut merupakan putusan yang bersifat final dan mengikat kedua belah pihak untuk melaksanakannya (Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, 2001:16) Pelaksanaan arbitrase ini harus didasarkan pada Al Quran, Hadits, dan Ijma.
3. Melalui Lembaga Peradilan (*al-qadha*) atau Pengadilan Agama Apabila para pihak bersengketa, tidak berhasil melakukan *as-shulh* atau *at-tahkim*, atau para pihak tidak mau melakukan kedua cara tersebut, maka salah satu pihak bisa mengajukan masalahnya ke Pengadilan Agama.

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Semakin ketatnya persaingan dalam industri perbankan mendorong industri perbankan untuk cepat

menyesuaikan diri dengan perkembangan masyarakat di sekitarnya. Hal tersebut ditandai dengan semakin maraknya ekspansi dari bank-bank asing yang mencoba masuk ke pasar perbankan di Indonesia. Industri perbankan saat ini berlomba-lomba untuk meningkatkan layanan kepada nasabah, dengan cara memberikan fasilitas-fasilitas yang memudahkan nasabah tersebut dalam melakukan transaksi keuangan (Infobank, April 2008).

Persaingan yang ketat baik antar bank syariah maupun dengan bank konvensional meningkatkan standar nasabah terhadap jasa perbankan. Sehingga pendekatan menggunakan sentimen syariah menjadi tidak lagi efektif. Masyarakat yang sudah terbiasa dengan sistem konvensional dan memiliki image bahwa pelayanan bank konvensional lebih baik dari bank syariah menjadi tantangan bagi bank syariah untuk menemukan strategi yang lebih tepat dalam mempertahankan nasabah dan meningkatkan pangsa pasar. Munculnya konsep bank syariah di Indonesia dimungkinkan melalui Undang-Undang Perbankan Nasional No. 7 tahun 1992 yang menyatakan dimungkinkan bank dengan sistem bagi hasil yang pada akhirnya mengilhami lahirnya Bank Muamalat Indonesia. Sejalan dengan munculnya krisis moneter yang akhirnya menjadi krisis ekonomi di Indonesia yang antara lain ditandai dengan banyaknya bank yang dilikuidasi. Pada sisi lain Bank Muamalat Indonesia tetap tegap menjalankan operasinya.

Terjadinya perubahan Undang-Undang No.7 tahun 1992 menjadi Undang-Undang (UU) No. 10 tahun 1998 semakin memberikan stimulus munculnya perbankan syariah di Indonesia. Karena dalam UU baru tersebut dinyatakan dimungkinkan bank beroperasi dalam dua sistem yaitu bank konvensional dan bank syariah (dual banking system).

Terhitung sejak 17 Juni 2008, industri perbankan syariah Indonesia secara resmi memasuki era baru. RUU Perbankan Syariah yang telah masuk ke DPR sejak pertengahan 2005 sebagai RUU inisiatif DPR, telah disahkan sehingga Indonesia kini resmi memiliki regulasi perbankan syariah yaitu UU Nomor 21 Tahun Perbankan Syariah (Koksal, 2014).

Konseptualisasi dan pengukuran persepsi kualitas pelayanan adalah salah satu topik kontemporer yang paling diperdebatkan dan kontroversial dalam literatur- pemasaran jasa (Brady dan Cronin, 2001; Zeithaml, 2000; Mavry, 2008; Rust dan Oliver, 2000;. Warsono, 2010). Karena jasa tidak berwujud, konsumen menilai kualitas secara subjektif. Seperti yang dirasakan layanan / produk yang berkualitas telah disebut sebagai “sulit dipahami” (Consuegra, 2007;. Effendy, 2014), dan berbagai penelitian menganggap bahwa konstruk ini masih dianggap “tidak terselesaikan” (Laksono, 2011).

BAB X

KONDISI PERBANKAN SYARIAH DI KOTA MALANG

Menghadapi tantangan perbankan syariah di tahun 2017 segenap pimpinan Bank Rakyat Indonesia maupun cabang melakukan rapat koordinasi guna mengatur strategi. Bertempat di Harris Hotel Convention Malang, acara yang dihadiri langsung oleh Direktur Utama PT Bank BRI Syariah Moch Hadi Santoso itu digelar sebagai ajang evaluasi dan penataan strategi pengelolaan serta pengembangan di sektor ekonomi syariah.

Kepada Jawa Pos Radar Malang Hadi tidak memungkiri bahwa pertumbuhan perbankan syariah di tahun 2016 tidak sedahsyat pada tahun 2013. Alasannya, tidak lain karena terimbas dari kondisi perekonomian global yang saat ini juga tidak stabil. “Tapi alhamdulillah effect Trump sampai sejauh ini masih belum mempengaruhi stabilitas bank syariah,” kata Hadi. Bicara soal pertumbuhan perbankan syariah di Kota Malang, Hadi menilai progres BRI Syariah Malang sangat baik. Target pertumbuhan ekonomi yang melebihi target pusat membuat Kota Malang menjadi salah satu ujung tombak pergerakan ekonomi syariah secara nasional. “Malang adalah kota terbaik di Jawa Timur setelah Surabaya, progresnya luar biasa,” terangnya.

Ketidakstabilan kondisi perbankan syariah masih kata Hadi disebabkan karena beberapa faktor seperti nilai jual batu bara, sawit, saham, dan minyak dunia yang terus bergerak secara fluktuatif. Untuk target market share BRI optimis ditahun 2017 mendatang mereka bisa

melampaui target tahun ini. “Sekarang kita sudah melebihi dari 5 persen menjadi 5,13 persen. Target tahun depan kita tingkatkan jadi 17 persen,” kata Hadi.

Jika BRI Syariah pusat menargetkan naik menjadi 17 persen maka Bank Syariah Cabang Malang sudah melesat jauh dengan perolehan target sebesar 24 persen. “Kalau pusat menaikkan target ya kita juga harus mengikuti, kami targetkan naik jadi 30 persen,” kata Pemimpin Cabang BRI Syariah Malang Miftahul Ulum. Sebagai evaluasi BRI Cabang Malang senada dengan Hadi, Ulum sepakat bahwa sektor property bakal menjadi prioritas pembangunan mereka. “Selama ini kami sudah menjalankan model kredit perumahan rakyat (KPR) Faedah, ini yang akan terus kita kembangkan,” kata Ulum.

Lebih lanjut pria yang juga menjabat sebagai ketua Asosiasi Bank Syariah Indonesia Cabang Malang (Asbisindo) itu mengatakan bahwa segmentasi program tersebut akan mereka perluas. “Yang jelas semua segmen akan kami cover mulai dari perumahan subsidi hingga perumahan elit,” terang Ulum. Sebagai target Ulum menyampaikan bahwa pihaknya juga akan terus melakukan perbaikan dari segi pelayanan mulai dari kualitas pelayanan, kecepatan, hingga perbaikan kualitas sumber daya manusia mereka.

(Sumber:<http://bisnis.radarmalang.id/2017-bri-syariah-bidik-sektor-properti/>)

Tujuh tahun terakhir ini, bank syariah tumbuh pesat. Bahkan, mengalahkan pertumbuhan bank konvensional. Rata-rata, pertumbuhan bank syariah mencapai 24 persen, sedangkan pertumbuhan bank

konvensional hanya 10 persen. Hal itu diungkap Executive Vice President Bank Syariah Mandiri (BSM) Achmad Fauzi saat menjadi pembicara seminar di Universitas Islam Malang (Unisma) kemarin (13/5). "Jadi, sangat tepat jika tahun 2017 ini Unisma membuka jurusan perbankan syariah," beber Fauzi di hadapan mahasiswa dan dosen Fakultas Ekonomi Unisma itu.

Fauzi memaparkan, dari 119 bank di Indonesia, 34 bank di antaranya sudah menerapkan sistem syariah. "Meski jumlahnya masih kecil, tapi perkembangannya cepat," kata dia. "BSM misalnya, sudah masuk peringkat 18 di antara bank lain di Indonesia," tambahnya.

(Sumber :<http://www.radarmalang.id/bank-syariah-tumbuh-pesat/>)

Upaya memerangi rentenir kini tengah digelorakan banyak pihak. Wali Kota Malang, HM Anton, mengatakan, upaya itu bisa diraih dengan mengoptimalkan banyak pihak, termasuk mendayagunakan koperasi. "Kami sudah bekerjasama dengan banyak kalangan, termasuk Koperasi, Baznas dan sebagainya, untuk memerangi rentenir," kata Anton.

Sebagai soko guru di dunia perekonomian, koperasi diharapkan mampu menumbuhkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui suntikan modal yang murah dan mudah. "Kami berharap banyak dari peran koperasi ini," tandasnya. Upaya yang sama ternyata dilakukan Bank BNI Syariah Malang. Mereka saat ini sudah menjalin kerjasama dengan lembaga pembiayaan mikro dan koperasi syariah untuk memerangi rentenir. Beberapa lembaga keuangan yang sudah teken kerjasama itu antara lain, Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Sidogiri,

Puskopsah, Koperasi Masalah dan Koperasi Pondok Pesantren Al Yasini.

“Kerjasama untuk kebutuhan simpan pinjam dan kredit secara syariah. Lembaga keuangan ini kami pilih karena sudah dinilai Kementerian Koperasi sehat dan layak bekerjasama dengan perbankan,” kata Kepala Cabang BNI Syariah, Yudi Trisnavastiah. Lembaga keuangan itu juga memasarkan sejumlah produk perbankan, seperti kredit untuk industri mikro mulai Rp 5 juta – Rp 50 juta.

Pola kerjasama ini dianggap menguntungkan kedua belah pihak. Terbukti kerjasama tersebut berkontribusi terhadap dana yang terhimpun mencapai Rp 450 miliar. Sementara Data BNI Syariah menyebut, penyaluran pembiayaan selama 2015 sebesar Rp 231 miliar.

(Sumber:<http://malangvoice.com/bni-syariah-malang-serius-perangi-rentenir/>)

BNI Syariah kota Malang memasuki babak baru di awal Agustus 2017. Mulai bulan ini, anak usaha Bank Negara Indonesia (BNI) ini memiliki nakhoda baru hasil rapat umum pemegang saham (RUPS) pekan lalu.

Direktur Utama BNI Syariah Imam Saptono mengatakan, pihaknya tetap akan fokus pada segmen konsumen. Saat ini, portofolio pembiayaan konsumen BNI Syariah sebesar 50%, khususnya kredit pemilikan rumah (KPR). Selain itu, BNI Syariah akan menggemukkan sektor pembiayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Di segmen ini, BNI Syariah

membidik pasar pembiayaan berkisar antara Rp 1 miliar hingga Rp 15 miliar.

Ada pula sektor pembiayaan komersial dengan plafon mulai dari Rp 15 miliar sampai Rp 200 miliar. Secara umum, Imam menambahkan, pihaknya fokus menggarap sektor yang bertumpu pada ekonomi dalam negeri. Sebab, kondisi ekonomi global masih labil. Total pembiayaan ditargetkan BNI Syariah pada tahun ini sebesar Rp 20,7 triliun atau tumbuh 16,9% ketimbang Desember 2015 yang sebesar Rp 17,7 triliun.

Senior EVP BNI Syariah Dhias Widhiyati menyebutkan, pihaknya juga bakal memaksimalkan pembiayaan yang berasal dari induk usaha. Strategi BNI Syariah, pembiayaan tahun ini mengincar calon debitur yang masuk mata rantai bisnis yang dibiayai sang induk BNI.

Sederhananya, BNI Syariah menggarap perusahaan yang berstatus anak usaha atau perusahaan rekanan yang telah menjadi debitur BNI. Lewat strategi ini, risiko pembiayaan bermasalah bisa diminimalisir. BNI Syariah juga akan merambah ke akad pembiayaan berbasis musyarakah mutanaqisah (MMQ) dan ijarah muntahiya bittamlik (IMBT). Alasannya, dua jenis akad tersebut memiliki potensi besar. Beragam strategi pembiayaan tersebut diyakini bisa mendongkrak laba. Tahun ini, BNI Syariah meyakini bisa mengantongi laba sebesar Rp 290 miliar atau tumbuh 27,19% ketimbang periode sama tahun lalu yang sebesar Rp 228 miliar. Dari sisi likuiditas, dana pihak ketiga (DPK) ditargetkan naik sebesar Rp 3,5 triliun menjadi Rp 23,3 triliun pada akhir 2016. Target ini naik 17,67% dari posisi sebelumnya sebesar Rp 19,8 triliun.

Dus, rasio pembiayaan terhadap pendanaan alias finance to deposit ratio (FDR) BNI Syariah diprediksi melonggar dari level 92% di akhir tahun menjadi 86% di tahun ini. Perseroan juga masih berharap tambahan likuiditas dari tabungan haji yang masih mengendap di bank konvensional. "Induk usaha BNI Syariah memiliki 136.000 nasabah tabungan haji dengan total saldo Rp 700 miliar," ujar Imam, akhir pekan lalu. Meski berencana memacu pembiayaan, BNI Syariah belum berencana merilis instrumen surat utang. Sebab, saat ini likuiditas BNI Syariah terbilang berlebih pasca Bank Indonesia (BI) menurunkan suku bunga. Sementara, dari sisi perolehan aset, BNI Syariah menargetkan pertumbuhan aset mencapai Rp 26,3 triliun. Angka ini naik 14,34% dibandingkan tahun lalu yang sebesar Rp 23 triliun.

(Sumber:<http://jambi.tribunnews.com/2016/03/08/target-bni-syariah-di-bawah-nakhoda-baru>)

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk kemarin (30/1) meluncurkan layanan prioritas. Bank syariah pertama di Indonesia itu baru bisa meluncurkan layanan prioritas karena tahun lalu masih berkuat dengan rekomposisi dana. Bank Muamalat tahun lalu berhasil menurunkan biaya dana (cost of fund) 1,2 persen. "Funding kami tetap selektif dengan berusaha mengimbangi cost of fund yang akan terus kami usahakan untuk turun," kata Direktur Utama Bank Muamalat Endy Abdurrahman saat grand launching Muamalat Prioritas kemarin.

Menurut dia, bank harus menekan cost of fund agar pembiayaan bisa lebih kompetitif. Dari sisi likuiditas, Endy menilai masih aman. Namun, dia mengakui bahwa bank juga tidak ingin kelebihan likuiditas.

Sebab, penurunan cost of fund bisa terhambat. Kondisi loan to deposit ratio (LDR) Bank Muamalat tahun lalu cukup besar, yakni 95 persen. "Pertumbuhan pembiayaan tidak mengalami kenaikan yang signifikan. Tahun ini, kalau pemerintah targetkan pertumbuhan kredit 9-12 persen, kami target 10 persen," ungkapnya.

(Sumber:<http://www.jawapos.com/read/2017/01/31/106133/bank-muamalat-luncurkan-prioritas-syariah#>)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam penerapan perhitungan bagi hasil pembiayaan mudharabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang menggunakan metode revenue sharing di mana pendapatan atau hasil penjualan yang didapat oleh nasabah dikalikan dengan prosentase nisbah yang disepakati di awal perjanjian kerjasama tanpa harus dikurangi dengan beban operasional usaha, perhitungan tersebut untuk mengetahui besaran angsuran pokok yang harus dibayar oleh nasabah serta berapa bagi hasil yang didapat oleh bank. Metode ini dipilih oleh bank karena apabila menggunakan metode profit/ loss sharing adanya kemungkinan dana akan tercampur dengan modal usaha nasabah dan untuk menghindari resiko yang tidak diinginkan berupa loss atau berkurangnya modal yang diberikan bank kepada nasabah.

Bagi hasil yang didapat bersifat fluktuatif dari pendapatan atau hasil penjualan usaha yang diterima setiap bulannya, untuk itu nasabah wajib melaporkan kondisi laba rugi usahanya setiap bulan pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang . Oleh karena itu Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang menyalurkan pembiayaan mudharabah kepada lembaga keuangan yaitu BMT, BPRS, koperasi Syariah, koperasi

simpan pinjam, KPRI karena lebih efektif dan menghindari risiko yang tidak diinginkan.

(Sumber:<https://zelikalaila.wordpress.com/2017/05/09/studi-pada-bank-muamalat-indonesia-cabang-malang/>)

BAB XI

KONDISI PERBANKAN SYARIAH DI JAKARTA

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pertumbuhan market pangsa pasar (market share) perbankan syariah menjadi 4,86% hingga Juli 2016. Posisi ini naik jika dibandingkan dengan tahun lalu di periode yang sama yakni sebesar 4,46%.

Deputi Komisioner Pengawas Perbankan I OJK Mulya E Siregar mengatakan, market share perbankan syariah diperkirakan akan terus meningkat. Menurutnya market share perbankan syariah yang menjadi 4,86%, sejalan dengan kondisi perekonomian nasional yang terus membaik sehingga telah berdampak pada pangsa pasar perbankan syariah. “Kondisi perekonomian dapat mendorong peran serta perbankan syariah. Di tengah perlambatan ekonomi dunia, Indonesia masih menunjukkan angka-angka yang positif dan terjadi juga diperbankan syariah,” ujar Mulya dalam keterangan tertulis di Jakarta, Selasa (27/9/2016).

Lebih lanjut dia mengharapkan, agar market share perbankan syariah dapat ditingkatkan lagi. Mengingat, penduduk di Indonesia sendiri mayoritas merupakan beragama muslim. Menurutnya potensi perbankan syariah sangatlah besar. “Share naik dibandingkan tahun sebelumnya meningkat dari 4,6% per Juli tahun lalu, menjadi 4,86% per Juli 2016. Namun share ini belum memperhitungkan bulan September. Market share bisa lebih dari 5%,” ucapnya. OJK juga akan menggelar Indonesia International Conference on Islamic Finance pada 29 September 2016 di Hotel Fairmont, Jakarta. Dalam konferensi tersebut

akan dibahas mengenai tantangan industri keuangan syariah dalam menghadapi siklus new normal era dalam perekonomian global.

Mulia menerangkan new normal era adalah sebuah era baru dimana perekonomian yang kondisinya fluktuatif atau naik turun dan pelaku ekonomi sudah terbiasa dengan kondisi tersebut. Kondisi new normal era ini akan dielaborasi lebih detail dalam acara konferensi dengan dua fokus diskusi yakni dari sisi regulator dan industri keuangan syariah. "Dari sisi regulator akan didiskusikan bagaimana strategi dan kebijakan untuk menghadapi dampak perlambatan ekonomi terhadap industri keuangan syariah. Kemudian, dari sisi industri keuangan syariah akan dibahas bagaimana menghadapi new normal era supaya bisa survive," ujarnya.

Lebih lanjut diharapkan melalui diskusi yang digelar dalam konferensi tersebut dapat memetakan industri keuangan syariah ke depan, dan mendorong pertumbuhan industri keuangan syariah di era perekonomian yang fluktuatif. Selain itu, rangkaian Indonesia International Conference on Islamic Finance juga akan disambung dengan ajang Global Islamic Finance Awards. Dalam ajang tersebut Presiden Joko Widodo akan mendapatkan penghargaan sebagai Global Islamic Finance Leadership Award 2016. Indonesia International Conference on Islamic Finance akan dihadiri oleh sejumlah pembicara dari beberapa negara diantaranya Deputy Governor of State Bank of Pakistan Saeed Ahmad, Governor of Astana International Financial Center Kazakhstan Kairat Kellimbatov, Assistant Governor of Bank Negara Malaysia Bakarudin Ishak, dan CEO of Edbiz Consulting London Humayon Dar.

(Sumber: <https://ekbis.sindonews.com/read/1142707/178/market-share-bank-syariah-terus-meningkat-1474974140>)

Industri perbankan syariah nasional masih mencatat pertumbuhan yang cukup menggembirakan pada tahun 2016 di tengah kondisi perekonomian yang kurang mendukung. Dari sisi aset maupun pangsa pasar, perbankan syariah nasional membukukan pertumbuhan yang cukup signifikan. Sekretaris Jenderal Asosiasi Bank [Syariah](#) Indonesia (Asbisindo) Achmad K Permana menyebut, per September 2016 total aset perbankan syariah mencapai Rp 331,76 triliun. Angka tersebut meningkat 17,58 persen jika dibandingkan periode yang sama di tahun sebelumnya. "Kami masih bisa tumbuh hampir 18 persen itu dipacu pertama adanya konversi. Di luar itu kami juga didukung adanya pertumbuhan dana haji dan kampanye keuangan syariah," kata Permana pada konferensi pers di Jakarta, Senin (21/11/2016).

Menurut Permana, pertumbuhan total aset perbankan syariah tersebut ditopang oleh adanya peningkatan dana pihak ketiga (DPK) sebesar 20,16 persen menjadi Rp 263,52 triliun. Adapun pembiayaan perbankan syariah tercatat meningkat 12,91 persen mencapai Rp 235,01 triliun. Dengan capaian tersebut, kini pangsa pasar perbankan syariah terhadap industri perbankan nasional mencapai 5,3 persen. Dengan demikian, industri perbankan syariah nasional telah berhasil melampaui jebakan pertumbuhan pangsa pasar 5 persen. "Kami telah mencapai pangsa pasar melebihi 5 persen. Itu merupakan batas psikologis atau jebakan 5 persen," ujar Permana. Menurut Permana, pencapaian kinerja industri perbankan syariah tersebut patut disyukuri. Pasalnya, capaian ini

dibukukan di tengah situasi perekonomian makro global maupun domestik yang kurang kondusif untuk melakukan pertumbuhan usaha.

(Sumber:<http://ekonomi.kompas.com/read/2016/11/21/154101926/perbankan.syariah.nasional.sudah.lampaui.jebakan.pertumbuhan.5.persen>)

Head Syariah Banking Maybank Indonesia Herwin Bustaman menyatakan industri perbankan syariah siap jika dilibatkan pemerintah dalam penyaluran APBN. Sejak 2014, kata dia, bank syariah sudah dipercaya menggarap transaksi-transaksi dengan nominal besar. Salah satu contohnya transaksi Jasa Marga yang senilai Rp 1,1 triliun. "Ada beberapa transaksi besar bisa digarap syariah," ujar Herwin, saat ditemui wartawan dalam Islamic Finance News Forum di Hotel Four Seasons, Jakarta, Kamis (27/7). Jika pemerintah mau menyalurkan lima persen saja dari total anggaran negara melalui bank syariah, Herwin memprediksi industri akan tumbuh pesat. Sebab, artinya akan ada dana sekitar Rp 100 triliun yang akan digarap bank syariah. Sementara, industri perbankan secara umum saja saat ini baru menggarap Rp 389 triliun.

Bila usulan itu dilakukan, Herwin juga yakin, perbankan syariah mampu mencapai target pangsa pasar 10 persen lebih cepat. "Kalau itu bisa dilakukan bagus banget." Usulan soal penyaluran APBN lewat bank syariah pertama kali disampaikan oleh Ketua Majelis Ulama Indonesia Ma'ruf Amin. Ia berharap 10 persen dari dana APBN yang sekitar Rp 2.000 triliun dapat masuk ke sistem keuangan syariah. Ia menilai hal itu perlu dilakukan untuk mendorong perkembangan ekonomi syariah di Tanah Air.

(Sumber:<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariahekonomi/17/07/27/otrd9t299-perbankan-syariah-siap-jika-diminta-salurkankan-apbn>)

Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyarankan pemerintah dapat menyalurkan 10 persen dana Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN) melalui bank syariah. Tujuannya agar keuangan syariah bisa cepat tumbuh.

Wakil Ketua Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI sekaligus Pengamat Ekonomi Syariah Adiwarman A Karim mengatakan, arus baru ekonomi Indonesia harus mencerminkan circular dependency antara pendekatan top down dan pendekatan bottom up. Hal itu untuk mengembangkan perekonomian. "Membangun saling percaya antara pemerintah dan masyarakat dalam pembangunan bersifat mutually recursive," ujarnya kepada *Republika*, Rabu, (26/7). Maka, menurutnya, pemberdayaan ekonomi masyarakat perlu melalui berbagai program pemerintah dan kekuatan ekonomi masyarakat. "Program pemerintah dan kekuatan ekonomi masyarakat melalui swadana swakarsa swakelola di antaranya kegiatan wakaf. Jadi wakaf merupakan bentuk tanggung jawab bersama pemerintah dan masyarakat dalam membangun Indonesia," jelas Adiwarman. Dirinya menuturkan, wakaf memiliki kemiripan dengan beberapa long term funding seperti sovereign wealth fund. Hanya saja, ada beberapa batasan yang membedakannya dengan long term funding lainnya. "Nah itu harus diperhatikan agar tidak melanggar syariah," kata Adiwarman. Dengan begitu penyaluran dana APBN melalui bank syariah tidak boleh meninggalkan kaidah syariah.

(Sumber:<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariahekonomi/17/07/26/otpb86415-soal-penyaluran-apbn-lewat-bank-syariah-ini-kata-dsn-mui>)

Peneliti Ekonomi Syariah Aziz Setiawan menilai, ide dan usulan Majelis Ulama Indonesia (MUI) agar 10 persen dana APBN disalurkan melalui bank syariah baik untuk akselerasi keuangan syariah. Secara teknis 10 persen APBN bukan bermakna dana yang mengendap.

Karena APBN sifatnya penerimaan tahun berjalan langsung digunakan untuk belanja negara. Sehingga, kata dia, tidak otomatis dengan APBN Rp 2.000 triliun akan meningkatkan aset bank syariah Rp 200 triliun. Tapi sifatnya akan menambah likuiditas yang berputar melalui bank syariah sebesar angka tersebut dalam satu tahun. "Tetapi saya kira ini satu bagian dari banyak kebijakan yang bisa ditempuh pemerintah untuk memacu pertumbuhan keuangan syariah," kata Aziz, saat dihubungi *Republika*, Rabu (26/7). Menurut dia, disalurkannya dana APBN melalui bank syariah akan cukup signifikan meningkatkan likuiditas meski belum memacu peningkatan aset bank syariah. Peningkatan aset yang mungkin dilakukan adalah dari konversi BUMN perbankan atau transformasi dari anak BUMN menjadi BUMN dengan injeksi modal melalui Penyertaan Modal Negara (PMN) yang besar, atau merger dengan injeksi modal yang besar dari pemerintah.

Aziz berharap, selain mendorong APBN via bank syariah yang bisa tingkatkan likuiditas, juga ada kebijakan -kebijakan Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) yang lebih progresif, untuk tingkatkan aset dan pangsa pasar. Ia menyatakan, peran pemerintah untuk

mengembangkan bank syariah masih belum terlihat. Isu bank syariah dan keuangan syariah masih sekedar retorika dari pemerintah. Dengan aset bank syariah baru Rp 357 triliun atau pangsa pasar baru 5,18 persen dibanding potensi yang besar, perkembangan bank syariah sampai saat ini masih cenderung *botom up* atau *market driven*, karena belum ada kebijakan -kebijakan pemerintah yang signifikan. Oleh sebab itu, jika APBN disalurkan melalui bank syariah, itu bisa meningkatkan aset bank syariah itu sendiri. "Tetapi mungkin MUI tidak terlalu detail terkait mekanisme dana APBN yang sifatnya dana yang digunakan dalam satu tahun anggaran, yang tidak otomatis mendongkrak aset sebesar 10 persen dari Rp 2.000 triliun," jelas Aziz.

Karena, lanjutnya, dalam praktek APBN, dana yang mengendap di bank keseluruhan hanya ratusan triliun saja. Sebab, penerimaan negara kemudian langsung digunakan untuk belanja negara. "Usulan MUI baik, tetapi perlu kebijakan -kebijakan lain yang strategis seperti diatas yang perlu didorong melalui KNKS," ujar dia.

(Sumber:<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah/ekonomi/17/07/26/otpae5415-ini-cara-untuk-mempercepat-laju-keuangan-syariah>)

Perbankan syariah nasional di periode Februari 2017 masih tumbuh positif. Sebut saja dari sisi permodalan, berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pertumbuhan rasio kecukupan modal bank umum syariah (BUS) tercatat 1,64% secara tahunan yakni menjadi 17,04%.bKemudian, dari segi aset, perbankan syariah mencatatkan Rp 355,88 triliun. Jumlah ini menyumbangkan kontribusi sebesar 40%

untuk industri keuangan syariah nasional. Sementara itu, dari segi pembiayaan tercatat tumbuh Rp 252,69 triliun atau tumbuh 16,22% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya Rp 217,4 triliun. Sedangkan untuk dana pihak ketiga (DPK) tercatat Rp 287,08 triliun atau tumbuh 21,28% dibandingkan periode yang sama tahun lalu Rp 236,7 triliun.

Menurut OJK intermediasi perbankan syariah masih berjalan baik, ini tercermin dari Financing Deposit Ratio (FDR) untuk Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) yang berada di posisi 87,45%. Beban Operasional dan Pendapatan Operasional tercatat 89,22% turun 175 basis poin dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya.

"OJK sebagai regulator akan terus berupaya untuk mendorong pertumbuhan industri jasa keuangan syariah di Tanah Air. Antara lain dengan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk dan jasa keuangan syariah," ujar Deputy Komisioner OJK Pengawas Industri Keuangan Non Bank (IKNB) I Edi Setiadi, dalam keterangan tertulis, Sabtu (29/4/2017).

Anak usaha syariah Bank Negara Indonesia (BNI), berdasarkan laporan keuangan perseroan per kuartal I 2017 mencatatkan jumlah aset Rp 29,86 triliun atau tumbuh 21,01% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya Rp 24,68 triliun. Ini ditopang oleh pembiayaan yang tumbuh 17,83% dan dana pihak ketiga (DPK) menjadi Rp 4,89 triliun atau tumbuh 23,38%.

Selain BNI Syariah, CIMB Niaga Syariah per kuartal I 2017 juga mencatatkan pertumbuhan positif, untuk pembiayaan tercatat Rp 10,98 triliun atau tumbuh 44,5% secara tahunan. Kemudian DPK tercatat Rp 9,71 triliun atau tumbuh 19%. Dari laporan keuangan kuartal I 2017, Bank Mandiri Syariah mencatatkan total aset Rp 80 triliun. Lalu total pembiayaan Rp 55,4 triliun dan total DPK Rp 71 triliun.

(Sumber: <https://finance.detik.com/moneter/3487471/bagaimana-kondisi-perbankan-syariah-ri-ini-penjelasan-ojk>)

Gubernur Bank Indonesia (BI) Agus DW Martowardojo menyatakan perkembangan keuangan komersial syariah di Indonesia telah mengalami tren penurunan sejalan dengan kondisi yang terjadi pada perkembangan keuangan komersial syariah global.

Hal ini khususnya terjadi pada periode 2012 sampai 2015. Pada tahun 2015, pertumbuhan perbankan syariah mencapai titik terendahnya secara tahunan, yakni 8,8 persen. Ini dibandingkan 9,2 persen pertumbuhan perbankan konvensional secara tahunan. Akan tetapi, pada 2016, pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia mengalami *rebound* hingga mencapai 12 persen secara tahunan (*year on year/yoy*).

Sementara itu, pertumbuhan perbankan konvensional hanya mencapai 7,2 persen (*yoy*). Meski sudah mencapai pertumbuhan hingga dua digit, perbankan syariah masih memiliki pangsa pasar yang stagnan, yakni 4,8 persen. “Meskipun demikian, perbankan syariah Indonesia diklaim sebagai perbankan ritel syariah terbesar di dunia dengan lebih dari 18 juta nasabah dan lebih dari 4.500 kantor cabang pada tahun

2015,” ungkap Agus dalam sambutannya pada acara Indonesia Syaria Economic Festival di Surabaya, Jawa Timur, Kamis (27/7/2017). Dalam kesempatan tersebut, Agus juga menyoroti perkembangan sukuk di Indonesia yang menunjukkan tren penurunan sukuk korporasi pada periode 2009-2014 dan sukuk pemerintah pada periode 2011-2014.

Namun, pertumbuhan sukuk telah mengalami *rebound* sebesar 39,4 persen pada tahun 2015 dan 29,8 persen pada Juli 2016 untuk sukuk korporasi. Sementara itu, pertumbuhan sukuk pemerintah pada tahun 2015 mencapai 39,7 persen dan 36,28 persen pada Juli 2016. Pangsa pasar sukuk pada Juli 2015 telah mencapai 3,8 persen untuk sukuk korporasi dan 15,6 persen untuk sukuk pemerintah.

(Sumber:<http://ekonomi.kompas.com/read/2017/7/27/124500226/perbankan.syariah.indonesia.diklaim.sebagai.yang.terbesar.di.dunia>)

DAFTAR PUSTAKA

- Abustan. 2009. Analisa Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional. Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Adhim, Fauzan. 2011. Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional. *Al-Infaq Jurnal Ekonomi Islam*. Vol.2, No.2: np.
- Ahmad Ibrahim Abu Sinn (2006). *Manajemen Syari'ah: Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*. Grafindo : Jakarta.
- Alam, H. M., Ali R. and M. Akram. 2011. A Financial Performance Comparison of Public Vs Private Banks: The Case of Commercial Banking Sector of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*. Vol.2, No.11 :pp. 56-64.
- Alamsyah, H. 2012. *Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: Tantangan Dalam Menyongsong MEA 2015*.
- Alqaoud LM, Lewis MK. 2005. *Perbankan Syariah Prinsip Praktik Prospek*. PT Serambi Ilmu Semesta : Jakarta.
- Andriansyah, Yuli. 2006. Kinerja Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia dan Kontribusinya bagi Pembangunan Nasional. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 3, No. 2 : hal. 182-196.
- Ang, James B. and Warwick J. McKibbin .2007. "Financial Liberalization, Financial Sector Development and Growth: Evidence From Malaysia", *Journal of Development Economics*. Vol. 84: pp. 215-233.

- Ansari, Sanaullah And Atiqa Rehman. 2011. Financial Performance of Islamic and Conventional Banks in Pakistan: A Comparative Study. 8th International Conference on Islamic Economics and Finance. Vol.2, No.2: pp. 1-19
- Anshori, A.G. 2008. Sejarah Perkembangan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia dan Implikasinya bagi Praktik Perbankan nasional. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 2, No. 2: hal. 159-172.
- Antonio Muhammad Syafi'I. 2001. *Bank Syariah, Dari Teori ke Praktek*. Gema Insani Press. Jakarta.
- Ariyanto, Taufik. 2004. Profil Persaingan Usaha Dalam Industri Perbankan Indonesia. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU): Jakarta
- Asnaini. 2008. Pengembangan Mutu SDM Perbankan Syariah: Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi islam. *La_Riba, Jurnal Ekonomi Islam*. Vol.II, No.1: pp. 51-68.
- Athoillah, M. 2010. Struktur Pasar Industri Perbankan Indonesia Rosse-Panzer Test. *Journal of Indonesian Applied Economics*. Vol. 4, No.1 : hal. 1-10.
- Bank Indonesia, 2007, Sejarah Perbankan Periode 1983-1997. [http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/D1FC7FE4-7400-4A35-B021-A4596387C20A/827/Sejarah Perbankan Periode 1983-1997.pdf](http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/D1FC7FE4-7400-4A35-B021-A4596387C20A/827/Sejarah%20Perbankan%20Periode%201983-1997.pdf)
- Bank Indonesia. (2012). Indonesian Islamic Banking Outlook 2012.
- Bank Indonesia. 2002. Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia, Jakarta: Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. 2007. Laporan Pengawasan Perbankan 2006. Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan Bank Indonesia. Jakarta.

- Basran Desfian. 2005. Analisis FaktorFaktor yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Bank Umum di Indonesia tahun 2000-2003. Tesis Program MM Undip tidak Dipublikasikan.
- Bikker, Jakob A. dan Haaf, Katharina. 2002. Competiton, Concentration and Their Relationship: An Empirical Analysis of The Banking Industry. *Journal of Banking & Finance*. Vol. 26: pp.2191-2214.
- Booms BH, Bitner MJ. 1981. Marketing Strategies and Organization. Structures for Services Firms, in *Marketing of Services*. Chicago: American Marketing.
- Boot, A.W., dan A. Schmeijts. 2005. “ The Competitive Challenge in Banking”, Amsterdam Center for Law & Economics Working Paper. Vol. 2, No. 8 : np.
- Boyd, Harper, W, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua. Erlangga: Jakarta.
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001, July).Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *The Journal Of Marketing* Vol.6, No. 5: hal. 34-495
- Bram, Farola, Yudi. 2005. Analisis Efektifitas Iklan Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Percetakan Dan Penerbitan PT Rambang Menggunakan Methoda EPIC Model, *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya*. Vol.3, No.6 : np.
- Casu, B., dan C. Girardone. 2007. “Does Competition Lead to Efficiency? The Case of EU Commercial Banks”, Essex University, Discussion Paper. Vol. 1, No. 7: np

- Claessen, S, Laeven, L Bikker, JA dan Haaf Katharina. 2001. Competition, Concentration and Their Relationship: an Empirical Analysis of the Banking Industry. *Journal Banking and Finance*. Vol. 2, No.1 : np.
- Consuegra DM, Molina A, Esteban A. 2007. An integrated model of price, satisfaction and loyalty: an empirical analysis in the service sector. *Journal of Product & Brand Management*. Vol. 16, No.7: pp. 459–468.
- Dahlan, R. 2014. Pengaruh Tingkat Bonus Sertifikat Bank Indonesia Syariah dan Tingkat Inflasi Terhadap Pembiayaan Bank Syariah di Indonesia. *jurnal Etikonomi*. Vol. 13, No. 2: hal. 104-117.
- Daruri A Deni dan Edward Djoni. 2004. BPPN: Garbage In Garbage Out. Center for Banking Crisis: Jakarta.
- David, Fred R. 2005. Strategic Management. Penerjemah Ichsan Setiyo Budi. Salemba Empat:Jakarta.
- Dendawijaya,Lukman. 2005. Manajemen Perbankan. Edisi Kedua. Ghalia Indonesia : Jakarta.
- Dianasari, Nurul. 2014. Analisis Perbedaan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional yang terdaftar di Bank Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bank Indonesia tahun 2011 – 2013). *Jurnal. Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang*.
- E. Mamatzakiz, C. Staikouras dan N. Koutsomanoli-Fillipaki. 2005. Competition and Concentration in The Banking Sector of The South Eastern European Region. *Emerging Market Review*. Vol. 6: pp.192-209.

- Edi Suharto. 2006. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, cet. Ke-2. Bandung: Refika Aditama. Handoko, T. Hani, *Manajemen Personalia Dan Sumberdaya Manusia*. Edisi Kedua, BPFE: Yogyakarta.
- Effendi A. 2014. Industri perbankan syariah di indonesia dalam perspektif undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. *Jurnal Wahana Akademika*. Vol.16, No.2: pp. 151–166
- El-Seoudi, A.W.M. et.al. 2012. Human Resources in the Islamic Banks. *Journal of Economic Theory*. Vol.6, No. 2 : pp. 66-69 .
- Engel JF, Blackwell RD, & Miniard PW. 1996. *Perilaku Konsumen*. Bina Aksara : Jakarta.
- Fayed, M. 2013. Comparative performance study of conventional and Islamic banking in Egypt. *Journal of Applied Finance & Banking*. Vol.3, No.2: pp. 1-14.
- Feng, G., & Zhang, X. (2014), Returns to scale at large banks In the US: a random coefficient stochastic frontier approach, *Journal of Banking and Finance*. Vol.2, No.39:hal 135-145.
- Gerrard P, Cunningham JB. 2004. Consumer Switching Behaviour in the Asia Banking Market. *The Journal of Service Marketing*. Vol.18, No.3 : pp. 215–223.
- Ghozali I. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

- Gupta A, Dev S. 2012. Client Satisfaction in Indian Empirical Study. Management Research Review. Vol.35, No.7: np.
- Hadad, Muliaman D., dkk, 2003. Pendekatan Parametrik Efisiensi Perbankan Indonesia. Gramedia : Jakarta
- Hadiwidjaja, R. 2016. The Influence of the Bank's Performance Ratio to Profit Growth on Banking Companies in Indonesia. Integrative Business and Economics Research. Vol.5, No. 1: hal. 106-117.
- Handayani, Puspita Sari. 2005. Analisis Perbandingan Kinerja Bank Nasional, Bank Campuran dan Bank Asing dengan Menggunakan Rasio Keuangan. Tesis. Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. Hani. 2001. Manajemen Personalialia Dan Sumber Daya Manusia Edisi 2. BPFE : Yogyakarta.
- Hanif, M, Mahvish Tariq, Arshiya Tahir and Wajeeh-ul-Momeneen. 2012. Comparative Performance Study of Conventional and Islamic Banking in Pakistan. International Research Journal of Finance and Economics. Vol. 8, No.3: pp. 62-72.
- Hanif, M, Mahvish Tariq, Arshiya Tahir and Wajeeh-ul-Momeneen. 2012. Comparative Performance Study of Conventional and Islamic Banking in Pakistan. International Research Journal of Finance and Economics. Vol. 8, No.3: pp. 62-72.
- Haque, S. 2013. The Performance Analysis of Private Conventional Banks: A Case Study of Bangladesh. Journal of Business and Management. Vol. 12, No.1: pp. 19-25.
- Hasan, Zubair. 2009, Undang-Undang Perbankan Syariah: Titik Temu Hukum Islam dan Hukum Nasional, Rajawali Press: Jakarta.

- Hasibuan, Malayu S. P. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Hayat. 2014. *Globalisasi Perbankan Syariah: Tinjauan Teoritis dan Praktis Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN* 2015.Vol. 11, No. 2: hal. 293-314.
- Hondroyiannis, G., Lolos S., dan Papapetrou E. 1999. *Assesing Competitive Conditions in The Greek Banking System*. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money* 9 : pp. 377-391.
- Iqbal, M., & Molyneux, P. (2005). *Thirty years of islamic banking: history, performance, and prospects*. Palgrave Macmillan: New York.
- Ismal, R. (2011). *Islamic Banking in Indonesia: Lesson Learned*. Directorate of Islamic Banking- Bank Indonesia, 2011 Retrieved from http://unctad.org/sections/wcmu/docs/cImem3_3rd_Country_Paper_Indonesia.pdf
- Ismal, R. 2011b. *Depositors' Withdrawal Behavior in Islamic Banking: Case of Indonesia*. *Humanomics*. Vol.3, No.2 : hal. 61-76.
- Iyer, B. 2009. *Islamic Banking – Sham or Alternate Business Model?* *Islamic Finance News*. Vol.6, No.42 : np.
- Jumono. S, Abdurrahman, & Chajar. M. 2017. *Market Concentration Index and Performance: Evidence from Indonesian Banking Industry*. *International Journal of Economics and Financial Issues*. Vol 2, No.7: hal. 249-258.

- Kahf, M. 2011. The Demand side or Consumer Behavior Islamic Perspective. Diakses dari: http://monzer.kahf.com/papers/english/demand_side_or_consumer_behavior.pdf.
- Karim, AA. (2010). The Real Market Leader. Republika. Diakses dari www.republika.co.id.
- Karim, Adimarwan. 2008. Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kasmir. 2012. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi Cetakan Kesebelas. PT RAJAGRAFINDO PERSADA. Jakarta.
- Koksal Y and Dema O. 2014. An PLS Investigation of the essential factors on customer loyalty in banking sector : a case of Albanian Retail Bank. *Journal of Economic*. Vol.21, No.1: pp.357–368.
- Kotler P. 2000. *Marketing Management The Millennium Edition*. Prentice Hall: New York.
- Kotler, Philip. 2010. *Marketing Manajement analysis, Planning, Implementation and Control*. Prentice Hall: New Jersey.
- Kumbirai, M. and R. Webb. 2010. A financial Ratio Analysis of Commercial Bank Performance in South Africa. *Journal Compilation African Review of Economics and Finance*. Vol. 2, No.1 : pp. 30-53.

- Laksmiana, Yusak. 2009. *PanduanPraktis Account Officer Bank SyariahMemahamiPraktik Proses Pembiayaan di Bank Syariah*. Elex Media Komputindo: Jakarta.
- Laksono S. 2011. *Pola hubungan Bank Muamalat Indonesia dengan BMT Shar-e dalam penyaluran pembiayaan mikro [tesis]*. Jakarta: Universitas Islam Negri.
- Lang, M., & Schmidt, P.G. (2016). The early warnings of banking crises: Interaction of broad liquidity and demand deposits. *Journal of International Money and Finance*. Vol. 1, No.6: hal. 1-29.
- Lin W.C., Li C.F., and Chu C.W. 2005. Performance Efficiency Evaluation Of The Taiwan's Shipping Industry: An Application Of Data Envelopment Analysis. *Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies* Vol. 1, No. 5: pp. 467-476.
- Lo, C.W., and Leow, C.S. 2014. Islamic Banking in Malaysia: A Sustainable Growth of the Consumer Market. *International Journal of Trade Economics and Finance*. Vol. 5, No. 6: hal. 526-529.
- Luintel. Kul. B., Mosahid Khan, Philip Arestis and Konstatinos Theodoridis. 2008. "Financial Structure and Economic Growth". *Journal of Development Economics*. Vol. 86: pp.181-200.
- Mala, C.M.F. (2017), The prospect of dual unit banking system in Indonesian Regional Banking. *Account and Financial Management Journal*. Vol.2,No. 1: hal. 592-599.
- Manunggal, A. 2011. Etika Islam Dalam Manajemen Keuangan. *Jurnal Hukum Islam*. Vol. 9, No. 2: hal. 170-188.

- Medyawati, H & Muhammad Yunato. 2014. The Role of Indonesia Banking Architecture and Banking Technology to Economic Growth in Indonesia. International Conference on Economic, Social Sciences and Languages. Singapore.
- Mervyn & Lativa.2007. Perbankan Syariah: Prinsip, Praktik, dan Prospek, Serambi :Jakarta
- Muhammad. 2004. Analisis SWOT Bank Syariah. Ekonisia :Yogyakarta.
- Munir,Moch. Saiful. 2012. Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Syariah dan Bank Tabungan Negara). Jurnal. Universitas Negeri Surabaya.
- Mutasowifin, A. 2015.Menggagas Strategi Pengembangan Perbankan Syariah Di Pasar Nonmuslim. *Jurnal Universitas Paramadina*. Vol.3, No. 1: hal. 25-39.
- Naili, Nur. 2013. Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional Periode 2008-2011. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Nengsih,N. 2015. Peran Perbankan Syariah dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif di Indonesia. *Etikonomi*. Vol.14, No. 2 : hal 221-240.
- Ningsih, Widya Wahyu. 2012. Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah dengan Bank Umum Konvensional di Indonesia pada Periode 2006 – 2010. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Hasanudin.

- Ningtyas, Candra Puspita, dkk. 2013. Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Konvensional dan Bank Syariah Berdasarkan Analisis Rasio Keuangan (Studi pada PT Bank Mandiri, Tbk. dan PT Bank Syariah Mandiri, Tbk. Periode 2009 – 2012). Jurnal. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang.
- Qin, Xuezhi and Dickson Pastory. 2012b. Comparative Analysis of Commercial Banks Liquidity Position: The Case of Tanzania. *International Journal of Business and Management*. Vol.7, No.10: pp. 134-141.
- Rae, DE. 2008. Arah Perkembangan Hukum Perbankan Syariah, *Buletin Hukum Perbankan dan Kebanksentralan*. Vol.6, No.1: hal. 1-7.
- Ramadaniar, Buyung, Topowijono dan Achmad Husaini. 2012. Analisis Rasio Keuangan Perbankan untuk Menilai Kinerja Keuangan Bank (Studi Pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. yang Listing Di BEI Untuk Periode Tahun 2009- 2011). Jurnal. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Vol. 2, No.3: np.
- Rivai, V., & Arviyan, A. (2010). *Islamic Banking, Islamic Bank System Not Only Solution Crisis And Solutions In the face of Various Issues Banking and Global Economy: A Theory, Concepts and Applications*, Earth Literacy. Alfabeta: Bandung
- Rosiana, D & Nyoman, T. 2016. Studi Komparatif Kinerja Keuangan Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Indonesia. *E-Jurnal Manajemen UNUD*. Vol. 5, No. 2: hal. 956-984

- Rozalinda. 2014. Potret Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Al-Adl*. Vol. 7, No. 2: hal. 15-38.
- Rust, Rolland T & L Oliver. 2000. *SerQual : New Direction Theory and Practice USA* .Sage Publication.Inc : USA.
- Saeed, Abdullah. 2004. *Menyoal Bank Syariah : Kritik atas Interpretasi Bunga Bank Kaum Neo-Revivalis*. terj. Arif Maftuhin. Jakarta : Paramadina.
- Siddiqi, MN. 1996. *Islamic Banking system: Principles and Practices*. Islamabad (Pakistan), Research Associates Press.
- Siregar, M. E. (2002). *Sharia Banking Development Agenda to Promote Healthy Economic System in Indonesia: Evaluation, Prospects and Policy Direction*. *Iqtisad Journal of Islamic*. Vol. 8, No.1 : np.
- Siswanto. 2011. *Meningkatkan Daya Saing Sumber Daya Insani Perbankan Syariah melalui Implementasi Praktek Quran-Based HRM*. *Proceeding Forum Riset Perbankan Syariah V*.
- Sondang P. Siagian. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Pertama. Bumi Aksara: Jakarta.
- Subaweh, Imam. 2008. *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah dan Bank Konvensional Periode 2003-2007*. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Vol.2, No.13: np.
- Sugiarti. 2015. *Tantangan Perbankan Syariah di Tahun 2016*. <http://www.jawapost.com>. Diakses 04 Januari 2016.
- Sukarno, Kartika, W & Muhamad Syaicu. 2006. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Bank Umum di Indonesia*. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*. Vol. 3, No. 2: hal. 46-58.

- Sula, MS. 2011. Perkembangan Perbankan Syariah harus Diikuti Peningkatan Pasar. Replubika. Vol.2, No.9 : np.
- Sun C. C. 2011. Assessing Taiwan Financial Holdings Companies Performance Using Window Analysis And Malmquist Productivity Index. African Journal of Business Management. Vol.5, No.26 : pp. 10508-10523.
- Sutrisno. 2013. Membangun Model Lembaga Keuangan Islam. EKBISI. Vol. VII, No.2: np.
- Syukriah, Ana, *Peningkatan Eksistensi UMKM Melalui Comparative Advantage Dalam Rangka Menghadapi MEA 2015 di Temanggung*, Unnes, 2013.
- Taswan. 2013. *Akuntansi Perbankan*. Edisi Ketiga. UPP STIM YKPT. Yogyakarta.
- Trivonova, Silvia. 2005. Testing for Bank Competition in thieve of EU Accession. University of National and World Economy: Bulgaria.
- Warsono. 2010. Urgensi penguatan bank syariah pada pemerintahab mendatang. Jurnal of Islamic Economics. Vol.3, No.2:hal. 1–13.
- Widyastuti, Ratna & Boedi Armanto. 2013. Kompetisi Industri Perbankan Indonesia. Buletin Ekonomi dan Perbankan.
- Yovin & Rini, A. 2016. Factors Affecting Bank Perfomance:Cases of Top 10 Biggest Government and Private Banks in Indonesia in 2004-2013. Integrative Business & Economics. Vol 5, No.4: hal. 371-378.
- Yusuf, Burhanuddin. 2015. Human Resources Development of Sharia Banking: Phenomenological Approach. Al-Iqtishad. Vol. 7,No. 2: hal 241-250.

Zahara, S. Islahuddin. dan Musnadi, S. 2014. Pengaruh Debt Financing dan Equity Financing Terhadap Kinerja Keuangan Bank Syariah Periode 2006-2010 (Studi pada Bank Syariah yang Beroperasi di Indonesia). *Jurnal Akuntansi*. Vol. 3, No. 1: hal. 50-62.

GLOSARIUM

1. **Akad** adalah (ikatan, keputusan, atau penguatan) atau perjanjian atau kesepakatan atau transaksi yang dapat diartikan sebagai komitmen yang terbingkai dengan nilai - nilai Syariah.
2. **Bai' al-Dayn** adalah akad jual beli ketika yang diperjualbelikan adalah *Dayn* atau utang. *Dayn* dapat diperjual belikan dengan harga yang sama, tetapi sebagian besar ulama fikih sepakat bahwa jual beli *Dayn* atau utang dengan diskon tidak dibolehkan secara Syariah.
3. **Bai' al-Inah** adalah akad jual beli ketika penjual menjual asetnya kepada pembeli dengan janji untuk dibeli kembali (*sale and buy back*) dengan pihak yang sama. Ba'i al-Inah adalah penjualan tunai (*cash sale*) dilanjutkan dengan pembelian kembali dengan tangguh (*deferred payment sale/BBA*). Sebagian besar ulama fiqh sepakat bahwa Ba'i al-Inah tidak dibolehkan secara Syariah, kecuali *mazhab* Syafi'i dan Zahiri.
4. **Bai' Bithaman Ajil atau BBA** adalah akad jual beli *murabahah* (*cost+margin*) ketika pembayaran dilakukan secara tangguh dan dicicil dalam jangka waktu panjang sehingga disebut juga *credit murabahah* jangka panjang.
5. **Hiwalah** adalah akad pemindahan piutang nasabah (*muhal*) kepada bank (*muhal 'alaih*) dari nasabah lain (*muhal*). *Muhal* meminta *muhal 'alaih* untuk membayarkan terlebih dahulu piutang yang timbul dari jual beli. Pada saat piutang tersebut jatuh tempo, *muhal* akan membayar kepada *muhal*

'*alaih. Muhal 'alaih* memperoleh imbalan sebagai jasa pemindahan.

6. ***Ijarah*** adalah sewa menyewa barang antara bank (*muajir*) dengan penyewa (*mustajir*). Setelah masa sewa berakhir barang sewaan dikembalikan kepada *muajir*.
7. ***Ijarah wa iqtina*** adalah sewa menyewa barang antara *muajir* dengan *mustajir* yang diikuti janji bahwa pada saat yang ditentukan kepemilikan barang sewaan akan berpindah kepada *mustajir*. *Scheme* ini sering juga disebut *ijarah muntahiya bittamlik*.
8. ***Istishna*** adalah akad jual beli barang (*mashnu'*) antara pemesan (*mustashni'*) dengan penerima pesanan (*shani'*). Spesifikasi dan harga barang disepakati pada awal akad dengan pembayaran dilakukan secara bertahap sesuai kesepakatan. Apabila bank bertindak sebagai *shani'* kemudian menunjuk pihak lain untuk membuat barang (*mashnu'*). Maka hal ini disebut *istishna paralel*.
9. ***'Iwad*** merupakan *equivalent countervalue* yang berupa risiko (*Ghurmi*), kerja dan usaha (*Kasb*), dan tanggung jawab (*Daman*).
10. ***Kafalah*** adalah akad pemberian jaminan (*makful 'alaih*) yang diberikan satu pihak kepada pihak lain ketika pemberi jaminan (*kafil*) bertanggung jawab atas pembayaran kembali suatu utang yang menjadi hak penerima jaminan (*makful*).
11. ***Mudharabah*** adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal (shahibul amal) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (mudharib) dengan suatu perjanjian di awal. Bentuk ini menegaskan kerja sama dengan

kontribusi seratus persen modal dari pemilik modal dan keahlian dari pengelola. Transaksi jenis ini tidak mewajibkan adanya wakil dari *shahibul maal* dalam manajemen proyek.

12. ***Mudharabahmutlaqah*** adalah akad *mudharabah* ketika *mudharib* diberikan kekuasaan penuh untuk mengelola modal. *Mudharib* tidak dibatasi baik mengenai tempat, tujuan, maupun jenis usahanya.
13. ***Mudharabahmuqayyadah*** adalah akad *mudharabah* ketika *shahibul amal* menetapkan syarat tertentu yang harus dipatuhi *mudharib*, baik tempat, tujuan, maupun jenis usahanya. Dalam *skim* ini, *mudharib* tidak diperkenankan untuk mencampurkan modal atau dana lain. Pembiayaan *mudharabah muqayyadah* antara lain untuk investasi khusus dan reksadana.
14. ***Mudharabah wal murabahah*** adalah akad *mudharabah muqayyadah executing* ketika bank syariah sebagai *shahibul amal* memberikan pembiayaan kepada *mudharib*-antara yaitu lembaga keuangan Syariah atau LKS (BPRS, BMT, atau Koperasi Syariah), yang kemudian menyalurkan pembiayaan (aneka barang) dengan akad *murabahah* kepada nasabah.
15. ***Murabahah*** adalah perjanjian jual-beli antara bank dengan nasabah. Bank syariah membeli barang yang diperlukan nasabah kemudian menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati antara bank syariah dan nasabah.
16. ***Murabahah sederhana*** adalah akad *murabahah* ketika bank (yang memiliki stok barang) langsung memasarkan barangnya

kepada pembeli dengan harga sesuai harga perolehan ditambah margin keuntungan yang diinginkan.

- 17. *Musyarakah*** (syirkah atau syarikah atau serikat atau kongsi) adalah bentuk umum dari usaha bagi hasil dimana dua orang atau lebih menyumbangkan pembiayaan dan manajemen usaha, dengan proporsi bisa sama atau tidak. Keuntungan dibagi sesuai kesepakatan antara para mitra, dan kerugian akan dibagikan menurut proporsi modal.
- 18. Riba** adalah menetapkan bunga/melebihkan jumlah pinjaman saat pengembalian berdasarkan persentase tertentu dari jumlah pinjaman pokok, yang dibebankan kepada peminjam. Riba secara bahasa bermakna: ziyadah (tambahan). Dalam pengertian lain, secara linguistik riba juga berarti tumbuh dan membesar . Sedangkan menurut istilah teknis, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara bathil.

INDEKS

Akad,.... 49, 50, 67, 91, 105, 155, 161, 167, 184, 192

API (Arsitektur Perbankan Indonesia),.... 54, 56, 60, 64, 78, 86, 111,

Bank Indonesia,.... 22, 28, 31, 35, 37, 39, 44, 46, 74, 80, 97, 99, 100

Bank Konvensional,.... 50, 63, 69, 70, 75, 90, 97, 103, 115, 128, 135,

Ekonomi Syariah,.... 89, 92, 116, 126, 127, 139, 142, 162, 180, 198,

Harga,.... 17, 29, 58, 61, 70, 80, 146, 147, 154, 157, 160,169

Islam,.... 14, 15, 19, 21, 49, 62, 63, 67, 109, 110,112, 116, 117, 180,

Kuangan,.... 1, 33, 39, 45, 46, 79, 84, 100, 106, 126, 129

Laba,.... 56, 63, 65, 80, 130, 150, 151, 192, 194,

MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN),....1, 2, 30, 80, 81, 104,

Modal,.... 7, 8, 9, 22, 45, 46, 54, 108, 109, 111, 113,

Mudharabah,.... 67, 70, 71, 137, 193, 194

Oligopoli,.... 57, 81, 82

Pasar,.... 56, 57, 59, 75, 78, 80, 82, 84, 85, 87, 91, 93, 98, 102, 107,

Peluang,... 14, 17, 87, 88, 92, 102, 199, 132, 136,

Pemasaran,.... 77, 140, 144, 145, 146, 154, 155, 159, 163, 168, 172,

Prinsip,... 22, 23, 88, 89, 99, 107, 111, 114, 116, 124, 125, 135, 142,

Produk,... 2, 6, 7, 13, 14, 44, 58, 59, 94, 97, 98, 102, 108, 111, 119,

Prospek,.... 14, 16, 22, 79, 87, 91, 93, 102, 113,

Rasio,.... 7, 21, 22, 24, 48, 94, 95, 96, 129, 130, 131, 133, 155, 164

Statistik,.... 74, 95, 100 ,130 , 134, 170, 180, 192, 196, 212

Strategi,... 13, 19, 28, 76, 98, 103, 124, 125, 149, 150, 151, 155, 160,

Sumber Daya Manusia,... 23, 75, 90, 104, 105, 106, 109, 110, 122,

SEKILAS TENTANG PENULIS

A. Cakti Indra Gunawan

Cakti Indra Gunawan dilahirkan dari seorang Ibu yang luar biasa bernama Hj. Rr. Sri Rejeki dan memiliki seorang Ayah yang bijaksana bernama H. Mino (Pensiunan Pegawai Kantor Pelayanan Pajak Purwokerto). Cakti dilahirkan pada Jum'at Pahing di Kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia, pada tanggal 14 Mei 1971.

Penulis menamatkan pendidikan SD Negeri Krandegan I Banjarnegara, SMPN 1 Purwokerto, SMA Muhammadiyah 1 Purwokerto, S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Brawijaya, S2 Program Pascasarjana Program Studi Manajemen Universitas Brawijaya dan melanjutkan S3 bidang Manajemen Migrasi Internasional atas dukungan beasiswa DIKTI dan Keith & Dorothy Mackay Postgraduate Scholarships di School of Business, The University of New England, Armidale, Australia lulus 2014.

Penulis adalah dosen di Universitas Tribhuwana Tungadewi, dan

mengajar sebagai dosen Luar Biasa di Universitas Brawijaya dan Universitas Muhammadiyah Malang. Pada tahun 2016, penulis telah menghasilkan 10 (sepuluh) Buku Ajar untuk mahasiswa S1, S2, dan S3 serta 4 (empat) Jurnal



Nasional, 3 (tiga) Jurnal Internasional. Di samping itu, penulis juga telah memiliki Hak Cipta Kekayaan Intelektual (HAKI) dari Departemen HAKI, Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia Nomor C00201100505 Tahun 2012 tentang penemuan baru.

Teori Migrasi Internasional Berbasiskan Perlindungan dan Pengembangan Ekonomi bagi Tenaga Kerja Indonesia (TKI). Pada tahun 2015 Penulis memperoleh predikat Pemenang Lomba Buku Ajar DIKTI dengan buku berjudul Strategi Manajemen Sumberdaya Manusia. Tahun 2017 mendapatkan predikat pemenang Penelitian Dosen Nasional PPT dengan judul Model Strategi Perbankan Syariah menghadapi MEA.

Penulis aktif di Seminar Nasional dan Konferensi Internasional untuk menjadi pemateri bidang Ekonomi dan Manajemen khususnya Manajemen Migrasi TKI di The University of New Castle (2012), The University of Western Sydney (2013),

The Australian National University (2013), *The University of New England* (2015). Penulis juga menjadi Ketua Jurnal Ekonomi dan Manajemen di Universitas Tribhuwana Tungadewi serta aktif membantu masyarakat untuk belajar bahasa Inggris gratis dan strategi memperoleh beasiswa kuliah di dalam dan luar negeri. Saat ini, penulis juga menjadi Direktur Lembaga Pengembangan Sumberdaya Manusia, Penelitian dan Penerbitan bernama *International Research and Development for Human Beings* (IRDH) www.irdhresearch.com.

B. Adrian Junaidar Handayanto, ST., MBA

Adrian Junaidar Handayanto lahir pada tanggal 12 Juni 1982 di Adelaide, Australia. Penulis mengenyam pendidikan Strata Satu di Universitas Brawijaya Malang, dengan mengambil jurusan Teknik Mesin. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan Magister di Universitas Gajahmada Yogyakarta dengan mengambil jurusan Magister Manajemen.

Penulis menamatkan pendidikan magister pada tahun 2014 dengan judul disertasi “Analisis Kesadaran Konsumen Terhadap Kegiatan Komunikasi di Twitter dan Ekuitas Merek Bear Brand”. Kini penulis telah menetap di Kota Malang , tepatnya di JL. Telaga Warna Blok C, Kota Malang.

C. Akhmad Mukoffi, SE.,MSA

Penulis yang lahir di Sampang , 6 Agustus 1974 ini adalah seorang dosen sekaligus lektor di Universitas Tribuana Tungadewi Malang. Penulis kini telah menetap di JL. Telaga Warna, Tlogomas Malang.

Penulis menamatkan pendidikan strata satu di Universitas Widyagama Malang pada tahun 1998. Kemudian melanjutkan program magister di Universitas Brawijaya Malang yang selesai pada tahun 2004. Dari program S-1 dan S-2 penulis mengambil jurusan Akutansi.