

Majalah Tri Wulan
Prodi Ekonomi Syari'ah
STAIN Kudus

Muamalat

Inspirasi
Ekonomi
Syari'ah

Vol. 2 No. 2
Apr - Jun
2014



Menyambut Gembira
Pergeseran
Makna Difabel

Distribusi Kekayaan
dalam Sistem
Ekonomi Islam

Ekonomi Syariah
dalam
Teropong Tasawuf

Tantangan Perbankan
Syariah Indonesia
di Era Modern

Daftar Isi

- INTEGRASI ANTARA ILMU NORMATIF DAN POSITIF ~ 4
Rayu Tri Cahya
- PEMAHAMAN PRINSIP DAN ETIKA DALAM BISNIS SYARIAH ~ 9
Tina Martini
- KONSEP DASAR EKONOMI ISLAM ~ 14
Amirus Sodik
- EFEKTIVITAS PENGAWASAN OJK TERHADAP PERBANKAN SYARIAH ~ 19
M. Anif Hakim
- TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DAN AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL ~ 24
Suhadi
- MATERIALISME HISTORIS DALAM SISTEM EKONOMI SOSIALIS ~ 29
Muhamad Mustaqim
- RELEVANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH DALAM SISTEM KEUANGAN ISLAM ~ 34
Ahmad Supriyadi, S.Ag. M.Hum.
- INOVASI PRODUK: KUNCI SUKSES PENGEMBANGAN BANK SYARIAH ~ 40
Anita Rahmawaty
- MENYAMBUT GEMBLA PERGESERAN MAKNA DIFABEL ~ 47
Elawati Rahayu Ningsih
- DISTRIBUSI KEKAYAAN DALAM SISTEM EKONOMI ISLAM ~ 54
Muhammad Husni M.
- PROBLEMATIKA PENGEMBANGAN LEMBAGA PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA ~ 59
Irsad Andriyanto, M.Si.
- EKONOMI SYARIAH DALAM TEROPONG TASAWUF ~ 66
Fathul Muftid
- TANTANGAN PERBANKAN SYARIAH INDONESIA DI ERA MODERN ~ 71
Joenal Arifin
- TUGAS DAN WEWENANG KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA (KPPU) DALAM PERSAINGAN USAHA DI INDONESIA ~ 76
Junaidi Abdullah
- KEBUTUHAN MANUSIA DALAM ARTI EKONOMI ~ 81
Karebet Gunawan
- PRO-KONTRA PT DI BAWAH KEMRISTEK-KEMENDIKBUD ~ 86
Lina Kushidayati
- KEBUJAKAN QUR'ANI TERKAIT DISTRIBUSI HARTA KEKAYAAN ~ 89
Ummu Farida
- BENARKAH RIBA MERUSAK TATANAN EKONOMI? ~ 98
Murtadho Ridwan
- AKAD DALAM MUAMALAH ~ 103
Shobirin, S.Ag. M.Ag
- BA'ITUL MAL WATTAMWIL (BMT) AND POVERTY ALLEVIATION ~ 111
Wahbur Rokhman

SUSUNAN REDAKSI MAJALAH MUAMALAT

Vol. 2, No. 2, April-Juni 2014

Penanggung Jawab

Shobirin, M.Ag.

Redaktur

Suhadi, SE, MSA

H. M. Husni Mubarak, SE, MM

Penyunting

Karebet Gunawan, SE, MM

Amirus Sodik, Lc., M.A.

Desain Grafis & Fotografer

Rosita Afiany, SE

Lina Kushidayati, SHI, MA

Sekretariat

Junaidi Abdullah, S.Ag, M.Hum

Irsad Andriyanto, SE, M.Si.

Majalah Tri Wulan Muamalat
diterbitkan oleh Prodi
Ekonomi Syari'ah
STAIN Kudus



INOVASI PRODUK: KUNCI SUKSES PENGEMBANGAN BANK SYARIAH

Oleh: Anita Rahmawaty

Pendahuluan

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar, Indonesia sudah selayaknya menjadi pelopor pengembangan keuangan syariah di dunia. Hal ini bukan merupakan 'impian yang mustahil' karena potensi Indonesia untuk menjadi *global player* keuangan syariah sangat besar. Alamsyah (2012: 1) mengungkapkan bahwa dalam penilaian *Global Islamic Financial Report (GIFR)* tahun 2011, Indonesia menduduki urutan keempat negara yang memiliki potensi dan kondusif dalam pengembangan industri keuangan syariah setelah Iran, Malaysia dan Saudi Arabia. Bahkan, berdasarkan beberapa aspek dalam penghitungan indeks, seperti jumlah bank syariah, jumlah lembaga keuangan non-bank syariah, maupun ukuran aset keuangan syariah yang memiliki bobot terbesar, maka Indonesia diproyeksikan akan menduduki peringkat pertama dalam beberapa tahun ke depan.

Namun, perlu disadari, masih

ada beberapa tantangan yang harus dihadapi perbankan syariah agar dapat meningkatkan kualitas pertumbuhan dan mempertahankan akselerasinya secara berkesinambungan, di antaranya adalah inovasi produk perbankan syariah di Indonesia masih kurang dan masih jauh tertinggal. Produknya masih monoton, bahkan terkesan kaku dan kurang dinamis (Agustianto, 2011: 1). Berdasarkan kajian dari praktisi perbankan syariah dari *Kuwait Investment Company*, *Baljeet Kaur Grewal* (2007), sebagaimana diungkapkan oleh Agustianto (2011: 1), negara-negara pengembang bank syariah diklasifikasikan menjadi empat kluster. Kluster keempat (tertinggi) adalah Malaysia, Kuwait, Bahrain dan Uni Emirat Arab; Kluster ketiga adalah Indonesia, Brunei, Afrika Utara, Turki dan Qatar; Kluster kedua adalah Jerman, USA, Singapura, Lebanon dan Syria, sedangkan kluster yang paling rendah adalah China, India, Hongkong dan

Azerbaijan.

Dengan demikian, data di atas menunjukkan bahwa Indonesia menduduki kluster ketiga dalam inovasi produk bank syariah dan pengembangan pasar. Sedangkan kluster keempat yang merupakan kluster tertinggi adalah Malaysia, Kuwait, Uni Emirat Arab dan Bahrain. Kluster keempat adalah negara yang paling inovatif dan variatif dalam pengembangan produk. Sementara Indonesia, Brunei Darussalam dan Afrika Utara, Turkey dan Qatar masih berada di bawah negara kluster keempat.

Definisi dan Kerangka Dasar Inovasi Produk

Schumpeter (dalam Indriati, 2011: 16) mendefinisikan inovasi (*innovation*) sebagai proses pembuatan produk komersial dari suatu hasil ciptaan (*invention*). Gumusluoglu, dkk (dalam Indriati, 2011: 17) mengemukakan bahwa "*innovation is defined as the successful implementation of creation ideas within an organization*". Sementara itu, Indriati (2011: 16-17) menjelaskan bahwa inovasi berawal dari lahirnya ide dan gagasan baru. Sementara kemampuan untuk membangkitkan ide dan gagasan baru tersebut dikenal dengan kreativitas. Untuk itu, inovasi sering dikaitkan dengan pengembangan produk, proses dan teknologi. Dalam realitanya, inovasi dapat pula

diterapkan pada semua bidang dalam perusahaan, seperti keuangan, model bisnis, logistik, teknologi informasi, pemasaran, distribusi, sumber daya manusia, dan sebagainya.

Di era transaksi keuangan modern yang semakin kompleks, inovasi produk menjadi strategi prioritas bagi bank syariah, sebab inovasi memiliki peran penting di tengah pasar yang kompetitif. Industri perbankan syariah harus terus melakukan inovasi-inovasi baru. Selama ini, produk-produk bank syaria'ah yang ada sekarang cenderung statis, hanya terbatas di tabungan, deposito, giro, pembiayaan murabahah, mudharabah, syirkah, dan itu sangat sedikit sekali. Menurut Agustianto (2011: 1), menciptakan inovasi produk bukan hanya dengan meniru atau merujuk produk-produk yang sudah dipraktekkan di luar negeri. Inovasi produk dapat dilakukan dengan menggali dan mengembangkan secara kreatif konsep-konsep fiqh muamalah kontemporer dengan menggunakan ilmu *ushul fiqh*, *qawaid fiqh*, *tarikh tasyri'* dan *falsafahnya*, serta dan ilmu *maqashid syariah*. Metode *Ijtihad insya'iy* dan *ijtihad intiqai'iy* sangat diperlukan dalam melakukan inovasi produk.

Saat ini, masih ada sekitar 50-an konsep lagi yang perlu dikembangkan sebagai produk khas bank syariah, selain dari fatwa DSN yang sudah ada. Produk-produk inovatif tersebut siap

dijadikan rujukan, dalam inovasi produk di tengah persaingan dengan bank konvensional dan semakin kompleknya kebutuhan finansial masyarakat. Penggalan inovasi produk ini akan menciptakan produk yang unggul dan khas syariah, yang pada gilirannya akan mewujudkan differensiasi produk. Upaya inovasi semacam inilah yang akan membedakan produk-produk bank syariah dengan bank-konvensional, sehingga tidak muncul tuduhan simplistis yang mengatakan bahwa produk bank syariah itu hanyalah jiplakan semata dari bank konvensional yang ditambah label atau akad-akad syariah (Agustianto, 2011: 2).

Dalam pengembangan inovasi produk, Bank Indonesia sebagai lembaga independen dan regulator mengadakan pertemuan bersama Dewan Direktur Pasar Keuangan Syariah Internasional (*International Islamic Financial Market (IIFM) Board of Director Meeting*). Pertemuan ini membahas tema-tema dalam pengembangan dan inovasi produk, seperti *sukuk, hedging and liquidity management in Islamic Finance*. Pertemuan ini merupakan upaya mendiseminasikan standar yang diterbitkan IIFM dan salah satu momentum menjaga dan meningkatkan perkembangan perbankan syariah guna mendorong inovasi produk dan memenuhi kebutuhan *hedging and liquidity*

management di sektor keuangan dan perdagangan internasional (Sukardi, 2012: 6).

Oleh karena itu, pengembangan inovasi produk keuangan syariah harus dirancang instrumennya dan sesuai dengan standar internasional, inovasi produk yang dilakukan harus merujuk pada rumusan strategi pengembangan perbankan syariah dengan melihat pasar domestik di Indonesia. Selain itu, inovasi produk juga harus disesuaikan dengan kualitas produk, kehandalan SDM, fasilitas layanan dan teknologi serta perluasan jaringan pelayanan serta berpedoman pada fatwa MUI yang telah ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional (Sukardi, 2012: 6).

Inovasi Produk: Kunci Pengembangan Bank Syariah

Inovasi produk sangat berkaitan erat dengan pengembangan pasar bank syariah. Semakin inovatif bank syariah membuat produk, semakin cepat pula pasar berkembang. Sebaliknya, semakin lemah inovasi produk bank syariah, semakin lambat pula pengembangan pasar (*market expansion*). Oleh karena itu, praktisi perbankan syariah harus melakukan inovasi produk dan inisiatif akselerasi luar biasa dalam pengembangan pasar dan pengembangan produk (Agustianto, 2011: 1).

Menurut Agustianto (2011: 1), kurangnya inovasi produk

perbankan syariah bisa disebabkan oleh kemampuan SDM yang masih terbatas. Umumnya, para *officer* bank syariah sudah memahami konsep dasar produk syariah yang sudah ada, namun masih banyak *officer* bank syariah yang belum memahami dengan baik konsep dan penerapan fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional yang jumlahnya sudah mencapai 78 fatwa. Akibatnya, masih banyak fatwa DSN MUI yang belum diterapkan sebagian besar bank syariah, seperti pembiayaan rekening koran, pembiayaan multi jasa, *syirkah mutanaqishah*, *mudharabah musytarakah*, *ijarah muwazy*, *hiwalah* pada anjak piutang, L/C dan lain-lain.

Dengan demikian, inovasi produk menjadi kunci perbankan syariah untuk lebih kompetitif dan lebih berkembang dengan cepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Inovasi produk harus menjadi strategi prioritas bagi bank syariah, karena inovasi memiliki peran penting dalam merambah dan menguasai pasar yang selalu berubah. Untuk itu, industri perbankan syariah dituntut terus-menerus melakukan inovasi-inovasi baru secara kreatif. Keberhasilan sistem perbankan syariah di masa depan akan banyak tergantung kepada kemampuan bank-bank syariah menyajikan produk-produk yang menarik, kompetitif dan memberikan kemudahan transaksi, sesuai dengan kebutuhan masyarakat

dan industri pasar (Sukardi, 2012: 3).

Dalam melakukan inovasi produk, bank syariah seharusnya memperhatikan poin-poin berikut sebagai pilar inovasi produk. Agustianto (2009: 2-3) mengemukakan pilar inovasi produk itu sebagai berikut: *Pertama*, inovasi produk seharusnya dikembangkan dengan dukungan teknologi informasi dan telekomunikasi yang semakin canggih, sehingga mempermudah urusan konsumen dan meningkatkan efisiensi kegiatan usaha para konsumen. Tanpa teknologi canggih, bank syariah tidak akan mampu bersaing dengan bank konvensional sehingga transaksi perbankan secara elektronik telah menjadi kebutuhan yang tak terelakkan.

Kedua, keharusan memahami karakter bisnis sektor riil. Peningkatan kualitas SDM tidak saja dari aspek keilmuan syariah di bidang *fiqh muamalah*, *ushul fiqh*, *qawaid fiqh* dan *maqashid syariah*, tetapi juga dari bidang bisnis yang lain, seperti pemahaman yang baik tentang karakter bisnis sektor riil secara variatif, seperti perdagangan, industri manufaktur, infra struktur, pertambangan, telekomunikasi, properti, pertanian, peternakan, perikanan, dan sebagainya.

Ketiga, untuk mengembangkan produk-produk yang bervariasi dan menarik, bank syariah di Indonesia dapat membangun hubungan kerjasama atau berafiliasi

dengan lembaga-lembaga keuangan internasional.

Keempat, dalam melakukan inovasi produk diperlukan efisiensi dan efektivitas dalam mengembangkan produk bank syariah. Inovasi produk harus memperhatikan aspek *price* sehingga tetap bisa bersaing dengan *price* bank konvensional.

Kelima, dalam melakukan inovasi produk perlu diperhatikan pencitraan, positioning dan diferensiasi. Ada tiga faktor penentu yang menentukan pencitraan bank syariah, yaitu: (1) menunjukkan universalitas, terbuka dan inklusif; (2) mengembangkan produk-produk baru yang lebih beragam dan skema keuangan yang lebih bervariasi; dan (3) memiliki *people* dan fasilitas yang memungkinkan keunikan produk yang bisa dinikmati kapan pun dan di mana pun.

Keenam, dalam melakukan inovasi produk, terutama produk yang berasal dari luar negeri atau dari pengembangan fiqh muamalah kontemporer harus mengusulkan pemberian fatwa dari Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI.

Model Inovasi Produk Perbankan Syari'ah

Model inovasi produk-produk bank syari'ah, baik produk *financing*, *funding*, jasa-jasa, maupun *treasury products*, yang bisa dikembangkan

di bank syariah adalah pembiayaan multiguna, KTA (Kredit Tanpa Agunan), *murabahah commodity* untuk *treasury product*, pembiayaan perkebunan sawit dengan metode Margin During Contruction, *bay' wafa'* dan *bay' istighlal* untuk usaha mikro, hedging dengan *forward* dan *swap*, dan *tawarruq* emas berlandaskan istihsan dan maslahah. Agustianto (2011: 1-3) memaparkan beberapa model inovasi produk perbankan syari'ah adalah sebagai berikut:

1. Pembiayaan multiguna

Pembiayaan multiguna dapat menggunakan skim *tawarruq* emas atau *bay wafa wal ijarah* yang disebut dengan *bay' istighlal*. Skim *tawarruq* emas ini diambil dari banyak buku fiqh, terutama buku *Tawarruq Mashrafi 'an Thoriq bay' al-ma'adin*. Mayoritas ulama menyetujui *bay' tawarruq*. Namun Umar bin Abdul Aziz, Ibnu Taymiyah dan Ibnu Qayyim memakruhkannya. Fatwa ulama OKI hanya mengharamkan *tawarruq munazzam* yang banyak dilakukan sebagian bank syariah Malaysia. *Tawarruq munazzam* tidak lain adalah *bay al-'inah* itu sendiri, maka hukumnya dilarang.

Untuk itu, jika kita mengambil pendapat mayoritas ulama, maka *tawarruq* dapat diterapkan. Namun jika kita mengambil pendapat Umar bin Abdul Aziz, Ibnu Taymiyah dan Ibnu Qayyim, maka kemakruhannya

dapat dihilangkan dengan metode istihsan, masalah dan *maqashid* dan harus bisa ditunjukkan bahwa *tawarruq* yang hendak diterapkan di perbankan, harus berbedakarakternya dengan *tawarruq* yang dimakruhkan oleh sebagian ulama. Pada *tawarruq* di perbankan itu, harus ada syarat ketat dari bank syariah, yaitu dana *tawarruq* harus digunakan untuk sektor riil (produktif), seperti usaha mikro, pertanian dan kegiatan usaha produktif lainnya, atau semi produktif seperti pendidikan, renovasi rumah, dan sebagainya.

2. KTA Syariah

Skim *tawarruq* emas juga dapat digunakan untuk pembiayaan KTA syariah. Produk KTA syariah harus diluncurkan dan dikembangkan, mengingat saat ini bank-bank asing konvensional sangat gencar menawarkan produk KTA konvensional. Potensi pasar KTA syaria'ah mencapai 2000 triliun rupiah, sedangkan skim akad yang bisa digunakan untuk KTA syariah tersebut, antara lain adalah *tawarruq* (emas) atau *bay wafa' dan istighlal*.

3. Margin During Contruction (MDC)

Tawarruq emas yang berlandaskan istihsan dan masalah dapat pula digunakan untuk pembiayaan perkebunan sawit, di mana produksinya (hasil buahnya) baru akan terjadi 4 tahun mendatang. Skim akad *tawarruq* emas yang digunakan dalam pembiayaan ini,

bukanlah *tawarruq* biasa dalam fikih klasik, melainkan *tawarruq mashrafiy* ini bukanlah tanpa control, tanpa *visibility study* dan tanpa *underlying asset*. Bahkan *underlying asset*-nya berganda, yaitu emas sebagai media jual beli dan usaha produktif riil perkebunan sawit. Hal ini didasarkan pada penerapan metode istihsan, di mana *tawarruq emas* ini memiliki kekhususan yang berbeda dengan *tawarruq* yang dimakruhkan, *tawarruq* emas ini memiliki *purpose financing* yang jelas untuk sektor riil dan memiliki *multiplier effect* untuk menghidupkan ekonomi masyarakat. Dalam konteks ini pembiayaan sawit dengan model *tawarruq* ini mengandung kemaslahatan yang jelas. Dengan demikian penerapan *tawarruq* emas untuk pembiayaan sawit dengan sistem *margin during contruction (MDC)* memiliki dalil yang kuat secara syariah (ushul fiqh), yaitu istihsan dan masalah.

Last but not least, saat ini penciptaan inovasi produk perbankan syaria'ah menjadi suatu keniscayaan. Hal ini dikarenakan inovasi produk perbankan syariah masih sangat jauh tertinggal. Produknya masih monoton, bahkan terkesan kaku dan kurang dinamis. Perbankan syariah harus mengembangkan variasi dan kombinasi produk-produknya, sehingga dapat menambah daya tarik bank syaria'ah dan dapat

meningkatkan dinamisme perbankan syari'ah di tengah-tengah masyarakat modern yang semakin kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

Agustianto, "Metode dan Pilar Inovasi Produk Bank Syari'ah", diakses dari www.agustiantocentre.com tanggal 14-10-2009.

-----, "Inovasi Produk Perbankan Syari'ah", diakses dari www.agustiantocentre.com tanggal 21-04-2011.

-----, "Model dan Skim Inovasi Produk Perbankan Syari'ah", diakses dari www.agustiantocentre.com tanggal 21-04-2011.

-----, "Hybrid Contract dalam Keuangan Syari'ah", diakses dari www.agustiantocentre.com tanggal 22-06-2013.

Alamsyah, Halim, "Perkembangan dan Prospek Perbankan Syari'ah Indonesia: Tantangan dalam Menyongsong MEA 2015", dalam Milad ke-8 Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI), 13 April 2012.

Indriati, Henni, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia", *Tesis*, Program Pascasarjana Program Studi Kajian Timur Tengah dan Islam Kekhususan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Universitas Indonesia, Juli, 2011.

Sukardi, Budi, "Kepatuhan Syariah (Shariah Compliance) dan Inovasi Produk Bank Syariah di Indonesia", dalam *Jurnal AKADEMIKA*, STAIN Metro, Vol. 17, No.2, 2012.