

Model 'Perilaku Keuangan' PERBANKAN SYARIAH



Dr Rifki Ismal

Dosen Ekonomi Syariah UI dan Peneliti Tamu CIBEST IPB

Industri perbankan syariah memiliki perilaku keuangan dalam hal berinvestasi, menyimpan dana, merespon kebutuhan dana jangka pendek dan merespon kebijakan moneter syariah. Artikel ini mencoba menjelaskan hasil riset model perilaku keuangan syariah di industri perbankan syariah Indonesia yang mencoba menangkap dan menjelaskan perilaku nasabah, pengusaha, bank syariah dan bank sentral. Perilaku dimaksud utamanya perilaku keuangan jangka pendek termasuk langkah strategis apa yang dapat dilakukan oleh pihak-pihak terkait.

Secara khusus, model perilaku keuangan tersebut mencakup empat sektor di industri perbankan syariah. Pertama, sisi *liability* atau sisi nasabah yang menunjukkan perilaku nasabah dalam menyimpan dana di bank syariah, merespon bagi hasil yang diberikan bank syariah, menilai kinerja dan pelayanan bank syariah, dan lain-lain.

Kedua, sisi aset atau sisi pengusaha dan bank syariah, yang mencerminkan interaksi bisnis antara bank syariah dan pengusaha, serta kinerja sektor riil dan evaluasi bank syariah terhadap kinerja pengusaha. Ketiga, sisi manajemen likuiditas bank syariah, yang menginformasikan perilaku bank syariah dalam memenuhi kebutuhan dana jangka pendek. Dan keempat, sisi moneter, yaitu interaksi antara bank syariah dan bank sentral terkait dengan kebijakan moneter syariah.

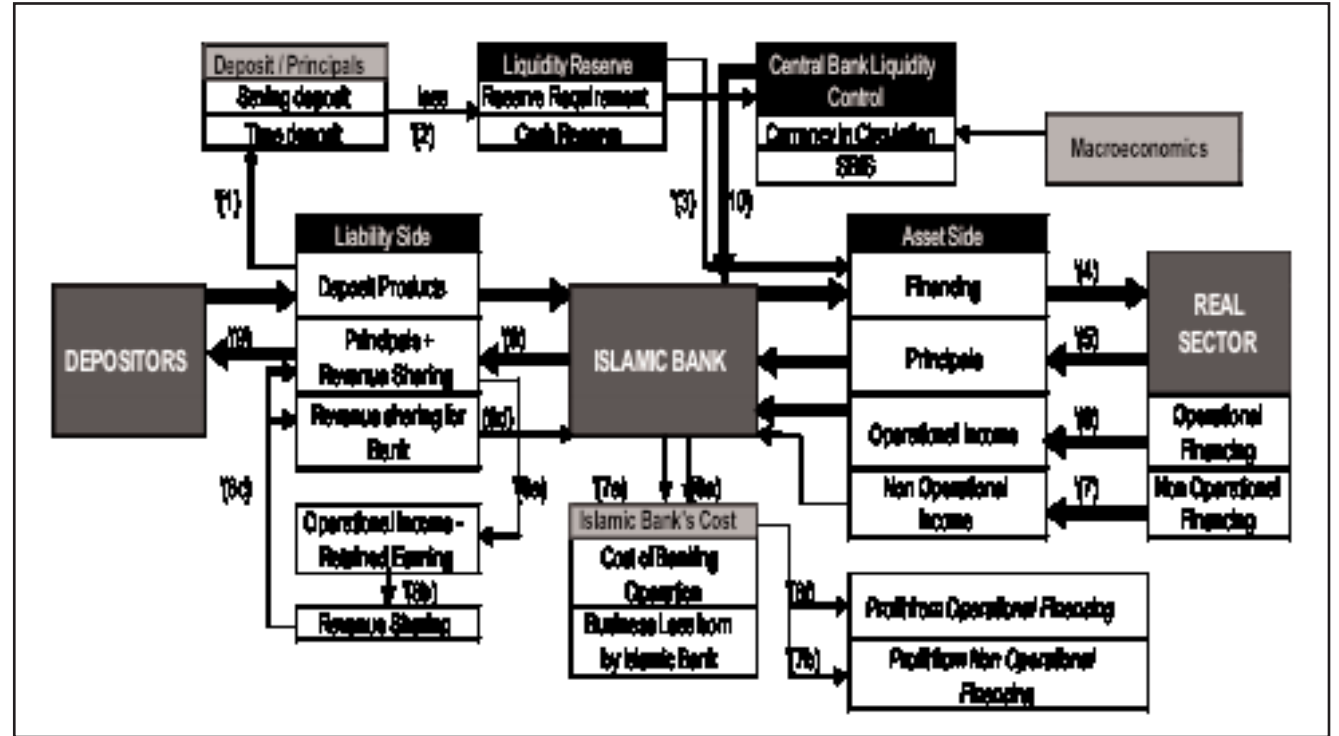
Gambar 1 menjelaskan aliran dana di industri perbankan syariah yang berawal dari perilaku nasabah dalam menyimpan dana di instrumen yang produktif di bank syariah, yaitu berupa tabungan atau deposito. Dana pihak ketiga (DPK) yang dihimpun oleh bank syariah sebagian kecil disisihkan untuk keperluan manajemen likuiditas, baik di internal bank maupun ditempatkan di instrumen moneter syariah, seperti SBIS, di bank sentral.

Bank syariah kemudian menyalurkan pembiayaan ke sektor riil dalam bentuk pembiayaan operasional (mayoritas) dan non operasional (minoritas). Pendapatan pembiayaan operasional akan dibagi dengan nasabah, sedangkan pendapatan pembiayaan non operasional yang merupakan kebijakan internal bank syariah, tidak dibagi dengan nasabah. Setelah dikurangi biaya-biaya yang ada, bank syariah akan memperoleh keuntungan operasional dan non operasional.

Hasil penelitian

Dengan menggunakan pendekatan *Vector Autoregressive* (VAR) dan data bulanan industri perbankan syariah dari tahun 2001 hingga 2012, model yang dibangun menghasilkan beberapa temuan menarik dari sisi *liability*, aset, manajemen likuiditas dan kebijakan moneter syariah.

Pertama, perilaku nasabah bank syariah adalah: terkait bagi hasil (*revenue sharing*) yang dibayarkan oleh bank syariah di bulan berjalan, ternyata memberikan dampak positif bagi keputusan penanaman dana mereka di bank syariah. Kemudian



berikutnya, pendapatan dari pembiayaan operasional satu semester yang lalu dan biaya-biaya operasional maupun non operasional yang mencerminkan operasi bank syariah, juga dipertimbangkan oleh nasabah. Selain itu, nasabah mempertimbangkan jumlah simpanan yang telah ditempatkan di perbankan syariah, dan manfaat yang telah mereka peroleh secara umum, seperti pelayanan, kepuasan pelanggan, dan *revenue sharing*.

Kedua, perilaku pengusaha dan bank syariah di sisi aset menunjukkan beberapa perilaku yang menarik untuk dicermati, yaitu: kebijakan pembiayaan bank syariah ditentukan oleh bagi hasil pembiayaan operasional dan non operasional yang mereka peroleh dalam jangka pendek (triwulan pertama) dari para pengusaha (kinerja para pengusaha). Hal ini juga dipengaruhi oleh biaya-biaya terkait pembiayaan (efisiensi operasional perbankan) di paruh pertama setiap tahun. Selain itu, bank syariah juga mengevaluasi kebijakan pembiayaan (kebijakan investasi) secara umum dalam jangka pendek yang telah disalurkan kepada sektor riil. Terakhir, bank syariah tentunya mempertimbangkan rasio dan jumlah bagi hasil (*revenue sharing*) yang akan mereka berikan kepada nasabah.

Ketiga, perilaku manajemen likuiditas bank syariah menunjukkan bahwa: jumlah cadangan likuiditas bulan lalu, kemungkinan penarikan dana oleh nasabah di bulan berjalan, dan pembiayaan bermasalah satu tahun terakhir, menentukan kebijakan manajemen likuiditas bank syariah. Selain itu, keuntungan dari pembiayaan dan *revenue sharing* yang dibayarkan kepada nasabah juga dipertimbangkan, terutama untuk mengantisipasi persepsi dan ekspektasi nasabah yang selalu berharap pembayaran *revenue sharing* yang kompetitif dan menguntungkan dari bank syariah.

Terakhir, kebijakan moneter syariah menunjukkan bahwa: posisi



Wahdan Hidayat/Republika

bulan berjalan dan triwulan pertama giro wajib minimum (GWM) menentukan penempatan bank syariah di instrumen moneter syariah. Selain itu, posisi *outstanding* Sertifikat Bank Indonesia Syariah (SBIS) di jangka pendek sampai menengah juga menentukan respon bank syariah terhadap kebijakan moneter bank syariah. Kemudian, posisi jumlah uang beredar di jangka pendek dan satu tahun, menjadi salah satu pertimbangan utama bank sentral dalam melakukan kebijakan moneter syariah.

Langkah strategis

Dari temuan-temuan di atas, ada lima langkah strategis yang dapat diambil, yaitu antara lain: pertama, perilaku nasabah dalam menempatkan dana di bank syariah adalah berjangka pendek dan sangat sensitif dengan kinerja bank syariah. Untuk mempertahankan loyalitas dan meningkatkan jumlah nasabah, bank syariah harus selalu berkinerja baik, kompetitif dan dapat memenuhi ekspektasi nasabah.

Kedua, perilaku penarikan dana

nasabah bergantung kepada efisiensi dan operasi bank syariah disamping kebutuhan dana jangka pendek nasabah. Ketiga, bank syariah mengevaluasi kinerja pengusaha dan sektor riil pada rentang waktu yang lebih panjang ketimbang evaluasi yang dilakukan oleh nasabah. Artinya, apabila ekspektasi nasabah meningkat dalam jangka pendek, hal ini tidak dapat dipenuhi oleh bank syariah.

Keempat, nasabah yang lebih paham dan teredukasi dengan operasi bank syariah akan menguntungkan bank syariah dalam melakukan pembiayaan dan manajemen likuiditas. Karena itu, edukasi ini harus mendapat prioritas utama. Kelima, operasi moneter syariah berjalan baik terutama dalam mengantisipasi kebutuhan jangka pendek bank syariah, stabilitas keuangan dan perbankan syariah.

Hasil kajian dan temuan-temuan di atas semoga dapat bermanfaat bagi pemahaman stakeholder terhadap perilaku keuangan di industri perbankan syariah. Utamanya, dalam rangka mendukung pengembangan industri perbankan syariah. *Wallahu a'lam.* ■

TSAQOFI

Penguatan Ruh LKS



Dr Irfan Syauiq Beik
Ketua Prodi Ekonomi Syariah FEM IPB

Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan industri keuangan syariah semakin pesat dari waktu ke waktu. Total aset BUS, UUS dan BPRS misalnya, menurut data BI telah menyentuh angka Rp 173,03 triliun per September 2012. Demikian pula dengan perkembangan penerbitan sukuk negara (SBSN) dan sukuk korporasi yang juga mengindikasikan kinerja yang baik. Hingga 1 November 2012, total sukuk yang telah diterbitkan mencapai angka Rp 128 triliun, dengan pangsa pasar yang mencapai angka hampir 10 persen dari keseluruhan penerbitan obligasi. Barangkali inilah *market share* instrumen keuangan syariah yang paling besar dibandingkan dengan yang lainnya, jauh melebihi pangsa pasar asuransi syariah yang baru mencapai angka 3,3 persen dan perbankan syariah yang baru menyentuh level 4,2 persen.

Namun demikian, satu hal yang perlu disadari bahwa misi keuangan syariah bukan sekedar meningkatkan nilai aset dan volume dana yang dimiliki, bukan pula semata-mata menaikkan tingkat *profitability* dan meminimalisir angka pembiayaan bermasalah. Akan tetapi lebih dari itu, yaitu bagaimana agar keuangan syariah dapat mengatasi problematika perekonomian global saat ini, meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang hakiki, mengurangi kemiskinan dan kesenjangan pendapatan, serta menciptakan tatanan kehidupan yang lebih adil dan bermartabat. Karena itu, pendekatan keuan-

gan syariah, di samping didasarkan pada penggunaan akad dan inovasi bisnis yang tepat, juga harus didasarkan pada pendekatan nilai (*values*). Kata "syariah" yang melekat pada setiap lembaga keuangan syariah (LKS), harus dimaknai sebagai misi mulia yang harus diemban oleh LKS, yaitu misi untuk menampilkan ajaran Islam yang komprehensif dalam bidang ekonomi dan bisnis.

Oleh karena itu, agar misi mulia ini dapat tercapai dengan baik, maka penguatan "ruh" keuangan syariah menjadi hal yang bersifat mutlak. Ruh adalah spirit yang akan memberikan kekuatan kepada lembaga keuangan syariah untuk dapat 'menghidupkan' kegiatan perekonomian sesuai dengan prinsip ajaran Islam. Paling tidak, ada empat spirit yang harus terpatrit pada setiap LKS di negeri ini. Yaitu, *ruhul 'azimah* (spirit niat dan motivasi), *ruhul ta'awun* (spirit bersinergi), *ruhul intima* (spirit keberpihakan), dan *ruhul jama'ah* (spirit berjamaah).

Empat spirit (ruh)

Yang pertama adalah *ruhul 'azimah*, atau spirit niat dan motivasi. Harus disadari bahwa niat dan motivasi adalah faktor yang sangat fundamental dan menentukan kualitas performa suatu lembaga keuangan syariah, maupun individu-individu yang terlibat di dalamnya. Ketika niat dan motivasi ini adalah karena Allah, maka *profit motive* dan *social motive* akan berjalan beringan serta akan saling memperkuat. Sebab selama ini, yang muncul adalah paradigma seolah-

olah antara motif profit dan motif sosial adalah dua entitas yang saling bertolak belakang. Dengan paradigma seperti ini, maka "sisi sosial" LKS hanya akan dianggap sebagai sebuah "beban kewajiban", dan bukan menjadi bagian integral dari misi yang harus ditunaikan. Inilah persepsi yang harus diperbaiki.

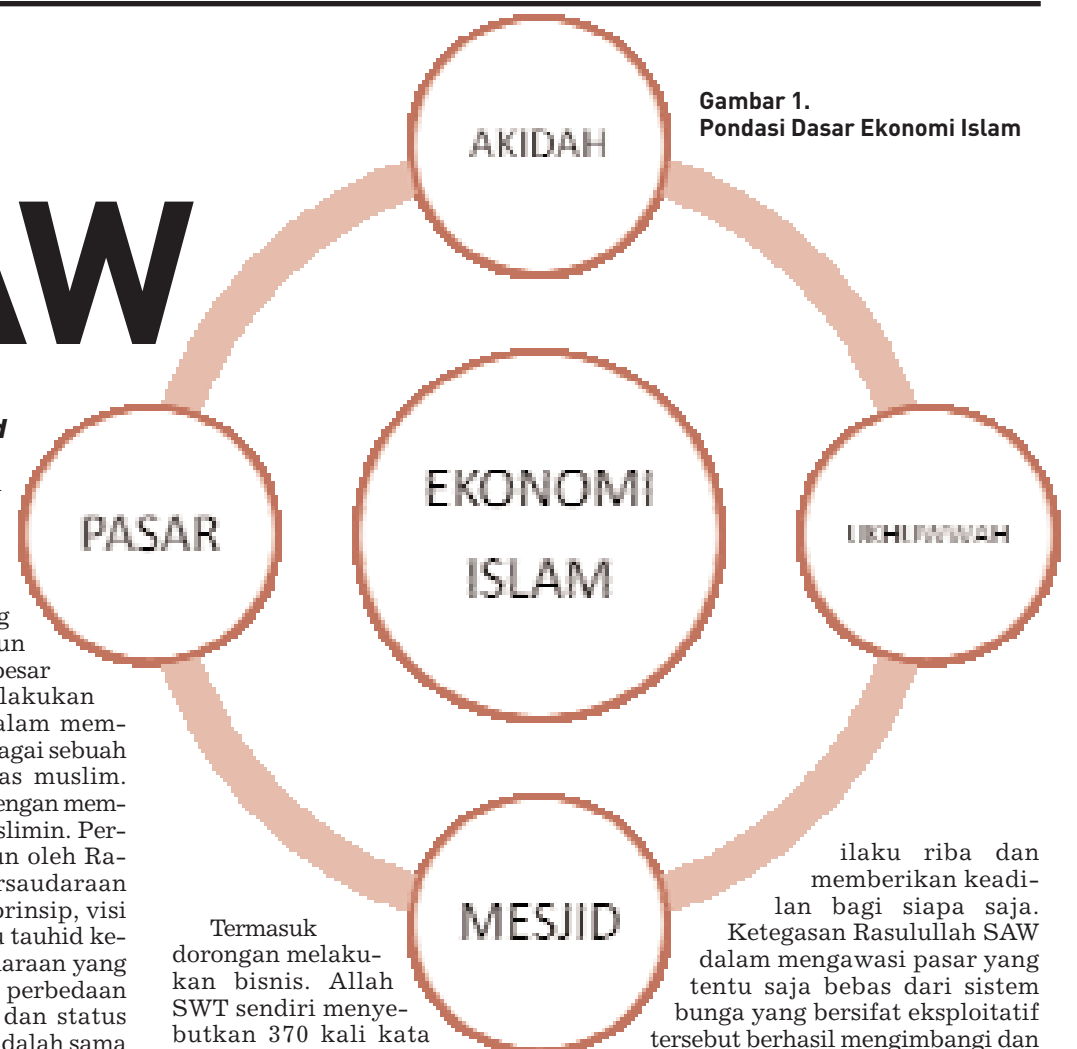
Yang kedua adalah *ruhul ta'awun*, atau spirit untuk bersinergi. Inilah barangkali yang menjadi salah satu tantangan terbesar yang dihadapi LKS, yaitu bagaimana memperkuat sinergi satu sama lain. Kuatnya paradigma kompetisi ala konvensional, dimana satu sama lain berusaha untuk memperbesar pangsa pasar masing-masing, sering menyebabkan friksi di lapangan. Misalnya, berusaha memasarkan produk LKS sendiri tetapi dengan menjelekkkan LKS pesaing. Kemudian senang mengungkap kelemahan institusi lain dan menganggap institusi sendiri paling hebat. Atau memanfaatkan kesulitan yang dihadapi LKS lain untuk kepentingan LKS sendiri. Padahal yang harus disadari, bahwa kita saat ini tengah berhadapan dengan hegemoni institusi ekonomi dan keuangan konvensional yang telah berkuasa sejak republik ini berdiri. Karena itu, tanpa adanya sinergi yang bersumber dari prinsip keikhlasan dan kesediaan untuk saling berbagi, mustahil hegemoni tersebut dapat dikalahkan.

Ketiga, *ruhul intima* (spirit keberpihakan). Keberpihakan ini menjadi kata kunci arah masa depan industri keuangan syariah. LKS harus tetap

memiliki keberpihakan untuk memajukan perekonomian umat, terutama UMKM yang notabene mayoritas milik umat. Masyarakat, termasuk kalangan pengusaha, harus diajak berpihak pada keuangan syariah dengan cara menabung di bank syariah, berasuransi dengan asuransi syariah, bertransaksi dan berinvestasi dengan instrumen investasi syariah, dan menggunakan jasa produk keuangan syariah lainnya. Demikian pula dengan pemerintah, harus didorong untuk berpihak pada keuangan syariah. Regulasi dan aturan yang menghambat perkembangan LKS harus diselesaikan, seperti potensi pajak ganda pada akad *ijarah* dan *ijarah muntahiyah bit tamlik* (IMBT). Meski telah ada PMK (Peraturan Menteri Keuangan) terkait hal tersebut, namun potensi pajak ganda tersebut masih ada. Bagaimana LKS akan mengembangkan inovasi produk jika aturan hukum positif belum sepenuhnya mendukung?

Sedangkan yang keempat adalah *ruhul jama'ah* (spirit persatuan). Inilah puncak dari spirit keuangan syariah. Spirit motivasi dan niat, sinergi dan saling tolong menolong, serta semangat keberpihakan, semuanya dilakukan dalam kerangka membangun persatuan dan kesatuan. Dengan kata lain, terkonsolidasikan dalam satu barisan yang kokoh dan saling mengokohkan, bagaikan tubuh yang satu (*kal jasadil waahid*). Spirit inilah yang sesungguhnya menjadi basis utama dalam membangun peradaban ekonomi syariah masa depan. *Wallahu a'lam.* ■

Hijrah Ekonomi Rasulullah SAW



Gambar 1. Pondasi Dasar Ekonomi Islam

Secara umum, kehidupan ekonomi bangsa Arab sangat bergantung kepada perniagaan. Hal tersebut dipengaruhi oleh keadaan geografis wilayah Arab itu sendiri yang dikelilingi oleh gurun pasir dan tidak tersedianya wilayah untuk ditanami kecuali beberapa wilayah kecil seperti Yastrib.

Perniagaan tersebut juga diwarnai dengan peperangan di antara suku-suku Arab yang ada. Ditambah lagi maraknya praktik riba dan mengambil keuntungan secara berlebih-lebihan serta hal-hal lain yang tidak mengindahkan etika dan moral.

Pemahaman yang salah

Sebagian orang berpendapat bahwa dakwah dan hijrah yang dilakukan oleh Rasulullah SAW dan sahabat-sahabatnya dilandasi oleh motif ekonomi, yaitu mencari kehidupan yang lebih sejahtera di Madinah. Mereka mengatakan bahwa sebagian besar sahabat Nabi SAW yang melakukan hijrah hanyalah orang-orang miskin Makkah. Pemahaman ini tidak sepenuhnya salah tetapi juga tidak sepenuhnya benar.

Betul bahwa Islam menginginkan umatnya hidup dalam keadaan yang sejahtera dan berkecukupan, akan tetapi itu tidak menjadi motif utama dakwah dan hijrahnya Nabi SAW ke Madinah. Jika ekonomi menjadi motif utama dakwah, maka Nabi SAW tentu tidak akan menolak tawaran Quraisy yang ingin menjadikannya sebagai orang paling kaya di seantero Makkah. Bila semata-mata mencari kehidupan ekonomi yang lebih baik, maka Madinah bukan pilihan.

Memang benar, diantara para sahabat yang berhijrah sebagian dari mereka adalah para budak, tetapi jangan lupa diantara mereka juga ada nama-nama seperti Abu Bakar Shiddiq, Abdurrahman bin 'Auf dan lainnya yang merupakan saudagar-saudagar kaya Makkah.

Tujuan hijrah jauh lebih besar dari sekedar memperbaiki taraf ekonomi. Hijrah menginginkan nilai dan ajaran Islam itu wujud dalam semua aspek kehidupan baik itu politik, sosial, termasuk ekonomi. Ekonomi yang berasaskan keadilan dan bukan ekonomi yang mengeksploitasi. Ekonomi yang memperhatikan kepentingan orang banyak daripada kepentingan individu.

Madinah : sebuah grand strategy

Hijrah ke Madinah adalah sebuah proses langkah awal untuk menata masyarakat Muslim yang berperadaban. Baik dalam bidang ekonomi, politik maupun hukum. Ada tiga strategi besar (*grand strategy*) yang dilakukan oleh Rasulullah SAW dalam membangun kota Madinah sebagai sebuah contoh sebuah komunitas muslim. Strategi pertama adalah dengan mempersaudarakan kaum muslimin. Persaudaraan yang dibangun oleh Rasulullah SAW adalah persaudaraan yang dilandaskan pada prinsip, visi dan misi yang sama, yaitu tauhid kepada Allah SWT. Persaudaraan yang tidak lagi mementingkan perbedaan warna kulit, keturunan dan status sosial. Bahwa semuanya adalah sama di hadapan Allah dan Rasul-Nya.

Inilah prinsip keadilan yang kemudian menjadi filosofi ekonomi Islam. Larangan riba, monopoli, keengganan Nabi SAW melakukan intervensi harga pada pasar yang alami, serta distribusi yang adil dan merata melalui mekanisme Zakat infak dan sedekah, lahir dan muncul dari prinsip keadilan ini.

Selanjutnya, strategi kedua adalah dengan menjadikan pembangunan masjid sebagai awal perubahan. Rasulullah SAW sadar bahwa komitmen terhadap sistem, akidah dan tatanan Islam hanya akan tumbuh dan berkembang dari kehidupan sosial yang dijiwai oleh semangat yang lahir dari aktivitas mesjid. Rekonstruksi moral layak diperlukan pada proses pembangunan sebuah yang makmur dan sejahtera. Paradigma bahwa 'berekonomi' bukanlah bagian dari moral harus diubah. Sebaliknya, Islam memandang bahwa kegiatan ekonomi apapun bentuknya adalah bagian yang tidak terpisahkan dari ajaran Islam itu sendiri.

Berekonomi adalah salah satu bentuk beribadah kepada Allah SWT, sehingga perlu tunduk dan ta'at pada rambu dan aturan yang ada. Ekonomi Islam mendorong pemeluknya untuk bersikap jujur dalam proses jual beli, menganjurkan untuk mempermudah dan bersikap toleran dalam melakukan transaksi, memberikan nilai keutamaan ketika memberi tanggung kepada orang yang kesulitan, dan melarang melakukan penipuan, dan lain sebagainya.

Termasuk dorongan melakukan bisnis. Allah SWT sendiri menyebutkan 370 kali kata 'bisnis' di dalam Al-Quran.

Dalam banyak literatur hadist, Nabi SAW banyak memberikan motivasi kepada para sahabat untuk terjun ke dalam dunia bisnis. Bahkan menempatkan status pebisnis setara dan sama dengan posisi para Nabi, syuhada dan orang-orang saleh. Namun, beliau juga mengingatkan bahwa kedudukan dan kehormatan yang dapat dicapai oleh pebisnis tersebut ketika ia jujur, amanah dan dipercaya dalam kegiatan bisnisnya. Nabi SAW bersabda, "Kesungguhan sebaik-baik usaha adalah usaha perdagangan yang apabila mereka berbicara tidak berdusta, jika berjanji tidak menyalahi, jika dipercaya tidak khianat, jika membeli tidak mencela produk, jika menjual tidak memuji-muji barang dagangan, jika berutang tidak melambatkan pembayaran, jika memiliki piutang tidak mempersulit" (HR Baihaqi dan dikeluarkan oleh As-Ashbahani).

Kemudian, strategi yang ketiga adalah dengan menjadikan pasar sebagai sentra pembangunan. Keadaan pasar di Madinah sebelum hijrahnya Rasul dapat dikatakan seratus persen dikuasai oleh kaum Yahudi Madinah yang terbiasa menggunakan instrumen riba dalam praktek bisnis mereka. Paradigma pemikiran masyarakat bahwa sistem riba sama saja dengan jual beli dan menguntungkan, dirubah sebagai sebuah perbuatan tercela dan merusak perekonomian.

Selanjutnya, Nabi SAW kemudian membuat 'pasar tandingan' untuk kaum muslimin yang bebas dari per-

ilaku riba dan memberikan keadilan bagi siapa saja. Ketegasan Rasulullah SAW dalam mengawasi pasar yang tentu saja bebas dari sistem bunga yang bersifat eksploitatif tersebut berhasil mengimbangi dan seterusnya mampu mengalahkan pasar Yahudi yang ada. Pengawasan inilah yang kemudian menginspirasi lahirnya lembaga hisbah (lembaga pengawasan). Tentu saja dukungan muslimin terhadap keberadaan pasar ini dengan aktif melakukan aktifitas ekonomi menjadi faktor pendukung keberhasilan.

Penutup

Hijrah Nabi SAW bukan sekedar perpindahan fisik kaum muslimin dari Mekah ke Madinah. Hijrah adalah rencana besar Allah untuk menjadikan Madinah sebagai sebuah saksi nyata akan kesempurnaan peradaban Islam yang diliputi oleh kasih sayang sebagai 'rahmatan lil alamin' disegala dimensi, baik politik, sosial, maupun ekonomi.

Kekuatan terbesar dari gerakan transformasi ini adalah akidah yang bersih hasil pembinaan Rasulullah SAW selama 13 tahun periode Mekah. Akidah yang melahirkan semangat untuk melakukan perubahan dan keyakinan bahwa keberhasilan dan keberkahan tidak akan muncul tanpa tuntunan Allah dan Rasul-Nya.

Spirit inilah yang harus dimiliki oleh setiap Muslim dalam memaknai hijrah Nabi Muhammad SAW. Terutama yang memiliki cita-cita dan harapan menjadikan Islam sebagai manhaj pada setiap aspek kehidupan. Tidak hanya kerja pegiat ekonomi Islam, tetapi peran serta aktif pemerintah dan masyarakat untuk melakukan hijrah ekonomi menuju ekonomi *rahmatan lil 'alamin*. ■



Salahuddin El Ayyubi
Sekretaris Prodi Ekonomi
Syariah FEM IPB

TAMKINIA

Prioritas CSR dalam Islam

Corporate social responsibility (CRS) sebenarnya bukan isu baru, namun hal ini menjadi hangat dan semarak ketika banyak perusahaan di Indonesia mulai menerapkan CSR. Potensi dana yang bisa serah untuk kegiatan CSR terbilang cukup besar. Sebagai contoh, BUMN telah menyalurkan dana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) sekitar Rp18,4 triliun pada tahun ini. Total dana CSR sendiri yang berasal dari sekitar 700 perusahaan swasta dan BUMN diperkirakan mencapai lebih dari Rp 20 triliun.

Meski sudah mulai banyak diterapkan di Indonesia, semarak CSR saat ini ternyata belum bisa meredam berbagai permasalahan yang terjadi antara perusahaan, pekerja dan masyarakat. Konflik perburuhan, konflik antara perusahaan dan masyarakat masih mewarnai dunia industri kita.

Adams dan Zutshi (2006) dalam tulisannya berjudul "Corporate Social Responsibility: Why Businesses Should Act Responsibly and be Accountable," menggambarkan bahwa selama ini dalam *resource-based perspective* (RBP) aktifitas CSR dipandang sebagai suatu media bagi perusahaan untuk membangun reputasinya. Dengan aktifitas CSR perusahaan berusaha memberi gambaran ke publik bahwa mereka memiliki kepekaan dan tanggung jawab sosial pada lingkungannya. Dalam perspektif kapitalis, pemikiran bahwa CSR cukup menjadi *cover* yang men-

tupi kesejatan perilaku perusahaan mungkin sah-sah saja. Dan pemikiran ini tidak mustahil telah melegitimasi perusahaan untuk menerapkan CSR hanya sebagai cara untuk membangun *image* yang boleh jadi sangat berbeda dengan substansinya.

Dua teori perusahaan

Ketika kita membicarakan perilaku perusahaan modern, maka ada dua pertanyaan kritis yang saat ini timbul. Pertama, apakah tujuan dari eksistensi perusahaan di zaman ini? Kemudian, kepada siapa seharusnya perusahaan bertanggungjawab? Ada dua pendekatan teori yang bisa menjawab pertanyaan ini, yaitu *ownership theory of a firm* dan *stakeholders theory of a firm*.

Dalam perspektif *ownership theory*, perusahaan merupakan *property* pemilik dimana tujuan utama dari perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan bagi pemilik. Dengan pendefinisian ini, apapun yang dilakukan perusahaan menjadi sah sepanjang ditujukan untuk sebesar-besarnya mendapatkan keuntungan bagi pemilik modal. Perusahaan bekerja untuk pemilik sedangkan masyarakat di luar perusahaan hanyalah pasar yang cukup diperlakukan secara transaksional.

Sementara itu, dalam perspektif *stakeholders theory*, ketika sebuah perusahaan lahir di tengah masyarakat, sesungguhnya dia tidak ada di ruang hampa. Perusahaan bisa memberi pengaruh baik dan pengaruh buruk bagi lingkungannya, baik lingkungan fisik maupun lingkungan sosial. Oleh karena itu, yang berkepentingan pada perusahaan tidak hanya pemilik, melainkan elemen-elemen lain di dalam masyarakat yang terkait dengan aktifitas perusahaan. Sehingga ketika beroperasi sebuah perusahaan tidak boleh hanya berpikir tentang dirinya tapi juga bagaimana mendistribusikan manfaat bagi lingkungannya.

Prioritas stakeholders

Perusahaan yang Islami sudah seharusnya menjadikan Islam sebagai dasar perilaku dan pengambilan keputusan. Dalam konteks CSR, maka perusahaan Islami tidak boleh menjadikan CSR hanya sebagai alat pencitraan media, melainkan media untuk membangun kesejahteraan publik. Dengan meminjam *stakeholders theory* maka kita dapat membuat

prioritas *stakeholders* yang seharusnya menerima manfaat langsung dari implementasi CSR.

Prioritas pertama adalah pekerja. Tulang punggung perusahaan yang harus pertama kali dipenuhi kebutuhannya sesuai hak-haknya adalah pekerja. Perusahaan bertanggung jawab membuat pekerja merasa nyaman bekerja dan memperoleh manfaat optimal dari hasil kerjanya. Hal ini dapat dilakukan dengan menciptakan kondisi kerja yang baik yang memungkinkan pekerja tumbuh dan berkembang secara optimal. Perusahaan islami tidak akan menciptakan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan cara mengeksploitasi pekerja.

Prioritas kedua adalah konsumen. Pada dasarnya eksistensi perusahaan dipengaruhi konsumen. Perusahaan Islami seharusnya menawarkan produk dan jasa yang memberikan manfaat maksimal bagi konsumennya dan menjaga konsumen dari produk-produk yang mengandung mudharat. Sebagai contoh untuk perusahaan makanan. Islam mengatur secara jelas mengenai hukum halal haram suatu makanan (QS Al Baqarah :172 dan QS Al Maidah: 1 dan 96), maka menjadi bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan memberikan jaminan dan kepastian bahwa produk yang dipasarkannya ke pasar muslim adalah produk halal. Yang termasuk bagian dari tanggung jawab perusahaan kepada konsumen menurut Islam juga adalah memberikan produk sesuai dengan mutu yang ditawarkan. Rasulullah pernah bersabda, "Seandainya engkau menjual buah kepada saudaramu lalu hama atau bencana menimpanya, maka tidak halal bagimu untuk mengambil suatu apapun darinya (pembeli)" (HR Muslim).

Prioritas ketiga adalah pemasok. Prinsip jual beli dalam Islam adalah harus sah menurut agama, mengandung keadilan dan tidak saling mendzalimi. Sikap baik dan adil ini harus menjadi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pemasoknya. Saat ini kita masih menyaksikan praktek bisnis yang tidak adil bagi pemasok. Misalnya perusahaan membeli barang dari pemasok dengan sistem pascabayar yang tidak pasti waktunya sehingga menyebabkan pemasok kekurangan modal karena modalnya "macet" di perusahaan. Hal ini tentu memberatkan, khususnya jika perusa-

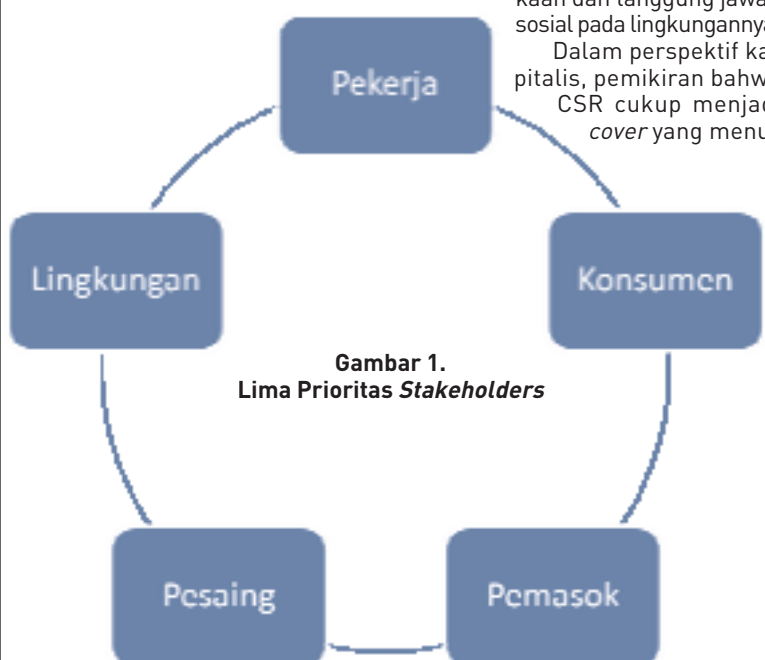
haan berhubungan dengan pemasok yang modalnya terbatas. Islam mengajarkan kita untuk saling memudahkan dalam urusan jual beli. Dalam hadits dikatakan, "Allah mengampuni seseorang sebelum kalian. Orang itu bila menjual memudahkan urusan, bila membeli memudahkan urusan, bila melunasi memudahkan urusan, dan bila menagih memudahkan urusan" (HR. Al-Baihaqi).

Prioritas keempat adalah pesaing. Tujuan perusahaan dalam Islam haruslah dalam rangka memberikan manfaat positif kepada masyarakat. Salah satu yang harus menerima manfaat adalah pebisnis atau perusahaan pesaing. Dalam upaya memberi manfaat kepada masyarakat, masing-masing perusahaan harus saling berkolaborasi, inilah yang disebut *fastabiqul khoir*. Namun pada saat yang sama mereka saling bekerjasama, saling membantu dalam usaha menciptakan kesejahteraan bersama. Tidak jarang kita temui kehadiran suatu perusahaan "membunuh" perusahaan lain disekitarnya yang lebih kecil. Perusahaan Islam harus memiliki empati pada pesaingnya. Mereka harus memperlakukan pesaing sebagaimana mereka juga ingin dipertakutkan. Jika perusahaan tidak suka dengan "kematian", maka perusahaan juga tidak boleh "membunuh" pesaingnya.

Prioritas kelima adalah lingkungan. Bagaimanapun, keberlanjutan lingkungan akan mempengaruhi keberlanjutan perusahaan. Perusakan lingkungan secara fisik akan mempercepat terjadinya bencana yang berarti juga akan mengancam eksistensi perusahaan. Oleh karenanya perusahaan harus bertanggung jawab untuk melindungi lingkungan dari berbagai kerusakan. Lingkungan sosial dimana perusahaan berada menjadi tanggung jawab perusahaan untuk membantunya. Mereka bisa diibaratkan tetangga yang harus merasa aman dari berbagai ancaman yang timbul dari keberadaan perusahaan. Saat ini masih kita jumpai perusahaan yang makmur dengan mengeruk kekayaan dari suatu daerah, namun penduduk di daerah itu sama sekali tidak tersentuh perbaikan kesejahteraan secara fundamental. Perusahaan yang semacam jikapun melaksanakan aktifitas CSR, boleh jadi hanyalah sekedar topeng. *Wallahu 'alam*. ■



Dr Mukhamad Najib
Wakil Kepala Pusat Studi
Bisnis dan Ekonomi Syariah
(CIBEST) IPB



Gambar 1. Lima Prioritas Stakeholders

MENDORONG Sinergi Zakat dan Pajak



Sugeng Priyono

Mahasiswa S2 Ekonomi Islam UIKA Bogor dan Asisten Peneliti CIBEST IPB

Zakat adalah sebuah langkah kemandirian sosial yang diambil dengan dukungan penuh agama untuk membantu orang-orang miskin yang tidak dapat memenuhi kebutuhan dasar mereka sendiri. Selain itu, zakat juga dapat memberikan pengaruh yang positif bagi negara, misalnya sebagai sumber dana investasi bagi kelompok miskin. Potensi zakat ini sesungguhnya dapat disinergikan dengan pajak, sehingga diharapkan dapat mengatasi beragam persoalan kemiskinan, keterbelakangan dan kebodohan, yang saat ini tengah dihadapi oleh bangsa Indonesia.

Relasi zakat dan pajak pertama kali diperkenalkan dalam Undang-undang No 38/1999 tentang Pengelolaan Zakat, yang sekarang telah diganti oleh UU No 23/2011. Zakat dijadikan sebagai insentif fiskal melalui kebijakan zakat sebagai pengurang pendapatan kena pajak (*tax deduction*). Semangat ketentuan ini adalah agar wajib pajak tidak terkena beban ganda, yaitu kewajiban membayar zakat dan pajak. Kesadaran membayar zakat diharapkan juga dapat meningkatkan kesadaran membayar pajak.

Jika terwujud sinergi zakat dan pajak maka penerimaan negara secara keseluruhan akan meningkat, sehingga menimbulkan efek rambatan (*multiplier effect*) yang besar. Masalahnya, masuknya insentif pajak dalam UU No 38/1999 tersebut tidak melibatkan otoritas pajak.

Ketika Departemen Keuangan setahun kemudian mengajukan draf revisi RUU PPh (tahun 2000), sama sekali tidak ada ketentuan yang mendukung zakat sebagai *tax deduction*. Ketentuan zakat sebagai *tax deduction* baru diakomodasi dalam RUU PPh setelah pembahasan di DPR.

Kaidah Ushul fiqh "*Tasharrufu al-imam 'ala al-ra'iyah manuutun bilmashlahah*", bahwa kebijakan yang diambil pemerintah harus ber-

tujuan untuk kebaikan dan kemandirian bagi umat. Demikian halnya dengan zakat dan pajak dalam ranah keuangan negara.

Untuk mewujudkan kebijakan zakat dan pajak tentu harus sinergi antara otoritas zakat dan otoritas pajak sehingga regulasi yang dibuat dapat harmonis, saling melengkapi dan saling menguatkan, dan kemudian dapat terealisasi dengan baik. UU No 17/2000 mengukuhkan UU No 38/1999, yaitu zakat yang diterima Badan Amil Zakat (BAZ)/Lembaga Amil Zakat (LAZ) dan mustahik tidak termasuk sebagai objek pajak, serta zakat penghasilan yang dibayarkan wajib pajak orang pribadi pemeluk agama Islam dan atau wajib pajak badan dalam negeri yang dimiliki pemeluk agama Islam kepada BAZ/LAZ menjadi faktor pengurang dalam menentukan besarnya penghasilan kena pajak.

Namun zakat sebagai *tax deduction* ini baru dapat diimplementasikan tiga tahun kemudian setelah keluarnya Keputusan Dirjen Pajak No. KEP-163/PJ/2003.

Dalam praktiknya, meminta zakat sebagai *tax deduction* ini juga tidak mudah jika muzakki tidak mendapatkan Bukti Setor Zakat (BSZ) dari BAZNAS sebagaimana diminta aparat Pajak.

Wacana zakat sebagai *tax credit*

Zakat sebagai *tax credit* diperkirakan akan menjadi insentif yang memadai bagi muzakki untuk menunaikan kewajibannya. Fasilitas ini akan dapat berdampak positif terhadap kepatuhan membayar pajak.

Persoalannya, ketika itu proposal ini kurang dipersiapkan dengan baik. Dalam semua draf RUU Zakat yang ada, tidak ada satu pun pasal yang berbicara tentang otoritas pajak dalam kaitan zakat sebagai pengurang pajak. Padahal wacana zakat sebagai kredit pajak mensyaratkan adanya koordinasi yang kuat antara otoritas pajak dan otoritas zakat, dari tingkat tertinggi hingga terbawah.

Zakat sebagai *tax credit* juga diperkirakan akan berdampak signifikan pada penerimaan perpajakan. Diterimanya wacana zakat sebagai kredit pajak, dan pada saat yang sama juga dilakukan *equal treatment* terhadap sumbangan keagamaan lainnya, akan menurunkan penerimaan perpajakan dalam negeri, yaitu penerimaan PPh nonmigas, sebesar penerimaan zakat nasional dan penerimaan sumbangan keagamaan wajib nasional lainnya.

Selanjutnya, *lex specialis* yaitu UU PPh (Pajak Penghasilan) yang mengatur secara material pengenaan PPh, saat ini masih mengatur zakat sebagai pengurang penghasilan neto, artinya zakat belum *equal* dengan pajak.

Zakat masih seperti "biaya" dalam menghitung PPh terutang, sama perlakuannya dengan biaya-biaya operasional kegiatan usaha. Jika zakat akan disamakan dengan pajak, maka ia harus diperlakukan sebagai kredit pajak. Cara yang dapat ditempuh adalah dengan mengubah UU PPh sebagai UU materi.

Penulis mengamati upaya yang ada, yaitu untuk mengintegrasikan pajak dan zakat, telah dilakukan pemerintah melalui penerbitan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 60/2010 yang berlaku mulai 23 Agustus 2010, dan berlaku surut dari 1 Januari 2009. Pada aturan tersebut, zakat atau sumbangan keagamaan yang bisa menjadi pengurang pajak, adalah zakat atas penghasilan yang dibayarkan oleh Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) pemeluk agama Islam.

Zakat tersebut harus dibayarkan kepada badan amil zakat atau lembaga amil zakat yang dibentuk dan disahkan oleh pemerintah. Atau, sumbangan keagamaan yang sifatnya wajib bagi Wajib Pajak Orang Pribadi pemeluk agama selain agama Islam dan/atau oleh Wajib Pajak Badan Dalam Negeri yang dimiliki oleh pemeluk agama selain agama Islam, yang diakui di Indonesia dan dibayarkan kepada lembaga keagamaan

yang dibentuk atau disahkan oleh pemerintah.

Aturan ini menyebutkan, zakat yang dibayarkan ke badan amil zakat atau lembaga amil zakat yang tidak dibentuk dan disahkan oleh pemerintah, tidak bisa menjadi faktor pengurang penghasilan bruto. Walaupun sudah dikeluarkan PP mengenai zakat sebagai pengurang penghasilan kena pajak ini, masyarakat wajib pajak masih banyak yang belum memanfaatkan keringanan ini.

Kebiasaan masyarakat menyalurkan sendiri zakatnya dan masih belum adanya aturan yang menyebutkan lembaga mana saja yang merupakan badan/lembaga resmi penerima zakat, menjadi faktor penghambat, untuk itu, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menindaklanjuti PP tersebut dengan mengeluarkan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-33/PJ/2011 yang berlaku sejak tanggal 11 November 2011, dimana ditetapkan 20 badan/lembaga penerima zakat yang sifatnya wajib dan dapat dikurangkan dari penghasilan bruto.

Badan/Lembaga yang ditetapkan sebagai penerima zakat atau sumbangan meliputi satu Badan Amil Zakat Nasional, 15 Lembaga Amil Zakat (LAZ), tiga Lembaga Amil Zakat, Infag, dan Shaaqah (LAZIS) dan satu lembaga sumbangan agama Kristen Indonesia.

Dengan diungkapkannya peraturan tersebut diharapkan masyarakat bisa memanfaatkannya, sebagai salah satu keringanan pajak dan lebih bisa memberi pemahaman kepada wajib pajak bahwa pajak dan zakat adalah sama-sama kewajiban yang harus ditunaikan.

Ke depan, wacana yang perlu dikemukakan adalah menata ulang hubungan koordinasi otoritas pajak dan zakat nasional dengan tujuan untuk memperbaiki secara mendasar pelaksanaan zakat sebagai *tax deduction*, sebelum kemudian ber-*ijtihad* menjadikannya sebagai *tax credit*. Wallahu a'lam. ■

RESENSI

Prinsip Maqashid Syariah dalam CSR



Laily Dwi Arsyianti

Dosen Prodi Ekonomi Syariah FEM IPB

Di dunia internasional, tahun 1950-an telah dikenalkan istilah tanggung jawab sosial perusahaan, meskipun secara praktik dipercaya telah ada sejak tahun 1700-an sebelum masehi, yaitu sejak Kode Hammurabi diberlakukan. Kode Hammurabi membolehkan pembertakuan hukuman mati bagi penyalahgunaan izin penjualan minuman keras, serta bagi pembangunan yang tidak sesuai standar sehingga menyebabkan kecelakaan bahkan kematian bagi orang lain. Kemudian, di abad ke 17 sudah mulai dipraktikkan aktifitas-aktifitas dari komunitas yang dibentuk untuk pengembangan masyarakat, dimulai dari masyarakat pedesaan.

Sementara di Indonesia peraturan yang sudah mengenalkan tanggung jawab sosial baru ada tiga dekade sesudah kemerdekaan, yaitu tahun 1980-an. Peraturan pemerintah tentang tata cara pembinaan dan pengawasan perusahaan jawatan (Perjan), perusahaan umum (Perum), dan perusahaan perseroan (Persero) tahun 1983 dipercaya sebagai momentum berkembangnya CSR di Indonesia. Perusahaan dituntut untuk bertanggung jawab secara sosial demi kesejahteraan bersama *stakeholder*-nya, seperti karyawan, konsumen, pemegang saham, masyarakat setempat atau komunitas yang ada serta lingkungan sekitarnya.

Hal ini menunjukkan bahwa manusia secara naluri mampu mendeteksi dampak buruk yang mungkin timbul dari suatu kegiatan atau usaha. Permasalahan yang timbul adalah bagaimana mereduksi dampak buruk tersebut sehingga kemaslahatan bagi masyarakat masih terjaga. Konsep ini juga didukung oleh sebuah penelitian yang menunjukkan bahwa perusahaan yang secara reguler patuh CSR dan sering memberikan insentif kepada karyawannya akan lebih produktif dibandingkan mereka yang tidak melakukannya. Efek ini pun dapat mendukung tercapainya target perusahaan.

Bank syariah dan CSR

Bank menjadi salah satu jenis perusahaan yang juga dituntut untuk melakukan hal tersebut. Tidak menutup kewajiban atas bank syariah untuk melakukan CSR demi kemaslahatan bersama masyarakat sekitarnya. Pertanyaan yang timbul kemudian adalah apakah CSR yang sudah dilakukan selama ini telah memenuhi tujuan untuk kesejahteraan masyarakat? Nor Halida Haziaton Mohd Noor dan Norhafizah

binti Hilmi dari IIBF (IIUM Institute of Islamic Banking and Finance) telah meneliti hal ini pada bank-bank syariah di Negara Bagian Kelantan, Malaysia.

Keduanya meninjau apakah elemen-elemen CSR: Qard Hasan, Mudharabah, Ijarah, Pelatihan, dan 'Safety and Security' yang sudah diberikan untuk masyarakat sekitar telah memenuhi kesejahteraan masyarakat yang direpresentasikan oleh maqashid syariah. Penelitian ini menggunakan alat metode penelitian SEM (structural equation modeling) dengan menggunakan software AMOS. Peubah-peubah yang ada diuji tingkat reliabilitasnya dengan CFA (Confirmatory Factor Analysis) dan pengujian hipotesis.

Pengertian CSR dijabarkan sebagai sebuah konsep kegiatan bisnis yang dilakukan baik oleh komunitas, perusahaan, maupun individu demi kelangsungan bisnis yang dijalankannya maupun ketersediaan sumber daya untuk generasi mendatang, atau disebut dengan pembangunan berkelanjutan. Dalam konteks ekonomi Islam, kelangsungan dan ketersediaan ini dikaitkan dengan keseimbangan dalam kebersamaan dan persaudaraan, baik untuk memenuhi kebutuhan materi maupun spiritual kemanusiaan.

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa empat dari lima elemen CSR yang diteliti signifikan, sangat erat berkaitan dan mendukung pencapaian maqashid syariah. Keempat elemen tersebut adalah: mudharabah, ijarah, pelatihan, serta 'safety and security'. Kenyataannya, qard hasan yang dipercaya mampu untuk mendukung penernaan maqashid syariah karena sasarannya adalah pihak yang sangat membutuhkan finansial dengan persyaratan ketat masih belum secara signifikan mampu bekerja dengan baik untuk mencapai tujuan tersebut. Persepsi masyarakat terhadap qard hasan ternyata berbeda dengan para praktisi dan

akademisi.

Hasil ini memberi pembelajaran bagi praktisi bahwa apa yang selama ini dipersepsikan sudah baik, ternyata masih belum baik dirasakan oleh pihak sasaran. Elemen tertinggi yang secara signifikan mendukung pencapaian maqashid syariah adalah 'safety and security'. Elemen ini menunjukkan tingkat kepercayaan para stakeholder atas transparansi bank syariah dari akad atau transaksi yang disetujui bersama. Para stakeholder percaya bahwa tidak ada yang disembunyikan oleh mitra (bank syariah) sehingga mereka tidak perlu takut atas timbulnya penyimpangan saat terjadi akad maupun di kemudian hari.

Sementara itu, elemen terendah yang secara signifikan mendukung pencapaian maqashid syariah adalah mudharabah. Hasil ini diyakini sebagai dampak dari persepsi terhadap tanggung jawab atas kerugian yang mungkin timbul dari suatu kerjasama bisnis mudharabah harus dipikul oleh salah satu pihak saja, yaitu shahibul maal (penyandang dana).

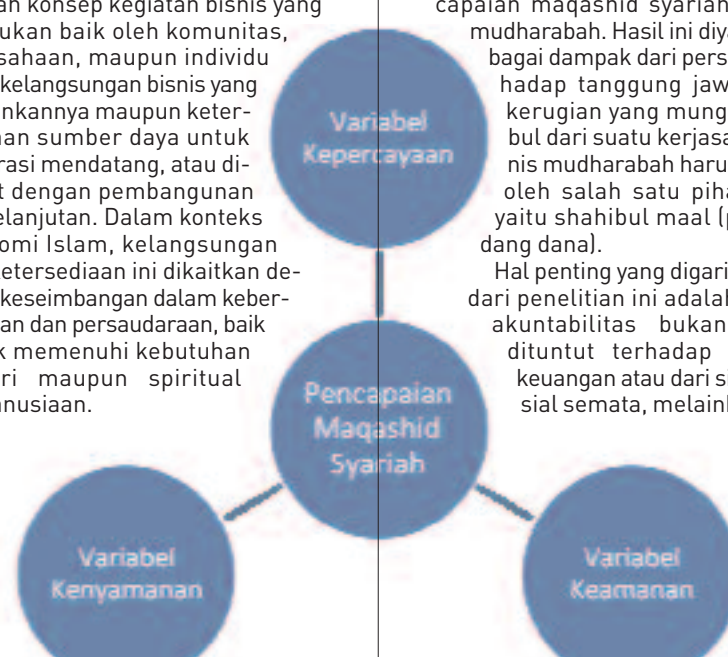
Hal penting yang digarisbawahi dari penelitian ini adalah bahwa akuntabilitas bukan hanya dituntut terhadap laporan keuangan atau dari sisi finansial semata, melainkan juga

maka masyarakat akan cenderung memilih bank syariah dibandingkan institusi non-syariah. Jika layanan yang diterima oleh masyarakat cenderung dinilai buruk atau tidak baik, maka berita tersebut akan cepat menyebar di masyarakat dan pada akhirnya merugikan perusahaan/bank syariah bersangkutan.

Hal senada juga diungkapkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Ghozali Maski dalam artikelnya yang berjudul "Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang". Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa keputusan memilih atau tidak memilih bank syariah oleh nasabah dipengaruhi oleh variabel karakteristik bank syariah, variabel pelayanan dan kepercayaan pada bank, variabel pengetahuan dan variabel obyek fisik bank. Selanjutnya, variabel pelayanan dan kepercayaan pada bank memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan nasabah dalam menabung.

Rasa percaya, aman, dan nyaman ini dipercaya mampu menjadi faktor pendorong untuk mencapai maqashid syariah. Pencapaian maqashid syariah sangat penting untuk memenuhi dan melindungi segala aspek kehidupan, baik pribadi, sosial, politik, ekonomi, maupun intelektual masyarakat. Hal ini juga dibuktikan lebih jauh dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Direktorat Perbankan Syariah - Bank Indonesia dengan Institut Pertanian Bogor (2004) bahwa profesionalisme pelayanan, dan fasilitas pelayanan masih menjadi indikator utama masyarakat dalam memilih bank, di samping aspek aksesibilitas dan kredibilitas dari bank bersangkutan. Hasil yang demikian dapat disebabkan oleh adanya keterkaitan langsung dari layanan yang diberikan bank terhadap pemenuhan bahkan peningkatan kebutuhan atas kesejahteraan masyarakat, yang pada akhirnya memenuhi maqashid syariah.

Sebagai penutup, dapat disimpulkan bahwa segala bentuk sosialisasi, penangan, penjelasan, transparansi atas kegiatan bisnis syariah sangat diperlukan untuk menambah pemahaman masyarakat. Karena pada akhirnya, masyarakat sangat membutuhkan kepastian perlindungan atas rasa percaya, rasa aman, dan rasa kenyamanan dari setiap kegiatan yang dilakukan. Tanggung jawab sosial yang nyata dapat menjadi bukti bahwa bank syariah mampu memberikan apa yang menjadi tuntutan Islam dan masyarakat. ■



KEBUTUHAN TENAGA MARKETING di Perbankan Syariah



Dr Hendri Tanjung

Alumnus IPB dan Sekretaris Magister Ekonomi Islam UIKA Bogor

Dalam suatu perbincangan dengan seorang *marketing manager* sebuah bank syariah beberapa waktu yang lalu, terungkap bahwa sangat sulit mencari tenaga marketing di bank syariah. Hampir semua yang datang melamar ingin bekerja di kantor dan dibelakang meja. Jarang yang mau menjadi ujung tombak sebagai tenaga marketing. Akhirnya, terpaksa mengambil dari tenaga marketing di bank konvensional atau menarik tenaga marketing dari bank syariah lainnya, tentunya dengan iming-iming gaji serta kompensasi yang lebih tinggi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari solusi terbaik dalam melakukan pengadaan tenaga marketing bank syariah. Solusi yang diberikan diharapkan sekaligus menciptakan cara untuk meningkatkan proporsi lulusan ekonomi syariah untuk bekerja di bank syariah.

Metode penelitian dan analisis SWOT

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari Statistik Bank Indonesia yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia. Adapun jenis data yang digunakan adalah data pertumbuhan penghimpunan, pembiayaan dan aset bank syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis *forecasting* dengan menggunakan time series data melalui tiga skenario: pesimis, naif dan optimis, serta analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Threat).

Kekuatan bank syariah saat ini adalah pertumbuhan aset perbankan syariah di Indonesia dalam sembilan tahun terakhir (2000-2009) mencapai 49,29 persen sementara bank konvensional hanya 10,10 persen. Sementara itu, kelemahan bank syariah yang dapat dideteksi adalah maraknya pembajakan SDM. Hal ini terjadi karena sulitnya mencari tenaga/SDM bank syariah yang handal. Adapun peluang yang dihadapi bank syariah adalah pangsa pasar yang besar, dimana dua organisasi besar, Muhammadiyah dan NU, sepakat mendukung perbankan bebas bunga ini. Juga, akibat otonomi daerah, banyak pemerintah daerah yang berinisiatif mendirikan lembaga keuangan syariah.

Sementara itu, tantangan yang besar dalam mengembangkan bank syariah adalah *lack of trust* terhadap dunia perbankan yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk datang ke perbankan syariah. Hal ini semacam trauma krisis yang masih belum sembuh yang menyebabkan banyaknya bank-bank yang ditutup (dibekukan operasinya). Mereka khawatir bahwa bank syariah yang

sekarang digalakkan juga akan bangkrut dan akhirnya tutup. Tantangan kedua adalah kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk/jasa bank syariah. Mereka beranggapan bank syariah sama saja dengan bank konvensional, sehingga mereka tidak merasakan manfaat bank syariah secara langsung.

Skenario kebutuhan SDM

Setidaknya, ada tiga skenario yang dilakukan dalam membuat proyeksi kebutuhan SDM bank syariah 3 tahun mendatang. Skenario tersebut adalah skenario pesimis, skenario naif dan skenario optimis. Skenario pesimis adalah skenario melakukan proyeksi berdasarkan pertumbuhan terendah dalam 5 tahun terakhir. Pertumbuhan terendah dalam 5 tahun terakhir adalah 18 persen dari tahun 2006/2007. Oleh karena itu, jika skenario pesimis dilakukan, maka proyeksi jumlah SDM tahun 2015 mencapai angka 46.359 orang.

Selanjutnya, proyeksi dengan skenario naif, dilakukan dengan asumsi pertumbuhan SDM tahun mendatang sama dengan tahun sebelumnya. Jika pertumbuhan SDM ke depan konsisten di angka 31 persen (sebagaimana pertumbuhan SDM dari tahun 2008/2009), maka jumlah SDM bank syariah yang dibutuhkan untuk tahun 2015 berjumlah 78.177 orang, hampir 4 kali lipat dari SDM tahun 2010.

“Kebutuhan SDM perbankan syariah akan lebih besar lagi, jika memperhatikan kebijakan pengembangan perusahaan dalam menciptakan pertumbuhan perbankan syariah.”

Adapun skenario optimis adalah skenario melakukan proyeksi berdasarkan pertumbuhan tertinggi dalam 5 tahun terakhir. Pertumbuhan tertinggi dalam 5 tahun terakhir adalah 35 persen dari tahun 2007/2008. Oleh karena itu, jika skenario optimis dilakukan, maka proyeksi jumlah SDM tahun 2015 sebesar 90.864 orang.

Skenario optimis diatas dilakukan hanya dengan perhitungan diatas kertas. Kebutuhan SDM perbankan syariah akan lebih besar lagi, jika memperhitungkan kebijakan pengembangan perusahaan dalam menciptakan pertumbuhan perbankan syariah.

		INTERNAL	
		Kekuatan (S): Pertumbuhan aset yang tinggi menghendaki SDM yang banyak	Kelemahan (W): Maraknya pembajakan SDM
EKSTERNAL	Opportunity (O): ● Pangsa pasar yang besar. ● Kebijakan Pemda mendirikan bank syariah	S-O Strategi: Early recruitment program	S-T Strategi: Merekrut SDM Konvensional ke Syariah
	Threat (T): ● Lack of trust pasca krisis ● Kurangnya pemahaman masyarakat	W-O Strategi: Mendirikan Institut Bankir Syariah Indonesia (IBSI)	W-T Strategi: —

Tabel 1. Analisis SWOT Bank Syariah

Tiga strategi

Untuk itu, ada tiga strategi yang ditawarkan untuk memenuhi tenaga *marketing* di bank syariah, yaitu: (1) *Early recruitment program*, (2) merekrut SDM dari bank konvensional, dan (3) mendirikan Institut Bankir Syariah Indonesia (IBSI).

Berbicara tentang strategi pemenuhan kebutuhan SDM, ada filosofi yang menyatakan: “orang yang benar-benar baik dalam pekerjaannya belum tentu ada. Jadi harus dicari berbagai cara untuk membuat mereka ada”. Filosofi ini pernah dianut oleh pelatih sepakbola terkenal Tex Rchramm. Tidak seperti pelatih-pelatih lainnya, Tex Rchramm tidak mencari orang-orang yang sudah terampil pada suatu posisi. Namun dia mencari atlet-atlet terbaik yang bisa dia peroleh dan kemudian melatih mereka sampai pada posisi yang diinginkan agar mereka siap bertanding.

Persoalan rekrut merekrut karyawan bukanlah pekerjaan yang ringan. Pekerjaan merekrut bahkan sama beratnya dengan pekerjaan menyelesaikan. Berbagai cara ditempuh agar diperoleh tenaga-tenaga kerja yang potensial. Tidak jarang perusahaan-perusahaan ternama melakukan rekrutmen langsung ke kampus untuk menjangkau pelamar-pelamar potensial. Mereka memakai sistem jemput bola langsung pada sumbernya. Sehingga, bank syariah dapat menggunakan strategi *Early Recruitment Program* yang bekerjasama dengan universitas-universitas, agar lulusan terbaiknya dapat langsung bekerja di bank syariah.

Terkait dengan ini, maka pihak universitas pun hendaknya memperbaiki kurikulumnya agar lulusannya dapat memenuhi kualifikasi yang dibutuhkan di bank syariah. Disinilah peran perguruan tinggi dalam pengembangan SDM bank syariah.

Selanjutnya pada strategi kedua, merekrut pegawai dari bank konven-

sional sangat strategis dalam jangka panjang, karena dengan masuknya bankir konvensional ke bank syariah, akan menciptakan perbandingan antara bank syariah dengan bank konvensional. Banyak SDM bank konvensional yang akhirnya memutuskan untuk istiqomah di bank syariah dan tidak mau lagi bekerja di bank konvensional. Jika kondisi ini berlangsung terus menerus, maka otomatis bank konvensional akan ditinggalkan orang.

Hanya saja, ada beberapa keahlian yang menurut penulis harus dibekalkan secara mendalam kepada bankir konvensional yang baru masuk ke bank syariah, yaitu menyandang *Islamic mode of finance, AAOIFI* dan *IFSB Standard, shariah maxims on financial matter*, serta *knowledge of Islam* dan *Islamic Economics*. Kelima komponen ini mutlak diberikan dan harus dipahami oleh pegawai bank konvensional sebelum dia masuk bekerja di bank syariah.

Sedangkan pada strategi ketiga, maka dalam rangka pemenuhan SDM di bank syariah, diperlukan suatu kurikulum IBSI yang betul-betul dapat mencetak bankir-bankir syariah yang handal. Harapan ke depannya, IBSI dapat menyediakan SDM yang handal di bidang bank syariah. Adapun kurikulum yang dapat diusulkan untuk diterapkan di IBSI harus mengacu pada profil lulusan yang diharapkan, dan kompetensi lulusan.

Disamping rekomendasi diatas, ada satu hal yang paling penting untuk direkomendasikan, yaitu agar segenap pegiat ekonomi syariah, khususnya bank syariah, hendaknya memohon dan mengundangi pertolongan langit setiap saat. Allah akan memberikan jalan keluar dari setiap tantangan yang dihadapi jika kita telah berupaya keras dan sungguh-sungguh sebagaimana janji-Nya dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 97. *Wallahu a'lam.* ■

BUKAN TAFSIR

Sistem Pengupahan yang Islami



Dr Iman Sugema

Dosen IE FEM IPB



M Iqbal Irfany

Dosen IE-FEM IPB

Beberapa hari ini merupakan saat-saat yang paling menegangkan baik untuk kalangan buruh maupun pengusaha. Demo buruh terjadi di Jakarta dan beberapa kota lainnya dengan skala dan militansi yang cukup mencengangkan. Gerakan kaum buruh sudah mencapai tahap yang jauh lebih 'powerful' dibandingkan partai politik manapun. Kalau anda hendak menjadi penguasa, maka sebaik-baiknya dengan kaum buruh.

Adalah manusiawi kalau kaum buruh berharap adanya perbaikan kualitas hidup tahun depan. Penetapan upah minimum provinsi (UMP) dan upah minimum kabupaten/kota (UMK) merupakan saat-saat yang sangat mereka tunggu-tunggu. Kalau kenaikannya lebih tinggi dibanding angka inflasi, maka kehidupan mereka akan sedikit membaik.

Di lain pihak, pengusaha juga ketar-ketir dengan tuntutan kenaikan UMP/UMK. Kalau terlalu tinggi, beban biaya akan semakin membengkak. Apalagi kalau jenis usaha yang mereka geluti tergolong 'labor intensive'. Setiap kenaikan upah akan bikin kepala pengusaha pening. Na-

luri pengusaha memang lebih menyukai struktur ongkos yang terkendali.

Karena penetapan UMP/UMK berlangsung setiap menjelang akhir tahun, maka adalah alamiah kalau terjadi gontok-gontokan antara kedua belah pihak. Yang satu ingin kenaikan upah yang sebesar-besarnya, sementara pihak lain ingin agar kenaikan itu bisa ditekan. Konflik seperti ini merupakan 'acara ritual' tahunan.

Pertanyaannya, bisakah konflik kepentingan antara buruh dengan pengusaha dihindari. Barangkali dua sistem yang lebih Islami yang akan diterangkan berikut ini dapat memberikan jawaban. Berikut adalah uraiannya.

Sistem yang pertama adalah bagi hasil murni seperti yang selama ini banyak dipraktikkan di rumah makan Padang. Pada saat restoran tutup, pemilik dan karyawan bersama-sama menghitung penghasilan hari itu. Setelah dikurangi dengan biaya bahan makanan, penghasilan bersih disisihkan menjadi dua bagian yaitu bagian pemilik dan bagian karyawan. Bagian karyawan kemudian dibagi-bagi lagi sesuai dengan tingkatan jabatan.

Juru masak yang menjamin kelengkapan makanan tentunya akan diberi bagian lebih tinggi dibandingkan pelayan biasa.

Dalam sistem seperti ini, karyawan tidak mendapatkan upah. Pengupahan digantikan seluruhnya dengan bagi hasil. Kalau hari itu, penghasilan tidak cukup menutupi biaya produksi maka karyawan tidak mendapatkan bagian sama sekali. Kalau hari itu untung besar, maka pemilik dan karyawan sama-sama berbagi rezeki nomplok. Keunggulan dari sistem seperti ini adalah bahwa setiap karyawan akan berusaha untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya karena pendapatan mereka sangat tergantung pada konsumen yang datang. Selain itu, biaya bahan baku akan cenderung mereka tekan supaya bagian mereka menjadi lebih besar. Perusahaan menjadi lebih efisien.

Sistem seperti ini dapat pula diterapkan di perusahaan manufaktur skala besar sekalipun. Walaupun struktur organisasi dan proses produksi di perusahaan besar cenderung jauh lebih kompleks dibandingkan rumah makan Padang, kontribusi masing-masing tahapan produksi, unit kerja maupun individu pe-

kerja terhadap total produksi akhir dapat dihitung dengan pendekatan produk marjinal. Tentu untuk merancang bagi sistem hasil di perusahaan besar haruslah digunakan kajian saintifik supaya bagi hasilnya dapat dibuat seadil mungkin. Perhitungan bagi hasil dapat dilakukan secara mingguan atau bulanan.

Kelemahan dari sistem ini terletak pada jangka waktu perhitungan bagi hasil. Sistem ini sulit untuk diterapkan di unit usaha yang menghasilkan output lebih dari satu bulan. Contohnya adalah usaha tani yang panennya harus menunggu tiga bulan atau lebih. Kalau setiap pekerja harus menunggu bagi hasil sampai tiga bulan atau lebih, dari mana mereka harus mendapatkan penghasilan untuk membiayai kebutuhan hidup dari hari ke hari? Karena itu, penggarap dan buruh cenderung bekerja secara paruh waktu di lahan pertanian bagi hasil. Sisa waktunya mereka manfaatkan untuk mengais rezeki secara serabutan di bidang lain. Karena itu, seringkali sistem seperti ini tidak optimal karena energi dan waktu penggarap terpecah dua.

Alternatifnya adalah dengan

menggunakan sistem yang kedua yakni bagi hasil yang dipadukan dengan upah dasar. Upah dasar adalah tingkat upah pekerja setengah hari yang dibayar untuk pekerjaan sehari penuh. Setelah panen, hasil produksi dihitung dan kemudian dikurangi dengan berbagai komponen biaya termasuk didalamnya adalah upah dasar. Karena mereka telah dibayar dengan upah dasar, tentunya bagian hasil panen yang didapatkan para penggarap menjadi lebih kecil dibandingkan bagi hasil murni.

Keunggulan dari kedua sistem ini adalah pihak pemodal dan pekerja tidak lagi harus berebut 'kue' seperti yang terjadi dalam sistem pengupahan. Hanya ada satu cara bagi pekerja dan pengusaha untuk mendapat pendapatan yang lebih besar yakni dengan cara memperbesar 'kue'. Kedua belah pihak dengan sendirinya akan saling bekerja sama untuk meningkatkan produktifitas dan menekan biaya. Bukankah kerjasama pemodal dan pekerja merupakan esensi dari hubungan industrial yang sehat? Keselarasan hubungan merupakan kunci dalam membangun sistem yang berkeadilan. Itulah yang Islami. ■