The Learning University

Seminar Nasional dan Call for Papers Ekonomi Syariah ke-II dengan tema "Ekonomi Syariah dalam Pemberdayaan Sektor Riil di Indonesia" ini merupakan acara tahunan yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Saat ini merupakan tahun ke dua untuk kegiatan Seminar Nasional ekonomi Syariah. Acara ini merupakan forum pertemuan pengajar atau pendidik dalam bidang Ekonomi Syariah.

ISBN 978-602-748-133-6

Prosiding Seminar Nasional dan *Call for Papers* Ekonomi Syariah dalam Pemberdayaan Sektor Riil di Indonesia

Prosiding

Seminar Nasional dan *Call for Papers*

Ekonomi Syariah dalam Pemberdayaan Sektor Riil di Indonesia

Malang, 25 Oktober 2016
Aula Gedung D4
Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

Diterbitkan Oleh :
Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang
Jl. Semarang 5 Malang, 65145

PROSIDING

Seminar Nasional dan *Call For Papers*

EKONOMI SYARIAH

Ekonomi Syariah Dalam Pemberdayaan Sektor Riil Di Indonesia

PROSIDING
Seminar Nasional dan Call For Papers
Ekonomi Syariah

Ekonomi Syariah dalam Pemberdayaan Sektor Riil Di Indonesia

Editor
Heri Pratikto
Agung Winarno
Sutrisno
Bambang Banu Siswoyo
Agus Hermawan
Gatot Isnani
Mohammad Arief
Imam Mukhlis
Farida Rahmawati

Editor Pelaksana
Madziatul Churiyah
Lulu Nurul Istanti
Yuli Agustina
Mokhammad Nurruddin Zanky

Cover Design
Danny Ajar Baskoro

Layout
Andik Setiawan

Penerbit
CV AMPUH MULTI REJEKI
Anggota IKAPI Jatim
Perum Bumi Mondoroko Blok AG 73
Malang
Email : ampuh_books@yahoo.com

Jumlah : VII+366hlm.
Ukuran : 20 x 28 Cm

Oktober 2016

ISBN : **978-602-74813-3-6**

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

KATA PENGANTAR

Seminar Nasional dan *Call for Papers* Ekonomi Syariah ke-II dengan tema *"Ekonomi Syariah dalam Pemberdayaan Sektor Riil di Indonesia"* ini merupakan acara tahunan yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Saat ini merupakan tahun ke dua untuk kegiatan Seminar Nasional ekonomi Syariah. Acara ini merupakan forum pertemuan pengajar atau pendidik dalam bidang Ekonomi Syariah.

Seminar Nasional dan *Call for Papers* ini terkumpul 29 makalah baik telaah toeritis maupun penelitian empiris yang dilakukan peneliti maupun praktisi. Melalui seminar nasional ini diharapkan terhimpun berbagai pemikiran dan gagasan dari para peserta dengan sub-sub tema:

1. Business and Entrepreneurship (Bisnis dan Kewirausahaan)
2. Education (Pendidikan)
3. Sharia' Finance (Keuangan Syariah)
4. Information Technology (Teknologi Informasi)
5. Hukum (Law)
6. Agriculture (Pertanian)
7. Social (Sosial)

Ucapan terima kasih kami haturkan kepada pemakalah yang telah hadir untuk mempresentasikan makalahnya di Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Malang. Ucapan terima kasih juga kami haturkan kepada semua panitia yang telah bekerja keras dalam mensukseskan penyelenggaraan Seminar Nasional dan *Call for Papers* ini. Kami menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan atau keterbatasan selama penyelenggaraan Seminar Nasional dan *call for papers* ini, oleh karena itu ijinkan kami mengucapkan mohon maaf jika hal tersebut kurang berkenan di hati bapak ibu sekalian.

Malang, 25 Oktober 2016
Ketua Panitia

Teguh Prasetyo, SE., M.Sc
NIP. 198310112015041001

Kata Pengantar..... iii
Daftar Isi..... iv

Strategi *Peer Messangger* untuk Pengembangan Kewirausahaan Inklusif
Mohammad Zaenal Abidin 1

Strageti Pengembangan *Startup* UMKM Berbasis Syariah melalui Penciptaan Kompetensi Inti
Ika Purwanti..... 13

Strategi Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia dan Etika Bisnis Perbankan Syariah
Khusnul Rofida Novianti..... 25

Sajadah Cintah Manajemen Risiko Syariah .
Mohamad Anwar Thalib[1], genjang Prasindi[2]..... 34

Pengaruh Label Halal dan Iklan terhadap Proses Keputusan Pembelian
Wira Bharata[1], Premi Wahyu Widyaningrum[2] 46

Kajian Tafsir Usahawan Atas Konsep " Al-Halallu Bayn Wal Haroomu Bayn" dalam Manajemen Keuangan Usaha
Diah Ayu Septi Fauji[1], Restin Meilina[2], Ema Nurzainul Hakimah[3]..... 65

Shadaqah dan Keberlangsungan Usaha
Zuhrotul Mufidah 77

Perbandingan Optimalisasi Zakat dan SBSN terhadap Pajak dan SUN untuk Meningkatkan Kebijakan Fiskal dan Perbankan Syariah
Ipal[1], Ihlam Hamidi Dly[2] 85

Bisnis Yariah ; Etika Islam dan Instrumen Keuangan Syariah Sebuah Pendekatan Meta Analisis
Teguh Prasetyo[1], Yuli Agustina[2], Trisetia Wijijayanti[3] 100

Impelemtasi Akuntansi terhadap Trasnparansi Pengelolaan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah pada LazisMu Surabaya
Andrianto[1], M. Nasyah[2] 115

Peran Sukuk dalam ekonomi Nasional
Yoky Prasojo..... 132

Peranan Pemerintah dalam Kelembagaan Al – Hisbah Sektor Riil di Era Perekonomian Modern
Ahmad Makhtum[1], Imam Mukhlis[2] 147

Pengembangan Unit jasa keuangan Syariah dalam upaya meningkatkan Minat Wirausahawan Mahasiswa
Suparti[1] , Heri Pratikto[2], Ely Siswanto[3] 163

Analisis Pengembangan Pariwisata Syariah dalam Upaya Meningkatkan Minat Wirausahawan Mahasiswa
Hartini 172

Leading Indicator Krisis Perbankan Syariah di Indonesia
Sumandi[1], M. Afrizal Rizki Darmawan[2], Roby Sanjaya[3] 182

Optimalisasi Dana Sosial dalam Pengembangan Ekonomi Umat Melalui Lembaga Keuangan Syariah
Bagus Satriyo 196

Solusi dan STrategi Penerapan Pembiayaan Sektor Peternakan Sapi di Bank Syariah
Nurul Izzati[1], Ida Roza[2] 203

Pengaruh *Intelectual Capital* Terhadap Profitabilitas dan Pertumbuhan pada Perusahaan Perbankan Syariah di Indonesia
Henny Rakhmawati[1], Sawitri Dwi Prasitri[2], Nurika Restuningdiah[3] 216

Endorsemnet : Metamorfosa Syirkah 'Amal Kontemporer
Rahmad Hakim[1], Ririn Noviyanti[2] 227

Fenomena Dagang Dibo-Dibo : Kajian Penetapan Margin dan Pencatatan Akuntansi dalam Kearifan Budaya Ternate
Iqbal M. Aris Ali[1], Halim Kausaha[2] 237

Analisis Perbedaan Kinerja Keuangan antara Bank Konvensional dan Bank Syariah yang Go Publik di BEI
Supardi[1], Zainollah[2] 252

Pelangenggan Utopia ? : Membuhul Ekonomi Islam dengan Teologi Pembebasan
Subagyo[1], Tiwi Nurjannati Utami[2] 271

Hakikat *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Perspektif Islam
Muhammad Fahrurrozi[1], Ika Purwanti[2] 284

Kepemimpinan Islami Pengurus Koperasi dalam mengemban Amanah Rapat Anggota Tahunan
Sutrisno 295

Jual Beli On-Line Secara Syar'I Berdasarkan Al Qur'an dan Al Hadist
Henny Triyana H. 306

Kontribusi LKM dan LKMS terhadap Usaha Para Anggota dalam Dimensi Keadilan Distributif
Lasmiatun 316

Analisis Perbandingan Efisiensi Kinerja Bank Konvensional dan Bank Syariah dengan Metode Data Envelopment Analysis (DEA) Tahun 2012 - 2014
Irmaniar Astuti Ansori[1], Fadia Zen[2], Lulu Nurul Istanti[3] 327

Optimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Mewningkatkan Eksistensi Sentra UKM Islami Studi Pada : Tenun Ikat Khas Kediri Berbasis Data Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional Terhadap *Turnover Intention*
Bambang Agus Sumantri[1] , Erwin Putra Permana[2]..... 338

Pemasaran Syariah Industri Kecil di Wilayah Pesisir Kabupaten Pasuruan
Madziatul Churiyah 358

Strategi *Peer Messengger* Untuk Pengembangan Kewirausahaan Inklusif

(Perspektif Surat Ar-Rad Ayat 11 dan At-Taubah Ayat 71 dan 128)

Mohammad Zaenal Abidin
Program Studi Manajemen Universitas Darussalam Gontor
Email : zaenal@unida.gontor.ac.id

Abstrak: Strategi *Peer Messengger* adalah salah satu metode pengembangan suatu kelompok wirausahawan dengan memunculkan satu contoh orang binaan yang memiliki usaha sukses dari kalangan masyarakat di daerah tersebut, lalu model tersebut mengajarkannya kepada masyarakat yang ingin berwirausaha dengan usaha yang sama dan membuat suatu perkumpulan/organisasi. Strategi peer messenger terinspirasi oleh surat arrad ayat 11 dan attaubah ayat 71 dan 128. Tujuan penelitian adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pengembangan kelompok pengusaha baru di desa Ketah Kabupaten Situbondo. Serta mengetahui efektifitas strategi *Peer Messengger* terhadap keberhasilan kelompok wirausaha baru dalam mengembangkan usaha di desa Ketah kabupaten Situbondo sehingga bisa dipercaya mendapatkan pembiayaan.Pendekatan penelitian ini adalah metode campuran antara jenis penelitian kuantitatif model asosiatif kausalitas dan deskriptif kualitatif. Penelitian ini mempunyai dua variabel, yaitu variabel independen (X) yaitu komponen pembelajaran (tujuan, materi, instruktur, media dan metode *Peer Messengger*). Strategi *Peer Messengger* dinilai efektif dalam mengembangkan jiwa dan ketrampilan peserta dalam berwirausaha, ukuran keberhasilan program pendampingan bisa dikatakan baik dalam ukuran softskill dan cukup baik dalam ukuran hardskill. Saran yang dapat diberikan adalah meningkatkan kompetensi instruktur, mengevaluasi materi dan metode pendampingan lebih disesuaikan dengan karakteristik masyarakat di daerah tersebut.

Kata kunci: *Program Pengembangan Wirausaha Baru, Strategi Peer Messengger, Pemunculan model, Keberhasilan Kelompok Wirausahawan Baru.*

إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا۟ مَا بِأَنفُسِهِمْ

Sesungguhnya Allah tidak merobah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. (Ar-Rad Ayat 11)

وَٱلْمُؤْمِنُونَ وَٱلْمُؤْمِنَٰتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَآءُ بَعْضٍ

Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. (At-Taubah ayat 71)

لَقَدْ جَآءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُم بِٱلْمُؤْمِنِينَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢٨﴾

Sungguh telah datang kepadamu seorang Rasul dari kaummu sendiri, berat terasa olehnya penderitaanmu, sangat menginginkan (keimanan dan keselamatan) bagimu, Amat belas

kasihan lagi Penyayang terhadap orang-orang mukmin. (At-Taubah ayat 128)

Indonesia telah memasuki era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Data menunjukkan bahwa Indonesia potensial menjadi pasar untuk produk-produk negara ASEAN. Jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2013 sejumlah 245.425,2 ribu menempati persentase terbesar ASEAN yaitu 39% dengan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia pada Februari 2014 mencapai 5,70 persen (BPS 5 Mei 2014). Menurut data Kemenkeu, indeks daya saing Indonesia berada Pada level ASEAN berada pada peringkat ke 4. Sedangkan berdasarkan *Gross Domestic Product* (GDP) versi *World Bank*, Peringkat Indonesia terus naik dari peringkat 16 di tahun 2013, Indonesia sudah di peringkat 10 dunia akhir di tahun 2014.

Menteri Koperasi dan UKM Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga mengatakan, bahwa jumlah pengusaha di Indonesia hanya sekitar 1,65 persen dari jumlah penduduk saat ini (2015). Jumlah tersebut masih kurang dari angka ideal yaitu 2 persen (David Mc Clelland). Pertumbuhan ekonomi Indonesia tak bisa terlepas dari kontribusi UMKM utamanya sector usaha kecil yang berkontribusi 97 persen dalam perekonomian. Dari Kondisi ini pemerintah berusaha meningkatkkan jumlah wirausahawan melalui berbagai program pelatihan, seminar, dan program inkubasi (Kementerian Koperasi & UKM, 2013).

Pemerintah melalui departemen-departemennya seperti Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Departemen Koperasi, Departemen Tenaga Kerja, dan lain-lain, telah mengembangkan berbagai program pelatihan (pendidikan dan latihan) untuk meningkatkan jiwa wirausaha, skill manajerial dan kemampuan teknis produksi untuk para pengusaha UKM dengan harapan meningkatnya jumlah wirausahawan di Indonesia. Namun berdasarkan pengamatan dan pengukuran hasil evaluasi dari berbagai program pelatihan tersebut, ternyata hasilnya dianggap kurang sesuai harapan karena banyak pelatihan yang hanya bersifat jangka pendek dan tidak ada program yang berkelanjutan.

Jumlah Inkubator Bisnis di Indonesia diperkirakan sebanyak 50 Inkubator Bisnis (Pemerintah, Universitas, maupun swasta), namun dari jumlah tersebut hanya sebagian saja yang memiliki kinerja baik. Salah satu hal yang menyebabkan belum optimalnya pelaksanaan Inkubator bisnis di Indonesia adalah belum adanya kebijakan yang mengatur secara khusus mengenai Inkubator Bisnis, termasuk bagaimana model pendampingan yang ideal, mapan, dan efektif dalam menginkubasi UMKM binaannya (Bank Indonesia, 2006).

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Zaenal:2015 beberapa hal yang menjadi kendala pengembangan wirausahawan dalam pendampingan wirausahawan baru di kota batu yang diprogramkan oleh dinas KUMKM adalah sebagai berikut 1). Ketidaksesuaian Instruktur dengan peserta. Seluruh instruktur dari pendampingan kelompok wirausaha baru berasal dari akademisi sehingga terkesan teoritis, isntruktur tidak memiliki pengalaman praktis yang sesuai dengan keadaan peserta pendampingan sehingga terjadi *gap* antara berbagai teori kewirausahaan yang disampaikan oleh para instruktur dengan pola pikir peserta pendampingan kelompok wirausaha baru sehingga mayoritas instruksi tidak

dilaksanakan oleh peserta pendampingan bisnis. 2). Tidak ada program lanjutan. Program pendampingan biasanya hanya dilaksanakan sesuai dengan agenda yang terjadwal sehingga pola pendampingan hanya bersifat *project based*, sering kali berbagai acara pelatihan selesai begitu saja tanpa disertai program lanjutan yang benar-benar dibutuhkan secara konkrit oleh pengusaha UKM. Meskipun terkadang disediakan fasilitas konsultasi namun wirausahawan baru tidak memanfaatkannya ditambah dengan para instruktur kurang begitu aktif untuk menanyakan perkembangan dari peserta pelatihan atau pendampingan yang dididiknya. 3). Kesan Pihak peyelenggara butuh kepada peserta. Beberapa peserta pendampingan sepertinya sudah beberapa kali mengukuti pelatihan atau pendampingan dan mengetahui pola dari program pelatihan tersebut, bahkan muncul pernyataan peserta membantu pihak penyelenggara mensukseskan acara program pendampingan wirausaha yang di adakan oleh pemerintah. Selain diberikan pelatihan gratis, peserta juga diberikan fasilitas-fasilitas tertentu bahkan diberi uang tunai. Hal tersebut memperkuat bahwa pihak penyelenggara hanya ingin menghabiskan aggaran.

Berbagai kelemahan model pemberdayaan UKM di masa lalu tersebut telah mendorong munculnya program pendampingan terintegrasi sebagai pendekatan alternatif lain yang dinilai lebih baik dan tepat sasaran. Dari berbagai masalah diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pelatihan dilaksanakan tanpa ada kemauan atau munculnya minat peserta pelatihan untuk menjadi wirausahawan.

Salah satu model pelatihan yang mampu untuk memunculkan minat menjadi wirausahawan adalah *Peer Messengger*. Metode *Peer Messengger* adalah pemunculan sosok model wirausahawan dari kelompok mereka sendiri untuk memunculkan minat mereka dan mereduksi segala alasan penghambat menjadi wirausahawan karena ketika melihat salah satu diantara mereka ada yang menjadi wirausahawan yang sukses, maka timbul keinginan untuk menjadi wirausaha juga. Ketika sudah timbul keinginan menjadi wirausaha maka pelatihan akan semakin efektif karena meraka lebih aktif dan intens mengikuti pelatihan. Terlebih jika model wirausahawan yang sukses tersebut berperan aktif dalam mendampingi peserta lainnya pada kelompok mereka sehingga muncullah suatu kelompok usaha yang bergerak dalam bidang yang sama.

Peer Messenger merupakan salah satu strategi pengembangan kewirausahaan masyarakat dalam perspektif surat al-rad ayat 11 yang artinya "*Allah tidak merubah nasib suatu kaum sampai ia merubah nasibnya sendiri*". Dari ayat diatas bisa di interpretasikan bahwa perubahan akan terjadi jika itu faktor perubahan tersebut berasal dari internal pribadi seseorang. Jika bukan dari pribadi tersebut setidaknya berasal dari kelompok masyarakat itu sendiri karena setiap masyarakat mempunyai nilai, pola komukasi dan bahasanya tersendiri sehingga jika ada seseorang yang berubah maka perubahan tersebut akan mudah menyebar pada yang lain. Sedangkan makna dari ayat at-taubah ayat 71 adalah "*Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain*". dari ayat diatas bisa kita artikan bahwa orang yang beriman kepada allah baik laki-laki maupun perempuan dengan

sendirinya akan saling membantu sesuai dengan kebaikan dan kelebihan yang dimilikinya. Manusia yang beriman yang dimaksud dalam tulisan ini yaitu beriman yang sempurna yaitu orang yang beriman sekaligus memiliki ciri-ciri keimanan yang sesuai dengan alqur'an ataupun al-hadist seperti beramal shaleh, memuliakan tetangga, saling menasehati, menjalin silaturahim, hidup bersih dan lain sebagainya.

Dan dari surat At-Taubah ayat 128, "*Sungguh telah datang kepadamu seorang Rasul dari kaummu sendiri, berat terasa olehnya penderitaanmu, sangat menginginkan (keimanan dan keselamatan) bagimu, Amat belas kasihan lagi Penyayang terhadap orang-orang mukmin"*. Dari ayat diatas kita bisa ambil makna bahwa penolong suatu masyarakat dari komunitasnya sendiri karena semakin banyak kesamaan maka akan semakin mudah untuk mentransfer nilai-nilai kewirausahaan, dalam tulisan ini maka harus ada seseorang yang dipilih sebagai penyampai pesan (*mesengger*) dari materi yang telah dirumuskan sesuai dengan kurikulum pelatihan. Pemilihan duta penyampai pesan tentunya harus mempunyai karakter yang peduli akan rendahnya tingkat ekonomi pada komunitas masyarakatnya dan peduli akan terbatasnya lapangan pekerjaan yang ada, selanjutnya dia juga mempunyai karakter memberdayakan masyarakat seperti peduli, mudah berbagi, visioner dan lainnya.

Beberapa model pelatihan, workshop atau inkubasi bisnis dari berbagai pengembangan kewirausahaan menghadirkan pembicara yang berlatang belakang berbeda seperti akademisi ataupun pengusaha yang tidak sama bidang dengan peserta pelatihan sehingga terjadi *gap* yang membuat efektifitas pelatihan kurang maksimal.

Tujuan penelitian adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pengembangan kelompok pengusaha baru di desa Ketah Kabupaten Situbondo. Serta mengetahui efektifitas strategi *Peer Messengger* terhadap keberhasilan kelompok wirausaha baru dalam mengembangkan usaha di desa Ketah kabupaten Situbondo sehingga bisa dipercaya mendapatkan pembiayaan.

METODE

Pendekatan penelitian ini adalah metode campuran antara jenis penelitian kuantitatif model asosiatif kausalitas dan deskriptif kualitatif. Penelitian ini mempunyai dua variabel, yaitu variabel independen (X) yaitu komponen pembelajaran (tujuan, materi, instruktur, media dan metode *Peer Messengger*). Sedangkan variabel dependen (Y) adalah keberhasilan program pendampingan. Responden dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Pemda Situbondo, pimpinan usaha olahan hasil laut "Rusa Melintas", dan 20 orang peserta pendampingan. Teknik sampling dalam penelitian ini sampling jenuh dengan jumlah responden sebanyak 20 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan diperkuat oleh hasil analisis data kualitatif. Data diperoleh menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan wawancara mendalam.

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

Pengujian Hipotesis

Hasil uji statistik dengan bantuan program SPSS versi 19.0 adalah sebagai berikut. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.

Pengaruh Tujuan Pendampingan Terhadap Keberhasilan Program Pendampingan Kelompok Wirausaha Baru

Ho : Tujuan pendampingan tidak berpengaruh terhadap keberhasilan program pendampingan.

Dari hasil analisis data pada Tabel dapat diketahui bahwa koefisien beta -0,696 dengan sig.t alpha (0.046) < (0.05). Hal ini membuktikan bahwa Ho diterima. Karena walaupun pengaruhnya signifikan tapi arahnya negatif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel tujuan pendampingan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan program pendampingan.

Pengaruh Materi Pendampingan Terhadap Keberhasilan Program Pendampingan Kelompok Wirausaha Baru

Ho : Materi pendampingan tidak berpengaruh terhadap keberhasilan program pendampingan.

Dari hasil analisis data pada Tabel dapat diketahui bahwa sig.t > alpha (0.749< 0.05). Hal ini membuktikan bahwa Ho diterima. Dengan demikian, materi pendampingan tidak berpengaruh positif terhadap keberhasilan program pendampingan kelompok wirausaha baru di Desa Ketah Kabupaten Situbondo.

Pengaruh Instruktur Terhadap Keberhasilan Program Pendampingan Kelompok Wirausaha Baru

Ho : Instruktur pendampingan tidak berpengaruh terhadap keberhasilan program pendampingan.

Dari hasil analisis data pada Tabel dapat diketahui bahwa nilai sig.t < alpha (0.02 < 0.05). Hal ini membuktikan bahwa Ho ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel instruktur berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan program pendampingan. Hasil analisis data diatas dapat diartikan bahwa jika tujuan pendampingan semakin baik maka keberhasilan program pendampingan semakin meningkat.

Pengaruh Media Terhadap Keberhasilan Program Pendampingan Kelompok Wirausaha Baru

Ho : Media tidak berpengaruh terhadap keberhasilan program pendampingan.

Dari hasil analisis data pada Tabel dapat diketahui bahwa nilai sig.t > alpha (0.759< 0.05). Hal ini membuktikan bahwa Ho diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel media pendampingan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan program pendampingan.

Pengaruh Metode Terhadap Keberhasilan Program Pendampingan Kelompok Wirausaha Baru

Ho : Metode pendampingan tidak berpengaruh terhadap keberhasilan program pendampingan.

Dari hasil analisis data pada Tabel dapat diketahui bahwa nilai sig.t < alpha (0.00 < 0.05). Hal ini membuktikan bahwa Ho ditolak.

Dengan demikian, metode pendampingan berpengaruh positif terhadap signifikan terhadap keberhasilan program pendampingan kelompok wirausaha baru di Desa Ketah Kabupaten Situbondo. Hasil analisis data diatas dapat diartikan bahwa jika metode semakin baik maka keberhasilan program pendampingan semakin meningkat.

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa sig F (0,00) < alfa (0,05) dan nilai *Adjusted R Square* penelititan ini adalah 0,891. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tujuan, materi, instruktur, media dan metode pendampingan berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap keberhasilan program pendampingan. Variasi variabel bebas mampu menjelaskan variasi variabel terikat sebesar 89,1%. Sisanya sebesar 10,9% dijelaskan variabel lain di luar model.

Pembahasan

Kualitas Penyelenggaraan Pendampingan Kelompok Wirausaha Baru di Di Desa Ketah Kabupaten Situbondo

1. Tujuan Pembelajaran

Tujuan pembelajaran program pendampingan wirausaha baru di Desa Ketah Kabupaten Situbondo bisa dikategorikan baik secara data kuantitatif terlihat dari hasil penelitian, 55% responden mempersepsikan tujuan pembelajaran dengan baik, sedangkan 45 % mempersepsikan cukup baik. Berdasarkan dasil data kualitatif menunjukkan bahwa responden tidak terlalu mementingkan tujuan pembelajaran program pendampingan hal tersebut terlihat dari pernyataan bapak Imam sebagai pemilik usaha abon anugrah samudera.

2. Materi

Berdasarkan hasil data kuantitatif, 7,5% mempersepsikan kurang baik terhadap materi pendampingan, 62,5% mempersepsikan cukup baik dan atau 30% mempersepsikan baik terhadap materi pendampingan. Sedangkan berdasarkan temuan data kualitatif menunjukkan bahwa materi pendampingan sudah dipahami namun masih belum bisa diterapkan, Hal tersebut bisa terlihat dari pernyataan bapak Imam selaku ketua kelompok anugrah samudera dan hasil wawancara dengan ibu halimah selaku wakil dari kelompok usaha Nurul Hidayah.

3. Instruktur

Instruktur dari program pendampingan wirausaha baru di Desa Ketah Kabupaten Situbondo bisa dikategorikan baik secara data kuantitatif terlihat dari hasil penelitian, 80% responden mempersepsikan baik terhadap instruktur program, sedangkan 20 % mempersepsikan cukup baik. Berdasarkan dasil data kualitatif menunjukkan bahwa responden sangat terbantu oleh instruktur yang mengarahkan peserta agar lebih baik dalam mengelola bisnis. Hal tersebut bisa dilihat dari data yang diperoleh dari vety sofiaty selaku sekretaris dari kelompok anugerah samudra. Peserta program juga mengingikan pendampingan dari instruktur terus berlanjut sampai bisa mandiri, hal tersebut bisa terlihat dari data wawancara dengan bapak imam selaku ketua dari kelompok usaha anugerah samudera.

4. Media

Media selain membantu peserta pendampingan, juga berguna untuk membantu peserta pendampingan dalam berpikir dan mengingat materi.

Media dari program pendampingan wirausaha baru di Desa Ketah Kabupaten Situbondo bisa dikategorikan kurang baik. secara data kuantitatif terlihat dari hasil penelitian, 75% responden mempersepsikan kurang baik terhadap media program, sedangkan 25 % mempersepsikan cukup baik. Berdasarkan dasil data kualitatif menunjukkan bahwa responden merasa terbantu oleh media pendampingan yang lebih memudahkan peserta agar lebih baik dalam memahami materi bisnis. Hal tersebut bisa dilihat dari data yang diperoleh dari halimah selaku .

5. Metode

Metode dari program pendampingan wirausaha baru di Desa Ketah Kabupaten Situbondo bisa dikategorikan sangat baik. secara data kuantitatif terlihat dari hasil penelitian, 37,5% responden mempersepsikan baik terhadap metode program, sedangkan 62,5% mempersepsikan sangat baik. Berdasarkan dasil data kualitatif menunjukkan bahwa responden sangat terbantu oleh metode yang digunakan dalam program pendampingan. Hal tersebut bisa dilihat dari data yang diperoleh dari bapak imam selaku ketua usaha usaha abon anugerah samudra dan data dari ibu halimah selaku sekretaris dari usaha Nurul Hidayah. Peserta program merasakan metode *Peer Messengger* bisa membangkitkan keinginan mereka untuk berusaha dan juga bersama-sama meningkatkan nilai manfaat suatu produk hasil laut, hal tersebut bisa terlihat dari data wawancara dengan ibu veti soviati selaku sekretaris dari kelompok usaha anugerah samudera, ibu halimah selaku sekretaris dari usaha Nurul Hidayah dan dari ibu Uum selaku ketua dari kelompok usaha "Barokah".

A. Tingkat Keberhasilan Pendampingan Kelompok Usaha Usaha Olahan Ikan Di Desa Ketah Kabupaten Situbondo

1. Hard Skill Measurement/Ukuran Keberhasilan tampak

Ukuran keberhasilan tampak pada program pendampingan wirausaha baru di Di Desa Ketah Kabupaten Situbondo bisa dikategorikan baik. Berdasarkan hasil data kuantitatif menunjukkan 62,5% responden mempersepsikan baik terhadap keberhasilan program pendampingan, sedangkan 37,5 % mempersepsikan cukup baik.

Tingkat keberhasilan yang diperoleh peserta pendampingan masing-masing kelompok berbeda, hal tersebut dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya ketersediaan bahan baku, alat produksi yang memadai dan jaringan yang berbeda antar masing-masing kelompok. Diantara beberapa hardskill yang terlihat yaitu susunan bisnis plan yang cukup komprehensif dari masing-masing kelompok dan desain kemasan produk yang lebih baik, hal tersebut tentunya tak terlepas dari peran program pendampingan.

Produksi yang meningkat menjadi faktor dasar untuk melakukan pengembangan usaha, namun sebagian kecil kelompok wirausaha baru masih merasa terkendala akan modal dan alat dalam mengembangkan produksinya. Ukuran hardskill lainnya adalah pasar usaha yang semakin meluas dengan mengenal dunia *online*. Pasar yang semakin luas merupakan indikasi dari produk yang diterima oleh konsumen. Dalam hal ini perluasan pasar belum meningkat, perluasan pasar bertambah hanya antar kenalan antar anggota pendampingan. Hal lain dalam ukuran hardskill yaitu penjualan. Penjualan yang semakin meningkat menunjukan usaha yang semakin baik, dalam hal ini

mayoritas kelompok wirausaha baru sudah merasakan kenaikan penjualan yang signifikan hal tersebut juga berdampak pada keuntungan yang diperoleh. Secara keseluruhan keberhasilahan dalam pendampingan yang meliputi penjualan, keuntungan dan perluasan pangsa pasar mengalami peningkatan yang signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa untuk memperoleh kesuksesan hardskill yang baik memerlukan waktu yang bertahap dan kerja keras.

2. Soft skill Measurement / Ukuran Keberhasilan Tak Tampak

Ukuran keberhasilan program pendampingan wirausaha baru di Di Desa Ketah Kabupaten Situbondo bisa dikategorikan baik. Berdasarkan hasil data kuantitatif menunjukkan 62,5% responden mempersepsikan baik terhadap keberhasilan program pendampingan, sedangkan 37,5 % mempersepsikan cukup baik. Berdasarkan dasil data kualitatif menunjukkan bahwa responden mengalami peningkatan keberhasilan softskill seperti motivasi, keinginan, keyakinan dan pengetahuan berbisnis.

Percaya diri dalam memilih jalan berbisnis merupakan hal utama dalam membangun bisnis, dengan percaya diri yang tinggi bisa membuat orang lain percaya akan produk yang ditawarkan. Sebagian besar dari peserta program sudah mimilih berwirausaha atau berwiraswasta sebagai profesinya, namun beberapa dari juga berprofesi lain seperti petani, nelayan, perangkat desa dan ibu rumah tangga.

Tidak hanya kepercayaan diri yang menentukan berkembangnya usaha yang dijalankan, Pengetahuan bisnis juga sangat berperan untuk efisiensi dan efektifitas bisnis. Dalam hal ini, peserta pendampingan program wirausaha baru merasa pengetahuan akan ilmu bisnis meningkat meskipun sebagian besar mereka merasa belum mampu untuk menerapkan pada usahanya utamanya yang berkaitan dengan dunia *online* dan internet .

Faktor Pendukung Dan Penghambat Yang Dihadapi Oleh Peserta Pendampingan Kelompok Usaha Di Desa Ketah Kabupaten Situbondo.

Setiap usaha yang dikembangkan, pasti mengalami pasang dan surut. Berikut adalah hasil wawancara dengan peserta program pendampingan kelompok wirausaha baru di desa ketah kabupaten situbondo terkait faktor pendukung dan penghambat dalam mengembangkan usaha mereka.

1. Faktor Pendukung

i. Keyakinan

keyakinan menghasilkan kekuatan dan kepercayaan diri. Pengalaman keberhasilan individu lain ternya dapat mempengaruhi keraguan pada individu dalam berbisnis. Produk-produk yang dihasilkan oleh peserta pendampingan adalah wujud keyakinan bahwa produk sederhana bisa dijadikan bisnis yang menguntungkan.

ii. Kebersamaan

Kebersamaan adalah salah satu factor penting dalam berkembangnya usaha aneka hasil ikan laut. Kebersamaan dalam menghadapi masalah bersama seperti ketidakpastian akan harga ikan yang diatur oleh tengkulak serta kemampuan menjual dalam bentuk ikan segar atau mengolah ikan hanya dalam bentuk pindang membuat merasa senasib. Kebersamaan pula yang membuat mereka lebih mudah dalam mengirim barang melalui kerjasama dengan Pos Indonesia dalam penjemputan barang serta tarif ongkir yang semakin efisien dan terjangkau.

iii. Motivasi

Hampir seluruh motivasi peserta pendampingan merupakan motivasi dari sumber daya alam yang baik untuk dikembangkan menjadi produk yang lebih bernilai. Motivasi yang timbul dari peserta pendampingan yaitu tersedianya sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan dan mendukung untuk menghasilkan berbagai macam produk olahan dengan mendiversifikasi produk. Motivasi untuk memperbanyak relasi dan jaringan menambah semangat peserta untuk mengikuti pelatihan dan menjadi wirausaha.

Motivasi merupakan ukuran softskill yang dibutuhkan untuk menjaga minat berbisnis, motivasi merupakan salah satu modal untuk terus berbisnis utamanya ketika bisnis sedang mengalami penurunan produksi, penjualan ataupun mengalami penurunan keuntungan.

2. Faktor Penghambat

i. Inovasi Produk

Inovasi pada kelompok usaha olahan hasil laut di desa ketah kabupaten situbondo bisa dibilang rendah hal tersebut bisa dilihat dari produk yang kurang bervariatif dan cenderung meniru produk yang laris dipasaran baru membuatnya.

ii. Modal

Membahas permasalahan klasik peserta pendampingan dalam mengelola usahanya adalah permasalahan permodalan. Suku bunga yang tinggi dan rutinitas pembayaran yang tidak mampu dijangkau para peserta pendampingan mengakibatkan banyak usaha sulit berkembang namun dengan membentuk suatu kelompok bisa menemukan modal salah satunya dengan patungan dan permodalan dari sanak family juga kerabat dekat.

iii. Alat dan Bahan baku

Permasalahan yang dihadapi oleh kelompok usaha anugerah samudera yaitu untuk jangka pendek peserta pendampingan memperbaiki teknologi kemasan yang lebih menarik bagi konsumen. Termasuk mengusahakan peralatan press plastic untuk kemasan. Kendala kemasan adalah kemasan masih bisa ditembus oleh semut dan aroma abon masih bisa tercium oleh kucing sehingga mengundang kucing untuk merusak kemasannya, dari masalah tersebut kelompok usaha menginginkan kemasan dari alumunium foil meski harganya lebih mahal dan peralatan press belum dimiliki.

Salah satu kendala lain yaitu bahan baku. Bahan baku utama usaha di desa ketah kabupaten situbondo adalah ikan tongkol yang bersifat musiman. Ketika tidak musim ikan maka sulit bagi para usahawan memenuhi permintaan pasar karena kelangkaan bahan baku jikapun ada harga bahan baku sangat mahal.

iv. Pemasaran Online

Dunia saat ini adalah dunia digital. Perkembangan zaman menuntut bisnis eksis di dunia internet jika tidak ditemukan di mesin pencari di internet maka seolah bisnis anda tidak mendapat kepercayaan bagi konsumen. Banyak diantara peserta usaha di desa ketah kabupaten situbondo bukan termasuk kategori muda, hal tersebut mengakibatkan mereka kurang familiar dengan dunia internet sehingga pemasaran mereka kurang maksimal. Untungnya Perkembangan teknologi membantu usahawan dalam memasarkan produk dengan

menggunakan aplikasi seperti whatsapp dan Blackberry messenger.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah dilakukan pada peserta program pendampingan kelompok wirausaha baru di desa ketah kabupaten situbondo dengan menggunakan metode *Peer Messengger*, maka dapat diambil beberapa kesimpulan : (a) Kualitas Penyelenggaraan Pendampingan Program Pendampingan Kelompok Wirausaha Baru di Desa Ketah Kabupaten Situbondo : Tujuan pembelajaran program pendampingan secara umum dinilai cukup baik oleh peserta, Materi program pendampingan kelompok wirausaha baru secara umum dinilai cukup baik oleh peserta, Instruktur program pendampingan kelompok wirausaha baru secara umum dinilai baik oleh peserta, Media program pendampingan kelompok wirausaha baru secara umum dinilai kurang baik oleh peserta, Metode program pendampingan kelompok wirausaha baru secara umum dinilai sangat baik oleh peserta.

(b) Keberhasilan Program Pendampingan : Ukuran keberhasilan tampak pada program pendampingan wirausaha baru di Di Desa Ketah Kabupaten Situbondo bisa dikategorikan baik. Berdasarkan hasil data kuantitatif menunjukkan 62,5% responden mempersepsikan baik terhadap keberhasilan program pendampingan, sedangkan 37,5 % mempersepsikan cukup baik. Berdasarkan hasil analisis dari data kuantitatif menunjukkan bahwa program program pendampingan bisa dikatakan positif atau berhasil dan berdasarkan data kualitatif, pengukuran keberhasilan tak tampak (*soft skill*) seperti motivasi, keinginan, keyakinan dan pengetahuan berbisnis dinilai baik dan positif sedangkan ukuran tampak *(hard skill)* seperti penjualan, keuntungan dan perluasan pangsa pasar dinilai cukup baik dan bernilai positif.

Saran

Berdasarkan simpulan diatas, saran yang diajukan dirumuskan sebagai berikut : **Penyelenggara Program Pendampingan,** Bagi dinas terkait atau instansi pemerintah yang memiliki program menumbuhkan wirausahawan baru hendaknya memilih metode yang tepat dalam pengembangan minat kewirausahaan masyarakat. Pemilihan metode juga harus mempertimbangkan karakteristik peserta program serta mengadakan program berkelanjutan dan mengevaluasi efektifitas dari program yang diterapkan. **Instruktur *Peer Messengger*,** Instruktur program pendampingan kelompok wirausaha baru hendaknya meningkatkan pemahaman peserta terkait tujuan program, merancang materi sesuai dengan tingkat pengetahuan dan kebutuhan peserta, memilih media yang lebih variatif dan menjadi instruktur yang lebih berpengalaman dalam membangun bisnisnya sendiri sehingga bisa menjadi contoh dan membagikan ilmu serta pengalamannya menjadi lebih baik. Instruktur pendampingan disarankan bersedia mendampingi peserta secara berkala agar kualitas peserta program pendampingan kelompok wirausaha baru tidak hanya berhasil dalam ukuran softskill namun juga hardskill seperti omset usaha, pasar usaha dan profit usaha.

DAFTAR RUJUKAN

Al-Qur'an.

Arikunto, S. (2005). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta. Bumi Aksara.

Bank Indonesia. 2006. *Kajian Inkubator Bisnis dalam Rangka Pengembangan* UMKM. Jakarta (ID): Tim Penelitian dan Pengembangan Biro Kredit BI.

Creswell, John W. 2010. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Diknas. 2004. *Pedoman Umum Pemilihan dan Pemanfaatan Bahan Ajar*. Jakarta: Ditjen Dikdasmenum.

Dimyati,dkk. 2009. *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: RinekaCipta.

Djamarah, S. B. & Zain, A. 2010. *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rineka Cipta.

Hamalik, O. 2004. *Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Bumi Aksara.

Kementerian Koperasidan UKM RI. 2012. *Pedoman Pendirian dan Pengelolaan Inkubator Bisnis*. Jakarta (ID). Deputi Bidang Pengembangan dan Restrukturisasi Usaha.

Kravetz. .2004. *Human Resource Management*. McGraw-Hill, Boston.

Lee D Y and Tsang E W K, 2001, The Effect of Entrepreneurial Personality, Background and Network Activities on Venture Growth, *Journal of Management Studies* 38-4 pp 583-602.

Majid, A. 2007. *Perencanaan Pembelajaran Bandung*: PT. Remaja Rosdakarya.

Nur, M. 2008. *Dasar-dasar Pendidikan Jasmani*, Makassar FIK UNM.

Oemar, Hamalik. 2003. *Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Bumi Aksara.

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2013 *tentang Pengembangan Inkubator Wirausaha.*

Partomo, T. S. dan Soedono, Abd Rachman. (2002). *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi.* Jakarta: Ghalia Indonesia.

Siswoyo, D, dkk. 2007. *Ilmu Pendidikan.* Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta Press.

Slameto. 2010. *Belajar & Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

Soekarlan, E 1969. *Pedagogik Umum*. Yogyakarta: FIP IKIP Yogyakarta.

Subanar, H. 2009. *Manajemen Usaha Kecil.* Universitas. Gadjah Mada: Yogyakarta.

Sudjana, N. 2005. *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Suryosubroto. 1997. *Proses Belajar-Mengajar di Sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta.

Syafei, S.B. (2007). *Perencanaan Diklat Bagi PTK-PNF*. Jurnal Ilmiah. VISI PTK-PNF, 2.1-8.

Syarif T. 2009. *Pengembangan Wirausaha Baru Melalui Inkubator Bisnis. Kementerian Negara Koperasidan Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta (ID).

Tambunan,T. 2009. *UMKN di Indonesia*. Ghalia Indonesia. Bogor.

Universitas Negeri Malang. 2010. *Pedomam Penulisan Karya Ilmiah: Skripsi, Tesis, Disertasi, Artikel, Makalah, Tugas Akhir, Laporan Penelitian* (EdisiKelima). Malang: Universitas Negeri Malang.

Voisey, Pam., Gornall, Lynne., Jones,Paul and Thomas, Brychan. 2006. *The measurement of success in a business incubation project*. Journal of Small Business and Enterprise Development. www.emeraldinsight.com/1462-6004.htm (diakses tanggal 11 maret 2015)

Yustika, A. E. 2006. *Ekonomi Kelembagaan*: Definisi, Teori, dan Strategi.

Zuriah, N. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan* :Teori-Aplikasi. Jakarta: Bumi Aksara.

Tabel 1 Hasil Uji T

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T hitung	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.363	1.874		.194	.848
	TUJUAN	-1.770	.855	-.696	-2.072	.046
	MATERI	.065	.201	.033	.323	.749
	INSTRUKTUR	2.770	.802	1.027	3.452	.002
	MEDIA	-.054	.176	-.023	-.309	.759
	METODE	1.146	.203	.675	5.634	.000

a. Dependent Variable: UKURAN_KEBERHASILAN

R = 0,951
R^2 = 0,905
Adjusted R^2 = 0,891
F_{hitung} = 64.85
F_{sig} = 0,00

Strategi Pengembangan *Startup* UMKM Berbasis Syariah Melalui Penciptaan Kompetensi Inti

Ika Purwanti
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Email : ikapoer2@gmail.com

Abstrak : *UMKM merupakan salah satu industri yang menarik untuk disoroti karena memiliki potensi unggul. Selain itu, UMKM menjadi suatu pondasi perekonomian yang kuat. UMKM umumnya memiliki keterbatasan sumber daya dan kemampuan manajerial yang rendah. Sedangkan tantangan yang dihadapi oleh UMKM saat ini adalah kondisi persaingan yang semakin ketat dan lingkungan yang berubahdengan cepat. Para pengusaha memerlukan kemampuan untuk mengeksploitasi dan mengembangkan kapabilitas internal dan eksternal yang dimilikinya agar perusahaan memiliki keunggulan bersaing. Konsep pengembangan startup UMKM berbasis syariah dengan strategi yang fokus pada pengembangan kompetensi inti akan menciptakan keunggulan melalui peningkatan dan penciptaan nilai tambah. Paper ini bertujuan untuk menganalisis penciptaan kompetensi inti sebagai strategi pengembangan startup UMKM berbasis syariah, serta mencari suatu bentuk pengetahuan baru dalam merancang value bagi UMKM agar memiliki keunggulan bersaing dalam menghadapi persaingan bisnis, baik dalam skala lokal maupun global. Data diperoleh melalui kajian literatur yang meliputi buku teks, jurnal, dan penelusuran internet. Hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa dalampersaingan perdagangan bebas dan globalisasi, pangsa pasar menjadi luas. Ketika pangsa pasar luas, maka penciptaan kompetensi inti menjadi strategi kunci untuk memenangkan persaingan.*

Kata Kunci : *UMKM syariah, keunggulan bersaing, kompetensi inti*

Memulai usaha baru memang bukanlah persoalan yang mudah, berbagai tantangan dan persaingan pasar turut mewarnai perkembangan sebuah usaha. Maraknya pertumbuhan usaha saat ini, berhasil menciptakan persaingan pasar yang semakin ketat. Keadaan ini tentu saja memaksa para pengusaha untuk menggunakan berbagai strategi mereka agar usahanya tidak kalah bersaing dengan usaha lainnya.

Pertumbuhan usaha di Indonesia juga terjadi pada sektor industri Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Jumlah UMKM hingga 2013 mencapai sekitar 58 juta yang memberikan kontribusi penting pada PDB 60,34% dan penyerapan tenaga kerja sebesar 97% (Depko dan UKM RI). Datangnya arah baru perekonomian global di negeri ini telah menjadi momok yang menakutkan bagi para pelaku usaha di Indonesia. Berbagai peluang dan ancaman dari luar maupun dalam negeri harus siap dihadapi, khususnya bagi industri UMKM yang baru dirintis dan masih sangat mengandalkan pasar lokal.

Startup UMKM dikarakteristikkan dengan beragam tantangan dan masalah, seperti pemasaran, keuangan, peraturan pemerintah, teknologi, produksi, praktik

manajemen, dan isu-isu lokal lainnya. Terdapat banyak literatur dan kajian penelitian tentang UMKM mengenai isu-isu bisnis UMKM, namun kajian penelitian terhadap pengelolaan ancaman pada masa-masa awal pertumbuhan sektor manufaktur khususnya di Indonesia masih belum banyak digali. Dalam penelitian kewirausahaan, identifikasi faktor-faktor yang mengembangkan *startup business* dan pertumbuhannya adalah menjadi elemen penting di dalam pengembangan ekonomi dan model baru. Paper ini mengkaji pengelolaan faktor internal dan eksternal dalam upaya mengembangkan startup UMKM melalui penciptaan kompetensi inti. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Siaw & Rani (2012) telah menunjukkan bahwa usaha baru memiliki kemungkinan kegagalan lebih besar daripada usaha lama. Pemahaman mengenai faktor-faktor yang menghambat dan mensukseskan startup business serta hubungannya terhadap faktor internal dan eksternal merupakan sesuatu yang vital bagi startup UMKM.

UMKM merupakan salah satu sektor industri yang menarik untuk disoroti karena memiliki potensi unggul. Selain itu, UMKM menjadi suatu pondasi perekonomian yang kuat. Sejarah membuktikan, ketika terjadi krisis moneter di tahun 1998 banyak perusahaan besar yang *collapse,* namun UMKM tetap bertahan dan mampu menopang kelanjutan perekonomian Indonesia. Pengembangan UMKM menjadi komponen penting bagi program pembangunan nasional untuk meletakkan landasan pembangunan sistem ekonomi kerakyatan yang berkelanjutan dan berkeadilan.

Secara umum, UMKM dibedakan menjadi UMKM konvensional dan UMKM Syariah. UMKM berbasis syariah merupakan sebuah wadah dari kegiatan ekonomi yang berlandaskan ajaran Islam dengan produk berlabel **halal**. Sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, UMKM berbasis syariah di Indonesia memiliki peluang besar untuk terus berkembang. Namun, nyatanya kondisi di lapangan menggambarkan bahwa perkembangan UMKM berbasis syariah masih belum menunjukkan taringnya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh *merdeka.com* kepada Presiden Direktur CIMB Niaga Arwin Rasyid (2012) mengatakan bahwa bisnis syariah di Indonesia saat ini baru memberikan kontribusi di bawah 5%. Namun, dia memperkirakan lima tahun mendatang bisnis syariah dapat menyumbang 10%. Telah dikatakan juga bahwa bisnis syariah CIMB mampu tumbuh 70% tiap tahun.

Mendorong perkembangan bisnis UMKM berbasis syariah di Indonesia merupakan hal penting yang harus terus digalakkan, mengingat kesadaran masyarakat Muslim Indonesia terhadap keharusan menggunakan dan memanfaatkan produk/jasa yang halal dan barokah. Oleh karenanya, peran produsen atau pelaku usaha berbasis syariah menjadi sebuah alternatif masa depan yang sangat menjanjikan. Jika melihat perkembangan bisnis syariah termasuk juga lembaga-lembaga syariah di negara-negara muslim, seperti Kuwait, Uni Emirat Arab, Malaysia, bahkan Singapura, Indonesia sudah tertinggal cukup jauh. Tak kalah heboh, negara-negara Eropa pun kini sedang berpikir untuk membuka unit-unit usaha syariah. Perkembangan industri halal juga terjadi di negara bukan mayoritas muslim, seperti Thailand, Jepang, Singapura, Korea

Selatan, Amerika Serikat, dan Australia. Dengan demikian, seluruh sektor industri di Indonesia harus siap menghadapi kompetisi yang semakin ketat dalam memperebutkan permintaan produk halal di dunia, termasuk startup industri kecil dan menengah.

Berkaitan dengan kesiapan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia juga masih dipertanyakan. Dalam skala nasional sendiri, UMKM berbasis syariah belum mampu menunjukkan keunggulannya. Pengembangan industri kecil selalu tidak dapat diikuti dengan keberhasilan perkembangan produk usahanya karena lemahnya kemampuan manajerial. Kelemahan manajerial ini mengakibatkan ketidakmampuan produk usahanya untuk berkembang dan menyesuaikan perubahan yang muncul dari lingkungan usahanya. Dengan demikian diperlukan sebuah strategi mengembangkan *startup business* UMKM berbasis syariah, yaitu melalui penciptaan kompetensi inti (*core competence*).

Alasan mengapa penting dan perlu dilakukan penciptaan kompetensi inti pada UMKM yang baru berdiri, dikarenakan sektor UMKM memiliki kontribusi ekonomi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia, dapat menciptakan iklim bisnis yang positif, dapat memperkuat citra dan identitas bangsa, mendukung pemanfaatan sumber daya yang terbarukan, merupakan pusat penciptaan inovasi dan kreativitas, serta memiliki dampak sosial yang positif.

Pentingnya penciptaan kompetensi inti pada sebuah usaha juga didukung oleh beberapa penelitian, diantaranya (1) Penelitian oleh Novandari tahun 2013, menghasilkan kesimpulan bahwa keunggulan bersaing dapat diraih melalui penciptaan kompetensi inti yang dimiliki oleh UMKM. Kompetensi inti dapat bersumber dari *tangible* dan *intangible resources* yang membuat organisasi itu unik. (2) Penelitian oleh Barney tahun 1991, menunjukkan hasil bahwa kompetensi inti dapat menjadi dasar bagi keunggulan bersaing yang berkelanjutan, namun harus memenuhi beberapa kriteria berikut, antara lain : (1) *Valuable* (bernilai), (2) *Rareness* (langka), (3) *Imitate* (sukar ditiru), dan (4) *ability to exploit* (kemampuan dalam memanfaatkannya. Penerapan kompetensi inti sebagai sumber keunggulan bersaing bagi bisnis pemula dari produk UMKM di Indonesia masih belum banyak digali. Diperlukan upaya untuk dapat mengidentifikasi kompetensi inti yang dimiliki oleh UMKM, khususnya pada UMKM Syariah.

Dengan dilakukannya pengkajian tema pada paper ini, maka dapat diketahui penciptaan kompetensi inti sebagai salah satu strategi pengembangan *startup* UMKM berbasis syariah di Indonesia.

The *Startup Business*

Kata kunci dari *startup* adalah "baru mulai" dan "pertumbuhan". *Startup as the creation of an entirely new enterprise which did not formally exist as an organization* (Rani & Siaw : 2012). *Startup* bisa diartikan sebagai perusahaan rintisan yang belum lama didirikan atau beroperasi. Perusahaan-perusahaan ini biasanya masih dalam tahap pengembangan dan penemuan pasar yang paling tepat dalam menjual produknya.

Menurut sumber dari *kinciakincia.com*, *startup business* memiliki ciri-ciri antara lain: (1) usia operasinya masih di bawah tiga tahun,

(2) pendapatan per tahun di bawah USD 100.000, dan (3) jumlah pegawai masih kurang dari 20 orang. Tercatat oleh *Dailysocial.net*, saat ini terdapat kurang lebih dari 1.500 startup lokal yang masih beroperasi secara aktif di Indonesia.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Terdapat banyak pemaknaan UMKM, namun secara umum definisi UMKM di Indonesia dijabarkan berdasarkan kriteria kuantitatif, seperti jumlah tenaga kerja. jumlah aset, dan jumlah omset per tahun. UMKM adalah usaha kerakyatan yang saat ini mendapat perehatian dan keistimewaan yang diamanatkan oleh undang-undang. UMKM diatur pada UU no. 20 taahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Ragam pengertian UMKM disajikan pada Tabel 1.

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat dilakukan dengan jauh lebih baik oleh sebuah perusahaan bila dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan saingan (David : 2009). Bharadwaj, 1993 menjelaskan bahwa sebuah keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan. Keahlian dan aset yang unik dipandang sebagai sumber dari keunggulan bersaing.

Berdasarkan dua pendapat di atas, maka secara sederhana dapat disimpulkan bahwa cakupan keunggulan bersaing dalam sebuah usaha lebih terarah pada kemampuan menciptakan hal-hal baru melalui proses kreativitas yang mampu menjadi daya tarik yang memicu konsumen untuk melakukan pembelian. Secara sederhana juga disebut sebagai upaya membuat *"make different"* namun memiliki nilai strategis yang kemudian menjadi kekuatan sebagai keunggulan bersaing.

Kompetensi Inti

Pada dasarnya kompetensi inti (*core competence*) merupakan apa yang dilakukan perusahaan yang bernilai secara stratejik (Kuncoro : 2005). Esensi kompetensi inti sebagai apa yang membuat suatu organisasi unik dalam hal kemampuannya menawarkan nilai kepada para pelanggannya. Kompetensi inti (*core competence*) adalah seperangkat kemampuan unik yang dikembangkan dalam bidang-bidang kunci seperti mutu, layanan pelanggan, inovasi, pembinaan tim, fleksibilitas, dan lainnya yang mampu mengungguli pesaing.

Reed & Defillippi (1990) mengemukakan bahwa agar tetap bertahan hidup di tengah tekanan persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus mengambil tindakan yang dapat mempertahankan dan memperkuat kompetensinya yang unik. Kompetensi unik (inti) akan menghasilkan keunggulan bersaing untuk mencapai kinerja superior (Bharadwaj, et al : 1993). Dengan demikian penciptaan kompetensi inti berarti pembinaan lebih fokus, efisien, dan efektif sesuai dengan potensi sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.

Kondisi saat ini mengharuskan UMKM berbasis syariah harus inovatif dan kreatif dalam mengembangkan usahanya. Pelaku startup UMKM berbasis syariah memiliki peluang besar untuk menjamah pasar halal mengingat

masih adanya 80% pangsa di sektor tersebut yang belum tereksplorasi (Sumber : *onenews.id*). Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, potensi sektor industri halal harus dapat dimanfaatkan oleh UMKM dalam negeri melalui penciptaan kompetensi inti. Penciptaan kompetensi inti akan membangun kualitas SDM yang paham dengan pengembangan strategi usaha yang disokong dengan sarana yang kuat dan pejuang yang tahan banting.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif, yaitu melakukan analisis berdasarkan data dan informasi yang tersedia. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang ada di Indonesia. Teknik pengumpulan data menggunakan pendekatan studi literatur. Literatur yang didapat adalah melalui buku teks, jurnal, artikel media massa, dan penelusuran melalui internet.

HASIL & PEMBAHASAN

Gambaran Umum UMKM Syariah di Indonesia

Halal adalah kriteria mutu produk utama dalam mengembangkan *startup business* UMKM berbasis syariah. Indonesia telah menyiapkan perangkat hukum melalui UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang esensinya adalah mengatur kehalalan suatu produk guna melindungi kepentingan konsumen domestik terhadap barang impor yang telah teruji kehalalannya serta mengamankan ekspor produk komoditi agar dapat diterima di bisnis internasional.

Sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia menjadi pasar potensial untuk produk-produk berbasis syariah. Berdasarkan data dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), jumlah produk yang beredar di masyarakat sebanyak 194.776. Namun, hanya setengahnya yang telah memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam masa berlaku tahun 2013-2015. Jumlah produk bersertifikat halal tersebut berjumlah 98.543 atau memiliki prosentase sebesar 50,6%.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pada 2010 total penduduk Indonesia mencapai 238 juta jiwa dengan jumlah penganut agama Islam mencapai 87% atau sekitar 207 juta jiwa. Oleh karena itu, akan terlihat aneh jika melihat mayoritas jumlah penduduknya yang muslim dengan kondisi sertifikasi produk halalnya yang masih kurang di masyarakat. Apabila dibandingkan dengan negara-negara lain yang mayoritas penduduknya beragama Islam, Indonesia masih kalah dalam upaya menggencarkan bisnis produk halal.

Data dari *State of The Global Islamic Economy* 2014-2015 menyebutkan indikator tren bisnis halal terlihat pada lima bidang industri terus menunjukkan kemajuan, yaitu jasa keuangan Islami, makanan halal, busana muslim, media dan rekreasi halal, serta farmasi dan kosmetik halal. Namun, Indonesia menempati urutan kesepuluh dari negara-negara pelaksana ekonomi Islam (Malaysia, Uni Emirat Arab, Bahrain, Oman, Arab Saudi, Qatar, Kuwait, Yordania, Pakistan, dan Indonesia. Kondisi ini menunjukkan bahwa industri berbasis syariah (halal) masih tertinggal dibandingkan dengan beberapa negara tetangga. Padahal Indonesia memiliki potensi yang begitu besar.

Strategi pengembangan dan pemberdayaan UMKM di Indonesia harus terus digalakkan agar dapat melihat peluang pasar industri untuk memproduksi produk-produk yang terjamin halal. Apalagi, meningkatnya kepedulian konsumen dan produsen terhadap produk halal. Agar mendapatkan kepercayaan dari masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim, UMKM perlu memiliki label halal yang dikeluarkan oleh MUI. Untuk mendapatkan label tersebut, UMKM harus memiliki sertifikat PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga). Izin PIRT ini menjamin bahwa UMKM sudah lulus uji untuk hal-hal yang paling mendasar dalam usaha makanan dan minuman skala rumah tangga. Setelah UMKM memiliki ijin PIRT, selanjutnya dapat mengajukan permohonan untuk mendapatkan sertifikat halal MUI.

Penciptaan Kompetensi Inti di UMKM Syariah

Keberhasilan UMKM di era globalisasi dan pasar terbuka saat ini bergantung pada keunggulan bersaing produk-produknya. Agar memperoleh keunggulan bersaing, perusahaan harus mempunyai kompetensi yang istimewa, yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Kompetensi tersebut diperoleh dari dua sumber, yaitu sumber daya (*resource*) dan kemampuan-kemampuan (*capabilities*) tertentu (Udaya : 2013).

Perangkap terbesar, banyak pelaku usaha tersandung karena gagal membedakan diri dari para kompetitor. Kunci keberhasilan bisnis adalah untuk mengembangkan keunggulan kompetitif yang unik, menciptakan nilai bagi pelanggan dan sulit bagi pesaing untuk meniru. Mengembangkan kompetensi inti merupakan proses penentuan tindakan yang tepat bagi perusahaan dalam rangka menciptakan keunggulan kompetitif. Kompetensi inti digambarkan sebagai sesuatu yang "unik", "khusus", "sulit ditiru", dan "lebih unggul dalam kompetisi". Hal ini juga didukung oleh pendapat Shieh dan Wang (2010), mengungkapkan bahwa kompetensi inti merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan lebih berhasil dari para pesaingnya dan yang dibutuhkan oleh pasar.

Untuk mempertahankan keunggulan bersaing sebuah usaha, kompetensi inti haruslah menambah nilai, langka, sulit ditiru, dan sulit digantikan (Barney : 1991). Keempat karakter tersebut (bernilai, langka, sulit ditiru, dan sulit digantikan) adalah indikator-indikator yang penting dalam menentukan apakah suatu sumber daya atau kapabilitas dapat dijadikan kompetensi inti suatu usaha atau tidak. Terdapat pada gambar 1.

Gambar 1 menggambarkan bahwa kapabilitas akan menjadi kompetensi inti apabila memenuhi kriteria VRIN, yaitu *Valuable, Rareness, Imperfectly imitable, Non-subtituable*. Jika tidak memenuhi keempat kriteria tersebut, maka kapabilitas hanya merupakan sekelompok sumber daya yang tidak stratejik. Namun jika sebaliknya, maka merupakan kapabilitas stratejik atau kompetensi inti. Nilai utama dalam penciptaan kapabilitas yang merupakan kompetensi inti tercipta dari rutinitas, proses, akumulasi pengetahuan, dan aktivitas kerja nyata dalam organisasi.

Model Gambar 1 di atas didukung oleh pernyataan Prahalad dan Hamel (1990) menyebutkan bahwa untuk dianggap sebagai kompetensi inti, harus memiliki karakteristik berikut:

a. menawarkan manfaat nyata bagi pelanggan
b. sulit bagi pesaing untuk meniru
c. menyediakan akses ke berbagai pasar

Kompetensi inti dibangun atas individu atau kelompok aset tidak berwujud yang membentuk dan mewujudkan kemampuan organisasi, keterampilan, pengetahuan, pengalaman, orang-orang, sumber daya dan kekayaan intelektual. Kompetensi inti tidak dapat dengan mudah ditiru oleh pesaing. Hal-hal di atas merupakan sumber dari kemampuan perusahaan untuk memberikan nilai unik kepada para pelanggannya. Mereka cukup fleksibel untuk mengungguli berbagai fungsi bisnis atau produk teknologi dan mereka tidak terikat oleh cara melakukan bisnis yang telah ada, tetapi merupakan rangsangan untuk pertumbuhan (Harvey & Lusch : 1997).

Terdapat banyak cara menciptakan kompetensi inti, namun Prahalad & Hamel (1994) membaginya menjadi tiga jenis, antara lain:

1. Pasar mengakses kompetensi : keterampilan yang membantu menempatkan suatu perusahaan di dekat para pelanggannya. Misalnya, pengelolaan merek, penjualan dan pemasaran, distribusi dan logistik, dukungan teknis.
2. Integritas berhubungan dengan kompetensi : keterampilan yang memungkinkan perusahaan untuk melakukan hal-hal yang jauh lebih cepat dengan fleksibilitas yang lebih besar atau dengan kehandalan teknologi yang lebih tinggi dibandingkan pesaing. Misalnya : kualitas, siklus manajemen waktu, dan *just in time*.
3. Fungsi yang berhubungan dengan kompetensi : kemampuan yang memungkinkan perusahaan untuk berinvestasi dengan layanan atau produk dengan keunikan fungsi yang menginvestasikan produk dengan manfaat pelanggan yang khas.

Contoh dari penciptaan kompetensi inti pada UMKM berbasis syariah adalah *islamic brand*. Temporal (2011) menyebutkan bahwa Islam dapat dianggap sebagai merek tersendiri, dengan citra yang unik. Sebagai branding, Islam mengakomodasi segmen besar konsumen Muslim yang memiliki nilai-nilai bersama, kebutuhan yang sama. Bagi umat Islam, *islamic brand* merupakan cara hidup. "Halal" adalah global *islamic brand*. Swimberghe, *et al* (2009) menyatakan bahwa kepercayaan agama konsumen sejalan dengan pilihan konsumsi mereka. Jika jumlah konsumen muslim yang peduli pada kepatuhan syariah meningkat, maka pilihan *islamic branding* pun juga akan meningkat.

Berbagai studi dan pengamatan telah menunjukkan bahwa *islamic brand* telah mampu menciptakan citra positif baik di sektor keuangan maupun non keuangan. Perbankan syariah memperoleh popularitas tinggi dan sukses dalam membangun citra dan reputasi jangka panjang. Hal ini menunjukkan peningkatan citra dan reputasi *islamic branding*.

Tren gaya hidup umat Islam abad ke-21 ini dihadapkan pada *'Halal Lifestyle'* secara modern. Sebagai seorang muslim sudah sepatutnya menginginkan suatu produk atau jasa yang sesuai syariah Islam. Tak jarang kita sebagai umat muslim sulit untuk mencari produk/jasa yang benar-benar sesuai syariat Islam, misalnya saja ketika kita membeli roti yang tidak berlabel halal, pasti kita akan mengedepankan roti lain yang halal dan

toyib. Mulai dari bahan pembuatan makanan apakah terdapat bahan-bahan haram atau tidak. Seringkali dalam hati kita merasa was-was jika saja ada bahan pembuatan mengandung unsur haram. *Islamic branding* ini hadir untuk menjawab segala keraguan yang ada di benak kita dan memudahkan umat Muslim untuk tetap menikmati produk atau jasa sesuai syar'i.

Bisnis UMKM berbasis syariah menggabungkan unsur-unsur moral dan transendental dalam proses pengambilan keputusan produksi dalam pengembangan produk, dan dipandu oleh prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Pada akhirnya akan mneingkatkan citra di seluruh dunia. Tujuan utama dari *islamic brand* adalah mempromosikan mempromosikan keadilan dan kesejahteraan sosial dan rahmat Allah SWT, dengan tujuan bersama mencapai keberhasilan di dunia dan akhirat (Haniffa & Hudaib : 2007).

Persaingan perdagangan bebas dan globalisasi semakin ketat, pangsa pasar menjadi luas. Ketika pangsa pasar luas, maka penciptaan kompetensi inti menjadi strategi kunci untuk memenangkan persaingan.

Berdasarkan paparan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kompetensi inti dapat digunakan sebagai strategi mengembangkan startup UMKM berbasis syariah. Kompetensi inti yang dapat diciptakan pada startup UMKM berbasis syariah adalah *islamic brand*.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

UMKM berbasis syariah di Indonesia masih belum berkembang dengan baik, padahal mayoritas penduduknya adalah muslim. Berdasarkan data dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), jumlah produk yang beredar di masyarakat sebanyak 194.776. Namun, hanya setengahnya yang telah memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam masa berlaku tahun 2013-2015. Jumlah produk bersertifikat halal tersebut berjumlah 98.543 atau memiliki prosentase sebesar 50,6%.

Keberhasilan UMKM di era globalisasi dan pasar terbuka saat ini bergantung pada keunggulan bersaing produk-produknya. Agar memperoleh keunggulan bersaing, perusahaan harus mempunyai kompetensi yang istimewa (inti), yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Prahalad & Hamel (1994) menyebutkan 3 cara menciptakan kompetensi inti, yaitu (1) pasar mengakses kompetensi, (2) integritas berhubungan dengan kompetensi, dan (3) fungsi yang berhubungan dengan kompetensi.

Dalam berkompetisi, merek menjadi kekuatan yang penting sebagai jaminan kepada konsumen. *Islamic brand* menciptakan posisi yang unik sehingga mampu membantu suatu usaha untuk membangun citra yang kuat dan reputasi yang menonjol dalam pasar yang kompetitif. Nilai kepercayaan, kejujuran, kepastian, keadilan, dan transparansi atas manfaat produk menjadi esensi dari *islamic brand*.

Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan paper ini, disarankan kepada startup UMKM berbasis syariah untuk dapat menemukan kompetensi intinya. Karena kompetensi inti merupakan nilai utama perusahaan dalam penciptaan keahlian dan kapabilitas yang

disebarkan melalui berbagai macam garis produksi maupun bisnis.

Secara umum kendala yang dihadapi oleh *startup* UMKM di Indonesia adalah sama, namun masing-masing UMKM di setiap daerah memiliki kendala dan masalah yang berbeda. Oleh karena itu, perlu diadakan penelitian lebih lanjut mengenai identifikasi faktor-faktor penghambat dan pendorong pengembangan *startup* UMKM di setiap daerah.

DAFTAR RUJUKAN

Badan Pusat Statistik. 2010. Penduduk Indonesia 2010. *www.bps.go.id*. Diakses tanggal 05 Oktober 2016.

Barney, J. 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*. 17 (1) : 99-120.

Bharadwaj, S.G., varadarajan, P.R., & Pahy, J. 1993. Sustainable Competitive Advantage in Service Industries : A Conceptual Model and Research Proportions. *Journal of Marketing*. 57 : 83-100.

Departemen Koperasi dan UKM RI. 2013. Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2012-2013. *http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/data-umkm/*. Diakses tanggal 5 Oktober 2016.

David, Fred R. 2009. *Manajemen Strategis*. Jakarta : Salemba Empat.

Edy. 2016. Pelaku UKM Memiliki Peluang Besar Akses ke Pasar Halal. *http://onenews.id/2016/07/pelaku-ukm-memiliki-peluang-besar-akses-ke-pasar-halal/*. Diakses tanggal 6 Oktober 2016.

Haniffa, R., 7 Hudaib, M. 2007. Exploring The Ethical Identity of Islamic Banks Via Communication in Annual Reports. *Journal of Business Ethics*. 76 : 97-116.

Harvey, M., & Lusch, R. 1997. Protecting The Core Competencies of a Company : Intangible Asset Security. *European management journal*. 15 (4) : 370-380.

Kinciakincia.com. 2016. Startup, Usaha Menghimpun Ide-ide Kreatif. http://*kinciakincia.com/berita/3144-startup-usaha-menghimpun-ideide-kreatif*.html/. Diakses tanggal 5 Oktober 2016.

Kliping Media. 2015. Produk Jaminan Halal di Negara Muslim Terbesar. *http://halalwatch.or.id/89/produk-jaminan-halal-di-negara-muslim-terbesar/*. Diakses tanggal 6 Oktober 2016.

Krisnamurthi. 2002. *Manajemen Strategic Perusahaan*. Jakarta : Intermasa.

Kuncoro, M. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta : Erlangga

Merdeka.com. 2012. Prospek Bisnis Syariah di Indonesia Sangat Bagus. *www.merdeka.com/khas/prospek-bisnis-syariah-di-indonesia*. Diakses tanggal 5 Oktober 2016.

Novandari, W. 2013. Pemetaan dan Analisis Kompetensi Inti UKM Batik di Kabupaten Purbalingga dengan Pendekatan *Value Chain*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 12 (01) : 25-36.

Prahalad, C.K., &Hamel, G. 1990. The Core Competence of The Corporation. *Harvard Business Review*.

Reed, R. & Defillippi, R.J. 1990. Causal Ambiguity, Barriers to Imitation, and Sustainable Competitive Advantage. *The Academy of Management Review*. 15 (1) : 88-102.

Shieh, C.J., & Wang, I. 2010. A Study of The Relationships Between Corporate Core Competence, management Innovation and Corporate Culture. *International Journal of Organizatioal Innovation*. 2 (3) : 395-411.

Siaw, C.L. & Rani, N.S.A. 2012. A Critical Review on the Regulatory and Legislation Challenges Faced by *Halal* Start-up SMEs Food Manufactures in Malaysia. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. 50000 Kuala Lumpur, Malaysia. 541-548.

Swimberghe, K., Sharma, D., & Flurry, L. 2009. An Exploratory Investigation of The Consumer Religious Commitment and Its Influence on Store Loyalty and Consumer Complaint Intentions. *Journal of Consumer Marketing*. 26(5) : 340-347.

Talaja, A. 2012. Testing VRIN Framework & Resource Value and Rareness As Source of Competitive Advantage and Above Performance. *journal of management*, 17(2) : 51-64.

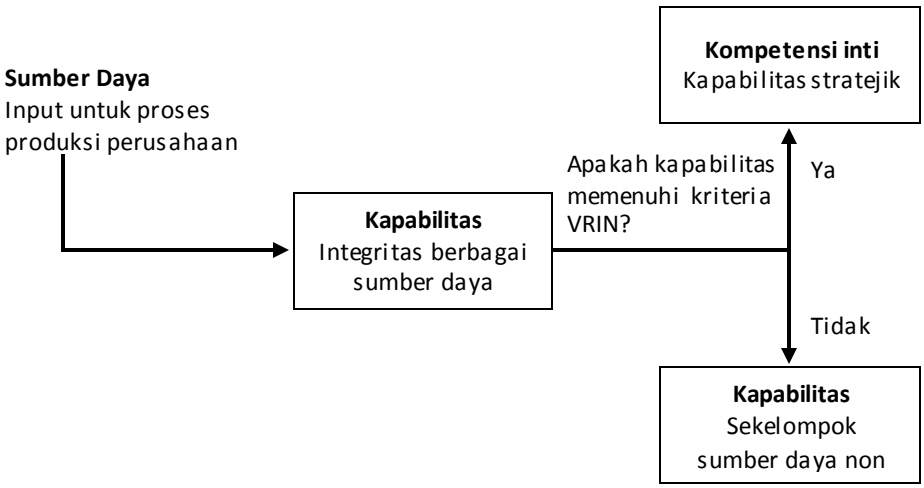
Temporal. 2011. Kepatuhan Syariah dalam Membangun Identifikasi Islamic Branding. *http://sebi-community.blogspot.co.id/2013/11/kapatuhan-syariah-dalam-membangun.html*. Diakses tanggal 7 Oktober 2016.

Udaya, J., Wennadi, L.Y., & Lembana, D. 2013. *Manajemen Stratejik*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Tabel 1 Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Lembaga	Istilah	Pengertian Umum
UU No. 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil	Usaha Kecil	Aset < = Rp 200 juta di luar tanah dan bangunan
BPS	Usaha Mikro	Pekerja < 5 orang termasuk tenaga kerja keluarga
	Usaha Kecil	Pekerja 5 – 9 orang
	Usaha Menengah	Pekerja 20 – 99 orang
Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah	Usaha Kecil	Aset < Rp 200 juta dolar di luar tanah dan bangunan Omset < Rp 1 miliar/tahun independen
	Usaha Menengah	Aset > 200 juta Omset 1 – 10 miliar/tahun
Bank Indonesia	Usaha Mikro	Dijalankan oleh rakyat miskin atau dekat miskin, bersifat usaha keluarga, menggunakan sumber daya lokal, menerapkan teknologi sederhana.
	Usaha Kecil	Aset < Rp 200 juta Omset < Rp 1 miliar
	Usaha Menengah	Untuk kegiatan industri, aset < 5 miliar, untuk lainnya (termasuk jasa) aset < 600 juta di luar tanah dan bangunan Omset < Rp 3 miliar/tahun
Bank Dunia	Usaha Mikro	Pekerja < 10 orang Aset < $ 3 juta Omset < $ 100.000/tahun
	Usaha Kecil	Pekerja < 50 orang Aset < $ 3 juta Omset < $ 3 juta/tahun
	Usaha Menengah	Pekerja < 300 orang Aset < $ 15 juta Omset < $ 15 juta

Sumber : Krisnamurthi (2002)



Gambar 1 Kompetensi Inti
Sumber : Dimodifikasi dari Barney (dalam Kuncoro : 2005)

Strategi Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia dan Etika Bisnis Perbankan Syariah

Khusnul Rofida Novianti
Mahasiswa Program Pascasarjana FEB Universitas Brawijaya
Email : khusnul.rofida@gmail.com

Abstrak : Indonesia dengan mayoritas penduduk muslim sudah selayaknya menjadi pelopor dalam pengembangan keuangan syariah. Perbankan syariah diproyeksikan dapat berkembang cukup signifikan, namun terdapat berbagai tantangan seperti pelanggan, jaringan, debitur, resiko, harga dan sumber daya manusia. Keterbatasan SDM ekonomi syariah menjadi polemik yang tengah dihadapi oleh sektor perbankan syariah. Tidak hanya masalah kuantitas saja, namun secara kualitas menjadi suatu persoalan yang perlu dibenahi. Etika merupakan salah satu hal penting dalam bisnis yang tercermin dalam perilaku. Diperlukan sinergi antara pengembangan kualitas SDM dan juga etika bisnis perbankan syariah. Strategi yang perlu dilakukan yakni dengan melakukan kerjasama antara perguruan tinggi dan perbankan syariah untuk rekrutmen dan seleksi karyawan, pengembangan sumber daya manusia dilakukan secara berkelanjutan, pendidikan dan pelatihan sesuai dengan kebutuhan, sinergitas antara perbankan syariah dan lembaga pendidikan terkait kurikulum yang akan diberikan kepada mahasiswa serta mengadakan pelatihan *softskill* terkait etika bisnis. Dengan dilaksanakan sinergi antar keduanya (pengembangan kualitas SDM serta etika bisnis), maka hal ini akan meningkatkan motivasi masyarakat Indonesia dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

Kata Kunci: *Etika Bisnis, Sumber Daya Manusia, Perbankan Islam*

Indonesia dengan mayoritas penduduk muslim sudah selayaknya menjadi pelopor dalam pengembangan keuangan syariah. Ini bukan merupakan hal yang mustahil karena potensi Indonesia untuk menjadi *global player* dalam keuangan syariah, yakni: (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,%) 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 (Alamsyah, 2012).

Perbankan syariah diproyeksikan dapat berkembang cukup signifikan, namun terdapat berbagai tantangan seperti yang diungkapkan oleh Yuslam Fauzi dalam Azmy (2015) yaitu : (1) *Customers.* Terjadinya perubahan orientasi konsumen dari *religion oriented* ke *return oriented* dengan ekspektasi yang sama dengan nasabah konvensional. (2) *Network*. Cakupan wilayah dan teknologi masih terbatas. (3) *Debitur*. Sulit dalam mendapatkan debitur yang baik dan *bankable*. (4) *Risk*. Resiko usaha sektor riil masih tinggi. (5) *Pricing*. Persaingan *pricing* antar bank syariah dan bahkan bank konvensional yang semakin tajam. (6) *Man Power*. Sumber daya manusia yang dimiliki oleh bank syariah masih sangat terbatas.

Berdasarkan data *Islamic Finance Country Index* (IFCI) 2016, Indonesia berada dalam urutan ke-6 yang memiliki

potensi dan kondusif dalam pengembangan industri keuangan syariah setelah Malaysia, Iran, Saudi Arabia, *United Arab Emirates* dan Kuwait. Penetapan ranking ini menggunakan beberapa aspek dalam penghitungan indeks seperti jumlah bank syariah, jumlah lembaga keuangan nonbank syariah, maupun ukuran aset keuangan syariah. Posisi Indonesia terus menurun tiap tahunnya dan hal utama yang menjadi tantangan adalah keterbatasan SDM ekonomi syariah.

Keterbatasan SDM ekonomi syariah menjadi polemik yang tengah dihadapi oleh sektor perbankan syariah. Tidak hanya masalah kuantitas saja, namun secara kualitas menjadi suatu persoalan yang perlu dibenahi. Lebih dari 90% SDM bank syariah saat ini tidak memiliki latar belakang pendidikan ekonomi syariah (Tim Peneliti FE UI, 2003:53). Kebutuhan akan kuantitas SDM ekonomi syariah diproyeksikan membutuhkan sekitar 14 ribu SDM seiring dengan meningkatnya pertumbuhan perbankan syariah (Direktorat Perbankan Syariah BI, 2010:72). Kekhawatiran lain yang muncul diungkapkan oleh Farisal (2010) bahwa seiring dengan meningkatnya industri perbankan syariah, justru faktor SDM akan merosot tajam. Perbankan syariah berlomba-lomba membuka jaringan secara besar-besaran namun tidak diimbangi dengan persiapan SDM yang berkualitas.

Perbankan syariah sudah sepatutnya menjalankan semua kegiatannya dengan didasarkan atas konsep berbasis islami, salah satunya adalah etika bisnis islam. Etika berkaitan erat dan tercermin dari sumber daya manusia perbankan syariah, yang menjadi ciri khas perbankan syariah yang dijalankan berdasarkan prinsip islami. Melihat masalah yang ada pada perbankan syariah ditinjau dari aspek sumber daya manusia, artikel ini memberikan beberapa pandangan konseptual terkait : (1) karakteristik sumber daya manusia yang dibutuhkan oleh perbankan syariah (2) Etika bisnis perbankan syariah. (3) Sumber daya manusia dalam perspektif islam. (4) Strategi pengembangan kualitas sumber daya manusia perbankan syariah. (5) Kaitan etika bisnis dan pengembangan sumber daya manusia perbankan syariah.

PEMBAHASAN

Karakteristik SDM Perbankan Syariah

Siamat dalam Azmy (2015:84) menjelaskan bahwa kegiatan perbankan secara umum menuntut adanya profesionalitas yang tinggi guna mendukung proses pengambilan keputusan dan pengendalian resiko usaha seminim mungkin. Sesuai dengan karakteristik perbankan syariah, sumber daya yang dimiliki harus memiliki kemampuan teknis di bidang perbankan, memiliki pengetahuan terkait ketentuan dan prinsip syariah secara baik, serta memiliki akhlak dan moral islami. Akhlak dan moral islami mencakup 4 hal utama sesuai syariat islam, yakni :

a) Shiddiq (benar dan jujur)
b) Amanah (dapat dipercaya)
c) Tabligh (mengembangkan lingkungan / bawahan menuju kebaikan)
d) Fathonah (cerdas, kompeten dan profesional)

Secara khusus, Bank Indonesia mengatur bahwa pimpinan bank syariah dan semua sumber daya perbankan syariah harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

a. Memiliki komitmen dalam menjalankan operasional bank berdasarkan prinsip syariah secara konsisten
b. Memiliki integritas dan moral yang baik
c. Mempunyai pengalaman operasional perbankan syariah atau telah mendapatkan pendidikan dan pelatihan terkait perbankan syariah

Terkait dengan hal-hal diatas, perbankan syariah memerlukan kepercayaan masyarakat bahwa dalam pelaksanaan kegiatan usahanya tidak menyimpang dari prinsip agama islam serta mempertimbangkan aspek sosio-kultural masyarakat Indonesia yang mayoritas merupakan muslim.

Etika Bisnis Perbankan Syariah

Islam menempatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi (Nawatmi, 2010:54). Pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia, seperti yang disebutkan dalam hadis: *" Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia".* Terminologi paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam adalah akhlak. Dalam Islam, etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (iman). Etika Islam memberi sangsi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika. Konsep etika dalam Islam tidak utilitarian dan relatif, akan tetapi mutlak dan abadi. Jadi, Islam menjadi sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk dalam dunia bisnis. Al- Qur'an memberi pentunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha, tidak ada unsur eksploitasi (QS. 4: 29) dan bebas dari kecurigaan atau penipuan, seperti keharusan membuat administrasi dalam transaksi kredit (QS. 2 : 282).

Ada lima prinsip yang mendasari etika Islam yaitu :

1. *Unity* (Kesatuan)

   Merupakan refleksi konsep tauhid yang memadukan seluruh aspek kehidupan baik ekonomi, sosial, politik budaya menjadi keseluruhan yang homogen, konsisten dan teratur. Adanya dimensi vertikal (manusia dengan penciptanya) dan horizontal (sesama manusia). Prakteknya dalam bisnis : Tidak ada diskriminasi baik terhadap pekerja, penjual, pembeli, serta mitra kerja lainnya (QS. 49:13), Terpaksa atau dipaksa untuk menaati Allah SWT (QS. 6:163), Meninggalkan perbuatan yang tidak beretika dan mendorong setiap individu untuk bersikap amanah karena kekayaan yang ada merupakan amanah Allah (QS. 18:46).

2. *Equilibrium* (Keseimbangan)

   Keseimbangan, kebersamaan, dan kemoderatan merupakan prinsip etis yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis. Prakteknya dalam bisnis : Tidak ada kecurangan dalam takaran dan timbangan, Penentuan harga berdasarkan mekanis me pasar yang normal.

3. *Free Will* (Kebebasan Berkehendak)

   Kebebasan disini adalah bebas memilih atau bertindak sesuai etika atau sebaliknya Aplikasinya dalam bisnis : Konsep kebebasan dalam Islam lebih mengarah pada kerja sama, bukan persaingan apalagi sampai mematikan usaha satu sama lain. Kalaupun ada persaingan dalam usaha maka, itu berarti persaingan dalam berbuat kebaikan atau *fastabiq al-khairat* (berlombalomba dalam kebajikan). Menepati kontrak, baik kontrak kerja sama bisnis maupun kontrak kerja dengan pekerja. "Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji" (QS. 5:1).

4. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

   Merupakan bentuk pertanggungjawaban atas setiap tindakan. Prinsip pertanggungjawaban menurut Sayid Quthb adalah tanggung jawab yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya, antara jiwa dan raga, antara orang dan keluarga, antara individu dan masyarakat serta antara masyarakat satu dengan masyarakat lainnya.Aplikasinya dalam bisnis : Upah harus disesuaikan dengan UMR (upah minimum regional). *Economic return* bagi pemberi pinajam modal harus dihitung berdasarkan perolehan keuntungan yang tidak dapat dipastikan jumlahnya dan tidak bisa ditetapkan terlebih dahulu seperti dalam sisitem bunga. Islam melarang semua transaksi alegotoris seperti gharar, system ijon, dan sebagainya.

5. *Benevolence* (Kebenaran)

   Kebenaran disini juga meliputi kebajikan dan kejujuran. Maksud dari kebenaran adalah niat, sikap dan

perilaku benar dalam melakukan berbagai proses baik itu proses transaksi, proses memperoleh komoditas, proses pengembangan produk maupun proses perolehan keuntungan. Aplikasinya dalam bisnis: Memberikan zakat dan sedekah, Memberikan kelonggaran waktu pada pihak terutang dan bila perlu mengurangi beban utangnya, Menerima pengembalian barang yang telah dibeli, Membayar utang sebelum penagihan datang, Adanya sikap kesukarelaan antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian bisnis, Adanya sikap ramah, toleran, baik dalam menjual, membeli dan menagih utang, Jujur dalam setiap proses transaksi bisnis.

Sumber Daya Manusia dalam Perspektif Islam

Sumber daya manusia merupakan kekuatan terbesar dalam pengolahan seluruh sumber daya yang ada dimuka bumi, karena pada dasarnya seluruh ciptaan Allah yang ada dimuka bumi ini sengaja diciptakan oleh Allah untuk kemaslahatan umat manusia. Hal ini sangat jelas telah ditegaskan oleh Allah dalam Al-Quran surah Al-Jatsiyah ayat 13:

مِنْهُ جَمِيعًا الأَرْضِ فِي وَمَا السَّمَاوَاتِ فِي مَا لَكُمْ وَسَخَّرَ
يَتَفَكَّرُونَ لِقَوْمٍ لآيَاتٍ ذَلِكَ فِي إِنَّ

"*Dan Dia menundukkan untukmu apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi semuanya, (sebagai rahmat) daripada-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaumyang berpikir".*

Oleh karena itu sumber daya yang ada ini harus dikelola dengan benar karena itu merupakan amanah yang akan dimintai pertanggungjawabannya kelak. Untuk mendapatkan pengelolaan yang baik ilmu sangatlah diperlukan untuk menopang pemberdayaan dan optimalisasi manfaat sunber daya yang ada. Di dalam surah Ar-Rohman ayat ke 33, Allah telah menganjurkan manusia untuk menuntut ilmu seluas-luasnya tanpa batas dalam rangka membuktikan kemahakuasaan Allah SWT. Allah SWT mencerminkan keadaan manusia yang ideal dalam kitab-Nya yaitu dengan kriteria sekurang-kurangnya adalah sebagai berikut:

a) Segala sesuatunya harus dikerjakan dalam rangka untuk mengesakan Allah (QS Muhammad : 19)
b) Menganggap bahwa semuanya adalah saudara dan memiliki kedudukan yang sama meskipun berbeda suku bangsa (QS Al-Hujurat : 13)
c) Saling tolong menolong dan berbuat baik sehingga akan tercipta masyarakat yang harmonis (QS Al-Maidah : 2)
d) Berlomba-lomba dalam kebaikan (QS Al-Baqoroh : 148)
e) Toleransi dan bebas menjalankan ajaran agama masing-masing (QS : Al-Kafirun : 1-6)
f) Selalu istiqomah dalam kebaikan/ teguh pendiriannya dan tidak melampaui batas (QS Hud : 112)
g) Adil dan selalu memperjuangkan kebenaran (QS An-Nisa : 58)
h) Mengembangkan pola pikir dengan mempertimbangkan kebaikan atau keburukan tentang suatu kal tertentu/ ijtihad (Al-Baqoroh : 219).

Jika manusia telah mampu untuk mengamalkan hal diatas tentulah sumber daya manusia dan alam akan teroptimalkan. Pengayaan kualitas SDM merupakan suatu keharusan dalam islam, sebagaimana yang telah disampailan oleh rosulullah SAW bahwa menuntut ilmu adalah wajib dari mulai lahir hingga wafat. Oleh karena itu mempelajari semua ilmu, baik umum maupun keagamaan merupakan suatu keharusan. Yang perlu digaris bawahi ialah kemana ilmu itu akan digunakan.

Strategi Pengembangan Kualitas SDM Perbankan Syariah

Peningkatan bisnis perbankan syariah membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi yang tinggi di bidang perbankan. Bank Indonesia memiliki panduan rencana untuk mengembangkan sumber daya manusia bidang perbankan

syariah. Ada beberapa sasaran target yang dijadikan untuk peningkatan sumber daya manusia (Azmy, 2015 : 85) antara lain adalah :

1) Sumber daya manusia berkualitas tinggi di bisnis syariah harus dilakukan sebagai upaya peningkatan bisnis bank syariah. Ini dimaksudkan bahwa bank syariah harus memiliki sumber daya manusia yang mumpuni dengan bekerja sama pada lembaga pendidikan atau pelatihan sehingga karyawan dapat memberikan kontribusi positif kepada organisasi. Beberapa institusi perbankan syariah sudah banyak yang melakukan kerjasama dengan lembaga pendidikan seperti UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Universitas Indonesia, dan berbagai macam perguruan tinggi yang sudah memiliki program studi perbankan syariah untuk mengisi posisi-posisi jabatan yang ada di bank syariah. Lembaga pendidikan dituntut untuk membuat standar pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan bank syariah meliputi pengetahuan, skill, dan perilaku (*Knowledge, Skill, Attitude*) sesuai dengan kebutuhan bank syariah. Ini bertujuan untuk membangun konsep *Link and Match* dalam pengembangan sumber daya manusia yang memiliki daya saing tinggi sebagai upaya peningkatan bisnis bank syariah.
2) Regulasi dan supervisi yang efektif bagi perbankan syariah. Bank Indonesia sebagai regulator harus mampu mengakomodasi kebutuhan aturan pengembangan bisnis syariah. Supervisi harus dilakukan untuk menjamin nilai-nilai bisnis syariah dapat diterapkan pada semua bank syariah melalu dewan pengawas yang bisa ditunjuk langsung oleh pemerintah. Ini sudah dilakukan oleh Bank Indonesia dengan menerbitkan aturan Nomor: 12/ 21 /PBI/2010 bahwa setiap bank harus memiliki rencana bisnis dan memetakan tahapan implementasi baik jangka pendek, menengah, dan jangka panjang. Kemudian langkah ini dilanjutkan dengan menerbitkan Kodifikasi Peraturan Bank Indonesia Kelembagaan Rencana Bisnis Tahun 2012 yang mengatur beberapa lampiran laporan rencana bisnis untuk mempermudah pengawasan dan penerapan regulasi secara konsisten. Ginting dkk (2012) menyusun beberapa kodifikasi laporan kelembagaan mengenai rencana bisnis bank dengan beberapa item yang harus dipenuhi oleh perbankan. Salah satu output kodifikasi adalah laporan kondisi dan rencana kebutuhan sumber daya manusia serta rencana pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia. Ini dilakukan untuk meningkatkan daya saing sumber daya manusia dalam peningkatan kemampuan dan menghasilkan inovasi bisnis sehingga terjadi kecocokan antara rencana bisnis dengan strategi pemenuhan sumber daya manusia di perbankan syariah.
3) Struktur perbankan yang efektif dalam melaksanakan bisnis syariah. Struktur organisasi mencerminkan bagaimana tata laksana bisnis dan budaya organisasi. Bank syariah harus mampu membuat struktur organisasi yang efektif sehingga prosedur bisnis dan peningkatan pengetahuan dapat menjamin bahwa karyawan memahami target organisasi. Beberapa bank syariah sudah melakukan pembuatan struktur organisasi sesuai dengan aturan yang ditetapkan Bank Indonesia. Bank Syariah Mandiri sudah menerapkan struktur organisasi yang efektif untuk beradaptasi pada trend bisnis keuangan syariah. Nilai-nilai organisasi yang diterapkan adalah *Excellent, Teamwork, Humanity, Integrity*, dan *Customer Focus*. Bank Syariah Mandiri berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah dan kepuasan menjadi jaminan sehingga daya saing perusahaan memiliki keunggulan kompetitif.
4) Infrastruktur yang mendukung bisnis syariah. Bank Indonesia memiliki rencana untuk membangun system yang terintegrasi dengan semua bank syariah. Ini dilakukan untuk mendukung upaya kontribusi bank syariah terhadap perekonomian nasional. Bank syariah harus mampu mengakomodasi

infrastruktur yang direncanakan oleh pemerintah sehingga dapat memberikan efek positif pada bank syariah. Bank Indonesia memiliki beberapa grand strategi untuk membangun infrastruktur perbankan syariah. Bank Indonesia menerapkan dual-banking system dalam bank syariah untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional secara sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor perekonomian nasional. Contoh Bank Central Asia (BCA) membuka BCA Syariah sebagai implementasi *dual-banking system* dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) membuka BRI Syariah sebagai perwujudan dukungan peningkatan infrastruktur bisnis perbankan syariah.

5) Pemberdayaan nasabah yang efektif. Nasabah merupakan objek konsumen yang harus dilayani dengan baik. Bank syariah harus mampu membuktikan bahwa bisnis yang dijalankan sesuai dengan prinsip syariah. Edukasi produk syariah harus dilakukan kepada nasabah sehingga mengetahui secara lengkap dan komprehensif tentang produk syariah. Ini sudah dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dalam melakukan edukasi bisnis bank syariah dalam websitenya. Bank Syariah Mandiri melakukan pembuatan artikel ilmiah dan memperkenalkan konsep *Islamic Wealth Management* kepada masyarakat dengan bertujuan untuk menjelaskan konsep produk dan manfaat yang didapat nasabah. Artikel tersebut menggunakan bahasa yang mudah dipahami sehingga masyarakat memahami bisnis bank syariah dan edukasi berjalan efektif.
6) Kepatuhan terhadap prinsip syariah yang tinggi. Bank Indonesia sebagai regulator harus membuat aturan yang tegas dalam penerapan prinsip-prinsip bisnis syariah. Asas kepatuhan harus dijalankan oleh bank syariah demi menjamin kepercayaan masyarakat sebagai nasabah dalam menyimpan uang dan investasi atas dasar syariah. Laporan Tahunan 2013 yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri sudah mampu menerapkan standar kesehatan perbankan nasional. *Non Performing Financing* (NPF) tidak lebih dari 5 % hanya berkisar 4.32 %. *Capital Adequacy Ratio* (CAR) merupakan rasio kecukupan modal berjalan dengan baik sebesar 14.10% dan beberapa rasio keuangan yang lain bisa menunjukkan kinerja bank cukup stabil. Ini menandakan bahwa prinsip kepatuhan dalam melaksanakan aturan bank syariah yang ditetapkan Bank Indonesia sudah cukup baik dan dapat ditingkatkan seiring kinerja bisnis dapat mencapai target pencapaian yang ditetapkan oleh organisasi.
7) Aliansi strategis yang saling bersinergi. Pemerintah dan bank syariah harus menjadi mitra kerja yang proporsional demi kontribusi terhadap ekonomi nasional. Walaupun kontribusi bank syariah masih dibawah 5%. Ini bukan merupakan hambatan dalam melakukan sebuah terobosan baru dalam bisnis syariah dala membentuk sebuah aliansi bisnis dan sinergitas yang positif. Bank Indonesia (BI) sebagai regulator mampu mengakomodasi kebutuhan untuk pengembangan produk syariah. Bank syariah harus mampu menerapkan aturan yang sudah ditetapkan oleh Bank Indonesia dengan menjaga kinerja bisnis, meningkatkan kesehatan perbankan, dan edukasi produk syariah kepada nasabah. Ini dilakukan untuk memunculkan kepercayaan masyarakat dalam menggunakan bank syariah sebagai alternatif keuangan sehingg pangsa pasar menjadi tinggi dan sustainabilitas industri perbankan syariah dalam jangka panjang.

Progam pengembangan sumber daya manusia hendaknya disusun secara cermat dan didasarkan kepada metode-metode ilmiah serta berpedoman pada keterampilan yang dibituhkan perusahaan saat ini maupun masa depan.

Pengembangan haruslah bertujuan untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual serta moral sumber daya manusia supaya prestasi kerjanya baik dan mencapai hasil yang optimal. Beberapa strategi pengembangan SDM perbankan syariah yang bisa dijalankan antara lain:

a) Perguruan tinggi harus menyediakan program pendidikan yang dimulai dari Strata Satu sampai Strata 3. Ini mutlak dilakukan untuk menyediakan sumber daya manusia bukan hanya untuk entry level, tetapi sampai level manajemen puncak sehingga bank syariah tidak kesulitan untuk mencari sumber daya manusia insani sesuai dengan karakteristik bisnis bank syariah. Peningkatan kualitas pendidikan perbankan syariah sudah dilakukan oleh beberapa perguruan tinggi baik swasta maupun negeri. Penelitian yang dilakukan oleh Munthe (2012) melakukan pemetaan antara *supply* dan *demand* kebutuhan sumber daya manusia bank syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebutuhan sumber daya manusia bank syariah untuk melakukan akselerasi berjumlah 179.646 orang pegawai dari 37.356 orang pada akhir tahun 2012. Jumlah tersebut akan terdiri dari 165.274 orang pegawai kategori *low Syariah quality*, dan 14.372 orang kategori *middle to high syariah quality*. Supply gap SDM syariah kategori *low syariah quality* akan terjadi sampai dengan tahun 2016 dan kategori *middle to high syariah quality*, hingga tahun 2020. Ini berarti bahwa peran perguruan tinggi sangat vital dalam penyediaan sumber daya manusia. Sinergitas antara bank syariah sebagai pemberi kerja dan perguruan tinggi sebagai penyedia tenaga kerja harus memiliki komitmen bersama untuk mewujudkan akselerasi perbankan syariah pada tahun 2020 yang sudah ditetapkan oleh Bank Indonesia dimana tingkat pertumbuhan bank syariah harus diatas 5%.

b) Perbankan syariah melakukan kerjasama dengan perguruan tinggi untuk rekrutmen dan seleksi karyawan (Heri : 2013). Efek positif dari kerjasama ini bahwa bank syariah bisa melakukan efisiensi pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia. Ini disebabkan selama proses pendidikan calon pegawai sudah mengetahui target organisasi dan kebutuhan skill sesuai dengan industri syariah. Bank Syariah Mandiri sudah memiliki sistem *Early Development Program* (ERP) dimana perusahaan menjalin kerjasama dengan 38 perguruan tinggi baik negeri dan swasta dalam proses rekrutmen pegawai. Bank Syariah Mandiri tidak mau salah dalam merekrut kandiat pekerja jika tidak sesuai nilai-nilai perbankan syariah. Implementasi sudah dilakukan dalam jangka panjang dan sustainabilitas organisasi bisa terjaga dengan baik.

c) Pengembangan sumber daya manusia dilakukan secara berkelanjutan. Bank Syariah Mandiri menggunakan sistem pengembangan bakat (*Talent Management*). Sistem ini digunakan untuk memantau dan menyeleksi bakat-bakat terbaik dari pegawai bank syriah untuk diberikan program pengembangan kenaikan jabatan yang dibutuhkan oleh organisasi. Bank Syariah Mandiri memiliki kepercayaan jika sumber daya manusia dikembangkan secara baik dan benar serta penempatan bakat yang tepat, maka dapat menghasilkan calon-calon pemimpin yang berkualitas. Beberapa program yang sudah dijalankan seperti *Officer Development Program* (ODP), *Middle Management Development Program* (MMDP), dan *Senior Management Development Program* (SMDP). Ketiga program inilah yang dijadikan andalan bagi Bank Syariah Mandiri (BSM) dalam mendapatkan sumber daya manusia yang terbaik dan menerapkan sistem kompensasi yang kompetitif sebagai upaya mewujudkan retensi pegawai yang baik.

d) Pendidikan dan pelatihan yang diberikan hanya sesuai dengan kebutuhan. Ini dilakukan bahwa

selama proses perkuliahan sudah diberikan materi dasar bisnis syariah. Bank Syariah Mandiri memiliki beberapa program pendidikan dan pelatihan bagi sumber daya manusia yaitu *Banking Staff Program* (BSP), *Banking Academy*, dan *Enhancement Program*. Ketiga program ini dijadikan sebagai bekal para pegawai dengan berbagai macam kemampuan dan kompetensi yang sesuai dengan bisnis perbankan syariah. Proses pendidikan dan pelatihan terfokus pada *skill* dan kemampuan yang dibutuhkan sehingga dapat menghasilkan output sesuai harapan organisasi.

e) Bank syariah dengan lembaga pendidikan harus melakukan diskusi tentang sinergitas kurikulum yang akan diberikan kepada mahasiswa. Ini harus dilakukan untuk mempersiapkan calon mahasiswa untuk berkarir di bank syariah sesuai dengan kebutuhan bank syariah dalam melayani konsumen. Bank syariah dengan perguruan tinggi mengadakan seminar atau workshop dengan mengundang para praktisi dan peneliti bank syariah. Pokok pembahasan mengenai isu-isu terkini yang menjadi topik hangat pada industri bank syariah. Perguruan tinggi baik swasta dan negeri sering melakukan diskusi ilmiah dalam pembahasan penelitian dan artikel sehingga dapat meningkatkan wawasan serta pengetahuan tentang industri perbankan syariah. Mahasiswa menjadi peserta untuk melihat dan menganalisis secara kritis apa yang harus dilakukan untuk membangun industri perbankan syariah di Indonesia menjadi lebih baik, kompetitif, dan memiliki daya saing yang tinggi.

f) Melakukan pelatihan *softskill* lebih lanjut mengenai etika bisnis. Jika perlu dirancang mata kuliah terkait etika bisnis agar mahasiswa mengetahui pentingnya etika dalam dunia kerja.

Kaitan Etika Bisnis Dan Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia Perbankan Syariah

Pengembangan kualitas SDM berkaitan sangat erat dengan etika bisnis perbankan syariah. Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa etika merupakan cerminan diri, terlebih bagi seorang muslim. Bagi perbankan syariah sangat penting tercermin etika dan perilaku bisnis islam bagi para karyawannya. Peningkatan serta pengembangan kualitas SDM harus dilaksanakan secara berbarengan, agar tidak terjadi ketimpangan. Hal ini perlu diantisipasi agar tidak hanya kualitas serta kuantitas pengembangan sumber daya manusia saja yang menonjol bagi perbankan syariah namun tidak diimbangi dengan perbaikan etika bisnis sesuai dengan syariat Islam. Dengan dilaksanakan sinergi antar keduanya (pengembangan kualitas SDM serta etika bisnis), maka hal ini akan menjadi perbaikan kinerja dan nilai plus agar masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim mau menggunakan jasa perbankan syariah.

SIMPULAN

Keterbatasan SDM ekonomi syariah menjadi polemik yang tengah dihadapi oleh sektor perbankan syariah. Perbankan syariah sudah sepatutnya menjalankan semua kegiatannya dengan didasarkan atas konsep berbasis islami, salah satunya adalah etika bisnis islam. Dalam Islam, etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (iman). Beberapa strategi pengembangan SDM perbankan syariah yang bisa dijalankan antara lain : (1) Perguruan tinggi harus menyediakan program pendidikan perbankan syariah yang dimulai dari Strata Satu sampai Strata 3. (2) Perbankan syariah melakukan kerjasama dengan perguruan tinggi untuk rekrutmen dan seleksi karyawan. (3) Pengembangan sumber daya manusia dilakukan secara berkelanjutan. (4) Pendidikan dan pelatihan yang diberikan hanya sesuai dengan kebutuhan. (5) Bank syariah dengan lembaga pendidikan harus melakukan diskusi tentang sinergitas

kurikulum yang akan diberikan kepada mahasiswa. (6) Pelatihan *softskill* terkait etika bisnis. Dengan dilaksanakan sinergi antar keduanya (pengembangan kualitas SDM serta etika bisnis), maka hal ini akan .

menjadi perbaikan kinerja dan nilai plus agar minat masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim dalam menggunakan jasa perbankan syariah semakin tinggi

DAFTAR RUJUKAN

Alamsyah, H. 2012. "*Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah di Indonesia: Tantangan Dalam Menyongsong MEA 2015*". Ceramah Ilmiah Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) diakses 6 Oktober 2016.

Azmy, A. 2015. "*Mengembangkan Human Resource Management yang Strategis untuk Menunjang Daya Saing Organisasi : Perspektif Manajemen Kinerja (Performance Management) di Bank Syariah*". Binus Business Review 6 (1) : 78-90

Bank Indonesia. 2010. Peraturan Nomor: 12/ 21 /PBI/2010 Tentang Rencana Bisnis Bank. Jakarta. Diakses 5 Oktober 2016.

Bank Syariah Mandiri. 2013. *Stronger Fundamental for Greater Indonesia*. Laporan Tahunan. Diakses 7 Oktober 2016.

Direktorat Perbankan Syariah-BI. 2012. "*Jaringan Kantor Perbankan Syariah*". Statistik Perbankan Syariah Bank Indonesia. Diakses 30 September 2016.

Farisal. 2010. "*Pengembangan Kompetensi SDM Perbankan Syariah Melalui Corporate University*". Hasil Penelitian. STEI SEBI Depok. Jawa Barat. Diakses 5 Oktober 2016.

Ginting, R., Iskandar, D., Wuryandani, G., Hutabarat, C., Rosdiana, R. 2012. *Kodifikasi Peraturan Bank Indonesia Kelembagaan Rencana Bisnis Bank*. Pusat Riset dan Edukasi Bank Sentral.
Bank Indonesia. Diakses 5 Oktober 2016.

Heri, P. 2013. *Peran Strategis Perguruan Tinggi dalam Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia Ekonomi Syariah*. *KARYA DOSEN*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.

Islamic Finance Country Index 2016 www.gifr.net/publications/gifr**2016**/ifci.pdf diakses 7 Oktober 2016.

Munthe, G. J. 2012. *Proyeksi Kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) Perbankan Syariah Dan Skenario Pemenuhannya. Tesis*. Fakultas Ekonomi Program Magister Manajemen Universitas Indonesia. Diakses 7 Oktober 2016.

Nawatmi, S. 2010. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Fokus Ekonomi 9 (1) 50-59. Diakses 7 Oktober 2016.

Tim Peneliti FE UI. 2013. "*Kondisi dan Kebutuhan SDM Pada Perbankan Syariah Indonesia*". Hasil Penelitian. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Diakses 30 September 2016.

Sajadah Cinta Manajemen Risiko Syariah

Mohamad Anwar Thalib
Genjang Prasindi
Pasca Sarjana Universitas Brawijaya
Universitas Negeri Malang
Email: anwarthalib08@yahoo.co.id; genjangprasindi@gmail.com

Abstrak: Manajemen risiko bank syariah khususnya penyaluran pembiayaan *mudharabah* masih mengadopsi secara penuh konsep manajemen risiko dari bank konvensional yang tinggal ditambahkan kata "syariah" yang menjadikan bank berlabel syariah tapi berperilaku konvensional karena hal ini tercermin dari konsep manajemen risiko yang sangat rasionalitas juga berorientasi pada konsep tidak boleh rugi (utilitarian), untuk mengobati hal tersebut maka tulisan ini mencoba memformulasikan konsep manajemen risiko syariah berdasar moral dan etika kemudian mengorientasikan manajemen risiko pada takwa lebih lanjut juga tulisan ini mengkonstruksi penilaian kesehatan penyaluran pembiayaan *mudharabah* yang diambil dari konsep modern yaitu 6C dan menggantinya dengan konsep yang di disebut SAJADAH:*Shidiq, Amanah, Jihad, Aql, Dhirham, Al-Mutmainnah, Hidayah*.

Kata Kunci: Mudharabah, Pengambilan Keputusan, Manajemen Keuangan Syariah, DUIT, SAJADAH.

Indah, merupakan kata yang pertama tergambar di pikiran kami ketika mendengar kata *mudharabah*, bagaimana tidak, selain menggambarkan akad yang penuh dengan nilai kepercayaan, kejujuran, keadilan, kerelaan, dan sebagainya, *mudharabah* juga sangat berpotensi meningkatkan daya guna uang, meningkatkan daya guna barang, meningkatkan peredaran uang, menimbulkan kegairahan berusaha, stabilitas ekonomi sampai dengan jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional (Rivai: 2010). Selain itu kasus *negative spread* yang dialami bank konvensional pada tahun 1997 dan 1998 bisa dikatakan menjadi salah satu bukti fenomenal dari keindahan akad *mudharabah*, mengapa? karena sementara bank konvensional sedang diporak-porandakan oleh konsep bunga (*interes*) yang menyebabkan 30 bank konvensional bangkrut masal sedangkan 55 bank konvensional mengalami "cedera berat" dan harus mendapat pertolongan dari pemerintah berupa Bantuan Likuiditas Bank Indonesia (BLBI). Disisi lain bank syariah justru terlihat stabil dengan sistem *mudharabah* kasus ini juga sebagai bahan *muhasabah* tentang alasan mengapa Allah mengharamkan riba (QS Al-Baqarah 275) dan dari kasus ini pula pemerintah mulai serius mengembangkan bank syariah (Fattahullah: 2008). Tetapi ketika melihat realitas yang ada sekarang berupa pembiayaan *mudharabah* yang kalah bersaing dengan akad lain ditambah lagi dengan *non performing financial mudharabah* yang sangat tinggi menimbulkan keresahan dan pertanyaan ada apa dengan akad *mudharabah*?.

Merujuk pada Antonio (2000) menjelaskan akad *mudharabah* sangat sarat dengan risiko oleh sebab itu bank syariah cenderung bersikap menolak

pembiayaan *mudharabah* dan menggantinya dengan *musyaraqah mutlaqah*. Jika permasalahannya adalah risiko, akad lain juga sama berisikonya dengan *mudharabah* misalnya risiko yang telah terjadi dan berhubungan dengan ranah hukum. Tahun 2013 tentang ditangkapnya direktur kepala cabang bank syariah di Brebes tentang *markup* salah satu produk pembiayaan di bank syariah, akibat dari *markup* itu diperkirakan kerugian yang ditanggung oleh Negara sekitar 59 milyar (*detik.com*). Kemudian tahun 2014 salah satu bank syariah di Indonesia terkena kasus hukum akibat *money game*, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memeriksa bank syariah akibat kasus *maney game* berkedok investasi GTIS (*Golden Trandes Indonesia Syariah*) dan GBI (*Gold Bullion Indonesia*) (*bisniskeuangan.kompas.com*.) Ada juga kasus salah satu bank syariah di Gorontalo tahun 2013 yang berhubungan dengan KPR (Kredit Pemilikan Rumah). Nasabah menuntut bank syariah disebabkan tidak ada pemberitahuan bahwa pembiayaan KPR yang telah dikontrakan untuk nasabah tersebut ternyata telah dialihkan kepada nasabah yang lain (*youtube.com*). Sederet kasus ini membuktikan bukan *mudharabah* saja yang berisiko melainkan akad lain pula tidak terlepas dari risiko. Bahkan telah banyak literatur yang telah membahas serta memberikan beberapa solusi khusus untuk akad *mudharabah* (lihat misalnya (Karim, 2004) (Sumar'in, 2012) (Rustam, 2013) (Wahyudi *et al*, 2013) (Muhamamad, 2008) dan masih banyak lagi. Namun mengapa masih saja akad ini enggan menampakkan keindahannya? Dari fenomena ini menggelitik pemikiran kami untuk bertanya, risiko yang melekat di *mudharabah* yang salah atau justru solusi risikonya yang kurang tepat?.

Menjawab pertanyaan tersebut marilah kita merujuk pada sabda nabi Muhamad SAW "*Al ghunmu bil Ghurmi* / keuntungan menyertai risiko" yang berarti bahwa justru risikolah menjadikan bagi hasil itu halal (Wahyudi *et al*, 2013:13), kemudian juga jika merenungkan kembali contoh kasus yang dipaparkan di atas, pastilah kita bisa menjawab dengan sendirinya, pantaskah kita menyalahkan risiko? Tentu jawabannya tidak ada yang salah dengan risiko. lalu bagaimanakah dengan konsep manajemen risikonya? Konsep manajemen risiko yang digunakan oleh bank syariah sekarang masih kurang tepat, karena konsep tersebut diadopsi dari bank konvensional yang tinggal ditambahkan kata syariah (Kamayanti, 2014), yang tujuan akhirnya tetap sama seperti bank konvensional yaitu menerima, menolak atau mengelolanya atas alasan utilitarian (Triyuwono, 2011). Untuk mempertegas hal ini berikut kami sajikan cuplikan pernyataan Karim (2004:214) yang secara tegas menjelaskan utilitarian sebagai tujuan manajemen risiko bank syariah:

> *Untuk mengurangi kemungkinan terjadinya risiko…, maka bank syariah dapat menetapkan sejumlah batasan tertentu ketika menyalurkan pembiayaan kepada mudharib. Batasan-batasan tertentu dikenal sebagai incentive-compatible constrains. Melalui incentive-compatible constrain ini,* ***mudharib secara sistematis "dipaksa" untuk berperilaku memaksimalkan keuntungan bagi kedua belah pihak, baik bagi mudharib itu sendiri maupun bagi shahibul mal.***

Lebih lanjut Kamayanti & Rahmawati (2013) menjelaskan manajemen risiko syariah yang berpusar

pada keuntungan terlihat pada cuplikan pernyataan Karim (2011, 289):

> *Menyebutkan bahwa penentuan nisbah bagi hasil selain metode bagi keuntungan dan pendapatan, bank syariah diizinkan menggunakan metode bagi penjualan. Dengan kata lain, bank tidak mau sama sekali menanggung beban/pengeluaran oleh mudharib. Sebagai implikasinya bank syariah cenderung menerapkan persentase bagi hasil yang besar kepada bank.*

Oleh sebab itu tulisan ini berusaha untuk menjawab pertanyaan bagaimanakah konsep manajemen risiko syariah? Pertanyaan ini mendorong penulis untuk memformulasikan konsep manajemen risiko syariah yang kemudian juga memformulasikan konsep penilaian penyaluran pembiayaan *mudharabah* berdasarkan sajadah, bukan pada 6C dengan jawaban yang ingin dieksplor dari tulisan ini adalah ada apa di balik konsep manajemen risiko "syariah"? Bagaimanakah konsep yang senada dengan bank syariah tujuan bank syariah?

PEMBAHASAN

Ada Apa Di Balik Manajemen Risiko Syariah?

Secara konsep manajemen risiko bank syariah sama halnya perbankan konvensional pada umumnya yaitu rangkaian prosedur dan metodologi yang digunakan dalam mengidentifikasi, mengukur memantau dan mengendalikan risiko yang timbul dari kegiatan usaha bank (Karim, 2004:255) (Sumar'in, 2012:110). Bedanya konsep manajemen risiko bank konvensional dan bank syariah dijelaskan oleh Wahyudi *et al* (2013:25) adalah bank syariah menanggung dua risiko lebih bank di bandingkan bank konvensional yaitu risiko bagi hasil dan risiko investasi sedangkan untuk risiko lainnya berupa risiko kredit, risiko pasar, risiko likuiditas, risiko operasional, risiko hukum, risiko reputasi risiko strategis, risiko kepatuhan sama dengan risiko bank konvensional. Kemudian juga secara teori bahwa tujuan manajemen risiko utamanya dilakukan untuk menghindari berbagai kerugian atau dengan kata lain manajemen risiko di lakukan untuk memaksimalkan keuntungan (Wahyuni *et al,* 2013:18) (Sumar'in, 2012:110) (Karim, 2004:255) memaksimalkan keuntungan dengan cara menekan biaya merupakan salah satu tujuan dari manajemen risiko yang ditarik lebih jauh lagi sangatlah *self interest* jika meminimalkan biaya menjadi orientasi dan tujuan dari manajemen risiko syariah, lalu bagaimanakah dengan konsep *maqosid* syariah? Adakah konsep yang manajemen risiko membahas tentang menjadikan manajer bank maupun *mudharib* ke arah takwa? Jawabannya tidak ada. Manajemen risiko "syariah" *ya* manajemen risiko, sama seperti konsep bisnis *ya* bisnis, tidak ada yang namanya *lailahaillallah* justru yang ada hanya konsep *la illaha illah fulus* (tiada tuhan selain uang atau kapitalis).

Konsep *la illaha illah fulus* sangat identik dengan konsep modernitas yang dijelaskan oleh Triyuwono (2006) yang syarat dengan nilai individualistik, egoistik, materialistik, kapitalis dan utilitarian, ini dapat terlihat dari konsep manajemen risiko yang berkutat pada konsep untung dan rugi yang juga merupakan kritikan oleh (Kamayanti & Rahmawati, 2013) (Triyuwono, 2010). Bahkan seperti penjelasan sebelumnya dari pembagian bagi hasil yang

berdasarkan penjualan sehingga bank tidak mau menanggung rugi sama sekali, sama halnya dengan *incentive compatible constrains* yang dijelaskan oleh Karim (2004) yang semuanya ditujukan agar bank tidak rugi, empat syarat tersebut adalah *pertama* menetapkan syarat agar porsi modal dari pihak *mudharib*nya lebih besar dan atau menggunakan jaminan, *kedua* menetapkan syarat agar *mudharib* melakukan bisnis yang risiko operasionalnya lebih rendah, *ketiga* menetapkan syarat agar *mudharib* melakukan bisnis dengan arus kas transparan, dan *keempat* menetapkan syarat agar *mudharib* melakukan bisnis yang biaya tidak terkontrol rendah. Sekali lagi bisa dipahami masih melekatnya nilai modernitas pada manajemen risiko syariah, bahkan untuk memperlancar hal tersebut dilakukan pula pengawasan yang gunanya untuk mencegah kerugian, yang terjadi bukan malah menyambung silaturahmi antara *muhdarib* dan *shohibul mal* justru terputus pada *monitoring* laba apakah ini salah? Jawabannya sebenarnya akan kurang tepat jika nilai ini melekat di bank syariah karena bank yang menyatakan diri mengangkat syariah seharusnya justru **membawakan nilai-nilai syariah dalam operasionalnya**.

Membawakan nilai syariah yang sangat bertolak belakang dengan nilai modernitas menjadi penting dan mendesak di manajemen risiko syariah untuk mencegah terjadinya disfungsional *behavior* pada bank syariah, karena sadar ataupun tidak konsep yang turut membawa nilai akan membentuk perilaku orang tersebut, oleh sebab itu untuk menetralisir nilai modernitas yang mendominasi manajemen risiko berupa egositik, individualis, matrealistik, utilitarian,dan kapitalis (Triyuwono, 2006) maka perlu ditambahkan nilai lainnya yaitu nilai syariah adalah *rahmatan lil alamin* atau rahmat untuk seluruh umat bukan diri sendiri (*egoistic*) atau untuk muslim saja. Berikutnya nilai syariah tidak sebatas materi tetapi juga non materi harus ada, sama berlakunya juga untuk nilai utilitarian yang menitikberatkan pada penilaian hasil bukan proses justru sebaliknya nilai syariah didasarkan pada proses bukanlah hasil (Triyuwono, 2010) dan tentu orientasi dari syariah adalah menjadikan manusia takwa bukan menjadikan manusia kapitalis berupa memiliki uang yang sebanyak-banyaknya.

Tahap lebih lanjut adalah membahas proses meminimalisir risiko pada pembiayaan *mudharabah* yang secara konsep dilakukan pada empat tahap yaitu *pertama* disebut dengan tahap awal yang tugasnya adalah menganalisis kelayakan sebuah pembiayaan yang akan diberikan kepada calon nasabah yang cakupannya memeriksa administrasi dan porto folio pembiayaan yang menjadi acuan dalam tahap awal ini adalah memaksimalkan materi (laba) (bisa dilihat lebih lanjut di Sumar'in, 2012:115-116). *Kedua* analisis pembiayaan menggunakan konsep 6C (*character, capital capacity, collateral, condition of economic dan contranins*) yang tujuan tahap kedua ini adalah meyakinkan pihak manajemen bank syariah apakah pihak *mudharib* memiliki kemampuan dan kemauan dalam memenuhi kewajiban secara baik analisis ini pun sama seperti tahap awal yaitu berkisar pada materi dan porsi non materi sangat kecil kalaupun ada aspek analisis non materi berupa *character* tahap kedua ujung-ujungnya adalah materi yaitu profit, *Ketiga* identifikasi dan mengukur tujuannya tidak lain untuk menganalisis risiko untuk menemukan risiko secara sistematis khususnya risiko kerugian potensial yang menentang perusahaan. Tahap

ketiga juga sama seperti tahap-tahap sebelumnya yaitu yang diidentifikasi dan diukur hanya apakah dari pembiayaan ini akan menghasilkan keuntungan dan kerugian berapa untuk bank syariah, bahkan dengan tegas untuk melakukan manajemen agar tidak rugi dengan tegas Kasmir menjelaskan konsep pembagian keuntungan berdasarkan penjualan bersih yang artinya bank syariah tidak mau menanggung sama sekali kerugian. K*eempat* adalah pengawasan berjalannya pembiayaan, mirisnya di konsep pengawasan bahwa (Sumar'in, 115-119). Seperti penjelasan sebelumnya bahwa konsep meminimalisir risiko ini masih sangat bersifat parsial jika dilihat dari nilai syariah oleh sebab itu maka di rumuskan konsep minimalisir risiko berdasarkan **sajadah cinta**.

SAJADAH adalah formulasi konsep manajemen risiko khususnya pada penyaluran pembiayaan *mudharib* yang tidak hanya secara sistematis dibagi berdasarkan fitrah manusia yaitu penilaian nafsu, akal, mental dan spiritual. Akan tetapi konsep SAJADAH juga meletakan penilaian secara proporsional sesuai dengan posisinya berupa penilaian sebelum, sementara bahkan setelah berakhirnya akad *mudharabah*. Orientasi dari penilaian *mudharib* dengan konsep SAJADAH adalah cinta atau Mahabbah Allah. SAJADAH sendiri merupakan kepanjangan dari *Sidiq* (kejujuran), *Amanah*, *Jihad* (Tenaga), *Aql* (Pikiran), *Dhirham* (Harta/Anggunan), *Al Mutmainnah* (Ketenangan), *Hidayah* (Petunjuk).

Sidiq atau kejujuran merupakan komponen yang pertama dalam konsep sajadah cinta, menjadi komponen pertama bukan berarti bahwa kejujuran serta merta akan diletakan dalam penilaian pertama, karena dalam konsep sajadah cinta semua komponen adalah utama dan bisa menjadi pertama akan tetapi sesuai dengan kondisi dari pembiayaan tersebut (berlaku juga untuk semua komponen lain), mengapa kejujuran menjadi penting dalam penilaian *mudharabah*? Karena akad *mudharabah* adalah akad yang dibentuk dengan minimnya intervensi dari *shahibul mal*. dengan minimnya intervensi *shahibul mal* memungkinkan asimetris informasi dan moral hazar *mudharib*. Berikutnya tidak jujur akan menjadikan akad yang tadinya halal menjadi batal bahkan haram dan tidak kalah pentingnya salahnya penilaian kejujuran dapat membuat *shahibul mal* bertindak *dzalim* serta merugikan, walaupun dalam Islam tindakan penilaian yang salah tetap akan mengandung nilai di sisi Allah akan tetapi perlu diperhatikan juga usaha untuk mendeteksi kejujuran seseorang agar kejujuran dapat dinilai dengan tepat, oleh sebab itu penilaian kejujuran secara tepat adalah penting akad pada *mudharabah*. Apa yang membedakan penilaian kejujuran pada sajadah cinta dan 6C (*character*)? ada dua yang membedakan pertama pada posisi peletakan penilaian kejujuran dan juga orientasi penilaian kejujuran seperti yang dibahas sebelumnya bahwa posisi penilaian kejujuran pada 6C adalah di awal dan orientasi hanya utilitarian saja, maka dalam konsep sajadah peletakan penilaian kejujuran bukanlah di awal dan orientasi sajadah bukanlah utilitarian (akan dibahas pada fungsi dan orientasi sama dengan komponen lainnya).

Amanah, merupakan komponen kedua dalam sajadah cinta setidaknya mengapa amanah ini menjadi penting dalam sajadah karena pada hakikatnya dalam akad *mudharabah* merupakan akad amanah, penabung (*shahibul mal*)

mengamanahkan uang mereka ke bank syariah (*mudharib*) agar bank syariah (*shaibul mal*) bisa menyalurkannya kembali secara kepada nasabah pembiayaan (*mudharib*) yang tepat, oleh sebab itu penilaian tentang amanah tidaknya *mudharib* menjadi mutlak dalam penilaian ini. ***Jihad***, **aql,** dan **dhirham**, jihad disini diartikan sebagai penilaian terhadap tenaga apa yang akad ditawarkan oleh *mudharib* dalam mengelola dana mudharabah, sedangkan Aql merupakan penilaian terhadap ide usaha serta kreativitas apa yang ditawarkan oleh *mudharib*. Mengapa penilaian Jihad dan Aql diperlukan? Karena keduanya merupakan komponen yang sudah menjadi *sunnatullah* melekat pada akad *mudharabah* khususnya pada sisi *mudharib*, karena sesuai dengan pengertian fikih bahwa *mudharib* menjadi penyedia tenaga dan juga pikiran dalam mengelola dana sedangkan *shahibul mal* sebagai penyedia modal, **Dhirham** merupakan penilaian yang tidak kalah pentingnya selain komponen yang dijelaskan sebelumnya. Dirham diartikan sebagai harta atau lebih tepatnya anggunan dari *mudharib* yang perlu dicatat. Dhirham di sini secara esensi sangat berbeda dengan anggunan di 6C, Dhirham dalam penilaian digunakan bukan untuk mengubah sifat akad *mudharabah* yang berupa *natural uncertainty contract* menjadi natural *certainty contract*, melainkan *dhirham* di sini digunakan sebagai pengontrol moral hazar yang akan dilakukan oleh *mudharib*, yang berarti bahwa bank syariah akan tetap menerima hasil impas atau bahkan kerugian selama hal tersebut murni karena keadaan perekonomian.

Al-Mutmainnah atau dalam bahasa Indonesia adalah ketenangan, ketenangan di sini juga penting dalam menilai karakteristik *mudharib*, ketenangan ini dinilai dari seberapa bijaknya *mudharib* dalam mengelola masalah-masalah yang muncul selama akad *mudharabah* berjalan, dan yang terakhir adalah **hidayah** menjadi titik akhir dari penilaian *mudharib* yang sangat membedakan antara bank syariah dan bank konvensional, hidayah bukan saja menjadi bentuk penilaian semata tapi justru tugas dari bank syariah agar *mudharib* yang berinteraksi dengan bank syariah bukan saja membebaskan dari perangkap kemiskinan ekonomi tapi juga menjadi pencerah secara spiritualitas bagi *mudharib*. Orientasi semua penilaian tersebut tidak lain adalah untuk mendapatkan cinta (*mahabbah*) Allah di mana cinta Allah menjadi tujuan utama muslim dalam menjalankan segala aktivitasnya.

Sajadah cinta setidaknya memiliki tiga fungsi, yaitu:

1. Menilai risiko kelayakan nasabah secara holistik.
2. Meletakan tingkat komponen penilaian secara proporsional sesuai dengan kondisi berupa sebelum (awal), sementara dan setelah akad berakhir.
3. Mengorientasikan sistem penilaian *mudharib* pada cinta (*mahabbah*) Allah.

Penilaian kelayakan *mudharib* secara holistik. Berangkat dari keyakinan bahwa kebenaran tidak saja bersifat materi melainkan juga non materi merupakan salah satu dasar pijakan tentang penentuan penilaian secara holistik. sesuai dengan fitrah manusia materi dan non materi, untuk lebih jelasnya pembagian komponen dalam sajadah bisa dilihat pada tabel 1. Yang menjadi perhatian bahwa dengan penambahan komponen spiritual menjadikan penilaian sajadah lebih holistik, dibanding dengan manajemen risiko, mengapa ini penting? Karena dengan tidak memasukkan aspek

spiritualitas dalam penilaian sama saja menampik identitas dari syariah itu sendiri, identitas yang mengakui tidak adanya keterpisahan spiritualitas dalam kehidupan manusia. Hidayah menjadi komponen penilaian yang termasuk dalam aspek spiritual, karena bank syariah bukanlah sekedar bank yang berfungsi membimbing, mengarahkan serta meningkatkan kualitas *mudharib* dalam bentuk materi tetapi juga dalam bentuk non materi yaitu mental dan spiritualitas yang dapat dilihat pada tabel 1.

Meletakan tingkat komponen penilaian secara proposional. Sajadah selain memberikan komponen yang holistik juga meletakan pembobotan penilaian secara proporsional. Oleh sebab itu dalam pemberian pembobotan komponen sajadah akan sangat berbeda untuk setiap kondisi yang dibagi menjadi tiga kondisi **sebelum**, dalam penilaian *mudharib* pada kondisi awal kontrak dalam hal ini antara *mudharib* dan *shahibul mal* belum saling mengenal satu sama lain maka pembobotan penilaian yang ditekankan adalah *aql* merupakan bentuk penilaian terhadap ide dan kreativitas usaha yang ingin dilakukan oleh *muhdarib*, kemudian *Jihad* atau tenaga apa yang bisa dikelola dan diberikan dalam menjalankan akad *mudharabah.* Selanjutnya dhirham atau anggunan, mengapa ketiga hal ini menjadi penilaian yang penting pada awal pembiayaan *mudharabah*? Atau mengapa kejujuran dan aspek mental serta spiritual tidak diletakan pada tahap awal penilaian akad? Hal ini berangkat dari pemahaman bahwa untuk mengenal karakter mental dan spiritual seseorang maka setidaknya hal yang harus dilakukan bermuamalah, melakukan perjalanan dan menginap (kedekatan) bersama orang tersebut karena ketiga keadaan itu akan sulit menyembunyikan karakter asli seseorang (Umar Bin Al-Khatab) karena pada tahap awal tidak menyentuh ketiga poin tersebut maka akan sukar untuk menilai karakter seseorang dengan tepat oleh sebab itu ketiga hal (*Aql, Jihad, Dhirham*) menjadi titik penilaian awal penilaian awal kontrak walaupun tanpa menampik penilaian mental dan spiritual pun turut ikut disertakan.

Penilaian *mudharib* pada kelayakan penyaluran pembiayaan *mudharabah* tidak berhenti saja pada tahap awal, Akan tetapi penilaian *mudharib* tetap dilakukan pada saat akad sementara berjalan, mengapa? karena akad yang dibentuk atas kerja sama antara dua belah pihak, bukan *mudharib* saja yang bekerja melainkan *shahibul mal* juga, bentuk kerja *sahibul mal* berupa menilai, membimbing, dan juga mengawasi proses berjalannya akad *mudharabah*, jika hanya dihentikan pada tahap pertama maka akan terjadi cacat pada akad *mudharabah* berupa *shahibul mal* akan terinfeksi virus *ghahar*, *spekulasi* dan judi karena tidak melakukan apa-apa hanya sebatas menunggu hasil dari kerja *mudharib*, sedangkan virus berupa moral hazar dan asimetris informasi berpotensi terjangkit pada *mudharib*. Oleh sebab itu untuk menutup kemungkinan tersebut maka tahap kedua ini mutlak ada.

Yang menjadi pertanyaan sekarang bentuk penilaian apa yang tepat pada tahap kedua? berangkat dari konsep penilaian karakter oleh Umar berupa safar, muamalah dan kedekatan maka tepat pada tahap kedua menilai bentuk non materi yaitu karakter mental dari *mudharib*. Komponen penilaian mental Sidiq Amanah dan Al-mutmainnah. Penilaian Sidiq (kejujuran) berupa seberapa transparansi *mudharib* dalam menyampaikan informasi baik

keuangan maupun non keuangan yang dijalankan selama kontrak berlangsung, yang perlu di cacat walaupun *mudharabah* berada di ranah *tijarah* (usaha mencari keuntungan) akan tetapi tidak serta merta menjadikan penilaian akad *mudhrabah* pada tahap kedua berorientasi pada laba saja, akan tetapi poin penting adalah kejujuran *mudharib* dalam menjalankan usaha dan melaporkan hasil usaha juga menjadi penting dalam penilaian *sidiq*. Berikutnya penilaian amanah, amanah di jelaskan oleh Triyuwono (2011) merupakan bentuk dari akuntabilitas *mudharib* yang akuntabilitas tersebut dibagi atas tiga yaitu *akuntabilitas kepada Tuhan, Akuntabilitas terhadap stakeholders (termasuk bank), dan akuntabilitas terhadap Alam*. Penilaian keamanahan dari *mudharib* bisa dilihat pada pertanggungjawaban *mudharib* dalam mengelola dana yang tercermin pada laporan keuangan akan tetapi khusus untuk akuntabilitas pada alam dan Tuhan adalah dengan menilai apakah usaha yang sedang dijalankan oleh *mudharib* sudah sesuai dengan hukum-hukum Tuhan, tidak sebatas pada laporan formal (laporan keuangan). Karena alam dan Tuhan tidak membutuhkan laporan keuangan dari *mudharib* (Triyuwono, 2011). Berikutnya juga menilai *Almutmainnah* (kebijakan) yang diambil oleh *mudharib* dalam menghadapi atau mengelola masalah yang timbul apakah *mudharib* menghalalkan segala cara atau tidak, ketiga hal ini merupakan penilaian mental yang tidak bisa di lihat dengan jelas sebelum akad tersebut dijalankan, kalaupun terdapat ketidaksesuaian antar tindakan *mudharib* selama menjalankan akad maka di situlah peran bank syariah untuk memperbaiki tindakan tersebut. Karena seperti yang dijelaskan sebelumnya bank syariah bukanlah sekedar bank yang berfungsi membimbing, mengarahkan serta meningkatkan kualitas *mudharib* dalam bentuk materi tetapi juga dalam bentuk non materi yaitu mental dan spiritualitas.

Hidayah merupakan aspek penilaian terakhir pada tahap penilaian pembiayaan *mudharabah*, penilaian hidayah merupakan hasil dari interaksi bank syariah dengan *mudharabah*, dan sangat jelas tidak bisa di nilai pada tahap awal atau tahap kedua karena hidayah merupakan hasil bimbingan yang seperti dijelaskan tadi berada pada tahap kedua akad *mudharabah*, bimbingan seperti apa? Tentu bimbingan bukan sekedar mengarahkan agar pencapaian laba semaksimal, melainkan bimbingan spiritualitas berupa menjalankan bisnis sesuai dengan hukum-hukum Tuhan. Hal ini patut menjadi perhatian bank syariah, karena bank syariah hakikatnya bukan sekedar bank yang hanya bertugas meningkatkan kualitas hidup *mudharib* berupa materi tetapi juga non materi, oleh sebab itu tahapan kedua berupa bimbingan haruslah ada bimbingan berupa non materi sehingga pada tahap tiga hasil tersebut dapat dinilai apakah *mudharib* selain terbebas dari jerat kemiskinan juga terbebas dari belenggu utilitarian yang dapat dilihat pada tabel 2.

Mengorientasikan penilaian pada cinta (mahabbah) Allah, orientasi sajadah adalah *mahabballah*, jadi setiap komponen penilaian berupa sidiq, amanah, jihad, Aql dhirham, almutmainnah dan hidayah dilakukan semata-mata untuk mencari cinta Allah, menerima atau bahkan menolak pembiayaan semata-mata dilakukan untuk mencari cinta Allah bukan karena alasan utilitarian saja yang dapat dilihat pada gambar 1.

Berdasarkan penjelasan tentang konsep sajadah tadi maka dapat diringkas perbedaan antara

meminimalisir risiko dengan konsep modernitas dan syariah yang tertuang pada tabel 3.

SIMPULAN

Formulasi konsep penilaian penyaluran pembiayaan *mudharabah* pada bank syariah diharapkan berdasarkan "sajadah cinta", yaitu: ***Sidiq***, bahwa kejujuran bukan berarti serta merta akan diletakan dalam penilaian pertama, karena dalam konsep sajadah cinta semua komponen adalah utama dan bisa menjadi pertama akan tetapi sesuai dengan kondisi dari pembiayaan tersebut (berlaku juga untuk semua komponen lain), mengapa kejujuran menjadi penting dalam penilaian *mudharabah*? Karena akad *mudharabah* adalah akad yang dibentuk dengan minimnya intervensi dari *shahibul mal*.

Amanah, pada hakikatnya dalam akad *mudharabah* merupakan akad amanah, penabung (*shahibul mal*) mengamanahkan uang mereka ke bank syariah (*mudharib*) agar bank syariah (*shaibul mal*) bisa menyalurkannya kembali secara kepada nasabah pembiayaan (*mudharib*) yang tepat, oleh sebab itu penilaian tentang amanah tidaknya *mudharib* menjadi mutlak dalam penilaian ini.

Jihad, sebagai penilaian terhadap tenaga apa yang akad ditawarkan oleh *mudharib* dalam mengelola dana mudharabah.

Aql, penilaian terhadap ide usaha serta kreativitas apa yang ditawarkan oleh *mudharib*.

Mengapa penilaian Jihad dan Aql diperlukan? karena keduanya merupakan komponen yang sudah menjadi *sunnatullah* melekat pada akad *mudharabah* khususnya pada sisi *mudharib*, karena sesuai dengan pengertian fikih bahwa *mudharib* menjadi penyedia tenaga dan juga pikiran dalam mengelola dana, *shahibul mal* sebagai penyedia modal.

Dhirham, sebagai harta atau lebih tepatnya anggunan dari *mudharib* yang perlu dicatat dhirham di sini secara esensi sangat berbeda dengan anggunan di 6C, dhirham dalam penilaian digunakan bukan untuk mengubah sifat akad *mudharabah* yang berupa *natural uncertainty contract* menjadi natural *certainty contract*, melainkan *dhirham* di sini digunakan sebagai pengontrol moral yang akan dilakukan oleh *mudharib*, yang berarti bahwa bank syariah akan tetap menerima hasil impas atau bahkan kerugian selama hal tersebut murni karena keadaan perekonomian.

Al-Mutmainnah, ketenangan ini dinilai dari seberapa bijaknya *mudharib* dalam mengelola masalah-masalah yang muncul selama akad *mudharabah* berjalan.

Hidayah, menjadi titik akhir dari penilaian *mudharib* yang sangat membedakan antara bank syariah dan bank konvensional, hidayah bukan saja menjadi bentuk penilaian semata tapi justru tugas dari bank syariah agar *mudharib* yang berinteraksi dengan bank syariah bukan saja membebaskan dari perangkap kemiskinan ekonomi tapi juga menjadi pencerah secara spiritualitas bagi *mudharib*.

Orientasi semua penilaian tersebut tidak lain adalah untuk mendapatkan cinta (*mahabbah*) Allah, di mana cinta Allah menjadi tujuan utama muslim dalam menjalankan segala aktivitasnya.

DAFTAR RUJUKAN

Antonio, M. S. 2000. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press,

Fattahullah. 2008. *Implementasi Prinsip Bagi Hasil Dan Risiko Di Perbankan Syariah (Studi di perbankan syariah cabang Mataram)*. Tesis. Semarang. Universitas Diponegoro.

Kamayanti, A. dan Rahmanti, V. N. 2014. Melucuti "Kerudung" Manajemen Keuangan Syariah (Pembelajaran Berbasis Kesadaran Kritis-Islami). Dipresentasikan di Seminar Ekonomi Islam, Universitas Haluleo 11 Oktober.

Karim, A. A. 2004 *Bank Islam Analisis Fiqih dan* Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Mansyur, Y. 2014. *ALLAH dulu ALLAH Lagi ALLAH terus*. Jakarta: Republika Penerbit.

Muhammad. 2008 *Manajemen Pembiayaan Mudhaharabah di Bank Syariah Strategi Memaksimalkan Return dan Meminimalkan Risiko Pembiayaan di Bank Syariah Sebagai Akibat Masalah Agency*. Jakarta: PT Rahagrafindo Perseda.

Rustam, B. R. 2013. *Manajemen Risiko Perbankan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Triyuwono, I. 2011. ANGELS: Sistem Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi Multi paradigma*. Vol 2. Nomor 1. Hal 1-21.

Triyuwono, I. 2006. *Akuntansi Syariah: Menuju Puncak Kesadaran Ketuhanan Manunggaling Kawulo-Gusti*. Pidato Pengukuhan Guru Besar Akuntansi Syariah di Gedung PPI Universitas Brawijaya. Malang.

Wahyudi *et al*. 2013. *Manajemen Risiko Bank Islam*. Jakarta: Salemba Empat

Rivai, V. dan Arviyan, A. 2010. *Islamic Banking System Bank Islam Bukan Hanya Solusi Menghadapi Krisis Namun Solusi Menghadapi Berbagai Persoalan Perbankan Dan Ekonomi Global*. Jakarta: PT Bumi Aksara, Hal, 683-685

Internet:

http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/05/09/0734405/OJK.Selidiki.Kasus.Gadai.Emas.Bank.Mega.Syariah

http://news.detik.com/read/2015/02/11/175227/2830333/1536/mantan-kepala-cabang-bank-syariah-ditangkap-polisi-terkait-kredit-fiktif

http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah/Documents/SPS%20Desember%202014.pdf

https://www.youtube.com/watch?v=UUlPrimtuBo

Tabel 1. Komponen Sajadah dan Penilaian Secara Holistik

Komponen Sajadah	Nafsu	Akal	Mental	Spiritual
Sidiq (Kejujuran)			v	
Amanah			v	
Jihad (Tenaga Fisik)	v			
Aql (Pikiran dan Kreatifitas)		v		
Dhirham (Harta dan Jaminan)	v			
Almutmainnah (Ketenangan)			v	
Hidayah (Petunjuk)				v

Tabel 2. Pembagian Komponen Pembobotan Penilaian Sesuai Waktu Berjalannya Akad

Komponen Sajadah	Sebelum	Sementara	Setelah
Sidiq (Kejujuran)		v	v
Amanah		v	v
Jihad (Tenaga Fisik)	v	v	v
Aql (Pikiran dan Kreatifitas)	v	V	v
Dhirham (Harta dan Jaminan)	v	v	v
Almutmainnah (Ketenangan)		v	v
Hidayah (Petunjuk)			v

Tabel 3. Persamaan dan Perbedaan Konsep Manajemen Risiko Sajadah Vs Modernitas

PERSAMAAN		PERBEDAAN	
SAJADAH	**6C**	**SAJADAH**	**6C**
Sidiq, Amanah, Almutmainnah	*Character*	Orientasi sajadah adalah cinta ALLAH	Orientasi 6c adalah utilitarian
Jihad, Aql	*Capacity*	Pembobotan penilaian sajadah dibagi sesuai proporsional situasi (awal, sementara dan akhir)	Penilaian 6c hanya didasarkan pada kondisi awal
Dhirham	*Collateral,dan Condition of Economy, Capital, Constrain*	Penilaian sajadah berdasarkan fitrah manusia (holistik; nafsu, akal, mental spiritual)	Penilaian 6C sebatas pada materi saja
Hidayah	-		

Gambar 1. Konsep Sajadah Cinta

Pengaruh Label Halal dan Iklan terhadap Proses Keputusan Pembelian

Wira Bharata
Premi Wahyu Widyaningrum
Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
E-mail : wira.bharata@gmail.com

Abstrak : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh label halal terhadap iklan dan Pembelian Proses Keputusan. Penelitian ini merupakan explanatory penelitian. Sampel diambil dengan menggunakan systematic random sampling. Ukuran sampel ditentukan 30 orang. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Wardah yang belajar di Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Data empiris dikumpulkan melalui metodologi survei. Data telah dianalisis melalui Generalized Analisis Komponen Terstruktur (GSCA). Temuan penelitian menunjukkan: 1) Label Halal berpengaruh signifikan terhadap Proses Keputusan Pembelian. 2) Iklan berpengaruh signifikan terhadap Proses Keputusan Pembelian. Keterbatasan penelitian: Data hanya dikumpulkan melalui satu cluster saja. Bagaimanapun agar penelitian ini dapat digeneralisasi, pengumpulan data pada kelompok lainnya dapat dilakukan. Penelitian dapat direplikasi di kota-kota lainnya, untuk memiliki temuan yang lebih beragam.

Kata Kunci*: label halal, iklan, proses keputusan pembelian*

Dewasa ini gaya hidup manusia semakin islami dan religious, diawali dengan meledaknya film dan lagu yang bertemakan islam. Perkembangan tren busana muslim juga semakin diminati oleh pasar. Dunia pekerjaan juga mulai merespon baik tren ini dengan memperbolehkan busana muslim seperti hijab dalam dunia kerja. Hal ini merupakan penerimaan positif budaya dan gaya hidup islam pada negara Indonesia. Tidak ketinggalan juga maraknya investasi yang berbasiskan syariah seperti tabungan ataupun perkreditan berdasarkan prinsip-prinsip islam. Produk perbankan syariah mulai memasuki pasar merah yang makin diminati oleh kreditur konvesional untuk membuka cabang syariah. Respon pasar Indonesia yang sangat baik pada segala produk yang berdasarkan prinsip-prinsip islam semakin baik. Produk *food* ataupun non *food* juga dibutuhkan sesuai prinsip islam yaitu harus halal, mulai dari bahan sampai proses produksi dan hasil akhir produk.

Kehalalan adalah sesuatu yang sangat penting bagi setiap muslim, sesuatu yang halal bisa menjadi berkah dan sehat untuk manusia. Kehalalan merupakan pokok utama bagi umat muslim untuk beribadah agar senantiasa manusia selalu dijalan yang benar, disamping itu kehalalan tertera dalam hadist dan Alquran. Islam mengajarkan kita agar senantiasa untuk mengkonsumsi yang ada dimuka bumi yang serba halal dan baik, baik makanan dan minuman bahkan selain

itu seperti kosmetik, obat-obatan dan lain-lainnya. Kosmetik dan obat-obatan keduanya disebut halal apabila bahan-bahan yang terkandung dalam keduanya harus dari bahan baku pilihan yang sesuai syariat islam dan memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia.

Konsep halal dalam kehidupan masyarakat Indonesia telah banyak dikenal dan diterapkan khususnya umat islam. Halal diperuntukan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih yang dimakan atau dikonsumsi oleh manusia menurut syari'at islam. Allah telah menegaskan dalam al-quran surat Al-maidah ayat 3: "Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi" (QS. 5:3). Menurut ayat diatas, kata "memakan" tidak hanya dimaksudkan memakan melalui mulut, tetapi memakan tersebut dapat berarti mengkonsumsi dalam menggunakan olahan babi untuk berbagai keperluan termasuk kosmetik. Menurut Sumarwan (2011: 209) Konsumen Islam cenderung memilih produk yang dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga berwenang.

Selain itu pada alquran surat Al-Nahl ayat 114 juga dijelaskan : "Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah".(QS.16:114). Pada surat Al-Nahl ayat 114 tersebut dijelaskan Allah memerintahkan kepada manusia untuk memakan (mengkonsumsi) makanan yang halal, hal ini dapat dianalogikan pada produk selain makanan yang dikonsumsi konsumen muslim termasuk kosmetik dan perawatan kulit.

Kosmetik yang tidak halal berarti dalam proses pembuatannya sampai bahan yang digunakan menggunakan zat-zat yang diharamkan secara islam. Konsumen yang menggunakan kosmetik yang halal dapat memberikan dampak tenang bagi pemakainya. Sebagai muslim diwajibkan wara' (hati-hati) dalam mengkonsumsi segala sesuatu produk yang digunakan dan dipakai. Wara' disini dimaksudkan agar tidak ada perasaan ragu sehingga membuat perasaan muslim yang membeli produk yang digunakan menjadi tidak tenang.

Demikian juga dengan minat konsumen mencoba kosmetik, karena kosmetik telah bergeser dari pelengkap menjadi kebutuhan bagi sebagian kalangan. Tidak jarang, kosmetik menjadi kebutuhan primer dalam belanja bulanan. Wanita cenderung membelanjakan uangnya lebih banyak untuk penampilan seperti pakaian, alat-alat perawatan, kecantikan rambut dan sebagainya (Kasali,1998:34). Didukung oleh pendapat Belch & Belch (2001:159), kosmetik adalah salah satu pembelian yang menekankan keterlibatan perasaan (emosional), sehingga pembelian tersebut termasuk dalam pembelian dengan keterlibatan tinggi.

Pembelian dengan keterlibatan tinggi dapat disebabkan oleh jenis produk itu sendiri. Semakin beresiko produk yang akan dibeli, maka keterlibatan juga semakin tinggi. Konsumen akan mempertimbangkan dalam memilih produk yang akan dibeli jika produk tersebut memiliki resiko bagi dirinya, seperti pembelian kosmetik maupun obat-obatan.

Faktor resiko yang tinggi seringkali dikalahkan oleh tampilan iklan, Apalagi iklan produk-produk

kosmetik yang ditawarkan, terlihat begitu menjanjikan suatu perubahan penampilan. Natalia & Pramadi dalam Pertiwi (2009:6) menyatakan bahwa kosmetik merupakan sarana yang digunakan wanita untuk mewujudkan bayangan dirinya seperti yang diinginkannya. Churchill dalam Pertiwi (2009:6), mengatakan bahwa wanita mempunyai kebiasaan mendengar atau membaca iklan, sehingga wanita lebih mudah dipengaruhi oleh iklan dan pada akhirnya akan mudah juga dipengaruhi minat membelinya. Shimp (2003:374) menyatakan iklan dapat mempengaruhi pengharapan konsumen tentang suatu produk, dan menggerakkan untuk melakukan pembelian.

Pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen termasuk dalam rantai keputusan pembelian. Pada umumnya, proses keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen melalui lima tahapan, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evalusi alternatif, pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dapat dipengaruhi salah satunya oleh keterlibatan yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk yang akan mereka beli. Pengaruh perasaan atau afeksi pada konsumen menjadi peluang bagi perusahaan untuk mempengaruhi proses keputusan pembelian mereka. Memanfaatkan keunggulan media televisi, beberapa di antaranya seperti iklan dapat mendramatisir tampilannya ataupun visualisasi kreatif hingga menarik (format iklan), pemaparan keunggulan produk (isi pesan), kemudahan memahami informasi yang ada dalam iklan (struktur pesan), serta penggunaan model iklan yang menarik, ataupun pemberian testimoni (sumber pesan). Lebih jauh lagi, format iklan dapat meliputi gambar atau warna, kata-kata, musik, spesial efek atau gerakan yang terdiri dari detail variasi iklan, yang kesemuanya berfungsi sebagai stimuli. Pengelolaan stimuli iklan inilah yang menjadi ujung tombak iklan dalam mempengaruhi penerima pesan.

Iklan di televisi didominasi oleh iklan barang konsumsi, tak terkecuali produk kosmetik. Produsen kosmetik baik yang tergolong "pemain lama" maupun "pemain baru", berlomba guna mencapai pelanggan sasaran. Salah satu merek produk kosmetik yang mengklaim pada iklannya sebagai produk kosmetik halal adalah wardah yang diproduksi oleh PT Pustaka Tradisi Ibu (PTI), mendapatkan anugerah halal tahun 2012 dari LPPOM MUI. Kategori ini dinilai berdasarkan program sosialisasi dan promosinya menempatkan aspek halal sebagai *selling point*. Strategi komunikasi dan promosi produk Wardah secara lugas juga mudah ditangkap oleh publik: Wardah adalah kosmetik halal.

Kosmetik Wardah memberikan jaminan kenyamanan bagi konsumen melalui jaminan kehalalan produk kosmetiknya yang membantu konsumen terhindar dari penggunaan bahan yang diragukan kehalalannya. Tentunya kita tidak ingin melanggar apa yang telah disyariatkan oleh agama dalam mengkonsumsi suatu produk sehingga membuat kita tidak nyaman dalam menggunakannya. Menurut Makmun (2016) komitmen wardah dalam menciptakan kosmetik halal diapresiasi oleh Euromonitor International In Cosmetics Paris tahun 2016, kosmetik halal ini mendapatkan Global Fastest Growing Brand tahun

2014-2015 dengan rentang pertumbuhan (20% - 100% pertumbuhan). Salah satu upaya yang dilakukan kosmetik Wardah adalah dengan menyelenggarakan berbagai kampanye. Wardah selalu menjadikan filosofi mereknya, yaitu Earth, Love, Life sebagai nyawa dalam setiap kampanyenya.

Hubungan label halal dengan pesan iklan, minat serta keputusan pembelian adalah bagaimana pemasar menciptakan produk yang halal dan bersertifikat sehingga konsumen muslim merasa terlindungi untuk mengkonsumsinya, melalui media iklan akan disampaikan pesan iklan dari produk tersebut bahwa memiliki sertifikat halal, membuat konsumen menyadari kebutuhannya akan produk, menggerakkan minat mereka pada produk dan melakukan tindakan pembelian (Shimp; 2003:385).

Berdasarkan pemikiran di atas, maka peneliti mengambil judul Pengaruh Label Halal dan Iklan terhadap pada Proses Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Angkatan Tahun 2013/2014 yang Menggunakan Kosmetik Wardah).

Dari pokok masalah yang dirumuskan di atas maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah: Menganalisis dan menjelaskan bahwa Label Halal berpengaruh terhadap Proses Keputusan Pembelian?; Menganalisis dan menjelaskan Iklan berpengaruh terhadap Proses Keputusan Pembelian?.

Berdasarkan literatur Label Halal dan Proses keputusan pembelian dapat digambarkan pada tabel 1.

Label Halal

A. Pengertian Label

Label adalah tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya yang disertakan pada wadah atau kemasan suatu produk dengan cara dimasukkan ke dalam, ditempelkan atau dicetak nmerupakan bagian dari kemasan tersebut. Tujuannya untuk memberikan informasi menyeluruh dan secara utuh dari isi wadah/kemasan produk tersebut. Pelabelan pada kemasan produk harus dipersyaratkan sedemikian rupa, sehingga tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak serta terletak pada bagian kemasan yang mudah untuk dilihat dan dibaca dengan jelas. Menurut Satyahadi (2013) keberadaan label pada suatu produk sangatlah penting. Hal ini dikarenakan label merupakan identitas dari sebuah produk. Dengan dicantumkan label, konsumen bisa membedakan antara produk satu dengan yang lainnya. Selain itu, konsumen juga dapat memperoleh produk sesuai dengan yang diinginkannya. Manfaat dari label juga dapat menghilangkan keraguan konsumen dalam membeli suatu produk.

B. Pengertian Halal

Kata halal (حلال , halāl, halaal) adalah istilah bahasa Arab dalam agama Islam yang berarti diizinkan" atau "boleh". Secara etimologi, halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Menurut Qardawi (2007,p.5) Istilah halal dalam kehidupan sehari-hari sering digunakan untuk makanan ataupun minuman yang diperolehkan untuk dikonsumsi menurut syariat Islam. Sedangkan

dalam konteks luas istilah halal merujuk kepada segala sesuatu baik itu tingkah laku, aktifitas, maupun cara berpakaian dan lain sebagainya yang diperbolehkan atau diizinkan oleh hukum Islam.

C. Label Halal

Label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Label halal diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal. Menurut Petunjuk teknis system produksi halal yang diterbitkan oleh Departemen Agama Sertifikat halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Menurut Burhanuddin (2011,p.140) syarat kehalalan suatu produk diantaranya: Tidak mengandung babi dan , han yang berasal dari babi, Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan. Seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah,kotoran-kotoran, dan lain sebagainya, Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam, Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam, Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar.

Kesimpulan mengenai syarat-syarat produk halal menurut Islam adalah halal zatnya, halal cara memperolehnya, halal dalam prosesnya, halal dalam penyimpanannya, dalam pengangkutannya dan halal dalam penyajiannya.

Produk kosmetik memang tidak dimakan dan masuk ke dalam tubuh. Oleh karena itu kosmetik biasanya dikaitkan dengan masalah suci atau najis. Produk tersebut bisa dikatakan haram jika produk kosmetik tersebut mengandung bahan-bahan najis, seperti turunan hewan (kolagen) ataupun bagian dari tubuh manusia, misalnya plasenta. Kosmetik halal juga tidak boleh mengandung alkohol, karena alkohol/Khamer tidak diperbolehkan dalam kehalalan suatu produk yang dikonsumsi.

Menurut Peraturan Pemerintah Pasal 10 Nomor 69, setiap produsen atau distributor pangan, obat-obatan maupun kosmetik yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label. Logo halal yang diterbitkan MUI seperti digmbarkan pada Gambar 1

Sumber : MUI (2016)

Gambar 1 Label halal pada kemasan produk

Sehubungan dengan label, konsumen perlu memperoleh informasi yang benar, jelas dan lengkap mengenai kuantitas, isi (bahan halal atau haram), dan kualitas maupun hal-hal lain yang diperlukan mengenai produk yang beredar di pasaran. Informasi pada label produk sangat diperlukan agar konsumen dapat secara tepat menentukan pilihan sebelum memutuskan untuk membeli.

Pengadaan Sertifikasi Halal pada produk pangan, obat-obatan, kosmetika dan produk lainnya sebenarnya bertujuan untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk, sehingga dapat menentramkan perasaan konsumen muslim. Namun ketidak tahuan seringkali membuat minimnya perusahaan memiliki kesadaran untuk mendaftarkan diri guna memperoleh sertifikat halal. Masa berlaku sertifikat halal adalah dua tahun. Hal tersebut untuk menjaga konsistensi produksi produsen selama berlakunya sertifikat. Sedangkan untuk daging yang diekspor Surat Keterangan.

Menurut Burhanuddin(2011,p.142) Alur proses pemeriksaan produk halal saat ini adalah produsen mengajukan permohonan sertifikasi dan labelisasihalal ke Badan Pengawasan Obat dan Makanan (Badan POM), kemudian Tim Audit Halal (DEPAG, LP-POM MUI dan Badan POM) melakukan audit ke lokasi. Hasil audit selanjutnya diajukan ke Tim Ahli LP-POM MUI dan diteruskan ke Komisi Fatwa MUI untuk mendapatkan sertifikat halal.

Iklan (*Advertising*)

Pengertian Periklanan

Menurut Kotler & Keller (2009:526) "*advertising is any paid form of nonpersonal presentataion and promotion of ides, goods, or services by an identified sponsor*", dimana terjemahan bebasnya periklanan adalah semua bentuk penyajian nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa yang dibayar oleh suatu sponsor tertentu.

Penetapan tujuan periklanan berguna untuk memberikan pedoman bagi penyusunan keputusan pesan dan media. Selain itu, tujuan periklanan juga berfungsi sebagai standar evaluasi kinerja program periklanan. Tanpa adanya standar yang jelas, akan sangat sulit mengevaluasi hasil yang dicapai.

Periklanan sebagai sarana komunikasi memiliki sasaran utama sebagai tujuannya yaitu siapa pemirsa sasarannya, apa yang ingin dicapai dan kapan sasaran tersebut diwujudkan. Adapun tujuan periklanan menurut Shimp (2003:368) yaitu: Membuat pasar sasaran menyadari (*aware*) akan suatu merek. Memfasilitasi pemahaman konsumen tentang berbagai atribut dan manfaat merek yang diiklankan dibandingkan dengan merek-merek pesaing. Meningkatkan sikap-sikap dan mempengaruhi niatan untuk membeli. Menarik sasaran agar mencoba produk. Mendorong perilaku pembelian ulang

Pesan Iklan

Anggaran iklan yang besar bukanlah jaminan batas keberhasilan suatu kampanye iklan, karena iklan yang berhasil adalah jika iklan tersebut dapat menarik perhatian dan mengkomunikasikannya dengan baik. Karenanya, dalam merumuskan iklan, menurut Kotler & Keller (2009:117),

pemasar harus menyelesaikan empat masalah yaitu:

1. Isi Pesan

Pemasar harus mencari daya tarik, tema gagasan atau usulan penjualan yang menarik guna menentukan isi pesan. Terdapat tiga jenis daya tarik, yaitu: Daya tarik rasional, membangkitkan minat pribadi. Daya tarik rasional menyatakan bahwa poduk tersebut akan menghasilkan manfaat tertentu. Daya tarik emosional, mencoba membangkitkan emosi positif atau negatif yang akan memotivasi pembelian. Pemasar mencari usulan penjualan yang tepat. Daya tarik moral, yaitu daya tarik yang mengarahkan pada perasaan tentang apa yang benar dan pantas. Daya tarik moral sering digunakan untuk mendesak orang mendukung tujuan sosial.

2. Struktur Pesan

Terdapat tiga hal yang berkaitan dengan struktur pesan yang harus diputuskan oleh pemasar, yaitu: Terkait apakah pemasar harus menarik kesimpulan atau membiarkan penonton melakukannya. Terkait apakah menampilkan argumentasi satu sisi (hanya menyebutkan keunggulan produk), atau argumen dua sisi (menceritakan keunggulan produk sekaligus mengakui kekurangannya). Penggunaan pesan dua sisi pada kasus tertentu dapat memperbaiki tingkat kepercayaan konsumen konsumen dan membuat konsumen lebih tahan terhadap serangan pesaing. Terkait apakah menyampaikan argumen-argumen tersebut di depan atau di belakang. Penyampaian argumen di depan iklan akan menarik banyak perhatian, namun dapat bermuara pada akhir yang antiklimaks.

3. Format Pesan

Sebuah pesan memerlukan format yang terlihat kuat dan menonjol. Unsur-unsur dalam format iklan meliputi format penglihatan (*visual*) dan pendengaran (*audio*). Format penglihatan meliputi kepala judul, gambar, ilustrasi, warna yang menarik. Format pendengaran meliputi pemilihan kata-kata, bunyi dan suara. Untuk iklan di media televisi, maka semua unsur ini dan ditambah dengan bahasa tubuh harus direncanakan dengan baik.

4. Sumber Pesan

Dampak pesan juga dipengaruhi oleh sumber pesan (juru bicara/penyampai pesan), karena pesan yang disampaikan oleh sumber yang layak dipercaya akan lebih persuasif.

Keputusan Pembelian Konsumen (*Purchase Decision*)

Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Levy *and* Weitz (2012,p.80) *"The buying process begins when customers recognize an unsatisfied need. Then they seek information about how to satisfy the need: what products might be useful and how they can be bought"*. Proses pembelian dimulai saat pelanggan mengetahui kebutuhannya belum terpuaskan. Dimulai dengan proses pencarian informasi, hal ini dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang berhubungan dengan produk yang diinginkan.

Dari berbagai informasi yang diperoleh, konsumen melakukan seleksi atas alternatif-alternatif yang tersedia. Proses seleksi ini yang disebut sebagai tahap evaluasi informasi. Dengan menggunakan berbagai kriteria yang ada dalam benak konsumen, salah satu merek produk dipilih untuk dibeli.

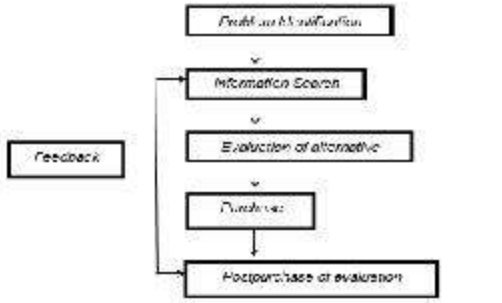
Bagi konsumen yang mempunyai keterlibatan tinggi terhadap produk yang diinginkannya, proses pengambilan keputusan akan mempertimbangkan berbagai hal.

Dalam mempelajari keputusan pembelian konsumen, seorang pemasar harus melihat hal-hal yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan membuat suatu ketetapan bagaimana konsumen membuat keputusan pembeliannya. Proses keputusan konsumen banyak dijelaskan di buku-buku perilaku konsumen, yang terdiri dari tahapan-tahapan. Tahap terakhir dari sebuah proses keputusan konsumen adalah kepuasan atau ketidakpuasan berupa perilaku pasca pembelian, yang bisa menjadi tolak ukur keberhasilan pemasar dalam memenuhi kebutuhan Kotler *and* Keller (2009,p.184) mengemukakan keputusan pembelian adalah perilaku yang timbul karena adanya rangsangan dan pengaruh dari pihak lain.

Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

Proses keputusan konsumen pengambilan terutama terdiri dari lima langkah menurut Peter dan Olson (2000,h.169); Hawkins, Best *and* Conney (2001,p.504). Langkah-langkah termasuk dalam model adalah, kebutuhan atau masalah pengakuan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan proses pasca pembelian. Namun, tidak semua dibeli mewajibkan setiap langkah (Peter dan Olson 2000, h.168). Konsumen dapat melewati evaluasi alternatif ketika mempertimbangkan produk keterlibatan rendah (Peter dan Olson 2000, h.168).

Menurut Hawkins, Best *and* Conney (2001,p.26) ada aspek lebih dari proses yang mempengaruhi perilaku konsumen yang merupakan pengaruh eksternal dan internal hanya membuat keputusan. Pengaruh eksternal adalah kelas sosial dan kelompok referensi sedangkan faktor internal adalah motivasi, eksposur, perhatian, persepsi dan sikap. Proses pengambilan keputusan konsumen yang dijelaskan oleh Hawkins, Best *and* Conney (2001,p.504) digambarkan secara singkat pada Gambar 2.



Sumber: Hawkins, Best and Conney (2001,p.505)

Gambar 2 Proses pengambilan keputusan

Proses keputusan pembelian menghasilkan sebuah gambaran individu yang berhati-hati dalam mengevaluasi kumpulan atribut dari produk, *brand* atau jasa dan memilih secara rasional satu pilihan yang menyelesaikan masalah yang timbul untuk harga yang sesuai. Walaupun setiap konsumen membuat keputusan yang berbeda-beda, fakta menyarankan bahwa kebanyakan orang mengikuti pola yang hampir sama, maka dari model tersebut di atas, hanya digunakan model proses pengambilan keputusan (d*ecision making process).* Gambaran mengenai tahapan yang dilalui dalam pembuatan keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk menentukan produk mana yang akan digunakan atau dibelinya, terdiri dari 5 tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, pengevaluasian

alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

1) Pengenalan Masalah (*Problem Recognition)*

Tahapan pertama dalam proses keputusan pembelian atau *decision process* adalah *problem recognition* atau pengenalan masalah. Pada tahapan ini konsumen menyadari akan adanya suatu permasalahan yang sedang dihadapinya atau menyadari akan timbulnya suatu kebutuhan. Pada proses pengenalan masalah ini merupakan hasil dari ketidaksesuaian antara *desired state* (apa yang konsumen inginkan) dan *actual state* (apa yang konsumen rasakan). Kedua hal inilah yang menimbulkan dan mengaktivasi *decision process* (Hawkins *and* Mothersbaugh,2010,p.500).

Masalah dari konsumen tersebut mungkin bersifat *inactive* dan *active*. *Active problem* adalah ketika konsumen sudah menyadari atau akan menyadari tentang suatu masalah. *Inactive problem* adalah ketika konsumen belum menyadari permasalahan tersebut, membutuhkan metode atau strategi pemasaran yang berbeda dan tidak bisa menggunakan strategi yang sama dalam menghadapi atau menyelesaikan permasalahan yang terjadi di pihak konsumen (Hawkins *and* Mothersbaugh,2010,p.502). Dalam *active problem*, pemasar hanya meyakinkan konsumen bahwa mereka memiliki permasalahan dan *brand* pemasar adalah solusi paling hebat dalam masalah tersebut. Sementara *inactive problem*, pemasar harus meyakini konsumen tentang suatu masalah terlebih dahulu.

2) Pencarian Informasi (*Information Search)*

Tahapan kedua dalam proses keputusan pembelian adalah mencari informasi atau *information search*, dimana kegiatan ini merupakan aktivitas mental dan fisik yang dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan serta mengumpulkan informasi mengenai berbagai alternatif mengenai suatu produk maupun jasa serta toko tertentu. Konsumen akan memutuskan mencari atau tidak mencari suatu informasi tergantung dari kebutuhan mereka masing-masing terhadap produk atau jasa yang dibutuhkannya. Jika hasrat konsumen sangat kuat, maka konsumen akan memiliki minat untuk membeli sesuatu produk atau jasa, dan apabila tidak maka kebutuhan konsumen tersebut hanya akan tersimpan dalam memori, yang nantinya akan terlupakan oleh konsumen tersebut (Kotler *and* Keller, 2009,p.185).

Menurut Solomon (2002,p.309) "*Information search is the process by which the consumer surveys the environment for apporiate data to make reasonable decision. This section will review some the factors involved in this search*" dapat di terjemahkan proses dimana konsumen melakukan survei pada lingkungan untuk data yang sesuai untuk membuat keputusan yang dibutuhkan.

Information search atau mencari informasi tertentu diperoleh dari pencarian secara internal maupun pencarian secara eksternal. Pencarian Internal (*Internal search)* didapat saat sebuah problem telah teridentifikasi, informasi yang relevan atau berhubungan dalam ingatan jangka panjang (*long term memory)* digunakan untuk menetukan solusi yang diketahui dapat memuaskan, seperti memanggil kembali (*recall)* informasi, sikap dan

kebutuhan serta pengalaman yang sebelumnya sudah ada dalam pikiran konsumen (Hawkins *and* Mothersbaugh,2010,p.519).

Pencarian eksternal (*external search*) dilakukan dengan cara berkonsultasi pada teman, rekan sekerja, dan pemasar untuk mendapatkan informasi yang belum diketahui sama sekali. Pencarian eksternal membutuhkan proses *learning* dan bagaimana cara bersikap. *Information search* juga meliputi data dari produk, harga, lokasi, toko, kualitas produk dan pelayanan dari toko. Pencarian akan efektif apabila hasilnya adalah produk tersebut sesuai dengan keinginan dari konsumen serta relatif lebih meminimalisir waktu, usaha dan uang dari konsumen dalam mendapatkan produk tersebut. Pencarian eksternal (*external search*) terjadi jika resolusi tidak tercapai dalam pencarian internal (*internal search)* sehingga memfokuskan pada informasi dari luar yang relevan dalam memecahkan masalah (Hawkins *and* Mothersbaugh, 2010,p.524).

Sumber konsumen dalam pencarian informasi terbagi atas lima kelompok (Hawkins *and* Mothersbaugh, 2010,p.523):

a. *Memory of past searches* (pengalaman pribadi dan sedikit keterlibatan pembelajaran).
b. *Personal sources* (Keluarga, teman, tetangga, kenalan lain).
c. *Independent sources* (media massa, organisasi), digunakan untuk mengesahkan suatu informasi, seperti profesi ahli yang sudah diakui masyarakat.
d. *Marketing sources* (periklanan, *sales persons, dealer*, kemasan, display).
e. *Experience sources (handling, examines*, penggunaan produk).

Informasi yang telah tersimpan lebih mudah menyelesaikan banyak permasalahan. Saat merespons masalah seorang konsumen akan memanggil kembali (*recall)* informasi untuk mendapatkan solusi yang memuaskan (*brand* atau toko). Hal ini menyebabkan pencarian informasi (*information search)* selanjutnya tidak akan terjadi sehingga evaluasi yang akan terjadi (Hawkins *and* Mothersbaugh, 2010,p.541).

3) Pengevaluasian Alternatif (*Alternative evaluation)*

Alternative evaluation atau pengevaluasian alternatif, sebagai tahapan ketiga didalam proses keputusan pembelian. Kegiatan ini merupakan proses untuk identifikasi terhadap suatu produk dengan membandingkannya dengan produk sejenis lainnya, yang merupakan sebagai salah satu solusi terbaik bagi masalah yang dihadapi oleh konsumen. Ketika konsumen ingin mengambil keputusan pembeliaan akan menimbang beberapa merek dari produk.

Konsumen dalam membuat suatu keputusan didasarkan atas pengaruh dan sikap keseluruhan terhadap *brand* atau meminimalisir usaha atau emosi negatif. Setiap keputusan mempertimbangkan evaluasi dalam performa dari suatu produk dalam tiap dimensi. Evaluasi Alternatif (*Evaluative criteria)* merupakan keistimewaan produk atau atribut produk yang terasosiasi dengan manfaat yang diinginkan konsumen atau harga yang ada (Hawkins *and* Mothersbaugh, 2010,p.557).

4) Keputusan Pembelian (*Purchase Decision)*

Hawkins *and* Mothersbaugh (2010,p.609) memaparkan pengertian keputusan pembelian *(purchase decision)* sebagai proses evaluasi yang dilakukan konsumen terhadap atribut-atribut dari sekumpulan produk, merek, atau jasa, sehingga konsumen dapat secara rasional memilih salah satu dari produk, merek, atau jasa tersebut yang dapat memenuhi kebutuhannya dengan biaya paling murah.

Purchase Decision merujuk pada proses mental dalam memilih alternatif yang paling diinginkan diantara alternatif yang tersedia. Tahap evaluasi telah menyatakan bahwa konsumen akan melakukan pemilihan terhadap suatu produk sehingga membentuk intensi untuk membeli. Konsumen akan membeli objek yang menurutnya lebih baik (Kotler *and* Keller, 2009,p.188).

5) Perilaku pasca pembelian (*Post Purchase Behavior*)

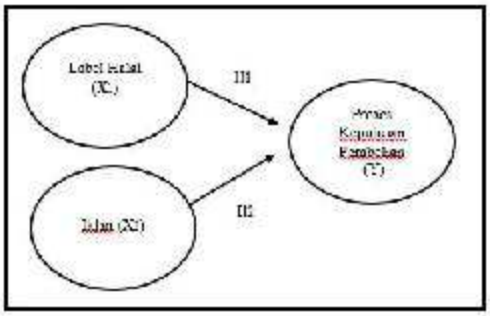
Setelah membeli suatu produk tahap berikutnya adalah konsumen akan mendapatkan pengalaman terhadap produk berupa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk (Kotler *and* Keller, 2009,p.190). Menurut Kotler *and* Keller (2009,p.190) setelah membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Para pemasar harus memantau: Kepuasan *pasca* pembelian: kepuasan pembeli merupakan fungsi dari seberapa dekat harapan pembeli atas produk dengan kinerja yang dipikirkan pembeli atas produk tersebut. Jika kinerja produk lebih rendah daripada harapan, pelanggan akan kecewa; jika ternyata sesuai harapan, pelanggan akan merasa puas; jika melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Tindakan *pasca* pembelian: kepuasan dan ketidakpuasan terhadap produk akan mempengaruhi perilaku konsumen selanjutnya. Jika konsumen tersebut puas, ia akan mennjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut. Para pelanggan yang tidak puas mungkin akan membuang atau mengembalikan produk tersebut. Dan mungkin mengambil tindakan publik seperti mengajukan keluhan ke perusahaan tersebut, pergi ke pengacara, atau mengadu ke kelompok-kelompok lain. Tindakan pribadi dapat berupa memutuskan untuk berhenti membeli produk tersebut atau memperingatkan teman-teman. Pemakaian produk *pasca* pembelian: para pemasar juga harus memantau cara pembeli memakai dan membuang produk tertentu. Jika para konsumen menyimpan produk itu kedalam lemari untuk selamanya, produk tersebut mungkin tidak begitu memuaskan. Jika para konsumen tersebut menjual atau mempertukarkan produk tersebut, penjualan produk baru akan menurun. Jika para konsumen membuang produk tertentu, pemasar harus mengetahui cara mereka membuangnya, terutama jika produk tersebut dapat merusak lingkungan.

Kerangka Konseptual dan Model Konseptual

Kerangka konseptual menguraikan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang akan diteliti. Berdasarkan itu maka dapat disusun model konseptual yang akan menjelaskan mengenai hubungan antara label halal dan iklan terhadap keputusan pembelian.

Model Hipotesis

Berikut ini adalah gambar model hipotesis:



Sumber: Penulis, 2016

Gambar 3 Model Hipotesis

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Universitas Muhammadiyah Ponorogo di Jalan Budi Utomo No.28 Kabupaten Ponorogo. Alasan pemilihan lokasi penelitian ini adalah berdasarkan pertimbangan efektivitas dan efisiensi waktu bagi peneliti. Selain itu Universitas Muhammadiyah Ponorogo merupakan kampus yang berlandaskan nilai-nilai islami, alasan peneliti memilih konsumen wardah dari Universitas Muhammadiyah Ponorogo, karena dianggap Mahasiswi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Angkatan Tahun 2013/2014 memahami keharusan nilai halal dalam memilih kosmetik.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua Mahasiswi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Angkatan Tahun 2013/2014 yang menggunakan kosmetik wardah. Pemilihan populasi tersebut karena merupakan populasi yang heterogen. sehingga dianggap mampu mewakili konsumen kosmetik wardah.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *probability sampling*. *Probabilitas sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi yang terpilih sebagai sampel penelitian (Sugiyono,2013,h.118). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* (pengambilan sampel acak sederhana), yang merupakan bagian dari *probability sampling*.

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Machin *and* Chambell (1997,h.169). Berdasarkan pertimbangan bahwa nilai terendah yang diperkirakan akan diperoleh melalui penelitian ini adalah r= 0,6; kemudian $\alpha = 0,5$ $Z1-\alpha = 1,645$ pada pengukuran dua arah, dan $\beta = 0,10$ $Z1-\beta = 1,645$ maka diperoleh n (minimum) = 30,04. Sehingga dalam penelitian ini mengambil sampel minimal 30 orang responden.

Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel adalah suatu informasi ilmiah yang amat membantu peneliti lain yang ingin menggunakan variabel yang sama (Effendi dalam Singarimbun dan Effendi, Ed., 2011,h.46). Masing-masing variabel dalam penelitian ini secara operasional dapat didefinisikan sebagai berikut:

a) Variabel Eksogen yaitu variabel yang tidak ada penyebab-penyebab eksplisitnya atau dalam gambar tidak ada anak-anak panah yang menuju ke arahnya. Dalam penelitian ini variabel eksogennya Label Halal (X1), terdiri dari 5 indikator dan Advertising (X2) terdiri dari 5 indikator.
b) Variabel Endogen yaitu variabel yang mempunyai anak panah menuju ke arah variabel tersebut. Variabel yang termasuk di dalamnya mencakup semua variabel perantara dan tergantung. Variabel perantara endogen mempunyai anak panah yang menuju ke arahnya dan dari arah variabel tersebut dalam suatu model diagram jalur. Adapun variabel tergantung hanya mempunyai anak panah yang menuju ke arahnya. Dalam penelitian ini, terdapat variabel endogen yaitu Keputusan Pembelian (Y) terdiri dari 5 indikator.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menggunakan *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA). Tenehaus (2008 dalam Solimun, 2012) mengatakan bahwa GSCA adalah metode baru SEM berbasis komponen, sangat penting dan dapat digunakan untuk perhitungan skor (bukan skala) dan juga dapat diterapkan pada sampel yang sangat kecil. Di samping itu, GSCA dapat digunakan pada model struktural yang melibatkan variabel dengan indikator refleksif dan atau formatif.

Kegunaan GSCA adalah untuk mendapatkan model struktural yang *powerfull* guna tujuan konfirmasi. Oleh karena itu, metode GSCA adalah setara dengan analisis model struktural berbasis kovarians (SEM). Dengan demikian analisis GSCA juga *powerfull* untuk menguji model berbasis teori, atau dengan kata lain untuk mengkonfirmasi teori tentang hubungan antar variabel yang terdapat di dalam model struktural (Solimun, 2012).

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

Pengujian Hipotesis 1 : Label Halal memiliki dampak positif terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis menyatakan bahwa Label Halal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian pengujian hipotesis diketahui terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Label Halal (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil pengujian memperoleh bukti empiris bahwa H_1 didukung dengan koefisien positif. Artinya, semakin tinggi Label Halal maka akan semakin tinggi Keputusan Pembelian. Hasil pengujian dengan GSCA menunjukkan bahwa hasil pengujian berpengaruh signifikan dengan nilai *critical* rasio sebesar 2.62 dan koefisien jalur sebesar 0,437.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Wahyu Budi Utami (2013). Label Halal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai sig 0,000 dan memiliki hubungan positif dengan nilai koefisien jalur 0,207. Hasil dari penelitian Wahyu Budi Utami (2013) mendukung hasil penelitian dari

peneliti yang menyatakan hubungan signifikan antara label halal dan keputusan pembelian. Pada penelitian Wahyu Budi Utami (2013) yang bertujuan meneliti pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian (survei pembeli kosmetik wardah di outlet Wardah griya muslim an-nisa Yogyakarta). Peneliti Wahyu Budi Utami (2013) menggunakan analisis regresi dengan sampel sebesar 90 responden.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan temuan Mutiara Rinda Sadly Harahap (2013). Hasilnya Label Halal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian Mahdi Borzooei *and* Maryam Asgari (2015) temuannya mengindikasikan juga bahwa Label Halal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Azize (2014). Label Halal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan nilai sebesar 4,555. Oleh karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel (4,555 lebih besar dari 1,995) maka Ho ditolak, artinya secara parsial Label Halal berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik Wardah di Yayasan Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah.

Pengujian Hipotesis 2 : Iklan memiliki dampak positif terhadap Proses Keputusan Pembelian

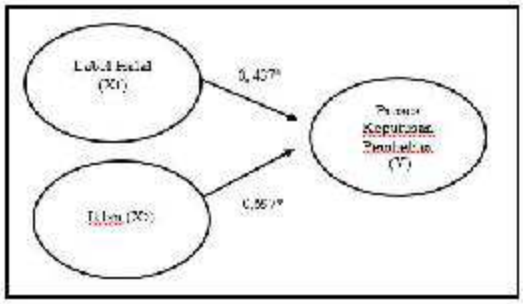
Hipotesis menyatakan bahwa Iklan berpengaruh signifikan terhadap Proses Keputusan Pembelian. Hasil pengujian pengujian hipotesis diketahui terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Iklan (X2) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y). Hasil pengujian memperoleh bukti empiris bahwa H_2 didukung dengan koefisien positif. Artinya, semakin tinggi Iklan maka akan semakin tinggi Proses Keputusan Pembelian. Hasil pengujian dengan GSCA menunjukkan bahwa hasil pengujian berpengaruh signifikan dengan nilai *critical* rasio sebesar 3,77 dan koefisien jalur sebesar 0,697.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Bimasa (2011). Iklan berpengaruh signifikan terhadap Proses Keputusan Pembelian dengan nilai sig 0,000 dan memiliki hubungan positif dengan nilai koefisien jalur 0,704.

Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Azize (2014). Iklan berpengaruh signifikan terhadap Proses Keputusan Pembelian, dengan nilai -2,392 dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Oleh karena nilai –t hitung lebih kecil dari –t tabel (-2,392 < -1,995). maka Ho ditolak. Artinya, secara parsial *advertising* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah di Yayasan Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah.

Model Empiris Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian dengan judul ”Pengaruh Label Halal dan Iklan terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Angkatan Tahun 2013/2014 yang menggunakan Kosmetik Wardah)”, maka ditemukan hasil penelitian dengan model empiris yang ditunjukkan dengan model Gambar berikut ini.



Sumber: Penulis, 2016

Gambar 4 Model Empiris

Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan yang ditemukan dari penelitian ini adalah :

1) Penelitian ini bukan merupakan penelitian eksperimen atau bersifat longitudinal (penelitian jangka panjang) akan tetapi penelitian eksplanatori dan dalam jangka waktu singkat. Sehingga penelitian ini tidak mampu menggambarkan dinamika objek yang diteliti bila dibandingkan dengan penelitian dalam satu periode pada perilaku konsumen saat melakukan keputusan pembelian.
2) Penelitian ini hanya berfokus pada satu lokasi yaitu Universitas Muhammadiyah Ponorogo, sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan pada lokasi yang lain.
3) Sampel pada penelitian ini memiliki ukuran yang kecil, sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa dapat membatasi generalisasi hasil penelitian.
4) Penelitian ini hanya difokuskan pada penggaruh Label Halal terhadap advertising serta dampaknya pada proses Keputusan Pembelian konsumen kosmetik wardah.
5) Kemungkinan terjadi *systematic error* baik yang disengaja maupun tidak disengaja yang disebabkan oleh peneliti (seperti: desain kuesioner yang kurang baik) dan juga pada saat pengambilan data (seperti mengarahkan responden) serta kesalahan dari responden (seperti tidak mengerti kuesioner, menebak jawaban).

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dan pengujian hipotesis, maka dari penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Variabel Label Halal (X1) adalah signifikan pengaruhnya dan positif hubungannya terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y). Variabel Iklan (X2) adalah signifikan pengaruhnya dan positif hubungannya terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y).

Saran

Saran kepada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti pengaruh Label Halal dan Iklan terhadap Proses Keputusan Pembelian, yaitu saran untuk Penelitian Berikutnya, Berdasarkan keterbatasan penelitian di atas, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengambil obyek penelitian dan jumlah sampel yang berbeda untuk mengkaji model secara lebih mendalam, serta diharapkan akan memperoleh hasil yang maksimal.

Saran untuk PT Paragon Technology and Innovation (produsen kosmetik

Wardah). Bagi produsen kosmetik Wardah, disarankan untuk tetap memelihara kualitas pelayanan terhadap konsumen dengan memperhatikan segala aspek bukan hanya dengan Label Halal maupun Iklan. Konsumen yang merasa puas terhadap produk kosmetik Wardah akan menjadi konsumen tetap produk itu sendiri, dan tidak akan berpindah ke produk kosmetik yang lain.

DAFTAR RUJUKAN

_____, *(2003), Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, Petunjuk Teknis Pedoman System Produksi Halal, (p.2),* Departemen Agama. Jakarta.

Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. PT. Rineka Cipta. Jakarta.

Azize, N, 2014, Pengaruh Advertising dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Yayasan Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Belch, George E. & Michael A. Belch. 2001. *Introduction Ad and Promotion. An Integrated Marketing*. McGraw Hill Company.

Bimasa, F. 2011, Pengaruh Pesan Iklan Televisi terhadap Ingatan dan Minat Beli, serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2009/2010 yang Menggunakan Produk Pond's White Beauty). Universitas Brawijaya: Skripsi. Malang.
Pond'sWhite Beauty).

Borzooei, M & Asgari, M. 2015. *Country-of-Origin Effect on Consumer Purchase Intention of Halal Brands*, American Journal of Economics, Finance and Management, 1(2), 25-34.

Bruil, R.R., 2010, Halal logistics and the impact of consumer perceptions, University of Twente Netherlands.

Burhanuddin, 2011, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*, (p.140,p.142), Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Maliki Press. Malang.

Engel, F.J., R.D Blackwell dan P.W Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen*. Terjemahan oleh F.X Budianto. Jilid 2. Binarupa Aksara. Jakarta.

Ernawati, T. 2015. Pengaruh label halal dan Tingkat harga terhadap keputusan menggunakan produk kosmetik (Studi kasus: Mahasiswi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

Jakarta), Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Hanzaee, K.H & Reza, M. R. 2011, Intention To Halal Products In The World Markets, Interdisciplinary Journal of Research in Business, vol. 1, 01-07.

Harahap, M. R. S. 2014. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Perempuan Muslim di Kota Medan, Universitas Sumatera Utara Medan.

Hawkins, I.D *and* D.L Mothersbaugh. 2010. *Consumer behavior: building marketing strategy*. 11th edition. McGraw Hill. London.

Hawkins, I.D., R.J Best *and* K.A Conney. 2001. *Consumer behavior: building marketing strategy*. 8th edition. McGraw Hill. London.

Kasali, R. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.

Kotler, Philip *and* Keller Kevin Lane. 2009. *Principles of Marketing.. 13th Edition*. Prentice Hall. New Jersey.

Kuncoro, Mudrajad. 2001. *Metode Penelitian Kuantitatif*. UPP AMP YKPM. Yogyakarta.

Levy, Miachael *and* B.A Weitz. 2012. *Retailing Management*. McGraw Hill Irwin. New York.

Mowen, J.C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Lina Salim. Jilid I. Erlangga. Jakarta.

Pertiwi, D. D. 2009. Hubungan Antara Kepercayaan Diri dengan Minat Membeli Kosmetik pada Konsumen Klinik Kecantikan. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. (diakses tanggal 3 Juni 2016).

Purnamasari, T. 2005. "Sertifikasi dan Labelisasi Produk Pangan Halal dalam Rangka Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia," *Jurnal Istinbath*, Fakultas Syariah IAIN Mataram, No. 1, Vol. 3 Desember 2005.

Qardhawi. Y. 2007. Halal dan Haram dalam Islam, (p.5), Era Intermedia. Surakarta.

Republik Indonesia. 1999. Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan, Lembaran Negara RI Tahun 1999, No. 131. Sekretariat Negara.. Jakarta.

Riaz, M. N and Muhammad M C. 2004. The Value of Halal food production, (p.698-701). Journal Inform, Vol.15 (11).

Riduwan dan E.A. Kuncoro. 2008. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Alfabeta. Bandung.

Sarwono, J. 2007. Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS. Andi Offset. Yogyakarta.

Shimp, T. A. 2003. Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Edisi Ke-5, Jilid I. Alih Bahasa: Revyani Sahrial, Dyah Anikasari. Editor: Nurcahyo Mahanani. Jakarta: Erlangga.

Solimun. 2012. Penguatan Confirmatory Reseach Pemodelan Persamaan Struktural Generalized Structured Componeny Analysis GSCA. Program Studi Statistika FMIPA Universitas Brawijaya. Malang.

Solomon, R Michael. 2002. *Consumer Behavior; Buying Having and Being*. Prentice Hill Pearson .New Jersey.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, edisi kelimabelas. Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.

Utami, W. B. (2013), *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian* (Survei Pembeli Kosmetik Wardah Dioutlet Wardah Griya Muslim An-Nisa Yogyakarta), Universitas Islam Negeri Sunan KalijagaYogyakarta.

Internet :

Hijab, Hello., (2016), https://hellohijabers.wordpress.com/2016/01/08/daftar-terbaru-kosmetik-bersertifikat-halal-2016/, diakses 10 Mei 2016.

Momzhak, (2015), http://www.halabea.com/2015/10/daftar-kosmetik-halal-terlengkap-2015.html, diakses 10 Mei 2016.

Makmun, Mardiana (2016) http://www.beritasatu.com/penampilan/391294-wardah-targetkan-kuasai-kosmetika-halal-di-asean.html, diakses 8 Oktober 2016.

Mustofa, Tika., (2013), https://tikamustofa.wordpress.com/2013/10/12/wardah-kosmetik-halal-aman-dan-berkualitas-untuk-kesempurnaan-kecantikan/, diakses 10 Mei 2016.

Satyahadi, Alfred,. (2013) , http://www.indonesiaprintmedia.com/pendapat/225-pentingnya-penggunaan-label-pada-kemasan.html, diakses 10 Mei 2016.

Supriadi, Cecep,. (2014), http://www.marketing.co.id/wardah-lari-kencang-bersama-komunitas/. diakses 10 Mei 2016.

Yuristiary, Yelna, (2015), http://www.kompasiana.com/yel

nayuristiary/sertifikat-halal-wardah-adalah-jaminan-kualitas-produk_54f6ac38a333112e5e8b457b, diakses 10 Mei 2016.

Yuswohady, (2015), http://www.yuswohady.com/2015/07/04/halal-marketing/,diakses 10 Mei.

Tabel 1: Dasar Teoritis Penelitian

Dasar Teoritis		
Label Halal	**Iklan**	**Proses Keputusan Pembelian**
Burhanuddin (2011) Chaudry & Riaz (2004); Qardhawi (2007) Purnamasari (2005)	Kasali (1998) Belch & Belch (2001) Shimp (2003)	Hawkins (2007,2010), Engel *et al* (1995), Levy and Weitz (2012), Solomon (2002),

Sumber Peneliti 2016

Kajian Tafsir Usahawan Atas Konsep "Al-Halallu Bayn Wal Haroomu Bayn" dalam Manajemen Keuangan Usaha

Diah Ayu Septi Fauji
Restin Meilina
Ema Nurzainul Hakimah
Universitas Nusantara PGRI Kediri
Email:dseptifauzi@gmail.com;restin.meilina@gmail.com; ema_hakimah@yahoo.com

Abstrak : Konsep "AL- HALALLU BAYN WAL HAROOMU BAYN" merupakan kunci bahwa halal – haram itu jelas . Penelitian ini bertujuan untuk menggali tafsir usahawan atas konsep "AL-HALALLU BAYN WAL HAROOMU BAYN" dalam pengelolaan keuangan usahanya. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah tafsir content dan fenomenologi, yang merupakan studi hasil pengamatan atas fenomena yang terjadi. Pendekatan ini menitik beratkan ada pemahaman, pemikiran, dan presepsi penulis dalam menggali informasi dari narasumber. Konsep "AL-HALALLU BAYN WAL HAROOMU BAYN" dirujuk dari nilai Agama Islam ,digali dari Agama(wan) beserta rujukan sahih terkait. Dari konsep tersebut kemudian dijadikan pertanyaan untuk survey kepada para usahawan Muslim di Kota Kediri. Adapun populasi dan sampel diambil dari beberapa pengusaha muslim yang dianggap dapat mewakili obyek yang diteliti.Riset ini menyimpulkan bahwa para usahawan masih multitafsir atas konsep "AL-HALALLU BAYN WAL HAROOMU BAYN" dalam manajemen keuangan usahanya, hal ini ditunjukkan dengan masih banyaknya usahawan yang melakukan praktik jual beli dengan menggunakan pihak ketiga, yang sebenarnya mengandung unsur riba, kemudian masih banyaknya pengusaha yang belum paham tentang akad *mudharabah* yang seharusnya menjadi akad dalam transaksi bisnis Syariah. Hasil riset ini diharapkan dapat menjadi pencerahan bagi para usahawan muslim untuk lebih "smart" dalam menafsirkan konsep "AL-HALALLU BAYN WAL HAROOMU BAYN" yang berarti tidak ada ruang abu- abu antara halal dan haram.

Kata Kunci : *Manajemen Keuangan, AL-Halallu Bayn Wal Haroomu Bayn*

Sejarah pergerakan ekonomi Islam di Indonesia sebenarnya telah berlangsung sejak tahun 1911, yaitu sejak berdirinya organisasi Syarikat Dagang Islam yang dikepalai oleh para entrepreneur dn para tokoh Muslim saat itu. Bahkan jika kita menarik sejarah jauh kebelakang, jauh sebelum 1911, peran dan kiprah para santri (umat Islam) dalam dunia perdagangan cukup besar. Namun, seiring makin berkembangnya lembaga – lembaga keuangan dan perbankan syariah di Indonesia,warga muslim di Indonesia masih sering memberikan penafsiran yang salah kaprah pada pelaksanaan system ekonomi maupun pengelolaan keuangan individu dan usahanya.

Sebenarnya sesuatu yang ditegaskan halalnya oleh Alloh SWT , maka adalah halal. Dan sesuatu yang diharamkan oleh Alloh SWT , maka jelas haram. Hal ini sudah ditegaskan dalam QS Al- Ma'idah 5:5 yang kurang lebih artinya "*Aku halalkan bagi kamu hal – hal yang baik dan makanan (sembelihan)ahli kitab halal bagi kamu"* serta dalam QS An-Nisaa' 4:23

yang artinya kurang lebih "*Diharamkan bagi kamu (menikahi) ibu – ibu kamu, anak – anak perempuan kamu"*. Dan masih ada beberapa ayat Alqur'an yang menunjukkan kejelasan perbedaan antara halal dan haram. Tidak ada ruang abu – abu diantara keduanya.

Seorang Muslim dituntut untuk senantiasa meningkatkan kualitas hidup sehingga eksistensinya bermakna dan bermanfaat di hadapan Alloh SWT, yang pada akhirnya mencapai derajat Al-hayat Al-thoyyibah (Hidup yang diliputi kebaikan,QS.16:97). Untuk mencapai derajat tersebut maka setiap muslim diwajibkan untuk beribadah, bekerja, berkarya, berinovasi atau dengan kata lain beramal saleh. Masyarakat yang memiliki semangat (*ghiroh*) untuk mencapai derajat hidup yang diliputi dengan kebaikan serta masyarakat yang beraktivitas sejalan dengan nilai – nilai tuntunan Alloh dan RosulNya (*Al-Ma'ruf*) dan mencegah kemungkaran, akan melahirkan masyarakat yang menjunjung tinggi nilai – nilai *al-qur'an* dan *al – hadits*.

Selain konsep ekonomi secara umum, Islam juga memberikan pedoman dan petunjuk yang lengkap khususnya mengenai pencatatan dan pembukuan berbagai aktivitas yang terjadi dalam perusahaan, yang dikenal dengan akuntansi serta pengelolaan keuangan perusahaan yang meliputi dari mana modal perusahaan didapat,bagaimana memutar keuangan perusahaan.

Seiring dengan berkembangnya syari'ah bank di Indonesia maupun Negara lain, perbankan konvensional pun makin getol untuk memberikan kredit dengan suku bunga yang kompetitif dan memberikan "iming-iming" lain agar nasabahnya tidak berpindah tempat. Nasabah – nasabah bank konvensional banyak yang Muslim, namun mereka masih enggan untuk berpindah ke bank syari'ah dengan presepsi yang salah kaprah.

Karena itulah sebagai seorang muslim yang dituntut untuk senantiasa meningkatkan kualitas hidup dengan kebaikan, penelitian ini dirasa penting untuk diangkat. Mengingat masih sedikitnya kesadaran umat Islam di Indonesia tentang pemaknaan Al-Halallu bayn wal haroomu bayn dalam pengelolaan keuangan pribadi maupun usahanya.

ALHALALLU BAYN WAL HAROOMU BAYN

Dari Abu 'Abdillah An-Nu'man Bin Basyir RA berkata," Aku mendengar Rosulullah SAW bersabda:" Sesungguhnya yang Halal itu jelas, dan yang haram itu jelas, dan diantara keduanya ada perkara yang samar – samar, kebanyakan manusia tidak mengetahuinya, maka barangsiapa menjaga dirinya dari yang samar – samar itu, berarti ia telah menyelamatkan agama dan kehormatannya, dan barangsiapa terjerumus dalam wilayah samar – samar maka ia telah terjerumus kedalam yang haram,seperti penggembala yang menggembala disekitar daerah terlarang maka hampir – hampir ia telah terjerumus kedalamnya. Ingatlah setiap raja memiliki larangan dan ingatlah bahwa larangan Alloh apa – apa yang diharamkan-Nya. Ingatlah bahwa dalam jasad ada sekerat daging jika ia baik maka baiklah seluruh jasadnya dan jika ia rusak maka rusaklah seluruh jasadnya. Ketahuilah bahwa segumpal daging itu adalah hati" (HR.Bukhori, Muslim).

Syariat Islam dalam menghalalkan dan mengharamkan makanan selalu mempertimbangkan kemaslahatan dan

madharat (bahaya). Segala yang diharamkan pastilah mengandung seratus persen bahaya atau memuat unsur bahaya yang dominan.[5] Demikianlah diantara keistimewaan syariat Islam, karena bersumber dari Allâh Azza wa Jalla , Dzat Yang Maha Bijaksana (al-Hakîm) dan Maha Mengetahui (al-'Alîm) akan segala kemaslahatan bagi hamba.

Selain dua ayat yang telah dikemukakan di atas, ada beberapa ayat lain yang menggariskan dan menerangkan asas dan manhaj Islam dalam penetapan halal dan haramnya satu makanan. Allâh Azza wa Jalla berfirman:

وَالسَّمَاءَ بِنَاءً ۖ اللَّهُ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ قَرَارًا وَصَوَّرَكُمْ فَأَحْسَنَ صُوَرَكُمْ وَرَزَقَكُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ

Allâhlah yang menjadikan bumi bagi kamu tempat menetap dan langit sebagai atap, dan membentuk kamu lalu membaguskan rupamu serta member kamu rezeki dengan sebagian yang baik-baik [al-Mukmin/40:64].

Allâh Azza wa Jalla berfirman:

وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ

Dan di (Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi wa sallam) menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk [al-A'râf/7:157].

Mari kita perhatikan kaedah yang telah disimpulkan Syaikh Shaleh al-Fauzân mengenai manhaj Islam dalam menghalalkan dan mengharamkan yang menunjukkan salah satu keindahan Islam : 'Setiap barang yang thâhir (suci lawan dari najis), yang tidak mengandung bahaya sama sekali, seperti biji-bijian, buah-buahan, hewan-hewan hukumnya halal. Dan setiap barang najis, seperti bangkai dan darah, atau barang yang mutanajjis (terkena najis) dan setiap barang yang mengandung madharat (bahaya) semisal racun dan lainnya hukumnya haram (dikonsumsi)' (al-Ath'imah hlm. 28).

Tampak bahwa yang halal adalah hal-hal yang baik, dan yang diharamkan adalah hal-hal yang buruk dan berbahaya.

Dalil yang menunjukkan diperhitungkannya kesucian (tidak najisnya) barang yang dikonsumsi firman Allâh Azza wa Jalla:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ

Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah daging babi [al-Mâidah/5:3]

Bangkai darah dan daging babi merupakan barang najis secara dzat, dan barang najis adalah khabîts (buruk).[6]

Sementara di antara dalil yang mengharuskan bebasnya barang konsumsi dari unsur yang berbahaya firman Allâh Azza wa Jalla.

وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ

Dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan [al-Baqarah/2:195]

Allâh Azza wa Jalla berfirman:

وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ

Dan janganlah kamu membunuh dirimu [an-Nisâ/4:29]

Ayat-ayat ini menunjukkan bahwa segala yang khabîts atau membahayakan diharamkan dikonsumsi dan dimanfaatkan. [7]

Demikian manhaj penghalalan dan pengharaman sesuatu seperti manhaj Islam dalam seluruh aspek kehidupan

yang mengedepankan kemaslahatan dan perlindungan terhadap jiwa, badan, akal. Sementara di masa Jahiliyah, penetapan halal dan haram merujuk hawa nafsu dan taklid buta terhadap ajaran nenek moyang. Begitu pula yang terjadi pada agama Nasrani, halal dan haram berdasarkan kehendak pemuka agama mereka.

Dari sini, seorang Mukmin harus mengutamakan dan mendahulukan ketetapan Allâh Azza wa Jalla dan Rasul-Nya saat berhadapan dengan ketetapan adat atau budaya yang mengharamkan sesuatu yang dihalalkan oleh Islam, atau sebaliknya menghalalkan sesuatu yang diharamkan oleh Islam. Sebab secara prinsip, penetapan halal dan haram adalah hak Allâh Azza wa Jalla . Barang siapa mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram pada hakekatnya telah memposisikan diri sebagai sekutu Allâh Azza wa Jalla dalam hak tasyrî' (penetapan syariat). Karenanya, Allâh Azza wa Jalla mencela kaum Yahudi dan Nasrani karena ketaatan mereka yang berlebihan terhadap para pemuka agama mereka, sampai menghalalkan dan mengharamkan apa yang dikatakan oleh pemuka agama mereka. Dengan ini, mereka telah menjadikan para pendeta itu sebagai tandingan-tandingan Allâh.

Allâh Azza wa Jalla berfirman:

اتَّخَذُوا أَحْبَارَهُمْ وَرُهْبَانَهُمْ أَرْبَابًا مِنْ دُونِ اللَّهِ

Mereka menjadikan orang-orang alimnya dan rahib-rahib mereka sebagai tuhan selain Allâh [at-Taubah/9:31]

Begitu pula, Allâh Azza wa Jalla mencela kaum musyrikin pada masa Jahiliyah yang menghalalkan bangkai yang telah diharamkan Allâh Azza wa Jalla dan mengharamkan beberapa jenis binatang ternak yang dihalalkan oleh Allâh Azza wa Jalla , karena mengikuti warisan budaya nenek moyang dan hawa nafsu mereka.

Allâh Azza wa Jalla berfirman:

مَا جَعَلَ اللَّهُ مِنْ بَحِيرَةٍ وَلَا سَائِبَةٍ وَلَا وَصِيلَةٍ وَلَا حَامٍ ۙ وَلَٰكِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ ۖ وَأَكْثَرُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ (١٠٣) وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ تَعَالَوْا إِلَىٰ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَإِلَى الرَّسُولِ قَالُوا حَسْبُنَا مَا وَجَدْنَا عَلَيْهِ آبَاءَنَا ۚ أَوَلَوْ كَانَ آبَاؤُهُمْ لَا يَعْلَمُونَ شَيْئًا وَلَا يَهْتَدُونَ

Allâh sekali-kali tidak pernah mensyariatkan adanya bahirah, sâibah, washîilah dan hâm, akan tetapi orang-orang kafir membuat-buat kedustaan terhadap Allâh , dan kebanyakan mereka tidak mengerti. Apabila dikatakan kepada mereka: "Marilah mengikuti apa yang diturunkan Allâh dan mengikuti Rasul, mereka menjawab, Cukuplah untuk kami apa yang kami dapati bapak-bapak kami mengerjakannya". Dan apakah mereka mengikuti juga nenek moyang mereka walaupun nenek moyang itu tidak mengetahui apa-apa dan tidak (pula) mendapat petunjuk? [al-Mâidah/5:103-104].

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ (١٦٨) إِنَّمَا يَأْمُرُكُمْ بِالسُّوءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. Sesungguhnya syaitan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allâh apa yang tidak kamu ketahui. [al-Baqarah/2:168-169]

Penjelasan ayat:kaum mukminin diperintah untuk mengkonsumsi yang

halal dan baik. Melalui ayat ini, Allâh Azza wa Jalla memanggil seluruh umat manusia, baik yang beriman ataupun manusia yang kufur kepada-Nya. Allâh Azza wa Jalla mengingatkan mereka akan anugerah berupa perintah kepada mereka untuk memakan apa saja yang ada di bumi, baik yang berupa biji-bijian, sayuran, dan buah-buahan, serta daging hewan dan binatang dengan dua kriteria: حَلاَلاً (yang dihalalkan bagi mereka), bukan barang yang diharamkan atau didapatkan melalui cara yang haram seperti ghashab, mencuri dan lainnya. Kedua, طَيِّباً (yang baik), maksudnya bukan barang yang khabîts (buruk) seperti bangkai, darah, daging babi dan barang-barang bersifat buruk lainnya. [1]

Maksud sesuatu yang halal adalah segala yang diizinkan oleh Allah. Sementara makna thayyib, yaitu segala yang suci, tidak najis dan tidak menjijikkan yang dijauhi jiwa manusia. Dengan demikian, dzat makanan (dan minuman) tersebut baik, tidak membahayakan tubuh dan akal mereka. [2]

Pada ayat lain, Allâh Azza wa Jalla mengarahkan perintah semakna secara khusus kepada kaum Mukminin semata dengan berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allâh, jika benar-benar hanya kepada-Nya kamu beribadah [al-Baqarah/2:172].

Di sini, Allâh Azza wa Jalla mengarahkan perintah ini secara khusus kepada kaum Mukminin karena mereka sajalah pada hakekatnya yang dapat mengambil manfaat dari perintah-perintah dan larangan-larangan-Nya, didorong keimanan mereka kepada-Nya. Allâh Azza wa Jalla memerintahkan mereka untuk mengkonsumsi yang baik-baik dari rezeki yang diberikan kepada mereka dan bersyukur kepada Allâh Azza wa Jalla atas kenikmatan yang tercurahkan dengan cara mempergunakannya dalam ketaatan kepada Allâh Azza wa Jalla dan bekal untuk tujuan itu.

Bila pandangan kita arahkan pada ayat ini, perintah mengkonsumsi makanan yang tertuang di dalamnya hanya mempersyaratkan makanan yang baik-baik saja, tidak menyinggung status halalnya. Hal ini dikarenakan keimanan yang tertanam pada kalbu seorang Mukmin akan menghalanginya mengambil sesuatu yang tidak halal.[3]

Demikianlah semestinya seorang Mukmin, selalu memastikan apa yang masuk ke perutnya adalah barang-barang halal, menghindari sesuatu yang masih meragukan dan mencurigakan agar terhindar dari yang diharamkan Allâh Azza wa Jalla . Dan jangan pernah berpikir untuk memakan makanan haram atau mencarinya dengan cara-cara yang terlarang. Syaikh Abu Bakar Jâbir al-Jazâiri berpesan, "(Ayat ini menunjukkan) kewajiban (seorang Mukmin) mencari rezeki halal dan membatasi diri dengannya saja dalam hidup meskipun dalam kondisi sulit".[4]

Dengan rahmat dan kasih-Nya, Allâh Azza wa Jalla memberi ruang gerak yang lebih luas bagi manusia untuk memilih makanan dan minuman. Ini lantaran makanan yang diharamkan jauh lebih sedikit ketimbang yang dihalalkan. Di pasar tradisional misalnya, bila dibandingkan jumlah dagangan yang halal dengan jualan yang dilarang, tentu lebih banyak yang

pertama, bahkan jauh lebih banyak. Walillâhil hamd.

Pengelolaan Keuangan Syari'ah

Ada empat landasan untuk mengembangkan manajemen menurut pandangan Islam, yaitu: Kebenaran, kejujuran, keterbukaan, keahlian. Seorang manajer harus memiliki empat sifat utama itu agar manajemen yang dijalankannya mendapatkan hasil yang maksimal. Yang paling penting dalam manajemen berdasarkan pandangan Islam adalah harus ada jiwa kepemimpinan. Kepemimpinan menurut Islam merupakan faktor utama dalam konsep manajemen. (Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung :2003).

Dalam pengelolaan keuangan syari'ah atau manajemen keuangan syari'ah dapat dijelaskan melalui akar kata yang dimilikinya yaitu manajemen keuangan dan syari'ah. Manajemen keuangan dapat diartikan menjadi sebuah seni merencanakan, mengorganisir, melaksanakan, mengawasi seluruh aktivitas organisasi yang menyangkut dengan keuangan. Mulai dari kegiatan perencanaan anggaran, dari mana modal didapat ,penyusunan anggaran, realisasi anggaran,evaluasi anggaran dan sebagainya.

Sedangkan kata syari'ah ditinjau dari sisi *etimologi* memiliki arti jalan yang ditempuh atau garis yang seharusnya dilalui, sedangkan secara terminology, syari'ah diartikan sebagai pokok – pokok aturan hukum yang digariskan oleh Alloh SWT untuk dipatuhi dan dilalui oleh seorang Muslim dalam menjalani aktivitas hidupnya(ibadah) di dunia (Triyuwono,2000). Ikatan Akuntan Indonesia (2007) mengemukakan bahwa syari'ah merupakan ketentuan hukum islam yang mengatur aktivitas umat manusia yang berisi perintah atau larangan, baik yang menyangkut hubungan interaksi horizontal dengan sesama makhluk. Prinsip syariah yang berlaku umum dalam kegiatan muammalah (transaksi syariah) mengikat secara hukum bagi semua pelaku dan pemangku kepentingan (*stakeholder*) entitas yang melakukan transaksi syariah.

Nilai – nilai syariah berdasarkan pada prinsip: Persaudaraan (*ukhuwah*), pada esensinya merupakan nilai universal yang menata interaksi social dan harmonisasi kepentingan para pihak untuk kemanfaatan secara umum dengan semangat saling tolong – menolong. Syariah menjunjung tinggi nilai demokrasi dan nilai kebersamaan dalam memperoleh manfaat (*sharing economics*) sehingga seseorang tidak boeh mendapat keuntungan diatas kerugian orang lain. *Ukhuwah* dalam transaksi syariah berdasarkan pada prinsip saling mengenal (*ta'aruf*), saling memahami (*tafahum*), saling tolong menolong (t*a'awu*), saling menjamin (*takaful*) dan saling bersinergi dan beraliansi (*tahaluf*). Keadilan ('*adalah*), esensinya menempatkan sesuatu hanya pada tempatnya dan memberikan sesuatu hanya pada yang berhak serta memperlakukan sesuatu sesuai dengan posisinya. Implementasi keadilan dalam kegiatan usaha berupa prinsip muammalah yang melarang adanya unsure :riba, kezaliman,masyir,gharah, dan haram. Kemaslahatan (*maslahah*), esensinya merupakan segala bentuk kebaikan dan manfaat yang berdimensi duniawi dan ukhrawi, material dan spiritual serta individual dan kolektif. Kemaslahatan harus memenuhi secara keseluruhan unsure- unsure yang menjadi tujuan ketetapan syari'ah (*maqasid syariah*) yaitu berupa

pemeliharaan terhadap akidah, keimanan,dan ketaqwaan (*dien*), akal (*aql*), keturunan (*nasb*), jiwa dan keselamatan (*nafs*) dan harta benda (*maal*). Keseimbangan (*tawazun*), esensinya meliputi keseimbangan aspek material dan spiritual, aspek privat dan public, sector keuangan dan sector riil, bisnis dan social, keseimbangan aspek pemanfaatan dan pelestarian. Transaksi syariah tidak hanya menekankan pada maksimisasi keuntungan perusahaan semata untuk kepentingan pemilik (*shareholder*), tetapi pada semua pihak yang dapat merasakan manfaat adanya suatu kegiatan ekonomi (*stakeholder*). Universalisme (*syumuliyah*), esensinya dapat dilakukan oleh, dengan, dan semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) tanpa membedakan suku, agama, ras dan golongan, sesuai dengan semangat kerahmatan bagi semesta (*rahmatan lil 'alamin*)(Ikatan Akuntan Indonesia,2007)

METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatf, proses analisis tidak harus dilakukan menunggu selesainya proses pengumpulan data (ludigdo,2007:108). Maka, secara sistematis proses analisis data ini akan dilakukan melalui empat langkah. Pertama, peneliti akan mereduksi data. Langkah kedua, peneliti akan melakukan analisis content dengan cara menafsirkan teks, bahasa, ekspresi para informan menjadi sebuah kesatuan dan dapat menghasilkan makna. Ketiga, peneliti akan menyampaikan konsep dari hasil reduksi data kepada responden. Dan keempat, peneliti akan menarik kesimpulan penelitian. Kesimpulan ini merupakan interpretasi dari hasil analisis yang dilakukan pada langkah kedua.

Penelitian ini akan mengkaji salah satu ayat dalam Alqur'an yaitu Surat Al Baqoroh ayat 282 tentang sebuah konsep muammalah dalam Islam, selanjutnya Surat Al Maidah ayat 1- 4 tentang konsep Halal – Haram.

PEMBAHASAN

Islam adalah system nilai dan tata cara serta praktek hidup. Islam memiliki nilai – nilai tertentu yang mengatur dan membatasi gerak langkah manusia dalam hidupnya. Tata cara dan konsep hidup itu bukan sekedar bertujuan untuk membatasi gerak dan aktivitas manusia, akan tetapi segala bentuk peraturan tersebut dalam rangka menjamin kebahagiaan individu tersebut di dunia dan akhirat, ketertiban, kelancaran semua makhluk hidup. Karena semua makhluk hidup didunia ini saling bergantung satu sama lain dan saling berhubungan erat.

Nilai – nilai Islam dalam konteks ini dianggap merujuk pada semua factor social, politik,ekonomi dan factor lain yang mempengaruhi perilaku individu (Fauzan dan Sulistyo,2015). Agama memiliki potensi untuk diterima bukan hanya disatu daerah atau disuatu Negara, melainkan melampaui Negara.

Manajemen Keuangan Islam: Sebuah Harapan

Kecenderungan konsep pengelolaan keuangan dari sudut pandang Islam bukanlah sesuatu yang baru. Sudah banyak kajian dan penelitian mengenai manajemen keuangan syariah. Pada dasarnya manajemen syariah mengakui pendapat logis universal yang sesuai dengan hakikat kebenaran yang bersumber *Al-Qur'an* dan *As- Sunnah,* dimana akuntabilitas proses

bisnis(*business process)* dan hasil bisnis(*business result)* dari aktivitas ekonomi secara penuh mengutamakan pada tercapainya nilai keadilan(*fairness fully*) untuk kemakmuran umat manusia.

Menurut Hidayat, manajemen Islam pun tidak mengenal perbedaan perlakuan(*diskriminasi*) berdasarkan suku,agama,ataupun ras. Nabi Muhammad SAW bahkan pernah bertransaksi bisnis dengan kaum Yahudi. Ini menunjukkan bahwa Islam menganjurkan pluralitas dalam bisnis maupun manajemen. Hidayat mengungkapkan, ada empat pilar etika manajemen bisnis menurut Islam seperti dicontohkan Nabi Muhammad SAW yang meliputi :

1. Pilar pertama, tauhid artinya memandang bahwa segala asset dari transaksi bisnis yang terjadi didunia adalah milik Alloh, manusia hanya mendapatkan amanah untuk mengelolanya.
2. Pilar kedua,adil artinya segala keputusan menyangkut transaksi dengan lawan bisnis atau kesepakatan kerja harus dilandasi dengan akad saling setuju.
3. Pilar ketiga, kehendak bebas yang artinya manajemen Islam mempersilahkan umatnya untuk menumpahkan kreativitas umatnya dalam melakukan transaksi bisnisnya sepanjang memenuhi asas hukum ekonomi Islam,yaitu halal.
4. Pilar keempat adalah pertanggungjawaban yang artinya semua keputusan seseorang pimpinan harus dipertanggungjawabkan oleh yang bersangkutan.

Keempat pilar tersebut akan membentuk konsep etika manajemen yang *fair* ketika melakukan kontrak – kontrak kerja dengan perusahaan lain ataupun antara pimpinan dengan bawahan. Dalam Alqur'an disebutkan bahwa :

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا ٧٢ لِيُعَذِّبَ اللَّهُ الْمُنَافِقِينَ وَالْمُنَافِقَاتِ وَالْمُشْرِكِينَ وَالْمُشْرِكَاتِ وَيَتُوبَ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Sesungguhnya Kami telah mengemukakan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung, tetapi semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir akan mengkhianatinya, dan dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya manusia itu amat zhalim dan amat bodoh. Sehingga Allâh mengadzab orang-orang munafik laki-laki dan perempuan dan orang-orang musyrikin laki-laki dan perempuan; dan sehingga Allâh menerima taubat orang-orang mukmin laki-laki dan perempuan. dan adalah Allâh Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. [Al-Ahzâb/33: 72-73]

Firman Allâh Azza wa Jalla :

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ

Sesungguhnya Kami telah mengemukakan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung. [Al-Ahzâb/33:72]

Tafsir Ayat: Syaikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa'di rahimahullah berkata, "Allâh Azza wa Jalla mengagungkan urusan amanah yang telah Dia bebankan kepada para mukallaf (orang-orang yang berakal dan sudah dewasa). Amanah tersebut adalah melaksanakan semua perintah-Nya dan menjauhi semua larangan-Nya dalam keadaan rahasia dan sepi sebagaimana dia melaksanakannya dalam keadaan bersama orang banyak. Dan Allâh Azza wa Jalla telah menawarkan amanah itu

kepada makhluk-makhluk yang besar, langit, bumi, dan gunung. Penawaran ini adalah penawaran untuk memilih, bukan penawaran untuk mengharuskan. Yaitu 'jika kamu melaksanakan dengan sebaik-baiknya, maka kamu akan mendapatkan pahala, namun jika kamu tidak melaksanakannya, maka kamu akan mendapatkan hukuman'. [Tafsir Taisîr Karîmir Rahmân fi Tafsîril Kalâmin Mannân, 1/673]

Surat Al- Ma'idah Ayat 1- 4: Sebuah Konsep Tentang Halal – Haram Yang Jelas

Konsep Halal – Haram atas beberapa hal dalam kehidupan dapat diperoleh dari pedoman suci Al- Qur'an. Al-Qur'an adalah pegangan dan sumber hukum bagi kaum Muslimin. Oleh karenanya wajib hukumnya bagi pemeluknya untuk menaati dan mengamalakn petunjuk dan perintahnya. Dalam ayat 1- 4 dari Surat Al- Ma'idah yang artinya kurang lebih "Hai orang – orang beriman, penuhilah akad – akad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu)dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Alloh menentapkan hukum – hukum yang dikehendakiNya (1). Akad disini mencakup janji prasetya hamba kepada Alloh dan perjanjian yang dibuat oleh manusia dalam pergaulan sesamanya. Yang bisa dimaknai bahwa ada hal – hal yang memang benar – benar dihalalkan dan ada hal – hal yang diharamkan.

Hai orang – orang beriman, janganlah kamu melanggar Syi'ar – syi'ar Alloh dan janganlah melanggar kehormatan bulan – bulan haram, jangan(menganggu binatang – binatang *hadya*, dan binatang – binatang *qala'id*, dan jangan pula menganggu orang – orang yang mengunjungi Bitulloh sedang mereka mencari Karunia dan Keridhoan dari Tuhannya, dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah kamu berburu. Dan janganlah sekali – kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang –halangi kamu dari masjidil haram, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong – menolonglah dalam berbuat kebajikan dan takwa, dan janganlah tolong – menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada ALLOH, sesungguhnya Alloh amat berat siksaNya(2). Dari ayat 2 ini bisa dimaknai bahwa sebagai manusia kita dilarang untuk melanggar Syi'ar Alloh (segala amalan yang dilakukan dalam rangka ibadat haji dan tempat – tempat mengerjakannya. Jelas pula bahwa manusia diperintahkan untuk tolong – menolong dalam kebaikan dan takwa serta dilarang tolong – menolong dalam berbuat dosa.

Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi,(daging hewan) yang disembelih atas nama selain Alloh,yang tercekik,yang dipukul,yang jatuh, yang tanduk, dan yang diterkaam binatang buas kecuali yang sempat kamu menyembelihnya,dan(diharamkan bagimu) yang disembelih untuk beranak panah,(mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kepasikan. Pada hari ini orang – orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepadaKu. Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu Agamamu, dan telah Kucukpkan kepadamu nikmatKu, dan telah kuridhoi Islam itu jadi Agama bagimu. Maka barangsiapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, sesungguhnya Alloh Maha Pengampun

lagi Maha Penyayang(3). Mereka menanyakan kepadamu,'Apakah yang dihalalkan bagi mereka?' Katakanlah,"Dihalalkan bagimu yang baik – baik dan (buruan yang ditangkap) oleh binatang buas yang telah kamu ajar dengan melatihnya untuk berburu;kamu mengajarnya menurut apa yang telah Diajarkan Alloh kepadamu, maka makanlah dari apa yang ditangkapnya untukmu dan sebutlah Nama Alloh atas binatang buas itu (waktu melepasnya). Dan bertakwalah kepada Alloh, sesungguhnya Alloh amat cpat HisabNya(4).

Surat Al-Baqoroh Ayat 282 : Sebuah Konsep Sosial (Mu'ammalah) Dalam Islam

Untuk kepentingan kajian, penulis akan menafsirkan ayat tentang konsepsi ber-*muammalah* yang tertuang dalam Al-Qur'an Surat Al – Baqoroh ayat 282. Dalam penafsiran inipenulis merujuk dari beberapa kitab terjemahan tafsir Al-Qur'an diantaranya tafsir Al-Azhar dan tafsir Al- Misbah.

Surat Al- Baqoroh ayat 282 merupakan ayat yang terpanjang dari Surat Al- Baqoroh dan dikenal oleh ulama dengan nama *Ayat Al Mudayanah* (ayat utang piutang- "*dain*"). Adapun terjemahan dari Surat Al- Baqoroh 282 adalah sebagai berikut :

" Hai orang –orang yang beriman, apabila kamu melakukan utang – piutang(bermuammalah tidak secara tunai) untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis diantara kamu menuliskannya dengan adil. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Alloh mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Alloh Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang laki – laki(diantaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka boleh seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi – saksi yang kamu ridhoi, supaya jika seorang lupa maka seorang lagi mengingatkannya. Janganlah saksi – saksi itu enggan(memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil disisi Alloh dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanm. (tulislah muammalah itu), kecuali jika muammalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan diantara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu (Jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual – beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Alloh;Alloh mengajarmu; dan Alloh Maha Mengetahui segala sesuatu".

Ayat diatas berbicara tentang anjuran atau kewajiban menuliskan soal hutang – piutang dan mempersaksikannya dihadapan notaries, sambil menekankan perlunya menulis utang, walau sedikit,disertai dengan jumlah dan ketetapan waktunya.

Para Ulama' sepakat, bahwa ayat – ayat Al-Qur'an yang turun tidak semuanya memiliki *asbab an-nuzul*. Berdasarkan kesepakatan ulama tersebut, pengertian *asbab an nuzul* adalah sebab- sebab(peristiwa) yang melatar belakangi turun ayat – ayat Al-Qur'an. Tetapi bila dipahami bahwa Al- Qur'an turun sebagai hidayah dan berisi pesan – pesan moral, maka setiap ayat yang turun tidak kosong dari *asbab an nuzul.* Begitu juga dengan surat Al Baqoroh ayat 282 ini, menurut Shihab(2008) didasari pada waktu Rosululloh SAW dating ke Madinah pertama kali.

Tafsir Usahawan Atas Konsep Alhalalu Bayn Wal Haroomu Bayn (Halal Dan Haram)

Setelah melakukan tafsir atas content dalam Al-Qur'an, penulis melakukan wawancara dengan beberapa pengusaha dan pedagang Muslim tentang bagaimana pandangan mereka tentang konsep Halal – Haram dalam Al-Qur'an dan hasilnya adalah sebagai berikut : Adanya Multitafsir atas Praktik Jual – Beli dengan Menggunakan Pihak Ketiga. Juakl – beli sebenarnya Halal dilakukan, namun ada praktek – praktek kamuflase dengan wajah jual – beli tapi sebenarnya ada unsur riba karena hal itu merupakan kredit segitiga. Bentuk kamuflase riba dalam bentuk jual –beli yang melibatkan tiga pihak yakni pemilik barang, pembeli dan pihak pembiayaan. Hal ini nampaknya sudah banyak terjadi namun banyak juga yang tidak menyadari adanya unsur riba didalamnya. Pihak pertama sebagai pemilik barang mengesankan bahwa ia telah menjual barang kepada pihak kedua, sebagai pemilik uang dengan pembayaran tunai. Selanjutnya pembeli menjualnya kepada pihak ketiga dengan pembayaran diangsur,dan tentunya dengan harga jual yang lebih tinggi dari harga jual pertama. Sekilas ini adalah jual beli biasa, namun sejatinya tidak demikian. Sebagai buktinya:

(1) barang tidak berpindah kepemilikan dari penjual pertama,(2) bahkan barang juga tidak berpindah dari tempat penjual pertama,(3) segala tuntutan yang berkaitan dengan cacat barang, penjual kedua tidak bertanggung jawab namun penjual pertamalah yang bertanggung jawab,(4) seringkali pembeli kedua telah membayarkan uang muka(DP) kepada penjual pertama.

Adanya Multitafsir atas Akad dalam Transaksi Bisnis

Dari Surat Al Ma'idah ayat 1 disebutkan bahwa manusia harus memenuhi akad yang dalam hal ini mencakup janji prasetya hamba kepada Alloh dan perjanjian yang dibuat oleh manusia dalam pergaulan sesamanya. Namun pada pelaksanaanya para pengusaha diharuskan mau menerima hal – hal yang menjadi persyaratan dalam pinjaman modal usaha. Dalam hal ini tentu saja para pengusaha masih multitafsir atas nilai dasar dalam transaksi *mudharabah*. Beberapa pengusaha bahkan mengabaikan akad *mudharabah* yang seharusnya menjadi akad dalam transaksi bisnisnya.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa sebenarnya aturan halal dan haram itu jelas sekali perbedaannya. Tidak ada ruang abu – abu atas keduanya. Hanya saja dalam praktek bisnis pengusaha muslim masih banyak yang kurang mengerti bahkan

multitafsir atas konsep halal haram dalam manajemen keuangan usahanya. Beberapa diantaranya bahkan tidak memahami bagaimana konsep akad *mudharabah* yang harusnya menjadi dasar transaksi bisnis.

.

Saran

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi pencerahan kepada para pengusaha atas konsep halal – haram dalam transaksi bisnis, serta mampu menjadi pertimbangan bagi para pemerhati ekonomi syariah dan juga yang berwenang untuk memberikan pembinaan bagi para pengusaha muslim tentang konsep transaksi bisnis yang halal dan sesuai dengan syariah

DAFTAR RUJUKAN

Al-Qu'an dan Terjemahannya,2000. CV. Diponegoro.

Fauzan,S. 2015. Etika dan Akuntansi Islam: Telaah Atas Q.S AL-BAQOROH 282.*Seminar Nasional dan Call for Paper*. 5 November 2015 Malang.Indonesia. Hal 40-55.

Ikatan AkUntansi Indonesia.2002. *Standar Akuntansi Keuangan*.Jakarta.

Ludigdo,U. 2007. *ParadoksEtika Akuntan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Moleong,L.J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosda Karya. Bandung.

Setiawan.A. R. 2016. AL Halallu Bayn Wal Haroomu Bayn: Tafsir Agama(wan) Atas Multitafsir "Sisi Gelap" Pengelolaan Keuangan Daerah. Vol 7 No.1. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma.*

Tafsir Ibnu Katsir 1/482, Tafsir as-Sa'di hlm.68.

Ustadz Abu Isma'il Muslim Al-Atsari.https://almanhaj.or.id/4306-syariat-adalah amanah.html di akses tanggal 15 September 2016.

Ustadz Abu Minhal Lc.https://almanhaj.or.id/3879-asas-penetapan-halal-dan-haram-dalam-islam.html diakses pada tanggal 15 September 2016.

Shadaqah dan Keberlangsungan Usaha

Zuhrotul Mufidah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kanjuruhan Malang
Email: fie4083@yahoo.co.id

***Abstrak**:* Tujuan penelitia ini adalah ingin mendiskripsikan pandangan pengusaha muslim tentang *shadaqah,* keberlangsungan usaha, dampak *Shadaqah* pada keberlangsungan usaha pengusaha muslim. Jenis penelitian merupakan studi literature dan jenis data yang digunakan adalah data dan data sekunder serta menggunakan tekhnik analisis deskriptif. Hasilnya menunjukkan bahwa *shadaqahberdampak positif* terhadap keberlangsungan usaha.

Kata Kunci: *shadaqah, keberlangsungan usaha*

Sedekah atau dalam bahasa Arab *shadaqah* berarti suatu pemberian yang diberikan oleh seseorang sebagai kebajikan yang mengharapkan ridho Allah SWT dan pahala semata (Firdausi, 2009:14). Mansur, (2008:15) menjelaskan bahwa sedekah yaitu suatu pemberian yang diberikan oleh seorang muslim kepada orang lain secara spontan dan sukarela tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu dan jumlah tertentu Shadaqah berasal dari kata shidiq yang berarti benar. Makna shadaqah secara bahasa adalah membenarkan sesuatu (Iskandar, 1994: 35). Orang yang suka bershadaqah merupakan wujud dari bentuk kebenaran keimanannya kepada sang Khaliq. Menurut terminologi syariat, pengertian shadaqah sama dengan pengertian infaq, termasuk juga hukum dan ketentuan-ketentuannya. Hanya saja, jika infaq berkaitan dengan materi, shadaqah memiliki arti lebih luas, menyangkut hal yang bersifat non materiil. Adapun shadaqah maknanya lebih luas dari zakat dan infaq. Shadaqah dapat bermakna infaq, zakat dan kebaikan non materi. Shadaqah adalah ungkapan kejujuran iman seseorang. Oleh karena itu, Allah SWT menggabungkan antara orang yang memberi harta dijalan Allah dengan orang yang membenarkan adanya pahala yang terbaik. Antara yang bakhil dengan orang yang mendustakan.

Menurut Soleh (tt:1) *bershadaqah* merupakan amalan yang terpuji, karena dengan *bershodaqoh* dapat membantu orang lain dari kesusahan dan akan mempererat antara yang lebih kaya dengan orang yang miskin. Banyak nash, dari Al Qur'an maupun hadist, yang menunjukan bahwa barang siapa membelanjakan harta di jalan Allah, atau barang siapa gemar bersedekah, sesungguhnya Allah akan mengganti harta yang disedekahkannya itu berlipat-lipat, tidak hanya kelak di akhirat tetapi juga ketika masih hidup di dunia (Syarbini, 2013: 13).

Al-Quran dan Hadist menganjurkan untuk melakukan shadaqah akan tetapi tidak sebagaimana kewajiban mengeluarkan zakat, dan sholat. Karena shadaqah tidak ada ketentuan dan kadarnya seperti zakat, shadaqah tidak ada ketentuan pelaksaannya seperti ibadah sholat. Dan

tidak ada dosa yang dijelaskan seandainya seseorang tidak melakukan shadaqah sebagaimana ibadah melakukan zakat dan sholat. Akan tetapi secara umum, *shadaqah* dapat dibedakan menjadi dua, yaitu *shadaqah* yang wajib dan shadaqah yang sunah. *Shadaqah* yang sunah pun dibedakan menjadi dua, yaitu *shadaqah* yang pahalanya tidak senantiasa mengalir, dan shadaqah yang pahalanya senantiasa mengalir meskipun pihak yang menyedekahkan hartanya telah meninggal dunia. Seperti yang tertulis dalam Hadits yang diriwayatkan oleh Muslim sebagai berikut:
Rasulullah bersabda:

إذا مات الإنسان انقطع عمله إلا من ثلاثة
من صدقة جارية وعلم ينتفع به وولد
صالح يدعو له

”Jika anak adam meninggal dunia, maka terputuslah semua amalannya, kecuali tiga perkara, sodaqah jariyah, ilmu yang bermanfaat dan anak sholeh yang mendoa’aknnya” (HR. Muslim). Hadist ini menunjukkan bahwa seorang muslim hendaklah memperbanyak amalan sholeh sebelum meninggal dunia. Allah menjadikan hamba sebab sehingga setelah meninggal dunia sekali pun ia masih bisa mendapat pahala, inilah karunia Allah. Amalan yang masih terus mengalir pahalanya walaupun setelah meninggal dunia, di antaranya shadaqah jariyah, ilmu yang bermanfaat dan do’a anak yang sholeh/sholeh.

Perintah untuk bershadaqah banyak tercantum dalam al-Qur’an dan al-Hadits, sebagaimana tersebut di bawah ini:

a. Al-Qur’an surat al-Baqoroh ayat 262

الَّذِينَ يُنفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ثُمَّ لَا يُتْبِعُونَ مَا
أَنفَقُوا مَنًّا وَلَا أَذًى لَّهُمْ أَجْرُهُمْ عِندَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ
عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya: Orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah, kemudian mereka tidak mengiringi apa yang dinafkahkannya itu dengan menyebut-nyebut pemberiannya dan dengan tidak menyakiti (perasaan si penerima), mereka memperoleh pahala di sisi Tuhan mereka. Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati (QS. al-Baqoroh ayat 262)

b. Al-Qur’an surat an-Nisa ayat 114:

۝ لَا خَيْرَ فِي كَثِيرٍ مِّن نَّجْوَاهُمْ إِلَّا مَنْ أَمَرَ بِصَدَقَةٍ
أَوْ مَعْرُوفٍ أَوْ إِصْلَاحٍ بَيْنَ النَّاسِ ۚ وَمَن يَفْعَلْ ذَٰلِكَ
ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا

Artinya: “Tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan-bisikan mereka, kecuali bisikan-bisikan dari orang yang menyuruh (manusia) memberi sedekah, atau berbuat ma'ruf, atau mengadakan perdamaian di antara manusia. Dan barangsiapa yang berbuat demikian karena mencari keridhaan Allah, maka kelak Kami memberi kepadanya pahala yang besar (QS. An-Nisa: 114).

c. Al-Qur’an surat al- Baqarah ayat 271:

إِن تُبْدُوا الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ ۖ وَإِن تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا
الْفُقَرَاءَ فَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ ۚ وَيُكَفِّرُ عَنكُم مِّن سَيِّئَاتِكُمْ ۗ
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: Jika kamu menampakkan sedekah(mu), maka itu adalah baik sekali. Dan jika kamu menyembunyikannya dan kamu berikan kepada orang-orang fakir, maka menyembunyikan itu lebih baik bagimu. Dan Allah akan menghapuskan dari kamu sebagian kesalahan-kesalahanmu; dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan (QS. Al- Baqarah ayat 271). Hadits Rasulullah Saw yang diriwayatkan oleh Bukhari Muslim dari Abi Hurairah, yang artinya: "Tujuh kelompok yang akan dilindungi oleh Allah, di hari yang tidak ada perlindungan kecuali perlindungan Allah, yaitu Imam yang adil, Pemuda yang selalu ibadah kepada Tuhannya, laki-laki yang hatinya terikat dengan Masjid, dua orang laki-laki yang saling mencintai karena Allah, baik ketika bersatu ataupun ketika berpisah, laki-laki yang dapat menghindar dari berbuat mesum ketika seorang perempuan cantik mengajaknya dan laki-laki tersebut berkata aku takut kepada Allah, laki-laki yang hatinya tunduk kepada Allah dan selalu mengelurkan air mata ketika ibadah, laki-laki yang bershadaqoh dengan shadaqohnya ia selalu menyembunyikannya, sehingga tangan kirinya tidak mengetahui apa yang diperbuat oleh tangan kanannya". Begitu banyak perintah untuk bershadaqah tentu banyak pula manfaat dari bershadaqah tersebut. Adapun manfaat dari bershadaqah adalah sebagai berikut: 1) *Sarana Pembersih Jiwa*; Sebagaimana arti bahasa dari shadaqah adalah benar, maka seseorang yang bershadaqah, pada hakekatnya merupakan bukti kebenaran imannya kepada sang Khaliq dan berupaya untuk mensucikan diri;mensucikan diri dari sifat kikir, tamak dan dari kecintaan yang sangat terhadap dunianya , juga mensucikan hartanya dari hak-hak orang lain. 2) *Realisasi Kepedulian Sosial*; Salah satu esensial dalam Islam yang ditekankan untuk ditegakkan adalah hidupnya suasana takaful dan tadhomun (rasa sepenanggungan) dan hal tersebut akan bisa direalisasi dengan shadaqah. Jika shalat berfungsi Pembina ke khusu'an terhadap Allah, maka shadaqah berfungsi sebagai Pembina kelembutan hati seseorang terhadap sesama (QS. At-Taubah :71). 3) *Sarana Untuk Meraih Pertolongan Sosial;* Allah SWT hanya akan memberikan pertolongan kepada hambaNya, manakala hambanya-Nya mematuhi ajarannya dan diantara ajaran Allah yang harus ditaati adalah bershadaqah (QS.Al-Hajj :39-40). 4*) Ungkapan Rasa Syukur Kepada Allah;* Menunaikan infaq merupakan ungkapan syukur atas nikmat yang diberikan Allah kepada kita. 5) Tanda *husnudzan* kepada Allah; Orang yang mau mengeluarkan sebagian rizkinya untuk dishadaqahkan kepada orang lain berarti di dalam dirinya ada rasa *husnudzan* (berbaik sangka) kepada Allah. 6) Manfaat manfaat lahir dan batin bagi penerima; Secara lahir orang yang menerima shadaqah akan dicukupkan kebutuhannya dan diringankan beban kesulitan hidupnya. Sedangkan manfaat batin akan tumbuh dalam dirinya betapa orang lain memperhatikan dan membantu dirinya.

Agama Islam memandang bekerja adalah bagian dari ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Dengan bekerja, masyarakat bisa melaksanakan tugas kekhalifahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang lebih besar (Qardhawi: 1997:107). Berdasarkan cara pandang agama Islam tergambar bahwa orientasi kinerja tidak hanya untuk

pemaksimalan laba semata sepertipenggunaan pada metode penilaian kinerja konvensional, tetapi orientasi kinerja perlu meliputi dimensi yang lebih luas dan menyeluruh, yakni kesejahteraan para *stakeholder* meliputi: investor, karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas, lingkungan/sosial dan generasi yang akan datang.

Keberlangsungan usaha adalah suatu bentuk konsistensi dari suatu usaha, dimana keberlangsungan ini merupakan suatu proses berlangsungnya usaha baik mencakup pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk menjaga kelangsungan usaha dan pengembangan usaha dimana semua ini bermuara pada keberlangsungan dan eksistensi (ketahanan) usaha Handayani (2007:15). Islam mengajarkan semua proses yang dijalankan dalam mencapai keberlangsungan usaha tersebut harus sesuai syar'I (Al-Qur'an dan As-Sunnah). Najma (dalam Zahroh, 2009:30) dengan menjunjung nilai-nilai spiritual didalam berbagai sisi hingga pencapaian keberlangsungsan usaha dalam bisnis Islam memegang satu dimensi yaitu rahmatan lil alamin (memberi rahmat bagi seluruh alam), memberikan sesuatu untuk kemajuan peradaban dunia, serta bermuara pada mencari ridha Alah SWT. Nilai-nilai didalam prinsip syariah menjadi semacam spirit (ruh) dalam setiap tindakan dan transaksi bisnis yang terjadi sepanjang proses mencapai keberlangsungan usaha tersebut. Faktor berkah dan mencari ridha Allah SWT menjadi hal yang penting dalam pencapaian keberlangsungan usaha didalam bisnis yang berlandaskan prinsip syariah. Karena prinsip-prinsip tersebut dapat digunakan landasan orientasi bisnis agar senantiasa berada didalam koridor syariat Islam. Handayani (2007:25) mengungkapkan bahwa kajian keberlangsungan usaha ada beberapa jenis yaitu keberlangsungan permodalan, keberlangsungan sumber daya manusia, keberlangsungan produksi dan keberlangsungan pemasaran, yang menitik beratkan dan bersumber pada tiga kata kunci yang tersirat dalam definisi keberlangsungan usaha yaitu memenuhi kebutuhan, mengembangkan sumber daya dan melindungi sumber daya.

Tujuan penelitian ini adalah ingin mendiskripsikan pandangan pengusaha muslim tentang *shadaqah,* keberlangsungan usaha pengusaha muslim dan dampak *Shadaqah* pada keberlangsungan usaha pengusaha muslim.

METODE

Penelitian ini termasuk jenis penelitian studi literatur dengan mencari referensi teori yang relefan dengan kasus atau permasalahan yang diteliti. Penelitian ini dilakukan pada bisnis ritel busana muslim "My Zahro". Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan melakukan obervasi dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari Al-Qur'an dan terjemahannya, jurnal, buku-buku, dan sumber lainnya. Data-data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis dengan metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif dilakukan dengan cara mendeskripsikan fakta-fakta yang kemudian disusul dengan analisis, tidak semata-mata menguraikan, melainkan juga memberikan pemahaman dan penjelasan secukupnya.

PEMBAHASAN

Pandangan Pengusaha Muslim Terhadap Shadaqah

Pengusaha muslim yang dijadikan informan dalam penelitian ini adalah pemilik gerai busana muslim "*My Zahro*" memiliki pandangan yang sama mengenai *shadaqah*. Bahwa arti dari *shadaqah* secara umum adalah memberikan sebagian harta kepada orang lain dengan mengharap ridho Allah SWT. Pengusaha muslim yang senantiasa melaksanakan *shadaqah* dalam bisnisnya akan terlihat jelas dampak atau hasil yang diraihnya. Pengusaha gerai busana muslim "*My Zahro*" merasa bahwa dengan bershadaqah akan lebih dimudahkan dan diberi kelancaran dalam setiap kegiatannya untuk menjemput rezeki. Lebih lanjut menjelaskan bahwa bershadaqah adalah mengharapkan pahala serta mengharapkan ridho Allah SWT dalam seluruh kegiatannya dan merupakan anjuran nabi Muhammad SAW. Sehingga ketika Allah SWT telah memberikan ridho-Nya, maka akan dipermudah dan dilancarkan seluruh kegiatannya termasuk di dalam bisnisnya.

Pemilik gerai busana muslim "*My Zahro*" juga menyadari bahwa dengan bershadaqah akan menimbulkan dorongan positif atau motivasi dalam bekerja. Seperti meningkatnya etos bekerja sehingga dapat memberikan kinerja yang baik bagi bisnisnya. Karena shadaqah itu tidak hanya berupa materi saja namun bisa non materi. Adapun bentuk-bentuk shadaqah 1) shadaqah dengan harta; Shadaqah yang paling utama adalah dengan harta, baik dengan harta yang telah ada maupun dengan bekerja mencarinya terlebih dahulu. 2) shadaqah dengan tenaga dan pikiran; Jika orang kaya mendekatkan diri kepada Allah dengan menyedekahkan hartanya, orang miskin bisa bersedekah dengan cara yang lain, yaitu melalui tenaga dan pikirannya. 3) Shadaqah dengan ilmu; Ditengah kondisi bangsa kita yang masih dililit dengan kebodohan, kita juga bisa memanfaatkan ilmu yang kita miliki sebagai sedekah. Mengajarkan satu ilmu kepada orang lain,
berarti kita sedang bersedekah dengan ilmu. 4) Shadaqah dengan perbuatan baik; Jika kita tidak memiliki harta dan ilmu, kita juga masih bisa bersedekah. Yang paling mudah adalah dengan berbuat baik sebanyak mungkin.

Keberlangsungan Usaha Pengusaha Muslim

Arti keberlangsungan usaha menurut pemilik gerai busana muslim "My Zahro" adalah usaha yang selalu ada dan diiringi dengan pertumbuhan, perkembangan di segala aspek baik berjalannya bisnis, laba dan *cash flow* operasional yang positif terus menerus dan termasuk kepribadian seorang pengusaha yang meliputi skill, perilaku, dan pengetahuan. Secara umum, keberlangsungan ekonomi yang paling utama harus dicapai oleh pengusaha muslim, ekonomi ini juga yang mendorong pengusaha muslim untuk semakin terus meningkatkan jumlah *shadaqah* sehingga mampu mencapai *falah* (sukses dunia dan akhirat). Para pengusaha muslim ini menyadari kehidupan di dunia ini hanya sebagai ladang mencari amal untuk menuju kehidupan yang kekal dan abadi. Bagi pengusaha muslim ini lebih menonjolkan keberlangsungan lingkungan dibandingkan financial, karena terjalinnya hubungan yang baik dengan lingkungan sekitar merupakan hal yang terpenting sedangkan dalam

besar kecilnya pendapatan tidak begitu berpengaruh. Keberlangsungan dengan lingkungan yakni dengan pegawai, tetangga, pemasok, lembaga keuangan, masyarakat sekitar tidak bisa disepelekan karena ini merupakan modal sosial (*social capital*). Modal sosial (*social capital*) menjadi salah satu komponen penting untuk menunjang keberlangsungan usaha. Modal sosial menunjuk pada segi-segi organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma-norma, dan jaringan-jaringan sosial yang dapat memfasilitasi tindakan kolektif. Burt (1992) mendefinsikan modal sosial sebagai kemampuan masyarakat untuk melakukan asosiasi (berhubungan) satu sama lain sehingga menjadi kekuatan yang sangat penting, bukan hanya terhadap aspek ekonomi, tetapi juga terhadap setiap aspek eksistensi sosial yang lain.

Perkembangan usaha bukan saja dibarengi dengan modal yang banyak atau tenaga kerja yang terampil, tetapi juga harus dibarengi dengan niat dari diri kita sendiri, dengan niat yang sungguh-sungguh bisa mengembangkan usaha menjadi lebih besar. Mengembangkan usaha yang tidak dengan sungguh–sungguh maka sebaliknya usaha akan akan gagal. Cara lain yang dilakukan untuk dapat mengembangkan usaha dengan baik adalah dengan pengetahuan meningkatkan keahlian kepada pengusaha (wirausaha) seperti pelatihan workshop tentang pengembangan usaha untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang lebih kepada pengusah a terhadap pengembangan usaha yang baik.

Dampak Shadaqah pada Keberlangsungan Usaha Pengusaha Muslim

Shadaqah merupakan salah satu amalan atau perbuatan yang dapat meredam kesejangan sosial antara yang kaya dengan yang miskin serta dapat meningkatkan keimanan kepada Allah SWT. Dengan *bershadaqah* juga dapat menenangkan jiwa seseorang. Internalisasi dari pemaknaan *bershadaqah* dapat melipat-gandakan rejeki yang halal dan meningkatkan keuntungan atau perkembangan usaha pada pengusaha muslim *"My Zahro"*. Individu cenderung bisa mengatur dirinya sendiri, mampu mendahulukan skala prioritas yang harus dicapai oleh individu tersebut dan juga akan senantiasa berusaha untuk mensejaterakan kehidupan bagi dirinya. Individu yang mempunyai perkembangan usaha tinggi, ia senantiasa mampu mengembangkan perekonomi keluarga dengan sejahtera, minimal bisa mencukupi kebutuhannya.

Pengusaha muslim yang melaksanakan *shadaqah* secara rutin sangatlah berdampak pada kehidupannya. Pengusaha muslim tersebut menjadi termotivasi dalam kehidupannya sehari-hari untuk senantiasa melaksanakan *shadaqah*. Sehingga hal ini timbul dari dalam hatinya sendiri. Dampak pada keberlangsungan usaha diantaranya meningkatnya pertumbuhan dan perkembangan usaha serta mampu bertahan dalam mengatasi kondisi yang sulit. Dampak *shadaqah* terhadap keberlangsungan usaha pengusaha muslim ini berdampak positif terhadap usahanya, dilihat dari meningkatnya 5 ukuran yaitu omset yang didapat, jumlah tenaga kerja yang bertambah, pertumbuhan usaha dengan bertambahnya aset yang dimiliki,

perkembangan usaha yang didukung dengan inovasi produk baru, kemampuan untuk bertahan selama beberapa tahun. Dengan senantiasa melaksanakan *shadaqah* tersebut menjadikan pengusaha muslim untuk meningkatkan amalan ibadahnya yang pada akhirnya. Pengusaha busana muslim "My zahro" mengemukakan bahwa bershadaqah merupakan pancingan untuk rezeki yang akan di berikan Allah SWT kepada kita. Bukankah Allah SWT telah berjanji untuk melipat gandakan rezeki kita jika kita mau bershadaqah seperti yang tertulis dalam QS Al-Baqarah 245, yang artinya: "*Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Alloh, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Alloh), Maka Alloh akan meperlipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. dan Alloh menyempitkan dan melapangkan (rezki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan"*.

Irfan (2009: 14) menyatakan bahwa menumbuhkan jiwa kedermawanan dapat dilakukan dengan beberapa cara, salah satunya dengan melakukan *shadaqah*. Seseorang yang memiliki jiwa kedermawanan dalam hati dan tindakannya selalu ingin membantu orang lain, tanpa mengharap balasan dari siapa pun, hanya menyerahkan kepada Allah. Orang yang gemar bersedekah dalam hatiya sangat terharu jika melihat orang lain dalam kondisi kesusahan. Dengan perbuatan tersebut, mereka juga melatih rasa peduli terhadap golongan yang membutuhkan uluran tangan orang lain, mereka mecoba turut merasaka apa yang dirasakan oleh golongan tersebut.

Selain kebahagiaan di dunia, orang yang gemar *bershadaqah* di akhirat nantinya pasti akan mendapat tempat yang mulia, apa lagi jika *bersedekah* terhadap para anak yatim dan para fakir miskin, sabda Rasulullah, "Aku dan orang yang menyantuni anak yatim di surga nanti kelak seperti dua jari ini." (HR. Abu Dawud, At-Tirmidzi, dan Ahmad).

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Dari Pembahasan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *shadaqah* adalah memberikan sebagian harta kepada orang lain dengan mengharap ridho Allah SWT. Dampak *shadaqah* terhadap keberlangsungan usaha pengusaha muslim ini berdampak positif terhadap usahanya, dilihat dari meningkatnya 5 ukuran yaitu omset yang didapat, jumlah tenaga kerja yang bertambah, pertumbuhan usaha dengan bertambahnya aset yang dimiliki, perkembangan usaha yang didukung dengan inovasi produk baru, kemampuan untuk bertahan selama beberapa tahun.

Saran

Penelitian ini hanya sebatas mendeskripsikan pada satu usaha yang dimiliki pengusaha muslim sehingga perlu ada penelitian lanjutan yang melibatkan beberapa pengusaha muslim dengan perbedaan gender, etnis dan suku.

DAFTAR RUJUKAN

Al-Qur'an dan Terjemahannya. Departemen Agama Republik Indonesia.

Burt. R.S. 1992. Excerpt from The Sosial Structure of Competition, dalam *Structure Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, MA, and London: Harvard University.

Irfan, M. 2002. Usaha Kecil dan Menengah, Bahan Penataran pengusaha kecil. Jakarta.

Iskandar, 1994. Sedekah Membuka Pintu Rezeki. Bandung: Pustaka Islam.

Mansur, Y. 2008. The Miracle of Giving. Jakarta: Zikrul Hakim.

Qardhawi, Y. 1997. Norma dan Etika Ekonomi Islam. Jakarta: Gema Insani Press.

Syarbini, A. 2013. Sedekah Maha Bisnis Dengan Allah. Jakarta : AgroMedia Pustaka.

Perbandingan Optimalisasi Zakat dan SBSN Terhadap Pajak dan SUN Untuk Meningkatkan Kebijakan Fiskal dan Perbankan Syariah

Ipal
Ilham Hamidi Dly
Universitas Negeri Malang
Email : ipaljust@gmail.com

Abstrak: Indonesia adalah negara yang memiliki potensi menjadi kiblat ekonomi syariah karena memiliki penduduk mayoritas muslim dan aset keuangan meningkat. Namun pemerintah kurang dalam meregulasi zakat sebagai instrumen fiskal untuk digunakan membiayai defisit anggaran. Permasalahan ekonomi Indonesia adalah berada pada sektor riil yang mengalami penurunan ekspor sebab depresiasi rupiah dan sektor moneter mengalami penurunan kredit serta peningkatan transaksi keuangan. Maka kebijakan fiskal islam dengan meregulasi SBSN dan zakat serta pengeluaran negara untuk pembangunan ekonomi. Instrumen utang negara adalah SBSN dan SBN digunakan untuk membiayai pembangunan proyek. Persamaannya menggunakan suku bunga saat awal, instrumen trading dan empat manajemen pengelolahan utang. Kelemahan SBN adalah resiko suku bunga pada APBD dan PDB serta dominasi kepemilikan asing. Kelebihan SBSN ijrah dan mudahrabah adalah keuntungan mendapatkan bagi hasil dan transaksi di pasar sekunder. Pengaruh SBSN pada pendalaman bank syariah adalah meningkatkan pendalaman PUAS melalui repos, fesbi, SIMA, SIWA, dll. Zakat dan pajak mempunyai kesamaan fungsi alokasi untuk pembangunan proyek, fungsi stabilisasi dengan fiskal ekpansif/kontraktif, dan distribusi melalui subsidi dan pembangunan proyek. Pajak bank syariah dan konvensional diperlakukan sama seperti murabahah, kegiatan intermediasi, dan pendapatan bank yang dapat membuat bank syariah sulit bersaing. Hal itu dikarenakan dampak negatif dari pajak yaitu insiden pajak dan keseimbangan parsial. Sedangkan zakat berdampak positif meningkatkan keuntungan bank sebab tarifnya kecil dan digunakan untuk kegiatan sosial. Jenis dari zakat itu sendiri seperti: zakat perdagangan, pertanian, dan peternakan mempunyai dampak positif dalam meningkatkan mazimase behaviour dan skala usaha dari pada PPn. Adanya tax holiday mampu meningkatkan kinerja bank syariah.

Kata Kunci: *SBSN, SBN, Pajak, Zakat*

Indonesia adalah negara yang berpotensi menjadi kiblat keuangan syariah dunia, karena mempunyai potensi jumlah penduduk muslim mencapai 252.370.792 jiwa, perkembangan aset bank syariah Rp.273,48 triliun dan pangsa pasar potensial untuk makanan, pakaian, hiburan yang halal. Perkembangan keuangan syariah dilakukan oleh masyarakat karena sistem konvensional menyengsarakan masyarakat miskin dan perekonomian Indonesia tidak mencapai *full employment*. Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia, pemerintah meningkatkan pengeluaran negara untuk membiayai jaminan sosial dan subsidi untuk sektor usaha menggunakan instrumen utang SBSN dan SBN. Instrumen utang negara membawa dampak positif untuk meningkatkan pembangunan proyek dari pada pinjaman luar negeri IMF

yang menggunakan bunga tinggi dan syarat liberalisme ekonomi. Pendapatan negara mayoritas di dapatkan dari sektor pajak mencapai Rp.1758,3 T digunakan untuk membiayai pengeluaran negara yang membuat defisit anggaran. Maka pemerintah harus mengoptimalkan peran zakat sebagai instrumen pendapatan fiskal karena zakat mempunyai efek multiplier untuk meningkatkan ekonomi.

Permasalahan ekonomi Indonesia pada tahun 2015 adalah goncangan ekonomi luar negeri yang diakibatkan oleh perlambatan ekonomi negara maju, kenaikan bunga *the fed* dan devaluasi China membuat menurunnya sektor moneter dan riil. Penurunan sektor riil diakibatkan oleh depresiasi rupiah sehingga terjadi inflasi dan penurunan ekspor. Pada sektor moneter terjadi kontraksi perekonomian karena meningkatnya transaksi likuiditas di pasar uang dan kenaikan suku bunga menyebabkan investasi portofolio naik. Sementara terjadi perlambatan kredit di sektor produktif. Akibatnya, terjadi penurunan pertumbuhan ekonomi 4,7%. Oleh sebab itu pemerintah haruslah menerapkan instrumen fiskal islami berupa zakat dan SBSN sebagai sumber pemasukan negara untuk mengatasi permasalahan di atas.

Zakat adalah harta yang di keluarkan muzaki dan disalurkan kepada mustahiq menurut peraturan islam. Indonesia mempunyai potensi zakat yang besar sebab mayoritas penduduknya muslim, namun mayoritas masyarakat mengetahui zakat fitrah saja. Permasalahan zakat dan pajak adalah terjadinya dualisme sebab zakat adalah kewajiban agama sementara pajak adalah kewajiban negara sehingga pemerintah menggunakan pajak yang bisa di tarik kepada muslim dan non muslim, (Brojonegoro,2012: 15). Pajak membawa dampak negatif secara mikroekonomi karena mengakibatkan berkurangnya pendapatan dari produsen dan konsumen sedangkan zakat mampu meningkatkan skala ekonomi usaha. Menurut Jumairi dan Wijaya (2011: 123) zakat sebagai instrumen untuk mengatasi kemiskinan karena ditujukan kepada 8 anshaf, tarif zakat rendah sebab di atur syariah, meliputi banyak aktivitas ekonomi, dan kewajiban spiritual yang wajib di bayar kaum muslim. Oleh sebab itu pemerintah sebagai khalifah mempunyai kewajiban untuk memberikan sanksi kepada muzaki yang tidak membayar zakat dan sanksi kepada amil yang tidak menyalurkan dana zakat tepat sasaran serta menggunakan dana zakat untuk di gunakan di sektor produktif.

Pembiayaan utang dalam negeri menggunakan instrumen SBSN dan SBN yang berfungsi untuk menghimpun dana dari dalam negeri yang di gunakan untuk pembangunan infrastruktur publik. Perbedaannya pada SBSN menggunakan transaksi syariah dengan bagi hasil dan lebih menguntungkan daripada SBN yang menggunakan suku bunga. Alasannya, pada SBN terdapat resiko suku bunga yang mempengaruhi PDB dan APBN sehingga masyarakat akan membayar pajak tinggi. Kepemilikan SBN mayoritas dikuasai asing membuat kegiatan spekulasi akan menimbulkan permasalahan ekonomi di Indonesia.

Untuk meningkatkan kinerja perbankan syariah perlu adanya optimalisasi fiskal melalui Penggunaan zakat dan SBSN sehingga mampu meningkatkan transaksi ekonomi dan likuiditas bank syariah. Zakat meningkatkan skala usaha karena tarifnya rendah dan digunakan untuk membiayai kegiatan sosial masyarakat sehingga citra bank syariah di masyarakat baik. SBSN untuk

pendanaan pihak ke 2 bank syariah. Oleh sebab itu, penulis tertarik membuat karya tulis yang berjudul **"Perbandingan Optimalisasi Zakat dan SBSN Terhadap Pajak dan SUN Untuk Meningkatkan Kebijakan Fiskal dan Perbankan Syariah.** Tujuan penelitian kami antara lain : Untuk mendiskripsikan kebijakan fiskal islam mengatasi permasalahan ekonomi 2015; Untuk mendiskripsikan perbandingan SBSN dan SUN sebagai instrumen utang; Untuk mendiskripsikan pengaruh optimalisasi zakat dan pajak dalam 3 Fungsi Fiskal dan Perbankan Syariah; Untuk mendiskipsikan perbandingan antara zakat dengan Pajak; Untuk mendiskripsikan solusi optimalisasi fiskal meningkatkan kinerja perbankan syariah dan usaha mikro melalui inklusi keuangan zakat dan SBSN.

PEMBAHASAN

Analisa Kebijakan Fiskal Islam Mengatasi Permasalahan Ekonomi 2015

Pemerintah Indonesia adalah khalifah yang bertugas untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui kebijakan fiskal, yaitu kebijakan pengeluaran dan pemasukan anggaran pemerintah untuk meningkatkan sektor riil dan jaminan sosial masyarakat, (Sadono Sukirno,2009;56). Pemerintah sebagai pemimpin bertanggung jawab untuk membina dan mencukupi kebutuhan warga. Hadist dari *(HR. Bukhari dan Muslim dari Ibnu Umar) "Setiap kalian adalah seorang pemimpin dan setiap kalian bertangguang jawab terhadap yang dipimpinnya. Imam adalah seorang pemimpin dan bertanggung jawab kepada rakyat yang dipimpinnya".* **Permasalahan ekonomi Indonesia** adalah; (a)Pertumbuhan ekonomi 4,7% karena gejolak perekonomian global seperti perlambatan ekonomi negara maju dan devaluasi yang menyebabkan harga ekspor rendah dan kalah bersaing. (b)Tranmisi sektor keuangan yaitu; (1)Lemahnya harga saham dengan IHSG 4347, (2)Resiko Capital Outflow sebesar Rp.8,72 T memberikan tekanan pada likuiditas dan suku bunga sebesar Rp.9,33 T dan kelambatan kredit 24% di sektor usaha karena BI rate 7,5%, Akibatnya sektor riil stagnant dan ekspor menurun. Datanya adalah ekspor bulan Jan-Jul 2015 US$89,7 miliar dan Impor US$84,0 miliar . (3)Depresiasi rupiah Rp13.600 membuat rendahnya cadangan devisa menjadi US$ 105,35 sebab BI mengintervensi pasar valas. (c)Transmisi sektor riil adalah (1)Depresiasi rupiah menyebabkan tingginya impor bahan baku dan modal sehingga meningkatkan biaya produksi. Hal itu meningkatkan inflasi 7,18%, defisit neraca berjalan $4,5 M , (Data Kemenkeu,3/11/2015).

Menurut Yusuf Qordowi, negara mempunyai 4 peran untuk mengatasi permasalahan diatas yaitu**;** (a)Negara harus meningkatkan akses **ekonomi** dengan meningkatkan inklusi/kemudahan masyarakat mendapatkan uang untuk modal usaha sehingga menimbulkan efek multiplier. Peran pemerintah adalah; (1)Meningkatkan investasi infrastruktur seperti Tol Laut untuk mendorong investasi sektor swasta terkait dengan infrastruktur, (2)Meningkatkan pembiayaan utang negara melalui SBSN sebanyak Rp.99.347.035 T sehingga mampu membangun infrastruktur industri dan manufaktur khususnya di Jawa dan Sumatera yang mengalami pertumbuhan ekonomi 5,1% dan 2,9%. Kegunaan sukuk mampu membangun infrastruktur publik yang

mempunyai keuntungan sosial tinggi seperti sentra industri manufaktur di Bogor saat Peket Ekonomi 2. Dampak positifnya meningkatkan investasi sebesar 42,7 T dari investasi domestik dan 92,2 T untuk investor asing. **(b)Negara harus meningkatkan fungsi pendidikan dan moral** untuk mencegah konflik sosial secara vertikal dan horizontal. Oleh sebab itu pemerintah perlu meningkatkan anggaran untuk pendidikan. Pada APBN 2016 sebanyak 20% dari 1984,1 T untuk pendidikan**. (c)Regulasi Negara dengan syariat islam**. Menurut Imam Ghazali, agama adalah pondasi dan negara adalah kekuasaan sehingga Indonesia harus menerapkan ekonomi islam secara kaffah secara bertahap. (1)Pelembagaan zakat sebagai instrumen fiskal negara sebab potensi zakat lebih 5.061.316.089.22 dari data Baznas, sedangkan penerimaan pajak Indonesia 2016 adalah 1761,6 T. (2)Pengharaman riba' masih diusahakan sebab mayoritas penerimaan utang berasal dari SBN 279,4 T lebih tinggi dari SBSN**. (D)Meningkatkan sektor usaha** melalui Paket Ekonomi 1 dan 2 yaitu; (1)Menyempurnakan kebijakan *tax allowance* dan *tax holiday*, (b)Meningkatkan penyerapan dana melalui BUMN dan kenaikan PKPT sebsar 36 juta/tahun untuk menjaga daya beli konsumen, (c)Kerja sama TERRA dan KPS antara pemerintah dan swasta, (d)Penghapusan PPnb untuk barang mesin dan elektronik. Jadi, apabila Indonesia menerapkan kebijakan fiskal islam dapat meningkatkan perekonomian dan distribusi pendapatan yang merata.

Perbandingan Kebijakan SBSN dan SUN Sebagai Instrumen Utang Negara SBSN (Sertifikat Berharga Syariah Negara)

Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) menurut No 3/DSN-MUI/IX/2002 adalah surat berharga sebagai bukti penyertaan terhadap aset. SBSN jangka pendek jangka waktu 1 tahun dan jangka panjang >1 tahun dengan imbalan kupon/diskonto. SBSN ritel adalah SBSN yang dijual kepada WNI melalui agen ritel. Dalil Naqli adalah Qs.Al Baqoroh; 282 *yaitu "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang di tentukan, hendaklah kamu menulisnya."*Menurut data 2015 transaksi SBSN mencapai 99.347.035 (95,16%), aset sukuk pemerintah 243,85 triliun (11,62%) dan sukuk korporasi/ritel 7,08 triliun (3,01%), *outstanding* sukuk valas $3500 M pada 14 April 2015. Pelaksanaan SBSN adalah kupon menggunakan bagi hasil sesuai jenis obligasi ijarah dan murabahah yang di tetapkan di awal akad. Keuntungan SBSN Mudarabah adalah penentuan return berdasarkan pendapatan emiten secara periodik dan keuntungan SBSN. Ijarah adalah memberikan return yang tetap sehingga mudah di gunakan di pasar sekunder. **Dampak positifnya** adalah; (a)Resiko usaha kecil sebab tidak terpengaruh oleh suku bunga, namun bisa terkena resiko nilai tukar sehingga utang naik dan *outstanding*. Pengusaha meningkatkan skala usaha sehingga keuntungan bagi hasil meningkat saat jatuh tempo. (b)Penurunan resiko dengan menyerap likuiditas dalam jangka panjang untuk meningkatkan pembangunan dan memperkuat fiskal. **Kelemahan;** Pangsa pasar SBSN sekitar 14,72 % sehingga pemerintah harus memperkuat instrumen dan regulasi pasar modal syariah.

Persamaan SBSN dengan SUN adalah (a)adanya penggunaan suku bunga sebagai patokan sehingga mengetahui jangka waktu, prospek usaha, dan imbal hasilnya. Penggunaan suku bunga untuk peramalan ekonomi usaha dan variabel makro tetapi kegiatan usaha syariah dan returnnya menggunakan pendapatan. (b)Mekanisme transaksinya sama seperti SUN di pasar sekunder, kegiatan penghimpunan dana untuk pembangunan sektor produktif, dan pengelolaan utangnya menggunakan *Asset Liabilities Management* (ALM), (c)Pertimbangan instrumen utang melalui kapasitas sumber pembiayaan melalui lending limit investor, diverifikasi produk menurunkan resiko, dan likuiditas untuk pembayaran proyek. (d)Kegiatan pengelolaan utang SBSN dan SUN adalah; (1)Monitoring resiko dan sekuritas secara triwulan, (2)Strategi jangka menengah mengelola utang dan target portofolio, (3)Pembiayaan APBN melalui target pembiayaan secara defisit, (4)Strategi tahunan dengan mengukur KPI, dan target dan instrumen portofolio obligasi.

Integrasi Pendanaan SBSN Untuk Meningkatkan Likuditas Bank Syariah

Dalam seminar Bank Indonesia di Malang (6/11/2015) menyatakan bank syariah Indonesia menjadi bank ritel terbesar di dunia yang mempunyai 17,3 juta nasabah, pertumbuhan aset sampai 2018 mencapai 34,2%, 1267 layanan syariah, market share 4,64% hingga maret 2015 serta pangsa pasar bagi hasil terbesar di dunia mencapai 30,1%. Namun secara umum pendalaman keuangan di bank syariah rendah karena terbatasnya volume transaksi dan likuiditas, permodalan berasal dari pinjaman antar bank induk konvensional ke unit usaha syariah (UUS), terjadinya NPL sebesar 4,89 % dan pembiayaannya tumbuh rendah 5,5% dari pada bank konvensional. Strategi melakukan integrasi SBSN ke Likuiditas Bank Syariah yaitu;

(1)Adanya Jilbor digunakan sebagai standarisasi penggunaan harga dan jangka waktu sukuk sehingga meningkatkan investasi infrastruktur dan sektor swasta. Alasannya adanya kurva imbal hasil yang mengandung faktor ekspektasi pasar terhadap arah inflasi, suku bunga, dan prospek ekonomi ke depan mampu memberikan pilihan bagi investor untuk melakukan diverifikasi portofolio. (2)Transaksi repo di gunakan untuk menghubungkan instrumen SIMA, SIWA, Fesbi di Pasar Uang antar Bank Syariah menjadi lebih cepat. Transaksi repo syariah menggunakan akad bai maal al wa'd bi-al syira' yakni jual beli SBS outrignt, diikuti dengan janji untuk membeli kembali SBS dengan menyepakati terlebih dahulu harga dan waktu pembelian dan penjualan kembali SBS melalui mini master repo agreement (MRA). Keunggulan repo syariah adalah dapat terhindar dari kelemahan *limited credit* dan likuidisasi yang terjaga pada bank yang tidak mempunyai bank induk. (3)Untuk meningkatkan PUAS adalah meningkatkan permodalan di bank syariah melalui pinjaman permodalan jangka pendek bank syariah melalui SIWA dan SIMA. Adanya GWM untuk mengetahui rasio kecukupan modal dan restrukturisasi kredit saat terjadi NPL. (4)Adanya kebijakan kliring FLRS digunakan untuk meningkatkan sekutitas giral perbankan syariah sehingga investor banyak yang tertarik dengan bank syariah. (5)Kebijakan Fasbi yaitu kebijakan bank syariah menempatkan dana di bank Indonesia mempunyai kelebihan yaitu apabila terjadi permasalahan likuiditas dapat diambil untuk menyelesaikannya.

SUN (Surat Utang Negara)

Surat Utang Negara (SUN) adalah surat berharga untuk pengakuan utang dengan di jamin pembayaran bunga dan pokoknya. SUN terdiri atas SPN yang berjangka waktu 1 tahun dan obligasi negara berjangka waktu >1 tahun dengan imbal hasil bunga secara diskonto. Emiten membeli SUN di pasar perdana melalui agen lelang BI. Dalil Naqlinya adalah; QS. Al-Baqoroh; 275 artinya "*Orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang kemasukan setan karena gila. Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba"*. Data Kemenkeu (3/11/2015) untuk SUN adalah; Data Juli 2015 menyebutkan; (a)Jumlah SUN adalah 2171,24 T (75,8%) dengan denomasi valas 554,29 T (19,4%), dan denominasi rupiah 1616,95 T (56,5%). (b)Kepemilikan SUN dengan total 1.369,73 di miliki oleh Bank 391,09 T, Pemerintah 73,13 T, Non Bank 905,51 T (*)Kebutuhan penerbitan SUN Bruto 398.175.724 (88,06%), (*)SBN Netto 290.968.952 (97,74%), (*)SBN Jatuh Tempo 2015 adalah 104.706.772 (67,78%), dan (*)SUN 296.328.689 (85,21%).

(*)Kelemahan SUN adalah; (1)Adanya tingkat suku bunga menyebabkan; (a) resiko tingkat suku bunga yang diakibatkan fluktuasi bunga di pasaran. (a1)Pada obligasi diskonto, semakin tinggi harga obligasi maka suku bunga negatif. (a2)Obligasi kupon dengan membayar bunga tetap setiap tahun sama. (b)Rasio pembayaran bunga meningkat terhadap *outstanding* dana di pasar uang/bank. (c)Rasio pembayaran bunga terhadap PDB negatif sehingga bunga naik mampu menyerap likuiditas untuk pembangunan tetapi ditransmisikan melalui kenaikan pajak sehingga sektor industi berkurang. (d)Rasio pembayaran bunga mengurangi belanja negara. Untuk pembangunan infrastruktur sehingga banyak masyarakat yang menentang pajak (*tax avoidance*) sebab fungsi alokasi pajak berkurang. (e)Ketidakpastian kebutuhan pembiayaan dan pembayaran utang. Apabila defisit APBN>3% dan terjadi kebocoran dana pembiayaan menyebabkan Indonesia sukar membayar SUN yang jatuh tempo dan hutang ke IMF. (2)Kepemilikan asing terus meningkat sekitar 37,5%. Dampaknya neraca modal rawan terhadap arus keluar secara cepat (*hot money/deleveraging effect*) ketika investor asing melihat kenaikan suku bunga *the Fed* dan keuntungan investasi di negara lain. Akibatnya, Indonesia harus meningkatkan suku bunga untuk menarik investasi asing sehingga masyarakat banyak membayar pajak dan melalui cadangan devisa melakukan intervensi di pasar valas/derifiatif. Dampak negatifnya adalah rawan spekulasi. (*)**Keuntungan SUN**. SBN merupakan alternatif investasi bagi lembaga pemerintah untuk pembiayaan proyek sosial benefit, dan pengolahan moneter BI dalam mengatasi inflasi dan peredaran uang (M2).

Pengaruh Zakat dan Pajak Terhadap Perbankan Syariah dan Sektor Usaha.

Definisi dan Ketentuan Zakat. Zakat adalah harta yang di keluarkan oleh seorang muslim dari hak Allah dengan disalurkan kepada orang yang berhak dengan ketentuan tertentu. Hikmah berzakat adalah membersihkan harta dan hati, mengembangkan perolehan harta dan memupuk kepedulian. Perintah berzakat adalah

أَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ (43)

Artinya : "*dan tegakkanlah (oleh kalian) shalat lalu tunaikanlah zakat kemudian tunduklah bersama orang-*

orang yang tunduk" (QS:2/43). Orang yang berzakat/muzakki haruslah orang muslim dan mempunyai harta yang cukup sampai mencapai nishab. Hadis Bukhori yaitu وقال النبي صلى الله عليه و سلم "*Tidak di wajibkan berzakat kecuali bagi mereka yang berlebihan harta".* Golongan yang menerima zakat di sebut mustahiq dan di jelaskan pada Q.S.At Taubah;60 yaitu;"*Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, Para muallaf yang di bujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai sesuatu ketetapan yang di wajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana".* Permasalahan rendahnya zakat di Indonesia antara lain;

Potensi Zakat Indonesia menurut Baznas dalam 4 bulan terakhir adalah;
(*)Juni=Rp.9.649.857.719,13.
(*)Juli=Rp.26.368.853.181,45.
(*)Agustus=Rp.24.595.685,52.
(*)September=5.061.316.089.22. Pada analisis diatas zakat tertinggi pada bulan Juli/Ramadan dan di gunakan untuk tujuan konsumtif (8 asnaf) dan belum maksimal di manfaatkan di sektor produktif. Jadi seorang muslim wajib membayar zakat dan pemerintah sebagai Khalifah wajib memberikan sanksi kepada orang yang tidak membayar zakat sama seperti sanksi orang tidak membayar pajak. Perhitungan Kuantitatif Potensi zakat adalah **Z=K.JM.Yn**. Keterangan Z=zakat, K-=Kadar yang wajib di keluarkan, JM (Jumlah muzaki muslim=Penduduk muslim-Pengangguran-Orang Miskin). Yn=Pendapatan Mencapai Nisab(8,5 gr emas/5 wasaq). Jadi 2,5%x (252.370.792-13.071.618-23.396.537)x(Rp.5.720.000)=Rp.30.874.077.091.000/tahun.

Pengaruh Pajak Bagi perkembangan Perbankan Syariah

Permasalahan Pajak Menghambat Perkembangan Perbankan Syariah. Menurut data statistika yang di terbitkan OJK hingga Januari 2015, sudah ada 12 Bank Umum Syariah dan 22 Bank Konvensional yang mempunyai unit usaha syariah (UUS). Aset perbankan syariah mencatat Rp.273,48 triliun per juli 2015. Permasalahan adalah UU No 36 Tahun 2008 tentang memasukkan penghasilan dari kegiatan usaha berbasis syariah sebagai objek pajak dan PP No 25 Tahun 2009 tentang perlakuan PPH dari kegiatan berbasis syariah. Isi Peraturan Menteri Keuangan No 136/PMK.03/2011 meliputi; (a)penghasilan bank syariah yaitu bagi hasil, bonus, dan margin diperlakukan sama seperti bunga di bank konvensional untuk PPh, (b)Biaya bank syariah diatas akan kenakan PPh, kecuali akad Ijarah Muntahiliyah Bittamlik dan jumlah yang dijanjikan sesuai syariah, (c)Pengalihan harta dari pihak ketiga atas prinsip syariah tidak termasuk dalam harta di PPh.

(*)Dampak UU No 36 Tahun 2008 adalah tingkat pajak antara bank syariah dan konvensional di samakan (*level playing field)* dalam hal pajak bagi hasil, bonus dan margin (syariah) dengan pajak bunga ketika pihak pembayar wajib memotong pajak penghasilan atas bunga yang di bayarkan (konvensional). Akibatnya bank syariah sulit bersaing dengan bank konvensional karena kalah bersaing dalam meningkatkan pangsa pasar dan transaksi likuiditas yang rendah. (*)UU No 42 tahun 2009 dalam pasal 1A (1) mengenai PPN dan PPn Bm. Pada pembiayaan syariah, penyerahan BKB terjadi antara suplier BKP dengan konsumen yang dibiayai

lembaga syariah. Pada perusahaan syariah. Dalam praktek Pembiayaan murabahah dimana perbankan syariah sebagai pembeli barang menyerahkan BKP ke supplier dan menjualnya kepada konsumen sehingga terjadi akad jual beli. Perusahaan konvensional juga menerapkan usaha pembiayaan (*factoring*) ketika penyerahan BKP diantara suplier dan nasabah bank. Hal itu menimbulkan perlakuan yang sama. (*)Pasal 4a ayat 3 huruf f yaitu jasa keuangan tidak di kenakan PPn. Jasa yang di kenakan pajak adalah; (a)Jasa penghimpunan dana seperti giro dan deposito, (b)Jasa penyaluran dana/kredit, (c)Jasa pembiayaan seperti sewa usaha dan konsumsi, (d)Jasa gadai syariah, (e)Jasa penjamin. Dampaknya adalah terjadi *equal treatment*/perlakuan yang sama atas transaksi perbankan syariah dan konvensional dalam menghimpun dan menyalurkan dana.Untuk meningkatkan kinerja bank syariah perlu ada intensif fiskal dari pemerintah.

Pengaruh Zakat Terhadap Bank Syariah.

(a) Perhitungan Zakat di Bank BNI Syariah.

Perbankan syariah mempunyai prinsip baitul tanwil dengan menghimpun dana dan menyalurkan untuk kredit dan sekuritas syariah untuk meningkatkan keuntungan dan baitul maal yaitu menyalurkan zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS). Bank syariah membayar zakat badan usaha, zakat penjualan dari murabahah, zakat profesi pegawai, zakat simpanan, dan zakat saham. Berikut adalah perhitungan zakat dari laporan keuangan bank BNI syariah Bulan September 2015 antara lain; (1)Zakat penjualan=aktiva lancar+kas+piutang tertagih-gaji karyawan-beban usaha x 2,5%= 10.244.225+ 8.644.894 + 290.119.493- 4.740.661-(414.485+5.155.761)=Rp. 298.697.705 juta x 2,5%=Rp.7.467.442,625 juta. (2)Zakat Perusahaan adalah= modal +keuntungan-beban usaha x tarif 2,5%= (9.054.807+14.568.468)+5.203.751-(414.485+5.155.761)=Rp.23.256.780 juta x 2,5%=Rp.581.419,5 juta, (3)Zakat simpanan= aset tabungan x2,5% =(91.541.581+ 113.169.885+126.204.647)= Rp.126.204.647 juta x 2,5%=Rp.8.272.902,825 juta,(4)Zakat saham=modal saham+deviden x 2,5%=Rp.7.297.369 juta x2,5%=Rp.182.434,225 juta (5)Zakat profesi=Penghasilan x 2,5%=Rp.4.740.661 juta x 2,5%=Rp.118.516,525 juta.Total Zakat Bank BNI adalah Rp.7.467.442,625 juta + Rp.581.419,5 juta + Rp.8.272.902,825 juta+ Rp.182.434,225 juta+ Rp.118.516,525 juta=Rp.16.622.715,7 juta.

(b) Pengaruh zakat secara operasional adalah (a)perbankan syariah dapat mengembangkan inovasi produk dan tingkat pendapatannya bagi hasil naik. Alasannya zakat menurut mazhab mainstream adalah pajak *idle fund* yang diterapkan pada aset yang diam. Akibatnya perbankan syariah akan meningkatkan pengelolaan aset sehingga terjadi peningkatan ROA. (b)Pada kegiatan murabahah zakat di kenakan pada pendapatan bersih perbankan dengan nisab tetap 2,5%. Apabila menggunakan pajak membuat semakin meningkatnya jasa murabahah perbabkan syariah yang harus menyerahkan BKP ke suplier sehingga harga jual produk mahal dan keuntungan berkurang. Jadi zakat mampu meningkatkan produktifitas bank untuk mencari keuntungan. (c)Tarif zakat deviden dan perusahaan

sama yaitu 2,5% dari pada pajak Indonesia mencapai 17% untuk deviden dan 30 % untuk pajak badan usaha. Hal itu membuat pemilik tidak bisa menikmati keuntungan sebab keuntungan deviden di simpan sebagai laba di tahan dan peningkatan biaya produksi sehingga produksinya menjadi kurang efisien. (d)Qardul Hasan/pinjaman kebaikan kepada nasabah yang tidak bisa mengembalikan dana di berikan tambahan modal mengembangkan usaha dan tenggang waktu membayar. Kesimpulannya penggunaan zakat lebih efektif bagi kegiatan operasional perbankan syariah.

(c) Pengaruh Zakat secara sosial. Zakat di gunakan oleh bank syariah untuk membantu usaha mikro masyarakat berupa pemberian dana hibah untuk meningkatkan usaha. Bank BNI syariah memberikan dana Rp130.000.000 Untuk mengembangka produk halal masyarakat Tangerang untuk menyambut pasar halal ASEAN. Kegiatan zakat bank syariah biasanya untuk dana CSR seperti membantu kebersihan lingkungan, memberikan bantuan kepada masyarakat fakir miskin yang membutuhkan, dan pembangunan pelayanan sosial.

Pengaruh Kesamaan Zakat dan Pajak Terhadap 3 Fungsi Fiskal.

Pajak dan zakat mempunyai fungsi stabilisasi, alokasi, dan distribusi dalam kegiatan fiskal. **(a)Fungsi Alokasi** yaitu pajak di himpun untuk mengisi kas negara *(budgeter)* digunakan untuk pembiayaan infrastruktur publik. Kurva Lenmer menggambarkan adanya presentase pajak tertentu menyebabkan meningkatnya pembayaran masyarakat dan akan berkurang potensi pajak ketika tarifnya besar. Menurut Teori Pigou dan Samuelson tentang barang publik menyatakan masyarakat akan meningkatkan pembayaran pajak seiring manfaat alokasi barang publik meningkat. Adanya efisiensi paretto antara produsen dan konsumen terjadi karena barang publik dan swasta seimbang. (*)Alokasi zakat di gunakan untuk menjaga tingkat konsumsi minimum para mustahik supaya permintaan agregat tetap terjaga, orang miskin dapat menjalankan ibadah kepada Allah, dan peran aktif pemerintah menjaga kemaslahatan masyarakat sebab mekanisme pasar tidak bisa mengatasinya.

(b)Fungsi Stabilisasi. Pada saat resesi, dana pajak di gunakan untuk meningkatkan pengeluaran pemerintah (fiskal ekapansif) untuk meningkatkan investasi dan pembangunan infrastruktur yang menyebabkan meningkatnya output dan pertumbuhan ekonomi. Akibatnya kurva AS dan AD bergeser ke kanan yaitu kurva AS1 ke AS2, AD1 ke AD2, P1 ke P2, Q1 ke Q2 membuat pergeseran E1 ke E2. Penurunan tingkat pajak meningkatkan daya beli masyarakat sehingga meningkatkan permintaan efektif (AD) dan meningkatkan penjualan barang sebab harganya terjangkau oleh konsumen (AS). Hal itu akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. (*)Zakat berperan sebagai penstabil otomatis (*automatic stabilizer*), ketika masa resesi kebutuhan akan menyairkan dana zakat meningkat karena lapangan pekerja berkurang dan pendapatan masyarakat berkurang sehingga para mustahik bertambah. Jadi zakat adalah instrumen anti depresi ekonomi sehingga menjaga pendapatan masyarakat.

(c)Fungsi Distribusi. Pajak mempunyai fungsi untuk mentransfer pendapatan orang kaya kepada orang miskin. Pemerintah menggunakan tarif pajak progresif kepada orang kaya sehingga semakin besar pendapatannya

semakin besar pajaknya dan sebaliknya menggunakan pajak regresif bagi orang miskin. Adanya *transfer payment* pemerintah berupa dana pajak di gunakan untuk melakukan pembangunan infrastruktur antara desa dan kota untuk meningkatkan kegiatan ekonomi, pemberian jaminan sosial kesehatan kepada masyarakat miskin dan subsidi untuk BBM, penididikan dan kesehatan mampu meningkatkan kualitas SDM Indonesia. **Permasalahan pajak** adalah masyarakat bisa melakukan penghindaran pajak (*tax avoidance*) secara legal melalui laba di tahan, CSR untuk mengurangi pajak, meningkatkan investasi di sektor startegis, dan pemberian amnesti/penurunan pajak pada pengusaha yang berinvestasi di luar negeri. Penghindaran pajak secara ilegal adalah mengisi SPT tidak jujur menggunakan *self asistemen* (mengisi sendiri), melakukan KKN kepada petugas dinas pajak untuk mengurangi pajak. Dampak negatifnya ketimpangan distribusi pendapatan Indonesia meningkat dengan koefisien gini mencapai 0,47%. (*)Zakat mampu meningkatkan sifat produktif dalam bekerja sebab apabila orang malas memanfaatkan aset maka akan habis melalui nisab zakat. Zakat mampu mengurangi *disposible income* sehingga mencegah perilaku konsumtif dan menjaga kestabilan harga dari inflasi akibat tarikan permintaan (*Demand Pull Inflation*). Zakat adalah media transfer antara muzaki kepada mustahik sehingga mampu menjaga daya beli masyarakat dan meningkatkan produksi.

Perbandingan Instrumen Syariah dengan Instrumen Konvensional Pada Kebijakan Fiskal

Kelebihan Zakat dari Pada Pajak Konvensional

Dampak Positif Zakat Bagi Sektor Produktif.

Dalil Naqli Tarif dan Jenis Zakat :

حَدَّثَنَا سُلَيْمَانُ بْنُ دَاوُدَ الْمَهْرِىُّ أَخْبَرَنَا ابْنُ وَهْبٍ أَخْبَرَنِى جَرِيرُ بْنُ حَازِمٍ وَسَمَّى آخَرَ عَنْ أَبِى إِسْحَاقَ عَنْ عَاصِمِ بْنِ ضَمْرَةَ وَالْحَارِثِ الأَعْوَرِ عَنْ عَلِىٍّ - رضى الله عنه - عَنِ النَّبِىِّ -صلى الله عليه وسلم- بِبَعْضِ أَوَّلِ هَذَا الْحَدِيثِ قَالَ « فَإِذَا كَانَتْ لَكَ مِائَتَا دِرْهَمٍ وَحَالَ عَلَيْهَا الْحَوْلُ فَفِيهَا خَمْسَةُ دَرَاهِمَ وَلَيْسَ عَلَيْكَ شَىْءٌ - يَعْنِى فِى الذَّهَبِ - حَتَّى يَكُونَ لَكَ عِشْرُونَ دِينَارًا فَإِذَا كَانَ لَكَ عِشْرُونَ دِينَارًا وَحَالَ عَلَيْهَا الْحَوْلُ فَفِيهَا نِصْفُ دِينَارٍ فَمَا زَادَ فَبِحِسَابِ ذَلِكَ .«

HR.

Abu Daud. Keterangan: Hadis di atas berbicara tentang nishob zakat simpanan (emas dan lainnya) dan tarifnya.

(a) Zakat perdagangan berdasarkan besarnya keuntungan bukan atas harga jual. Sistem perhitungan zakat perdagangan berdasarkan keuntungan tidak mempengaruhi kurva penawaran sehingga jumlah dan harganya tetap sehingga intensif pedagang mencari keuntungan tinggi. Jumlah zakat meningkat seiring meningkatnya keuntungan perdagangan. Jika di bandingkan dengan pajak pertambahan nilai (PPn) terhadap harga jual menyebabkan harga jual naik dan berkurangnya penawaran barang. **Perhitungan** zakat perdagangan adalah; PDRB Tahun 2012 untuk sektor perdagangan adalah Rp.1.145.600,9 miliar. Jumlah tenaga kerja 23.155.798 orang. Asumsi Upah menurut UMR Malang Rp.1.500.000. (Asumsi biaya produksinya 60% dari kontribusi PDB yaitu Rp.687.360,54 miliar. Nisbahnya 2,5%.Maka Rp.1.145.600,9 miliar-((Rp.23.155.798 xRp.1.500.000.)+

Rp.687.360,54 miliar) x 2,5% = Maka Rp.1.145.600,9 miliar –(Rp.34.733,697 miliar+Rp.687.360,54)x 2,5%= Rp.423.506,663 miliar x 2,5%=Rp.10.587.666.575.000

(b) Zakat Pertanian menggunakan *flat rate* yang dibedakan atas pengairannya. Apabila tadah hujan maka nisabnya 5% dan apabila di buat sendiri nisabnya 2,5%. Hal ini karena bila hasil pertanian adalah barang yang tidak tahan lama (*non durable)* sehingga apabila hasil pertaniannya melimpah di khawatirkan barangnya menjadi busuk. Secara mikro ekonomi zakat tidak berpengaruh pada penawaran agregat (AS) karena zakat di terapkan berdasarkan quasi rent, bukan seperti *value added tax* (pajak pertambahan nilai). Dengan memaksimumkan zakat, maka akan meningkatkan quasi rent dan memaksimumkan keuntungan. Semakin tinggi zakat menyebabkan meningkatnya penawaran agregat dan penurunan harga sehingga pendapatan nasional naik. *Value Added Tax* menciptakan *maximizing behaviour* ketika produsen tidak dikenai pajak dan profit kecil apabila di kenai pajak. Secara makroekonomi akan menurunkannya penawaran agregat (AS) akan menaikkan tingkat harga dan menurunkan pendapatan nasional.

(*)Perhitungan Zakat Pertanian adalah; Hasil Panen-beban pertanian x 5%= Data BPS Tahun 2012 adalah sektor pertanian menyumbang Rp.1190.412,4 miliar. Jumlah tenaga kerja adalah 38.882.134 orang. Asumsi upah rata2/UMR pekerja 900.000/bulan. Biaya produksi diasumsikan 60% dari kontribusi GDP adalah Rp.714247,44 miliar. Perhitungan Zakat pertanian adalah Rp.1190.412,4miliar - ((Rp.38.882.134xRp.900.000)+Rp.714.247,44 miliar)) x2,5%= Rp.1190.412,4 miliar- (Rp.34.993,9206 miliar+Rp.714.247,44)x2,5%=nRp.441.171,0394 miliar x2,5%= Rp.11.029.275.985.000. Jadi dapat diartikan kenaikan zakat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pajak menurunkan pertumbuhan ekonomi.

(c) Zakat Peternakan di gunakan untuk sapi, kambing, dan kerbau. Zakat peternakan bersifat regresif karena semakin banyak jumlah hewan yang di pelihara. Maka ratenya akan kecil dan terdapat pembedaan ukuran untuk tiap jenis hewan. Peternak mempunyai 30 sapi zakatnya 1,5% dan 209 sapi zakatnya 1,43%. **Perhitungannya**; Data Dinas Pertanian tahun 2014 pada daerah yang menerapkan SPIT (integrasi penggemukan sapi) yaitu Jawa Timur= 86 ekor, NTB=200 ekor. (Keterangan=Data di ambil per kecamatan). Perhitungannya adalah Jawa Timur harus zakat 2 anak sapi betina berumur 2 tahun, zakat per unit sapi 1,2 dan kambing 6 dengan % minimum 1,35 dan % maksimum 1,5%. NTB harus berzakat 5 anak sapi betina berumur 2 tahun dengan jumlah zakat per sapi 3 dan per kambing 15 dan % zakat minimum 1,43 dan % maksimum 1,5%. Dampak zakat peternakan adalah meningkatkan *economy of scale* usaha sebab turunnya *average total cost* (ATC) dan *marginal cost* (MC) secara jangka panjang (LATC dan LMC) mengakibatkan peningkatan slope penawaran agregat dalam jangka panjang. Alasannya apabila tejadi kelebihan pasokan ternak, pengusaha tidak perlu membanjiri pasar karena takut harganya membusuk tetapi menggemukkan sapi dan mengembang biakkan untuk investasi kedepannya.

(d) Adanya Penghitungan pengurangan zakat pada PPh menurut Pasal 6, yaitu hal yang boleh di kurangkan dari penghasilan kena pajak (PKP) sehingga zakat bukan termasuk

instrumen fiskal negara. Di Malaysia zakat yang dibayarkan termasuk dalam kredit pajak yang di perhitungkan dengan pajak yang terutang (*creditable*) sedangkan di Indonesia perlakuan pajak atas zakat merupakan pengurang atas penghasilan kena pajak (*deductable*) sehingga zakat sebagai unsur pengurang dari Pendapatan Kena Pajak. Perhitungannya adalah; (a)Zakat Deductable. PKP=Rp.25.000.000. Zakat yang di bayarkan Rp. 2.500.000.Tarif PPH 40%. Maka besarnya pajak yang harus di bayar 40% x (Rp25.000.000-Rp.2.500.000)=Rp.9.000.000. (b)Zakat *Creditable*. (40%xRp.25.000.000)-(Rp.2.500.000)=Rp.10.000.000-Rp.2.500.000=Rp.7.500.000. Jado perhitungan zakat *credible* lebih menguntungkan dari pada zakat *deductable*.

(e) Zakat Profesi PNS. Untuk meningkatkan potensi zakat maka pemerintah memotong besarnya gaji PNS yang ada di APBN 2016 dengan menggunakan zakat profesi. Dalil Naqlinya adalah يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُم(Al-baqarah: 267). Artinya*:"Hai orang-orang yang beriman. Keluarkanlah zakat dari* ***kasab*** *kalian yang baik"*. Nisab zakat profesi sama dengan zakat pertanian yaitu 5 wasaq/520 kg beras x harga beras (11.000)=5.720.000 selama 1 tahun. Untuk pendapatan PNS setahun adalah 2,5 juta x12=30 juta dan di wajibkan zakat. Tarif zakat menurut Qiyas adalah 2,5% maka pembiayaan rutin 780,4 triliun x 2,5%=19,51 Triliun. **Kesimpulan**=Setelah melihat potensi zakat yang sangat besar dan mampu meningkatkan produktifitas dan skala usaha ekonomi maka pemerintah perlu melembagakan instrumen zakat di kebijakan fiskal untuk mensejahterakan masyarakat.

Dampak Negatif Pajak Pada Sektor Produktif.

Pajak adalah iuran wajib yang harus di bayarkan wajib pajak dengan sifat paksaan dan mendapatkan manfaat secara tidak langsung dan apabila melanggar akan di berikan sanksi. Hadist Nabi tentang pajak/jizyah pada non muslim untuk menjalankan ibadah dan kegiatan ekonomi yaitu; Dari Ibnu Abbas Ra Rasulullah saw bersabda*:"Tidak ada kewajiban membayar jizyah bagi orang yang telah masuk islam."* (HR Ahmad & Abu Daud). (*)Menurut Imam Mukhlis (2015;65-70), pengaruh pajak secara teoritis di bagi menjadi 3 yaitu insiden pajak, keseimbangan parsial (*partial equirelibium*), dan analisa umum keseimbangan parsial kompetitif. (a)Insiden pajak adalah adanya beban dari peningkatan pajak yang di tanggung pekerja dan pegawai ketika pajak penghasilan naik membuat perusahaan mengurangi gaji bersih dan untuk mempertahankan pekerja maka perusahaan menaikkan biaya gaji. (b)Keseimbangan parsial yaitu negara dengan gaji minimum diatas harga pasar, penawaran ineliastis dan skill rendah. Jika pajak *payroll* meningkat membuat gaji bersih=gaji minimum sebab biaya gaji meningkat ketika pajak payrol meningkat. Jadi terjadi peningkatan pengangguran sebab permintaan tenaga kerja di tentukan dengan biaya gaji tinggi dari harga pasar. (c)Analisis umum keseimbangan parsial kompetitif yaitu terdapat axioma antara kebijakan harga dasar (*price floor*) dan harga atas (*price ceiling*) menyebabkan harga barang naik menyebabkan kerugian dari produsen dan konsumen sebab PPN ditanggung produsen apabila ED>ES dan PPN di tanggung konsumen apabila ES>ED. (*)Data Pajak Jawa Timur adalah; Indikator kepatuhan pajak 2014

mencapai 78,30%, masyarakat lebih suka membayar PPn dari pada PPh sebesar Rp.15.979.903 juta dan Rp.9.385.434 juta. Jadi dalam perpajakan Indoensia perlu menerapkan unsur moral dan kerohanian seperti membayar zakat fitrah ketika mengisi SPT melalui self asistment dengan tepat waktu.

Optimalisasi Fiskal Meningkatkan Kinerja Perbankan Syariah

(1) Peran Ge ovRg Meningkatkan Kinerja Bank Syariah.

Pemerintah seharusnya lebih memberikan intensif terhadap bank syariah karena apabila di perlakukan sama dengan bank konvensional menyebabkan perbankan syariah sulit meningkatkan *market share* dan aset perbankan konvensional melesat. Penggunaan *tax holiday* yaitu adanya pembebasan pajak di Malaysia selama 10 tahun dan di perpanjang 10 tahun mampu meningkatkan perbankan syariah. Pemberian intensif bagi bank syariah tidak memicu persaingan dengan bank konvensional dan mampu meningkatkan perekonomian Indonesia sebab bank syariah tahan terhadap krisis ekonomi sebab ketika melakukan fungsi intermediasi selalu menyalurkan kredit untuk sektor riel sehingga aset di finansial itu sama dengan aset produktif riil**. (*)Dampaknya** adalah semakin meningkatnya investasi di bank syariah membuat bank syariah mampu meningkatkan teknologi informasi sehingga ATM syariah dan kredit syariah berkembang, inovasi produk bank konvensional melalui *islamic windows* sehingga meningkatkan nasabah, meningkatkan pelatihan SDM dan manajemen syariah sehingga mampu mengelola unit usaha syariah (UUS) secara kompetitif dan falah menerapkan syariah sehingga mendapatkan keuntungan finansial dan keberkahan sosial.

(*) *Tax Holiday* dilakukan dengan 2 model yaitu**; (1)intensif pajak dapat dilakukan dengan pengembalian pajak sebagai penghasilan bank**. Nilai pajak bank di salurkan untuk pembiayaan sektor mikro tanpa menggunakan bagi hasil. Apabila usaha mikro berkembang akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan masyarakat. Dampaknya adalah meningkatnya PPh dari hasil penjualan dan meningkatkan pajak penghasilan sehingga penerimaan negara menjadi lebih besar**. (2)PPh di tanggung pemerintah**. Adanya PP No 45 tahun 1996 tentang peningkatan perkembangan ekonomi nasional yang terintegrasi dengan perekonomian global sehingga usaha syariah perlu di dorong. Alasannya bank syariah tahan terhadap krisis global karena tidak menggunakan instrumen suku bunga, tindakan spekulasi, dan perdagangan mata uang yang biasa di lakukan perbankan konvensional sehingga pemerintah harus mendukung perkembangan pangsa pasar >5% mengingat potensi umat muslim Indonesia 230 juta. Jadi PPh atas pendapatan bank syariah di kurangi 50% sehingga bisa meningkatkan market sharenya.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Permasalahan ekonomi Indonesia adalah gejolak ekonomi global membawa dampak negatif bagi pertumbuhan ekonomi sebesar 4,7%,transmisi ke sektor riil yaitu depresiasi rupiah menyebabkan mahalnya bahan baku sehingga meningkatkan inflasi, dan transmisi ke sektor moneter adalah penurunan saham

dan kontraksi likuiditas bank dan tingginya suku bunga membuat penurunan kredit. Peran pemerintah islam adalah aspek ekonomi dengan meningkatkan pembiayaan,aspek norma dengan subsidi pendidikan, aspek regulator melalui pelembagaan zakat dan pengurangan bunga, dan aspek sektor riel dengan permudah pajak. Perbandingan antara SBSN dan SBI adalah (a) SBSN menggunakan akad ijarah dan mudharabah mendapatkan bagi hasil dan resiko kecil sebab tidak menggunakan suku bunga sehingga pengusaha bisa memaksimumkan laba. Namun perkembangan di pasar modal syariah rendah. (b)Persamaan SBSN dan SBN untuk utang negara sehingga mendapatkan dana untuk pembangunan dengan ciri-ciri; (1)menggunakan suku bunga untuk patokan, (2)pengelolaan resiko ALM, kegunaan untuk pembangunan dan instrumen trading sama, (3)pertimbangan dan pengelolaan instrumen. (c)Integrasi SBSN dan bank syariah dengan meningkatkan pendalaman keuangan di PUAS adalah Jilbor untuk mengetahui prospek sukuk dan repos untuk dana pihak ke 2 bank syariah. Instrumen SIWA, Fesbi, dll untuk pendalaman PUAS. (d)SUN mempunyai potensi tinggi untuk instrumen utang. Dampak positif mampu menghimpun dana untuk pembiayaan infrastuktur. Dampak negatif adalah (1)resiko bunga tinggi seperti rasio tingkat bunga, rasio pembayaran bunga pada PBD dan anggaran, dan (2)Investor asing menguasi SBSN

Pengaruh zakat dan pajak terhadap perbankan syariah dan sektor usaha. (a)Zakat adalah kewajiban muzaki yang di berikan ke mustahiq untuk meningkatkan keberkahan. Potensi zakat Indonesia mencapai Rp.30 T, namun pemerintah kurang meregulasi zakat di APBN untuk penerimaan negara. (b)Dampak pajak bagi kinerja bank syariah adalah menghambat kinerja bank syariah sebab diberlakukan asas sama dengan konvensional sehingga bank syariah di kenai pajak di bagi hasil, fungsi intermediasi, dan mudaharabah. (c)Ada persamaan antara pajak dan zakat. (1)Fungsi alokasi pajak untuk membangun barang publik dan zakat menjaga permintaan agregat, (2)Fungsi stabilisasi pajak adalah menggunakan kebijakan fiskal ekspansif saat resesi dan zakat adalah penstabil otomatis dengan mencairkan dana saat resesi, (3)Fungsi distribusi pajak melalui transfer *payment* dan pembangunan infrastruktur namun terdapat penentang pajak (*tax avoidance*) secara legal. Untuk zakat dilakukan secara jujur dan efektif memberantas kemiskinan para mustahiq.

Zakat lebih efektif dari Pajak. Potensi zakat peternakan, pertanian, dan perdagangan mampu meningkatkan produktivitas dan keuntungan pengusaha dari pada PPn sebab perhitungan pajak saat pendapatan bersih sementara PPn saat produk akan di jual. Pembayaran zakat profesi dan *included* lebih menguntungkan muzaki. Dampak negatif pajak adalah; (1)insiden pajak yaitu beban sama di tanggung perusahaan dan pegawai, keseimbangan parsial (*partial equirelibium*) yaitu kenaikan pajak tingkatkan pengangguran dan upah bersih kurang, (3)dan analisa umum keseimbangan parsial kompetitif yaitu axoma harga dasar dan tertinggi. Jadi negara perlu optimalkan potensi zakat

Peran Kebijakan Fiskal Meningkatkan Perbankan Syariah adalah melakukan *tax holiday*/pembebasan pajak untuk memperbaiki kinerja bank syariah. Ada 2 mekanisme yaitu pengalihan pajak

bank untuk pembiayaan mikro dan PPh di tanggung pemerintah.

Saran

Untuk meningkatkan perolehan zakat maka muzaki harus amanah mendistribusikannya, dana zakat di gunakan untuk meningkatkan kegiatan usaha di samping meningkatkan konsumsi dan pembangunan infrastruktur, serta meningkatkan sosialisasi ke masyarakat tentang turunan zakat mal. Pemerintah Indonesia harus meningkatkan potensi zakat melalui regulasi zakat yang mewajibkan muslim mengeluarkan zakat dan non muslim mengeluarkan jizyah dan zakat sebagai pemasukan negara. Adanya kesatuan penyaluran zakat oleh BMT dan bank syariah untuk memperkecil biaya administrasi dan memperbesar zakat untuk permodalan mikro UMKM dan dana sosial serta adanya pemanfaatan waqaf uang di masjid untuk kegiatan kredit ritel. Pemerintah harus melakukan integrasi pembiayaan pasar modal ke BMT dengan cara BMT meningkatkan *supply* UMKM yang mempunyai omset tinggi supaya masuk IPO melalui peningkatan pendanaan dan pelatihan manajemen melalui inkubasi bisnis.

DAFTAR RUJUKAN

Safuadi. 2015. *Pembiayaan APBN Dan Perkembangan Perekonomian Terkini: Tantangan Dan Prospek,* Kementrian Keuangan RI. Jakarta.

Karim, A. 2006. *Ekonomi Makro Islam Edisi 2*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Mukhlis, I. 2015. *Dasar Perpajakan Indonesia*. Erlangga, Jakarta.

Sauri, S. 2015. *Pajak dan Zakat di Tinjau dari Trilogi Kebijakan Fiskal*, Fakultas Ekonomi UM, Malang.

Bisnis Syariah: Etika Islam dan Instrumen Keuangan Syariah Sebuah Pendekatan Meta Analisis

Teguh Prasetyo
Yuli Agustina
Trisetia Wijijayanti
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang
Email : gohprasetyo@gmail.com; yuliagustina105@gmail.com; trisetia.w@gmail.com

Abstrak : Bisnis syariah akan berkaitan erat dengan etika Islam. Dalam hal ini juga akan berhubungan erat dengan instrumen yang ada dalam muamalah ekonomi didalamnya. Oleh karena itu keduanya tidak akan dapat dipisahkan. Dalam mengkaji hal tersebut meta analisis digunakan dalam menjelaskan keduanya dalam berbagai penelitian empiris yang sudah dilakukan sebelumnya. Artikel ini berusaha menyajikan review teori dari bebeberapa artikel penelitian yang sudah dilakukan. Sehingga diharapkan akan memberikan kontribusi dalam memahami apa yang dimaksud dengan bisnis syari'ah beserta instrumennya. Hasil dari review teori tersebut dapat disimpulkan bahwa bisnis syari'ah berlandaskan pada sumber Al-Qur'an dan Al-Hadist serta memiliki azas mashlahat tanpa meninggalkan kemanfaatan umat, dengan kata lain sebisa mungkin bisnis yang dijalankan akan memberikan kontribusi kesejahteraan kepada pelaku sekaligus lingkungan, karena pada dasarnya semua diniatkan sebagai wujud ibadah dalam amaliyah ekonomi.

Kata Kunci: *Bisnis Syari'ah, Etika Islam, Instrumen Keuangan, Meta Analisis.*

Akhir-akhir ini perkembangan Bisnis yang berbasis syariah begitu cepat. Hal ini juga diikuti dengan berbagai penelitian seputar aktifitas syariah dilingkup manajemen. Misalnya, *the Islamic financial institutions* (IFIs) yang secara praktis aktivitasnya adalah mengelola keuangan syariah, IFIs sendiri sudah berada diberbagai negara. Sedangkan pendiriannya adalah pada tahun 1970 *IFIs* yang didirikan di Mesir dan kemudian berkembang serta menyebar dari Eropa sampai dengan USA (Garas dan Pierce, 2010). Kemudian masih menurut Garas dan Pierce (2010) adalah *The Islamic Financial Standard Board* (IFSB, 2009) yang berada di Negara Malaysia yang memiliki tugas untuk lebih fokus dalam membuat regulasi serta standar pengawasan pada institusi keuangan syariah. Menurut Al-Suhaibani dan Naifar (2014) pegawasan maupun aturan akan memberikan dampak positif dalam melakukan penegelolaan yang baik dalam sebuah pasar keuangan yang berbasis syariah sehingga akan membantu dalam proses *risk-sharing* atau *risk-shifting* khususnya pada pasar keuangan yang sedang berkembang (*emerging market*) serta menghadapi sebuah krisis.

Sedangkan menurut Rice (1999) semua peraturan maupun pengawasan tidak lain adalah upaya menciptakan keharmonisan dalam

mengelola sebuah manajemen bisnis. Oleh karena itu etika diperlukan untuk agen dalam melakukan pengelolaan maupun pengawasan sehingga mencapai apa yang disebut tujuan perusahaan. Etika sendiri berasal dari kultur yang mana sangat dipengaruhi lingkungan seorang tersebut berada. Sehingga etika didapatkan dari kebiasaan yang menjadi nilai dalam diri seseorang. Dengan kata lain seharusnya bisnis yang berlandaskan etika tentu akan lebih bernilai serta terjaga kesinambungannya. Atas dasar tersebut artikel ini bertujuan untuk membahas apakah yang dimaksud dengan etika Islam dan apakah instrumen kuangan syariah itu.

PEMBAHASAN

1. Etika Islam

Etika Islam sendiri bersumber pada Al-Qur'an dan Al-Hadist yang mana telah diwahyukan Allah Shubhanahu Ta'ala serta disampaikan oleh Nabi Muhammad Shalallahu'alaihi Wassalam. Keduanya merupakan pegangan manusia dalam menjalani *amaliyah* kehidupan. Esensinya adalah manusia hidup dalam menjalani kehidupan tidaklah semata untuk mencari keuntungan duniawi melainkan untuk tujuan ukhrowi. Al-Qur'an dan Al-Hadist adalah sumber hukum dan pedoman kehidupan. Hal ini juga termasuk dalam menjalankan *amaliyah* ekonomi serta bisnis agar terjadi keseimbangan antara kebutuhan materi dan kebutuhan spiritual (Chapra, 1992).

Lebih jauh, penelitian seperti yang dilakukan oleh Cowton (1994) mengenai Investasi etis memberikan penjelasan bahwa investasi etis sendiri merupakan kegiatan investasi yang menitikberatkan unsur etika dan sosial untuk mengelola portofolio investasi. Kemudian Hussein (2004) menjelaskan bahwa instrumen keuangan yang berupa reksadana etis adalah reksadana yang mengeluarkan saham-saham tertentu karena alasan nonetis. Sedangkan sejarah investasi etis pertama kali diprakarsai oleh beberapa lembaga keagamaan dalam menghindari beberapa sektor usaha yang dianggap tidak sesuai dengan etika, seperti perjudian, alkohol dan rokok (Murninghan, 1992).

Menurut Lewis dan Algaoud (2005) Investasi Etis dalam perbankan syariah dihadapkan dengan tambahan atas modal yang ditanamkan. Hal ini akan memberikan tambahan *Usury* (Riba), sehingga dalam amaliyah perdagangan mendorong kaum muslim untuk senantiasa terjebak dan merelakan modal pokok mereka untuk debitur yang tidak mampu melunasinya. Hal ini jika dikaji dari pandangan Al-Qur'an sangatlah bertentangan seperti pada QS (3:130) yang mana Allah SWT berfirman: "*Hai orang-orang yang beriman janganlah kalian memakan riba dan yang hal yang melipatgandakannya, bertqwalah pada Allah agar kalian beruntung*". Ditinjau dari etis, di Indonesia MUI telah mengeluarkan beberapa kriteria lembaga perbankan yang berbasis syariah. Kriteria itu diantaranya yang telah dikeluarkan adalah sebagai berikut ini.

A. Tidak melakukan kegiatan usaha sebagai berikut:

1. Perjudian dan permainan yang tergolong judi;
2. Perdagangan yang dilarang menurut syariah, antara lain:

(a) Perdagangan yang tidak disertai dengan penyerahan barang/jasa;

(b) Perdagangan dengan penawaran/permintaan palsu;

3. Jasa keuangan ribawi, antara lain:
   (a) Bank berbasis bunga;
   (b) Perusahaan pembiayaan berbasis bunga;
4. Jual beli risiko yang mengandung unsur ketidakpastian (gharar) dan/atau judi (maisir), antara lain asuransi konvensional.

B. Memenuhi rasio-rasio keuangan sebagai berikut:

1. Total utang yang berbasis bunga dibandingkan dengan total aset tidak lebih dari 45% (empat puluh lima per seratus); atau
2. Total pendapatan bunga dan pendapatan tidak halal lainnya dibandingkan dengan total pendapatan usaha (*revenue*) dan pendapatan lain-lain tidak lebih dari 10% (sepuluh per seratus).

Menurut Hanafi dan Syafiq (2012) Meskipun ada perkembangan investasi etis yang pesat, kontroversi sekitar investasi etis terus terjadi. Pendukung investasi etis berpendapat bahwa etika bisa menjadi sumber kekuatan perusahaan. Perusahaan yang etis, yang mempunyai *corporate governance* yang baik, yang memperhatikan isu-isu sosial, diharapkan mempunyai kekuatan-kekuatan tertentu yang bisa mendorong kinerja perusahaan. Sebagai contoh, perusahaan tersebut diharapkan mempunyai reputasi yang bagus di mata *stakeholders* (konsumen, pasar keuangan), sehingga bisa menjual produknya lebih baik, atau memperoleh pendanaan yang lebih murah. Pengelolaan perusahaan tersebut juga akan lebih baik, dan perusahaan yang dikelola dengan baik akan cenderung lebih optimal (efektif dan efisien) dalam menggunakan sumberdayanya.

Lebih jauh, Bukti-bukti empiris penelitian menegenai bisnis etis masih menunjukkan kontroversi. Sebagian besar hasil penelitian empiris cenderung menunjukkan tidak adanya perbedaan antara investasi etis dengan konvensional (Luther et al, 1992; Mallin et al, 1995; Sauer, 1997; Statman, 2000) dalam Hanafi dan Syafiq (2012). Seperti halnya bukti empiris yang ditemukan oleh Rahman (2010) yang menemukan bahwa monitoring dibutuhkan agar tidak terjadi *asymmetric information* sehingga dalam kegiatan yang tidak adanya monitoring masih terjadi *moral hazard* dalam melakukan kegiatan pembiayan *mudharabah*. Hal ini sejalan dengan firman Allah Shubhanahu Ta'ala "*Sungguh dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meinta kambingmu itu untuk (ditambahkan) kepada kambingnya. Memang banyak orang-orang brsekutu itu berbuat zalim kepada orang lain. Kecuali orang yang beriman dan berbuat kebaikan, dan hanya sedikitlah yang bebuat seperti itu"* (QS. 38:24).

Sehingga dalam bermuamalah yang berlandaskan etika Islam selain memahami kandungan Al Qur'an juga memiliki keimanan serta hati nurani yang bersih serta jujur agar terhindar dari kegiatan yang bertolak belakang dengan etika Islam sendiri. Dengan demikian apabila dalam melakukan bagi hasil (*Qiradh*) tidak dijumpai riba maupun kecurangan yang bias merugikan kedua belah pihak atau saling curiga mencurigai (*Moral Hazard*). Etika Islam yang menunjukkan kepedulian sesama dalam komunitas musilm adalah zakat. Zakat

sendiri merupakan perintah Allah dalam Al Qur'an yang berbunyi "*Ambillah zakat dari harta mereka guna membersihkan dan menyucikan mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu menumbuhkan ketrentraman jiwa bagi mereka. Allah Maha mendengar lagi Maha Mengetahui*" (QS 9:103).

Hal tersebut mendukung hasil peneiltian Naqvi (1981) yang menemukan bahwa kegiatan zakat ini adalah bagian dari pada etika Islam dalam kegiatan ekonomi (*Muamalah*). Lebin lanjut etika *muamalah* dalam Islam juga dijelaskan dari kitab Hadist *Arbain-Nawawi* yang ke sepuluh yaitu Dari Abu Hurairah Radiallohu'anha dia berkata Rosululloh Shalallahu'alaihi Wassalam bersabda: *"……Wahai orang-orang yang beriman makanlah yang baik-baik dari apa yang Kami rezekikan kepada kalian….."* (HR Muslim).

2. Instrumen Keuangan Syariah

Kontrak Keuangan Syari'ah

Aktivitas ekonomi dalam sistem ekonomi manapun dapat dilihat sebagai kontrak (akad) antara pelaku-pelaku ekonomi. Instrumen keuangan juga merupakan akad, di mana syarat dan kondisinya akan menentukan risiko dan profil keuntungan instrumen tersebut. Konsep, isi dan aplikasi seluruh struktur inti Hukum Ilahi dalam Islam bersifat kontraktual. Sebuah kontrak dianggap legal dan berkekuatan hukum oleh syari'ah jika pasal kontrak tersebut bebas dari semua yang dilarang atau diharamkan.

Sistem ekonomi Islam memiliki serangkaian kontrak inti, yang berfungsi sebagai landasan bagi pendesainan instrumen keuangan yang lebih rumit dan kompleks. Tidak ada klasifikasi kontrak baku dalam sistem hukum Islam, akan tetapi dari sudut pandangan bisnis dan komersial, seseorang dapat mengelompokkan kontrak tertentu sesuai dengan fungsi dan tujuannya dalam ekonomi dan sistem keuangan. Kontrak yang berhubungan dengan transaksi komersial dan bisnis dapat diklasifikasikan ke dalam empat kategori besar yaitu:

a. Kontrak Transaksional

Kontrak transaksional berhubungan dengan sektor transaksi ekonomi riil yang memfasilitasi pertukaran, penjualan, dan perdagangan komoditas dan jasa. Inti kontrak transaksional didasarkan pada aktivitas perdagangan atau pertukaran. Pertukaran dapat berbasis *on the spot* atau berjangka (*deffered*) dan dapat berupa pertukaran komoditas dengan komoditas, jual beli barang dengan harga tertentu, atau jual beli dengan utang. Berbagai kontrak ini menciptakan aset, yang bisa menjadi basis peluang pendanaan dan investasi. Karena itu pertukaran ini membentuk inti sistem ekonomi dan keuangan yang lebih luas.

Islam sangat menganjurkan berdagang dan memberikan prioritas kepada aktivitas perdagangan dibandingkan bentuk bisnis lain. Perdagangan yang dimaksud bukan hanya memperdagangkan aset fisik tetapi juga memperdagangkan hak untuk menggunakan aset fisik. Karena itu kontrak dasarnya adalah kontrak pertukaran, penjualan aset atau penjualan hak untuk menggunakan aset. Kontrak pertukaran dan

penjualan menimbulkan pengalihan kepemilikan, sedangkan kontrak penggunaan aset hanya mengalihkan hak untuk menggunakan barang dari satu pihak ke pihak lain.

b. Kontrak Pembiayaan

Kontrak pembiayaan (*financing contract*) menawarkan jalan untuk menciptakan dan memperluas kredit, memfasilitasi pembiayaan kontrak transaksional, dan memberikan saluran untuk pembentukan kapital dan mobilisasi sumber daya antara investor dan pengusaha. Ciri utama kontrak pembiayaan adalah tidak adanya kontrak utang. Kontrak pembiayaan dimaksudkan untuk pendanaan kontrak transaksional dalam bentuk *trade finance* (pembiayaan perdagangan) atau *asset-backed securities* (sekuritas berbasis aset), atau menyediakan modal melalui *equity partnership* (kemitraan dalam modal) yang dapat diwujudkan dalam beberapa bentuk seperti kemitraan, penyetaraan kepemilikan atau kemitraan lainnya.

Jika dilihat dari perspektif risiko relatifnya, pada salah satu ujung kontinum risiko sistem tersebut menawarkan sekuritas dengan aset risiko rendah, dan pada ujung kontinum satunya ia akan mempromosikan pembiayaan ekuitas berisiko, seperti modal ventura dan ekuitas privat. Di antara kedua ujung kontinum ini, ada sekuritas yang berasal dari kontrak *ijarah* dan *istishna* yang dikaitkan dengan aset riil yang dapat memuaskan kebutuhan investor yang mencari jatuh tempo pendek dan menengah.

c. Kontrak Intermediasi

Kontrak intermediasi adalah kontrak yang memfasilitasi pelaksanaan kontrak transaksional dan finansial yang efisien dan transparan. Kontrak ini memberikan kepada agen ekonomi seperangkat alat untuk melaksanakan intermediasi keuangan sekaligus menawarkan jasa profesional (*fee based*) untuk aktifitas ekonomi. Kontrak intermediassi mencakup *mudharabah* (kontrak dengan perwalian), *musyarakah* (penyertaan modal), *kafalah* (penjaminan), *amanah* (kepercayaan), *takaful* (asuransi), *wakalah* (agensi), *jo'ala* (jasa profesional).

Dalam kontrak *mudharabah*, agen ekonomi dengan modal (pemilik modal) dapat menjalin kemitraan dengan agen akonomi lain yang memiliki keterampilan dengan perjanjian bagi hasil. Walaupun kerugian ditanggung pemilik modal, *mudharib* dapat bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh perbuatan tidak pantas atau pengacuhan pada pihaknya. Kontrak mudharabah dan musyarakah merupakan hal penting dalam penciptaan kredit dan modal, namun kontrak lain seperti *wakalah, jo'ala*, dan *rahn* memainkan peran penting dalam memberikan jasa ekonomi penting yang bisa ditawarkan oleh intermediator finansial konvensional.

d. Kontrak Kesejahteraan Sosial

Kontrak kesejahteraan sosial ialah kontrak antara individu dan masyarakat untuk memberikan kesejahteraan dan kebahagiaan bagi mereka yang kurang mampu. Walaupun fasilitas kontrak kesejahteraan adalah di luar cakupan intermediasi, namun intermediasi dapat menawarkan layanan masyarakat dengan menginstusionalisasikan kontrak kesejahteraan sosial.

Instrumen Keuangan Syari'ah Primer

Berdasarkan teori akad sebagaimana dijelaskan, dapat diformulasikan kontrak-kontrak keuangan yang kemudian dikenal dengan instrumen keuangan syari'ah

a. Mudharabah

Mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara *shahibul maal* (pemilik dana) dan *mudharib* (pengelola) dengan nisbah bagi hasil menurut kesepakatan di muka. Jika usaha mengalami kerugian, maka seluruh kerugian ditanggung oleh pemilik dana, kecuali ditemukan adanya kelalaian atau kesalahan oleh pengelola dana. Seperti penyelewengan, kecurangan dan penyalahgunaan dana.

Mudharabah terdiri dari dua jenis, yaitu *Mudharabah Muthlaqah*(investasi tidak terikat) dan *Mudharabah Muqayyah* (investasi terikat).*Mudharabah Muthlaqaah* adalah mudharabah di mana pemilik dana memberikan kebebasan kepada pengelola dana dalam mengelola investasinya. *Mudharabah Muqayyah* adalah mudharabah di mana pemilik dana memberikan batasan kepada pengelola dana mengenai tempat, cara, dan obyek investasi.

b. Musyarakah

Musyarakah adalah akad kerjasama di antara para pemilik modal yang mencampurkan modalnya untuk tujuan mencari keuntungan. Dalam *musyarakah*, mitra dan bank sama-sama menyediakan modal untuk membiayai suatu usah tertentu, baik yang sudah berjalan maupun yang baru. Selanjutnya mitra dapat mengembalikan modal tersebut berikut bagi hasil yang telah disepakati secara bertahap atau sekaligus kepada bank.

Pembiayaan *Musyarakah* da pat diberikan dalam bentuk kas, setara kas, atau aktiva non kas, termasuk aktiva tidak berwujud, seperti lisensi dan hak paten. Laba *musyarakah* dibagi di antara para mitra dan bank secara proporsional sesuai dengan modal yang disetorkan (baik kas maupun aktiva lainnya) atau sesuai dengan nisbah yang disepakati oleh semua mitra. Sedangkan rugi dibebankan secara proporsional sesuai dengan modal yang disetorkan (baik berupa kas maupun aktiva lainnya).

Musyarakah dapat bersifat musyarakah permanen maupun menurun. Dalam musyawarah permanen, bagi modal setiap mitra ditentukan sesuai akad dan jumlahnya tetap hingga akhir masa akad. Sedangkan musyarakah menurun, bagian modal bank akan menurun dan pada akhir masa akad

mitra akan menjadi pemilik usaha tersebut.

c. Murabahah

Murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual maupun pembeli. Murabahah dapat dilakukan berdasarkan pesanan maupun tanpa pesanan. Dalam murabahah berdasarkan pesanan, bank melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari nasabah.

Murabahah berdasarkan pesanannya dapat bersifat mengikat atau tidak mengikat nasabah untuk membeli barang yang dipesannya. Dalam murabahah pesanan mengikat pembeli tidak dapat membatalkan pesanannya. Apabila aktiva murabahah yang telah dibeli bank (sebagai penjual) dalam *murabahah* pesanan mengikat mengalami penurunan nilai sebelum diserahkan kepada pembeli maka penurunan nilai tersebut menjadi beban penjual (bank) dan penjual akan mengurangi nilai akad.

Pembayaran *murabahah* da pat dilakukan secara tunai maupun cicilan. Selain itu, dalam murabahah juga diperkenankan adanya perbedaan dalam harga barang untuk cara pembayarannya yang berbeda. Bank dapat memberikan potongan apabila nasabah mempercepat pembayaran cicilan atau, serta melunasi piutang murabahah sebelum jatuh tempo.

Harga yang disepakati dalam murabahah adalah harga jual sedangkan harga beli harus diberitahukan. Jika bank mendapatkan potongan dari pemasok, maka potongan itu merupakan hak nasabah. Apabila potongan tersebut terjadi setelah akad, maka pembagian potongan tersebut dilakukan berdasarkan perjanjian yang dibuat dalam akad.

Bank dapat meminta nasabah untuk menyiapkan agunan atas piutang murabahah, antara lain dalam bentuk barang yang telah dibeli dari bank. Bank dapat meminta urban kepada nasabah sebagai uang muka pembelian pada saat akad apabila kedua belah pihak bersepakat.

Apabila nasabah tidak dapat memenuhi piutang murabahah sesuai dengan yang diperjanjikan, bank berhak mengenakan denda kecuali jika dapat dibuktikan bahwa nasabah tidak mampu melunasi. Denda diterapkan bagi nasabah yang mampu yang menunda pembayaran. Denda tersebut didasarkan pada pendekatan *ta'zir* yaitu untuk membuat nasabah lebih disiplin terhadap kewajibannya. Besarnya denda sesuai yang diperjanjikan dalam akad dan dana yang berasal dari denda diperuntukan sebagai dana sosial (*qardhul hasan*).

d. Alam dan Salam Paralel

Salam adalah akad jual beli *muslam fiih* (barang pesanan) dengan penangguhan pengiriman oleh *muslam alaihi* (penjual) dan pelunasannya dilakukan segera oleh pembelian sebelum barang pesanan tersebut diterima sesuai dengan syarat-syarat tertentu.

Rukun salam adalah sebagai berikut: Ada si penjual dan si

pembeli, Ada barang dan uang, Ada sighat (lafaz akad).

Adapun syarat-syarat salam meliputi: Uangnya hendaklah dibayar di tempat akad. Barangnya menjadi utang bagi si penjual. Barangnya dapat diberikan sesuai dengan waku yang dijanjikan. Barang tersebut hendaklah jelas ukurannya, baik takaran, timbangan ataupun bilangannya. Disebutkan tempat menerimanya.

Bank dapat bertindak sebagai pembeli atau penjual dalam suatu transaksi salam. Jika bank bertindak sebagai penjual kemudian memesan kepada pihak lain untuk menyediakan barang pesanan dengan cara salam maka hal ini disebut salam paralel. Salam paralel dapat dilakukan dengan syarat: Akad kedua antara bank dan pemasok terpisah dari akad pertama antara bank dan pembeli akhir. Akad kedua dilakukan setelah akad pertama sah.

e. Istishna dan Istishna Paralel

Istishna adalah akad jual beli antara *al-mustashni* (pembeli) dan *as-shani*(produsen yang juga bertindak sebagai penjual). Berdasarkan akad tersebut, pembeli menugasi produsen untuk menyediakan *al-mashnu* (barang pesanan) sesuai spesifikasi yang disyaratkan pembeli dan menjualnya dengan harga yang sudah disepakati. Cara pembayaran dapat dilakukan dengan pembayaran di muka, cicilan, atau ditangguhkan sampai jangka waktu tertentu.

Bank dapat bertindak sebagai pembeli atau penjual dalam suatu transaksi*istishna'*. Jika bank bertindak sebagai penjual kemudian memesan kepada pihak lain (sub-kontraktor) untuk menyediakan barang pesanan dengan cara istishna' maka hal ini disebut *istishna paralel*. Istishna paralel dapat dilakukan dengan syarat: Akad kedua antara bank dan sub-kontraktor terpisah dari akad pertama dari bank dan pembeli akhir. Akad kedua dilakukan setelah akad pertama sah.

f. Ijarah dan Ijarah Muntahiyah Bittamlik

Kata *ijarah* diderivasi dari bentuk *fi'il: ajara - ya'juru - ajran". Ajran* semakna dengan kata *al-awadh* yang mempunyai arti ganti atau upah, dan dapat juga berarti sewa. Dengan kata lain *ijarah* adalah akad sewa menyewa antara pemilik *ma'jur* (obyek sewa) dan *musta'jir* (penyewa) untuk mendapatkan imbalan atas obyek sewa dan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas obyek sewa yang disewakannya.

Ijarah muntahiyah bittamlik adalah akad sewa menyewa antara pemilik obyek sewa dan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas obyek sewa yang disewakannya dengan opsi perpindahan hak milik obyek sewa pada saat tertentu sesuai dengan akad sewa.

g. Wadiah

Wadiah adalah titipan nasabah yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat apabila nasabah yang bersangkutan menghendaki, bank bertanggung jawab atas pengembalian titipan. *Wadiah* dibagi atas *wadiah yad-*

mudhamanah dan wadiah yad-amanah. Wadiah yad-mudhamanah adalah titipan yang selama belum dikembalikan kepada penitip dapat dimanfaatkan oleh penerima titipan. Apabila dari hasil pemanfaatan tersebut diperoleh keuntungan maka seluruhnya menjadi hak penerima penitipan. Sedangkan dalam prinsip *wadiah yad-amanah*, penerima titipan tidak boleh memanfaatkan barang titipan tersebut samai diambil kembali oleh penitip.

h. Qardh dan Qardh Hasan

Pinjaman *qardh* adalah penyediaan dana atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara peminjam dan pihak yang meminjamkan kewajiban peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu.*Qardh hasan* adalah pinjaman tanpa jaminan yang memungkinkan peminjam untuk menggunakan dana tersebut selama jangka waktu tertentu dan mengembalikan dalam jumlah yang sama pada akhir periode yang disepakati.

i. Sharf

Sharf adalah transaksi jual beli dengan komoditi berupa alat pembayaran *(nuqud),* atau mata uang (suatu valuta dengan valuta lainnya). Transaksi valuta asing pada Bank Syariah (di luar jual beli *banknotes*) hanya dapat dilakukan dengan tujuan lindung nilai (*hedging*) dan dibenarkan untuk tujuan spekulatif. Selisih penjabaran aktiva dan kewajiban valuta asing dalam rupiah (revaluasi) diakui sebagai pendapatan atau beban.

j. Wakalah

Wakalah adalah akad pemberian kuasa dari *muwakil* (pemberi kuasa/ nasabah) kepada *wakil* (penerima kuasa/ bank) untuk melaksanakan suatu *taukil* (tugas) atas nama pemberi kuasa. Akad wakalah tersebut dapat digunakan antara lain dalam pengiriman transfer, penagihan utang baik melalui kliring maupun inkaso, dan realisasi L/C.

k. Kafalah

Kafalah adalah kemestian seseorang yang diperbolehkan mengelola hartanya sendiri untuk menunaikan suatu hak yang diwajibkan kepada seseorang atau kemestian menghadirkannya ke hadapan hakim (pengadilan). Pengertian kafalah *al-khafalah*menurut bahasa berati *al-dhaman* *(*jaminan), *hamalah* (beban) dan *za'amah* (tanggungan). Menurut Sayyit Sabiq, yang dimaksud dengan *al-khafalah* adalah proses penggabungam tanggungan *kafil* menjadi beban *ashil* dalam tuntunan dengan benda (materi) yang sama, baik utang, barang, maupun pekerjan. *Kafalah* adalah akad pemberian pinjaman yang diberikan oleh *kafil* (penerima jaminan) dan pinjaman tertanggung jawab atas pemenuhan kembali suatu kewajiban yang menjadi hak penerima jaminan.

l. Hiwalah

Hiwalah adalah pemindahan pengalihan hak dan kewajiban baik dalam bentuk pengalihan piutang maupun hutang, dan jasa pemindahan/ pengalihan dana dari satu orang ke orang lain atau satu pihak ke pihak lain.

Instrumen Keuangan Syari'ah Sekunder

Instrumen keuangan syari'ah sekunder banyak diaplikasikan pada lembaga keuangan dalam bentuk pasar modal. Instrumen keuangan sekunder merupakan instrumen turunan dari instrumen keuangan primer. Ada berbagai macam instrumen pasar modal, menurut Obaidullah instrumen penting yang dapat diperdagangkan sebagai hasil pemikiran menurut hukum Islam, di antaranya adalah sebagai berikut :

a. Dana Mudharabah (*Mudharabah Fund*)

Dana Mudharabah merupakan instrumen keuangan bagi investor untuk pembiayaan bersama proyek besar berdasarkan prinsip bagi hasil. Instrumen ini diperbolehkan menurut hukum Islam.

b. Saham Biasa Perusahaan (*Common Stock*)

Saham biasa yang diterbitkan oleh perusahaan yang didirikan untuk kegiatan bisnis yang sesuai dengan Islam diperbolehkan.

c. Obligasi Muqaradah (*Profit Sharing Bond*)

Obligasi ini diterbitkan untuk pembiayaan proyek yang menghasilkan uang atau proyek yang terpisah dari kegiatan umum perusahaan.

d. Obligasi Bagi Hasil (*Profit Sharing Bond*)

Obligasi yang diterbitkan oleh perusahaan yang aktivitas bisnisnya sesuai dengan syariah Islam dan berdasarkan prinsip bagi hasil jenis ini diperbolehkan.

e. Saham Preferen (*Preferred Stock*)

Saham ini memiliki hak-hak istimewa seperti deviden tetap dan prioritas dalam likuidasi. Karena ada unsur pendapatan tetap (seperti bunga), maka dilarang menurut hukum Islam.

Pengembangan Instrumen Keuangan Syari'ah

Di samping adanya instrumen-instrumen keuangan utama, maka perkembangan ke depan perlu pemikiran lebih jauh adanya instrumen-instrumen keuangan lainnya sebagai bahan kajian dalam hukum Islam, yaitu: *Option. Future contract, Forward Purchased, Interest Rate Cap*

a. *Forward Rate Agreement, Repo Rate (Repurchase Agreement*.

Berikut ini adalah beberapa sekuritas yang diperbolehkan atau dengan catatan-catatan sebagai berikut:

1. Saham (Ekuitas atau *Shares*)

Investasi pada saham sudah seharusnya menjadi preferensi bagi para investor muslim, yaitu untuk menggantikan investasi pada *interest yielding bonds* atau sertifikat deposito, walupun jika kemudian dinyatakan oleh fikih klasik bahwa ekuiti tidak bisa dipersamakan dengan instrumen keuangan Islami, seperti kontrak mudharabah atau musyarakah. Ekuiti dapat dijual kapan saja pada pasar sekunder tanpa memerlukan persetujuan dari perusahaan yang mengeluarkan saham. Sementara mudharabah dan musyarakah

ditetapkan berdasarkan persetujuan *shahibul mal* (investor) dan perusahaan sebagai *mudharib*.

2. Pasar Sekunder Islami

Diperbolehkannya jual beli saham sesuai dengan harga pasar, memungkinkan terjadinya jual beli saham di bursa efek sebagai pasar sekunder. Pasar modal adalah sarana untuk proses alokasi modal. Selain itu, pasar modal juga berfungsi sebagai penilai kontinu terhadap nilai sebuah perusahaan. Dalam literatur keuangan, pasar modal yang efisien harus menyediakan likuiditas dengan biaya transaksi minimum sebagai syarat terbentuknya efisiensi harga. Harga yang seharusnya mencerminkan nilai intrinsik suatu perusahaan. Pasar modal yang rasional adalah terjadinya perilaku rasional dalam harga saham sesuai dengan tingkat deviden dan ekspektasi yang wajar.

3. Margin Trading

Margin trading adalah aktivitas penjualan kredit. Penjualan saham secara margin, maka para investor diperlukan untuk mempunyai deposit pada *broker* yang nilainya merupakan persentase tertentu dari saham yang akan dibeli. Selanjutnya *broker*meminjamkan dulu dananya untuk membeli saham yang diminta. Bentuk kontrak dalam Islam yang dapat disejajarkan dengan *margin trading* adalah *bai-muajjal* atau *bai murabahah*, yang dibenarkan dalam Islam. Walaupun demikian, ada catatannya bahwa meskipun kontrak ini diperbolehkan. Yaitu penggunaanya secara luas tidak dianjurkan, karena khawatir akan membuka kembali pintu bagi spekulasi atau judi pada jual-beli saham. Disebabkan para spekulan mempunyai peluang untuk mengembangkan operasinya dengan sekadar *margin requirement* yang rendah.

4. Islamic Bonds

Islamic bonds (*muqaradah bond*) diajukan sebagai alternatif pengganti *interest-bearing bonds*. Instrumen keuangan ini sudah mendapatkan pengesahan dari IOC Academy di Yordan. *Islamic bonds* dikeluarkan perusahaan dengan tujuan pendanaan proyek tertentu yang dijalankan perusahaan. Proyek ini sifatnya terpisah dengan aktivitas umum perusahaan. Keuntungannya didistribusikan secara periodik berdasarkan persentase tertentu yang telah disepakati. Persentase ini merupakan rasio pembagian keuntungan, sehingga menggunakan basis *profit-loss sharing*. Kontrak ini juga menyediakan pembayaran *bond* pada saat jatuh temponya.

5. Pasar Sekunder untuk Bonds

Perdagangan obligasi di pasar sekunder mengemuka untuk tujuan likuiditas (*as-suyulah*). Hampir semua *Islamic bonds* dibeli untuk investasi jangka panjang sampai jatuh tempo. *Trading* tetap terjadi, namun hanya pada jatuh tempo dengan harga pada*par*, sama dengan nominal yang tertera pada *shahdah al-dayn* (sertifikat obligasi). *Islamic bonds* tidak diperbolehkan dalam Islam karena di dalamnya terdapat jual-beli utang. Hal yang demikian adalah riba. Utang adalah tetap utang, meskipun di dalamnya ditunjang dengan *underlying asset*-nya.

6. Derivative dalam Perspektif Syariah

Derivatives merupakan salah satu bentuk rekayasa keuangan dalam mendesain strategi dan solusi inovatif untuk menjamin risiko. Hal yang banyak digunakan di antaranya adalah *forward/future* dan *options*. *Forward* adalah kontrak untuk membeli atau menjual suatu aset di masa depan dengan harga yang ditetapkan untuk disepakati. Sedangkan *option* adalah hak dan bukan kewajiban untuk membeli atau menjual *underlying asset* dengan harga dan waktu penyerahan yang disepakati.

Menurut Vogel dan Hayes (1998) mengklasifikasikan instrumen-instrumen derivatif sebagai *questionable* dalam syari'ah Islam. Belum ada konsensus di kalangan ulama mengenai hal ini. Kebanyakan ulama berpendapat melarang derivatif dengan dasar di dalamnya ada unsur *gharar*. Sementara yang lain berpendapat bahwa derivatif justru dimanfaatkan untuk menangkal gharar sebagai bentuk manajemen risiko.

Ditemukan atau tidak konsensus mengenai instrumen kauangan derivatif ini, semuanya adalah dirujukan pada kebutuhan manajemen risiko. Yaitu semua itu dilakukan untuk *hedging*, yaitu menutup risiko dari fluktuasi harga, dan bukan untuk spekulasi ataupun arbritase.

Instrumen "credit risk" dalam keuangan syariah

Instrumen keuangan dalam kasus ini secara tidak langsung berhubungan dengan risiko yang melekat dalam instrumen tersebut. Dengan kata lain risiko disini diartikan dalam risiko kredit yang dapat dikatakan sebagai sebuah eksposur terjadinya kerugian kredit atau instrument kredit lainnya (Gastineau and Kritzman 1999). Bagaimanapun, dalam kasus definisi diatas masih kurang mewakili definisi dalam arti risiko kredit yang terjadi dalam perbankan berbasis syariah (*Islamic Bank*). Jenis pembiayaan yang berbeda digunakan oleh Bank syariah dalam kegiatan sruktur pembiayaannya. Dalam proses pembiayaan hutang bank syariah hanya fokus pada instrumen pendanaan dalam lingkup bagi hasil dan berbagi kerugian (*Sharing-Profit* dan *Loss-Sharing*) menurut Zakaria dan Rahman (2015) ini juga disebut sebagai *instrument Non-Profit and Loss Sharing* (PLS). Dalam kasus risiko kredit ketika *mudharib* atau agen melakukan kejahatan dalam melakukan pelanggaran bersama dalam sebuah proyek yang dikerjakan bersama-sama sistem PLS diharapakan dapat menjadi variabel pengendali. Sedangkan dalam pengertian lain, menurut Astrom (2013) dalam artikelnya mengatakan bahwa pendanaan dengan Sistem PLS akan memiliki potensi adanya kerugian dalam menjalankan usaha atau bisnis akibat dari kelalaian agen (*mudharib*) ataupun *partner*.

1. Etika Islam, Istrumen Keuangan Syariah dan Lingkupnya

Gambar 1 tentang *Quadran Bisnis Syari'ah* diatas dapat dijelaskan bahwa stiap amaliyah khususnya bidang ekonomi yang termaktub dalam kegiatan bisnis akan secara tidak langsung berpedoman pada sumber hukum, dimana dalam kajian bisnis syariah sumber dan dasar yang dijadikan rujukan adalah Al-Qur'an dan Al-Hadist. Sedangkan dalam perkembangannya akan di lengkapi

dengan fiqh muamalah, dimana *fiqh muamalah* tidak akan bias berjalan secara kesinambungan tanpa adanya pemahaman terhadap *ushul fiqh*. Etika Islam dalam quadran tersebut merupakan juga irisan yang tak terpisahkan dari sumber hukum utama, *fiqh* baik *muamalah* maupun *ushul fiqh* yang seyogyanya akan memberikan kesimbangan amaliyah bisnis syari'ah dalam mewujudkan kesejahteraan berlandaskan iman serta kejujuran dalam menghasilkan kebaikan bersama (*kemaslahatan*).

Hasil penelitian Lewis dan Algaoud (2005) menerangkan bahwa Investasi Etis dalam perbankan syariah dihadapkan dengan tambahan atas modal yang ditanamkan. Hal ini akan memberikan tambahan *Usury* (Riba), tentu jika melihat *Quadran t*ersebut bisa dipastikan kegiatan ini menghilangkan instrumen *fiqh* yang tentu bersumber pada Qur'an dan Hadist. Lain dengan Chapra (1992) bahwa dalam menjalankan *amaliyah* ekonomi serta bisnis diperlukan pedoman syari'ah agar terjadi keseimbangan antara kebutuhan materi dan kebutuhan spiritual.

Menurut Rahman (2010) dalam penelitiannya menemukan bahwa monitoring dibutuhkan agar tidak terjadi *asymmetric information* sehingga dalam kegiatan yang tidak adanya monitoring masih terjadi *moral hazard* dalam melakukan kegiatan pembiayaan *mudharabah*. Secara etis penemuan ini dapat dijelaskan bahwa selain *fiqh syari'ah*, peranan *agen* atau pengelola manajemen sangatlah utama dalam melakukan kegiatan pengawasan agar syari'ah dapat benar-benar dijalankan.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Pada dasarnya bisnis syariah harus mengacu pada landasan utama yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadist. Dalam melaksanakan *amaliyah* dan bermuamalah bisnis syariah senantiasa mengikuti perkembangan *fiqh muamalah* serta sekiranya memahami *ushul fiqh* didalamnya. Etika Islam memilki peranan yang sangat penting, karena secara etis kegiatan bisnis syari'ah harus memiliki tujuan untuk kemaslahatan ekonomi baik untuk Islam maupun untuk seluruh lapisan mayarakat ekonomi pada umumnya. Dengan demikian apa yang diharapkan seperti yang termaktub dalam Al-Qur'an dan Al- Hadist dapat terwujud.

Hal ini tentu akan berjalan dengan baik apabila antara iman, kejujuran tidak begitu saja ditinggalkan, serta tidak saling lalai dalam menjalankan bisnis syariah. Karena bisnis syariah haruslah senantiasa etis dengan menempatkan niat dalam menjalankan etika Islam dalam kegiatan bisnis semata-mata untuk menolong antara sesama untuk mencapai kemakmuran ekonomi serta meraih pahala untuk akherat. Sehingga, terciptalah keseimbangan antara kebutuhan bisnis dengan kebutuhan akhirat.

Saran

Keberadaan lembaga yang benar-benar menjunjung tinggi bisnis syariah sangatlah penting untuk dapat memberikan produk-produk syariah yang benar-benar sesuai dengan Al Quran dan Al Hadist. Peraturan-peraturan juga harus dibuat sesuai

dengan pedoman yang benar agar tidak terjadi penyimpangan terselubung dalam bisnis syariah yang dijalankan baik pada produk yang dijual ataupun cara penjualan dan pembelian. Etika dan moral dari pebisnis syariah perlu ditingkatkan dengan berlahan-lahan, dengan cara memberikan pelatihan dan sosialisasi dari pihak yang berkepentingan.

DAFTAR RUJUKAN

Al-Qur'an Nur Karim

Al-Suhaibani. M, and Naifar, N. 2014, *Islamic Corporate Governance: Risk-Sharing and Islamic Preferred Shares*. Journal of Business Ethics 124:623–632.

Astrom, Z. H. O. 2013. *Credit Risk Management Pertaining to Profit and Loss Sharing Instruments in Islamic Banking.* Journal of Financial Reporting and Accounting, Vol. 11 No. 1, PP. 80-91.

Bank Indonesia. 2006, *Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan Prakteknya di Beberapa Negara.*

Chapra, M.U. 1992. *Islam and The Economic Challenge. (International of Islamic Thought, Herndon VA).*

Cowton, C. J. 1994. *The Development of Ethnical Invesment Product.* In A.R. Pindi and B. Pordhan (eds), _Ethical Conflict in Finance, Oxford : Blackwell.

Hussein, K. A. 2004. *Ethical Investment: Empirical Evidence From FTSE Islamic Index*", Islamic Economic Studies. Vol. 12, No. 1, 21-40.

Garas, S. N., and Pierce, Chris. 2010. *Shari'a Supervision of Islamic Financial Institutions.* Journal of Financial Regulation and Compliance, Vol. 18 Iss 4 pp. 386 – 407.

Gastineau, G.L. and Kritzman, M.P. 1999. *Dictionary of Financial Risk Managemtn.* 3rd ed., Wiley, Hoboken, NJ.

Hanafi, M. Mamduh dan Syafiq, M. Hanafi. 2012. Perbandingan Kinerja Syariah dan Konvensional: Studi Pada Jakarta Islamic Index (JII) dan Indeks LQ45. *Jurnal Ekonomi* dan Bisnis Islam. Vol.7(1), 16-27.

http://adindaloved.blogspot.co.id/2013/03/definisi-instrumen-keuangan-syariah.html.

Kitab Hadist Arba'in Nawawi

Lewis, Mervvyn dan Algaoud, Latifa, 2005. *Perbankan Syariah.* cetakan 2, Penerbit Serambi: Jakarta.

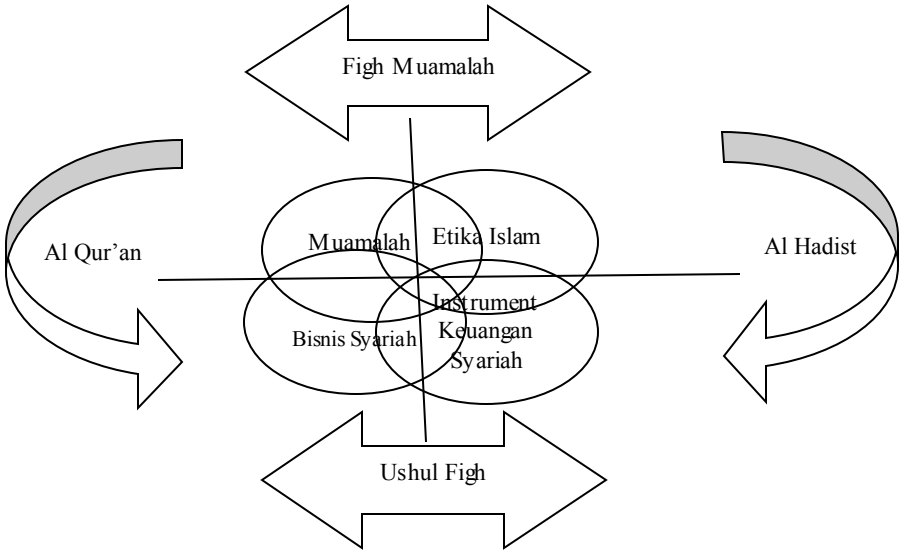
Naqvi. S. N. H. 1981. *Ethics and Economics An Islamic Synthesis*

(The Islamics Foundation, Leicester).

Rahman, Andy Fathur. 2010. Analisis faktor yang menyebabkan terjadinya moral hazard nasabah pembiayaan Mudharabah Tesis tidak dipublikasikan, UIN Sunan Kalijaga: Yogyakarta.

Rice, G. 1999, *"Islamic Ethics and Implications for Business"*, Journal of Business Ethics, 18, 4, Pg.345

Zakaria Md, F. Shahari R. Hazli, Rahman, S. 2015. Investigation of The Expected Loss of Sharia Credit Instruments in Global Islamic Banks. International Journal of Managerial Finance, Vol.11 Iss 4 pp. 503 – 512.



Gambar 1. Gaeran Bisnis Syari'ah

Implementasi Akuntansi Terhadap Transparansi Pengelolaan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah Pada LazisMu Surabaya

Andrianto
M.Nasyah
Universitas Muhammadiyah Surabaya
Email : andrianto914@yahoo.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan akuntansi terhadap transparansi pengelolahan dana zakat, infak/sedekah pada LazisMu Surabaya. LazisMu merupakan lembaga amil yang mengelolah dana zakat, infak/sedekah berbasis syariah. Namun, dalam perkembangannya LazisMu ini mengalami banyak kendala diantaranya yaitu permasalahan kurangnya pemahaman tentang zakat itu sendiri dan adanya sikap kurang percaya terhadap para penyelenggara zakat. Dana yang disalurkan ini merupakan amanah muzakki oleh karena itu, LazisMu harus memahami sistem akuntansi yang baik dan transparan sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa peranan akuntansi sangat penting terhadap transparansi pengelolahan dana yang ada di LazisMu Surabaya. Akuntansi membantu memberikan informasi berupa sistem, prosedur dan perlakuan akuntansi yang sudah dilaksanakan sehingga tidak ada pihak yang dirugikan.

Kata Kunci : *Akuntansi, Pengelolahan, Zakat, Infak/Sedekah, Transparansi*

Zakat dipahami sebagai ketaatan ibadah kepada Allah SWT, yang berperan strategi dalam mendorong pemerataan kemakmuran penduduk suatu negara. Dengan zakat, dapat memberikan suatu jaminan sosial bagi masyarakat yang membutuhkan uluran tangan secara materi, adapun masyarakat yang dimaksud adalah yang memenuhi syarat (kriteria) sebagai penerima zakat (mustahiq) sesuai dengan ketentuan dalam ajaran islam. Sebagaimana telah tertuang dalam Alquran : At-Taubah, ayat 60 " Sesungguhnya zakat-zakat itu hanyalah untuk orang fakir dan miskin, para mua'allaf yang dibujuk hatinya, untuk memerdekakan budak, orang-orang yang berhutang, untuk (usaha) di jalan Allah, dan untuk orang-orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana".

Dalam melakukan pengelolaan zakat, harus dilakukan secara professional. Untuk melakukan itu, maka dibutuhkan suatu badan khusus yang bertugas sesuai dengan ketentuan syariah mulai dari perhitungan dan pengumpulan zakat hingga pendistribusiannya. Semua ketentuan tentang zakat yang diatur dalam syariah islam, menuntut pengelolaan zakat harus akuntabel dan transparan. Semua pihak dapat mengawasi dan mengontrol secara langsung. Semua ini dilakukan karena dalam mengelola zakat, merupakan kepercayaan dari pembayar zakat (*muzakki*) kepada penerima zakat (*mustahiq*).Adanya ketidakpercayaan yang selama ini terjadi disebabkan karena belum transparansinya laporan penggunaan dana zakat untuk public. Karena itu

aturan pelaporan penggunaan dana zakat diperlakukan pada semua amil di Indonesia (Nikmatuniayah, 2010).

Lembaga Amil Zakat sebagai salah satu organisasi syariah yang bertujuan untuk mengelolah zakat dan menyalurkannya kepada pihak yang membutuhkan. Pengelolahan dana zakat, infak, dan sedekah pada lembaga amil zakat harus benar-benar tansparans dalam setiap transaksinya karena lemabaga tersebut diberi amanah untuk menyalurkan atau mendistribusikan dana dari pihak pemberi kepada pihak penerima. Sebagaimana organisasi lain yang menggunakan akuntansi sebagai sarana untuk mencatat transaksi sehari-hari, oragnisasi syariah seperti lembaga amil zakat juga menggunakan akuntansi untuk mencatat transaksi sehari-hari yang pada akhirnya akan menghasilkan suatu informasi bagi organisasi tersebut. Sehingga publik dapat membaca pelaporan akuntansi pengelolahan zakat serta mengawasi pengelolahannya.

Menurut Shahnaz (2015) Kemiskian merupakan salah satu masalah utama pada negara-negara berkembang seperti Indonesia. Saat ini pemerintah terus mencoba untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat miskin indonesia khususnya dibidang ekonomi. Oleh karena itu, alternatif yang oleh banyak kalangan diyakini lebih menjanjikan adalah sistem ekonomi Islam karena sistem ini berpijak pada asas keadilan dan kemanusiaan. Untuk mengaplikasikan kepedulian sosial dan meningkatkan kesejahteraan umat manusia, Islam memberikan sebuah media yang dikenal dengan sebutan "zakat". Melalui media inilah Islam mengharuskan kepada umatnya yang sudah memenuhi syarat berzakat untuk merealisasikan kepedulian sosialnya. Namun, menurut Hermawan dan Satriana (2010) sejalan dengan semakin besarnya harapan masyarakat terhadap pemungutan zakat dan berkembangnya Lembaga amil zakat (LAZ) terdapat beberapa hal yang menghambat untuk merealisasikan zakat itu. Salah satu diantaranya adalah permasalahan kekurang pahaman tentang zakat itu sendiri dan adanya sikap kurang percaya terhadap para penyelenggara zakat. Menurut Septiarini (2011) faktor ketidak percayaan muzaki pada LAZ ataupun BAZ di Indonesia dikarenakan kurangnya transparansi pada laporan keuangan, akuntanbilitas dari pihak BAZ ataupun LAZ serta tidak mendapatkan manfaat yang lebih besar apabila dan zakat tersebut disalurkan melalui BAZ dan LAZ dibandingkan dengan penyaluran secara langsung.

LazisMu adalah salah satu lembaga yang bergerak dalam bidang pengelolahan zakat, LazisMu di dalamnya harus memiliki akuntanbilitas dan transparansi. Artinya, semua proses harus benar-benar di lakukan secara bertanggung jawab. Oleh karena itu, menjadi penting bagi pengelolah LazisMu untuk bisa memahami akuntansi yang di dalamnya memuat sistem, prosedur, dan perlakuan akuntansi sebgai pengelolahan dana zakat, infak, dan sedekah. Karena banyaknya lembaga amil zakat yang kurang paham terhadap peranan akuntansi yang dapat mempengaruhi pengetahuan pihak-phak terkait tentang informasi yang didapat sehingga menganggap lembaga tersebut kurang transparan dalam pengelolahan dana. LazisMu berpedoman pada Al-qur'an dan Hadist serta memahami peranan akuntansi sebagai alat bantu dalam penyusunan

pelaporan yang baik dan benar agar tidak ada pihak yang merasa di rugikan baik dari pihak pemberi (muzakki) maupun pihak penerima (mustahik).

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti tertarik untuk mengambil judul "Implementasi Akuntansi Terhadap Transparansi Pengelolaan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah Pada LazisMu Surabaya". Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah : "*Bagaimana Implementasi akuntansi terhadap transparansi pengelolahan dana zakat, infak, dan sedekah pada LazisMu Surabaya*?". Berdasarkan masalah yang di rumuskan di atas maka tjuan yang ingin di capai dari penelitian ini adalah untuk : "*Mengetahui seberapa baik implementasi akuntansi terhadap transparansi pengelolahan dana zakat, infak, dan sedekah pada LazisMu Surabaya*".

Akuntansi Menurut Islam

Menurut Harahap (2004:141) Akuntansi sebenarnya merupakan domain "*muamalah*" dalam kajian islam. Artinya di serahkan kepada kemampuan akal pikiran manusia untuk mengembangkannya. Namun karena pentingnya permaslahan ini maka Allah SWT bahkan memberikannya tempat dalam kitab suci Al-Qur'an, Al-baqarah ayat 282. Kerena akuntansi ini sifatnya urusan muamalah maka pengembangannya di serahkan pada kebijaksanaan manusia. Al-Qur'an dan Sunnah hanya membekalinya dengan beberapa sistem nilai seperti landasan etika, moral, kebenaran, keadilan, kejujuran, terpecaya, bertanggung jawab, dan sebagainya.

Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 282 kita melihat bahwa tekanan Islam dalam kewajiban melakukan pencatatan adalah :

a. Menjadi bukti di lakukannya transaksi (muamalah) yang menjadi dasar nantinya dalam menyelesaikan persoalan selanjutnya.
b. Menjaga agar tidak terjadi manipulasi, atau penipuan baik dalam transaksi maupun hasil dari transaksi itu (laba).

Pengertian Transparansi

Mardiasmo dalam Maryati (2012:20) menyatakan bahwa transparansi adalah keterbukaan pemerintah dalam memberikan informasi yang terkait dengan aktivitas pengelolahan sumber daya publik kepada pihak yang membutuhkan informasi. Dalam perspektif Islam Tapanjeh (2009:563) mengemukakan konsep transparansi dalam Islam yaitu :

a. Organisasi bersifat terbuka kepada muzakki. Seluruh fakta yang terkait dengan aktivitas pengelolahan zakat termasuk informasi keuangan harus mudah di akses oleh pihak yang berkepentingan terhadap informasi tersebut
b. Informasi harus di ungkapkan secara jujur, lengkap, dan meliputi segala hal yang terkait dengan informasi yang di berikan
c. Pemberian informasi juga perlu dilakukan secara adil kepada semua pihak yang membutuhkan informasi.

Selain itu, organisasi juga harus mengkomunikasikan segala kebijakan yang mereka lakukan kepada pemberi amanah. Dari konsep transparansi di atas, dapat di simpulkan bahwa dalam Islam, transparansi erat kaitannya

dengan kejujuran. Dalam menyampaikan informasi, pemberi informasi harus bersikap jujur sehingga tidak ada satupun hal yang luput dari pengetahuan penerima informasi.

Pengertian Zakat, Infak, dan Sedekah

Menurut Mujahidin (2007:7) di tinjau dari segi bahasa, kata zakat mempunyai beberapa arti yaitu *Al-barakaltu* 'keberkahan', *Al-Nama* 'pertumbuhan dan perkembangan', *At-Thaharu* 'kesucian', dan *Ash-Shalu* 'keberesan'. Sedangkan secara istilah, meskipun para ulama mengemukakannya dengan redaksi yang agak berbeda antara satu dengan yang lainnya akan tetapi dalam prinsipnya sama, yaitu bahwa zakat itu adalah bagian dari harta dengan persyaratan tertentu yang Allah SWT wajibkan kepada pemiliknya untuk di serahkan kepada yang membutuhkan dengan persyaratan tertentu pula.

Berikut adalah Kajian Al-Qur'an dan Hadis yag menerangkan tentang zakat :

"Sungguh bahagia orang-orang mukmin yang khusu' dalam sholatnya yang berpaling daripada hal yang sia-sia dan yang membayarkan zakatnya" (QS Mukminun:1-4). (Pimpinan Pusat Muhammadiyah, 2014:154)

Hadis Nabi Muhammad SAW :

Dari Abu Hurairah, "Rasulullah SAW. Telah berkata, "Seseorang yang menyimpan hartanya, tidak di keluarkan zakatnya, akan di bakar dalam neraka jahanam, baginya dibuatkan setrika dari api, kemudian disetrikakan di lambung dan dahinya ..., dan seterusnya." (Riwayat Ahmad dan Muslim). (Rasjid:193).

Infak berasal dari kata *anfaqa* yang berarti mengeluarkan sesuatu atau (harta) untuk kepentingan sesuatu. Menurut terminologi syariat, infak berarti mengeluarkan sebagian harta atau pendapatan/penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan Islam. (http://gerakaninfaq.blogspot.com)

Menurut Dalimunthe (2010:20) Dalam kitab Al-Ta'arif karyawan Al-Manawi, dikatakan bahwa sedekah terambil dari akar kata "*Shodaqa*" yang secara kata bermakna "kesesuaian antara hukum dengan kenyataan dan tidak di syaratkan meyakininya pada rana akidah. "Secara istilah, menurut Ibnu Kamal bermakna "pemberian yang berorientasi mengharapkan pahala (kembalian) dari Allah". Menurut Al-Raghib, sedekah adalah sesuatu yang di keluarkan dari hartanya untuk mendekatkan diri kepada Allah.

Ayat Al-Qur'an dan Hadis yang menerangkan tentang Infak dan Sedekah :

Dan orang-orang yang dalam hartanya tersedia bagian tertentu, bagi orang (miskin) yang meminta dan orang yang tidak mempunyai apa-apa (yang tidak mau meminta). (QS. At-Taubah [65]:7). (Mardani, 2011:79)

Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa (QS. Al-Baqarah [2]:276). (Mardani, 2011:76)

Hadis Nabi muhammad SAW :

Menilik hadis Salman bin 'Amir bahwa Nabi SAW bersabda : "Sedekah kepada orang-orang miskin itulah suatu amal : tetapi sedekah kepada sanak kerabat itu terhitung sebagai sedekah dan sebagai pengekal kerabat". (Riwayat Ibnu Majah dan Tarmidzi). (Pimpinan Pusat Muhammadiyah:166) dijelaskan pada tabel 1.

Akuntansi Zakat, Infak, dan Sedekah

Menurut Harahap (2001:297) Banyak orang menganggap bahwa salah satu fungsi akuntansi Islam yang paling penting adalah akuntansi zakat, bahkan ada yang menganggap akuntansi Islam itu adalah untuk menghitung zakat. Akuntansi Islam tidak hanya terbatas pada menghitung dan melaporkan zakat tetapi jauh lebih luas daripada itu, karena akuntansi Islam juga merupakan bagian dari sistem sosial umat sehingga akuntansi Islam juga harus dapat menciptakan kehidupan yang Islami sesuai syariat dan norma-norma Islam.

Oleh karena itu, para pakar syariah Islam dan akuntansi harus mencari dasar untuk penerapan dan pengembangan standar akuntansi yang berbeda dengan standar akuntansi bank dan lembaga keuangan konvensional seperti telah dikenal selama ini, standar akuntansi tersebut menjadi kunci sukses badan pengelolah zakat dalam melayani masyarakat disekitar. Sehingga seperti lazimnya, harus dapat menyajikan informasi yang cukup dapat dipercaya dan relevan bagi para penggunanya, namun tetap dalam konteks syariah Islam.

Berikut penjelasan perlakuan akuntansi tentang pengelolahan dana zakat infak dan sedekah menurut PSAK 109 :

a. Pengakuan dan Pengukuran

1) Zakat

Pengakuan Awal

a) Penerimaan zakat di akui pada saat kas atau aset lainnya di terima
b) Zakat yang di terima dari muzakki di akui sebagai penambah dana zakat : jika dalam bentuk kas maka sebesar jumlah yang di terima, jika dalam bentuk nonkas maka sebesar nilai wajar aset nonkas tersebut.
c) Penentuan nilai wajar aset nonkas yang diterima menggunakan harga pasar. Jika harga pasar tidak tersedia, maka dapat menggunakan metode penentuan nilai wajar lainnya sesuai yang di atur dalam PSAK yang relevan.
d) Zakat yang di terima di akui sebagai dana amil untuk bagian amil dan dana zakat untuk bagian non amil
e) Penentuan jumlah atau presentase bagian untuk masig-masing mustahiq di tentukan oleh amil sesuai dengan prinsip syariah dan kebijakan amil.
f) Jika muzzaki menentukan mustahiq yang harus menerima penyaluran zakat melalui amil maka aset zakat yang di terima seluruhnya di akui sebagai dana zakat. Jika atas jasa tersebut amil mendapatkan iuran/fee maka di akui sebagai penambah dana amil.

Pengukuran Setelah Pengakuan Awal

a) Jika terjadi penurunan nilai aset zakat nonkas, jumlah kerugian yang di tanggung harus di perlakukan sebagai pengurang dana zakat atau pengurang dana amil tergantung dari sebab terjadinya kerugian tersebut.
b) Penurunan nilai aset zakat di akui sebagai :
   1. Pengurangan dana zakat, jika terjadi tidak di sebabkan oleh kelalaian amil
   2. Kerugian dan pengurangan dana amil, jika di sebabkan oleh kelalaian amil

Penyaluran Zakat

Zakat yang di salurkan kepada mustahik di akui sebagai pengurang dana zakat sebasar :

(1) Jumlah yang di serahkan, jika dalam bentuk kas
(2) Jumlah tercatat, jika dalam bentuk aset nonkas.

2) Infak/Sedekah

Pengakuan Awal

a) Infak/Sedekah yang di terima atau di akui sebagai dana Infak/Sedekah terikat atau tidak terikat sesuai dengan tujuan pemberi Infak/Sedekah sebesar :
   (1) Jumlah yag di terima, jika dalam bentuk kas
   (2) Nilai wajar, jika dalam bentuk nonkas
b) Penentuan nilai wajar aset nonkas yang di terima menggunakan harga pasar untuk aset nonkas tersebut. Jika harga pasar tidak tersedia, maka dapat menggunakan metode penentuan nilai wajar lainnya sesuai yang di atur dalam PSAK yang relevan.
c) Infak/Sedekah yang di terima di akui sebagai dana amil untuk bagian amil dan dana Infak/Sedekah untuk bagian penerima infak/sedekah.
d) Penentuan jumlah atau presentase bagian untuk penerima Infak/Sedekah di tentukan oleh amil sesuai dengan prinsip syariah dan kebijakan amil.

Pengukuran Setelah Pengakuan Awal

e) Infak/sedekah yang di terima dapat berupa kas atau aset nonkas. Aset nonkas dapat berupa aset lancar atau aset tidak lancar.
f) Aset tidak lancar yang di terima oleh amil dan di amanahkan untuk di kelola di nilai sebesar nilai wajar saat penerimaannya dan di akui sebagai aset tidak lancar infak/sedekah. Penyusutan dari aset tersebut dperlakukan sebagai pengurang dana infak/sedekah terikat apabila penggunaan atau pengelolahan aset tersebut sudah di tentukan oleh pemberi.
g) Amil dapat pula menerima aset nonkas yang di maksudkan oleh pemberi untuk segera di salurkan. Aset seperti ini diakui sebagai aset lancar. Aset ini dapat berupa bahan habis pakai, seperti bahan makanan atau aset ekonomi yang mempunyai umur ekonomi panjang seperti ambulan.
h) Penurunan nilai aset infak/sedekah tidak lancar di akui sebagai :
   (1) Pengurang dana infak/sedekah, jika terjadi bukan karena kelalaian amil
   (2) Kerugian dan pengurang dana amil, jika di sebabkan oleh kelalaian amil.
i) Dalam hal amil menerima infak/sedekah dalam bentuk aset (nonkas) tidak lancar yang di kelolah oleh amil, maka aset tersebut harus di nilai sesuai dengan PSAK yang relevan.
j) Dana infak/sedekah sebelum di salurkan dapat di kelola dalam jangka waktu sementara untuk mendapatkan hasil yang optimal. Hasil dana pengelolahan di akui sebagai penambah dana infak/sedekah,

Penyaluran Infak/Sedekah

k) Penyaluran dana infak/sedekah di akui sebagai pengurang dana infaak/sedekah sebesar :
   (1) Jumlah yang di serahkan, jika dalam bentuk kas

(2) Nilai tercatat aset yang di serahkan, jika dalam bentuk aset nonkas.

l) Penyaluran infak/sedekah pada amil lain merupakan penyaluran yang mengurangi dana infak/sedekah sepanjang amil tidak akan menerima kembali aset infak/sedekah yang di salurkan tersebut.

m) Penyaluran infak/sedekah kepada penerima akhir dalam skema dana bergulir dicatat sebagai piutang infak/sedekah bergulir dan tidak mengurangi dan infak/sedekah.

3) Dana Nonhalal

Penerima dana nonhalal adalah semua penerimaan dari kegiatan yang tidak sesuai dengan prinsip syariah, anatara lain penerima jasa giro atau bunga yang berasal dari bank konvensional. Penerimaan nonhalal pada umumya terjadi di dalam kondisi darurat atau kondisi yang tidak di inginkan oleh entitas syariah karena secara prinsip di larang.

Penerimaan nonhalal diakui sebagai dana nonhalal, yang terpisah dari dana zakat, dana infak/sedekah dan dana amil. Aset nonhalal di salurkan sesuai dengan syariah.

b. Penyajian

Amil menyajikan dana zakat, dan infak/sedekah, dana amil, dan dana nonhalal secara terpisah dalam neraca (laporan posisi keuangan).

c. Pengungkapan

1) Zakat

Amil harus mengungkapkan hal-hal berikut terkait dengan transaksi zakat, tetapi tidak terbatas pada :

a) Kebijakan penyaluran zakat, seperti penentuan skala prioritas penyaluran dan penerimaan

b) Kebijakan pembagian antara dana amil dan dana nonamil atas penerimaan zakat, seperti presentase pembagian, alasan, dan konsistensi kebijakan

c) Metode penetuan nilai wajar yang di gunakan untuk penerimaan zakat barupa aset nonkas

d) Rincian jumlah penyaluran dana zakat mencakup jumlah beban pengelolahan dan jumlah dana yang di terima langsung mustahik

e) Hubungan istimewa antara amil dan mustahik yang meliputi : sifat hubungan istimewa, jumlah dan jenis aset yang di salurkan, persentase dari aset yang di salurkan tersebut dari total penyaluran selama periode.

2) Infak/Sedekah

a) Amil harus mengungkapkan hal-hal berikut

Terkait dengan transaksi infak/sedekah, tetapi tidak terbatas pada :

(1) Metode penetuan nilai wajar yang di gunakan untuk penerimaan infaq/shodaqo berupa aset nokas

(2) Kebijakan pembagian antara dana amil dan dana non amil atas penerimaan infak/sedekah, seperti persentase pembagian, alasan, dan konsistensi kebijakan

(3) Kebijakan peyaluran infaq/shodaqo, seperti penentuan skala prioritas penyaluran dan penerimaan

(4) Keberadaan dana infaq/shodaqo yang tidak langsug di salurkan tetapi di kelolah terlebih dahulu, jika ada, maka harus di ungkapkan jumlah persentase dari seluruh penerimaan infak/sedekah selama periode pelaporan serta alasannya

(5) Hasil yang di peroleh dari (d) di ungkapkan secara terpisah

(6) Penggunaan dana infak/sedekah menjadi aset kelolahan yang di peruntukan bagi yang berhak, jika ada, jumlah dan persentase terhadap seluruh penggunaan dana infak/sedekah serta alasannya

(7) Rincian jumlah penyaluran dana infak/sedekah yang mencakup jumlah beban pengelolahan dan jumlah dana yang di terima langsung oleh penerima infak/sedekah

(8) Rincian dana infak/sedekah berdasarkan peruntukannya, terikat dan tidak terikat dan hubungan istimewa antara amil dengan penerima infak/sedekah meliputi : sifat hubungan istimewa, jumlah dan jenis aset yang di salurkan dan persentase dari aset yang di salurkan tersebut dari total penyaluran periode.

b) Selain membuat pengungkapan pada zakat dan infak/sedekah, amil mengungkapkan hal-hal berikut :

(1) Keberadaan dan nonhalal, jika ada di ungkapkan mengenai kebijakan atas penerimaan dan penyaluran dana, alasan, dan jumlahnya.

(2) Kinerja amil atas penerimaan dan penyaluran dana zakat dan dana infak/sedekah.

Kerangka konseptual penelitian ini dapat dilihat di gambar 1.

METODE

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengunakan metode deskriptif kualitatif, yakni penelitian tentang data yang dikumpulkan dalam bentuk kata-kata yang disusun dalam kalimat, misalnya kalimat hasil wawancara atau dokumenter antara peneliti dan informan.

Berdasarkan pendekatan penelitian tersebut data yang akan dikumpulkan, disiapkan, serta dianalisis tentang pengelolahan organisasi berupa laporan keuangan dan hasil wawancara. Dengan demikian nantinya dapat memberikan gambaran yang jelas tentang peranan akuntansi terhadap transparansi pengelolahan dana zakat, infak, dan sedekah pada LazisMu Surabaya.

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan membahas tentang data informasi mengenai Implementasi peran akuntansi ditinjau dari sistem, prosedur, dan perlakuan akuntansi pengelolahan dana zakat, infak, dan sedekah periode 2015 pada LazisMu Surabaya.

Tahapan Penelitian

Penelitian ini lebih difokuskan pada implementasi peran akuntansi terhadap transparansi pengelolaan dana zakat, infaq dan sedekah pada lembaga amil zakat, dengan melakukan tahapan-tahapan penelitian sebagai berikut :

1. Teknik Wawancara *(interview):*

Teknik wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung bertatap muka *(face to face)* dengan sumber data (responden). Dalam penelitian ini, menggunakan wawancara secara langsung dengan bagian pengelolahan agar lebih banyak dan mudah memahami data atau informasi yang di peroleh.

2. Teknik Dokumenter

Penelitian yang menggunakan data dokumenter adalah pengumpulan data yang di peroleh melalui catatan atau dokumen. Dokumen dalam penelitian ini berupa laporan pengelolahan dana ZIS pada Lazismu Surabaya.

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

Pengakuan dan Pengukuran

Ada beberapa macam penerimaan dana pada LazisMu yaitu dana Zakat berasal dari muzakki yang menyalurkan zakatnya ke LazisMu terdiri dari zakat harta yang telah tersimpan satu tahun, zakat profesi, dan zakat harta usaha (perdagangan/bisnis lainnya), infak/sedekah berasal dari muzakki yang memang berniat untuk menyalurkan infak/sedekah, ada juga yang didapat dari hasil pembayaran jasa peminjaman ambulance dan iklan yang terdapat dimajalah, CSR (Corporate Sosial Responsibility) didapat dari bank CIMB Niaga Syariah yang perusahaannya sendiri mempunyai program kepedulian sosial disalurkan melalui LazisMu, wakaf tunai berasal dari pemberian dana wakaf berbentuk kas atau tunai, dana kurban yang dikhususkan untuk kegiatan kurban pada idul adha, dan penerimaan dana lain-lain yang berasal dari bunga dan pajak administrasi dari Bank berbasis Syariah.

Sebelum diterima oleh pihak LazisMu, muzakki harus mengisi form yang sudah di beri oleh LazisMu. Form tersebut berisi tentang total zakat yang harus di bayarkan berdasarkan haul dan nisabnya, ada juga form kesediaan untuk membayar zakat, infak/sedekah, wakaf tunai, dan lain-lain. Setelah muzakki mengisi form dan membayarkan jumlah dana yang sudah di hitung melalui form tersebut, langkah selanjutnya adalah pengakuan awal. Pengakuan awal dana zakat diakui oleh LazisMu setelah terjadinya akad serah terima, bukti dana zakat telah diakui oleh LazisMu biasanya pihak LazisMu memberikan bukti dokumen berupa kwitansi dan form yang sudah di isi dari majalah oleh Muzakki dan dicatat pada dokumen penerimaan dana oleh LazisMu. Bentuk yang diterima yaitu aset kas, jarang sekali hampir tidak pernah LazisMu menerima aset nonkas. Jika menerima aset nonkas, aset tersebut langsung dinilai dan dicatat senilai nilai wajar sesuai harga pasar ataupun nilai wajar lainnya. Macam-macam dana zakat yang diterima LazisMu antara lain :

a. Zakat harta yang telah tersimpan satu tahun
b. Zakat profesi
c. Zakat harta usaha (perdagangan / bisnis lainnya)

Berbeda dengan zakat, untuk dana infak/sedekah dan dana lainnya tidak perlu menghitung nisab maunpun haul karena memang dalam prinsip syariah untuk dana selain dana zakat tidak di tentukan atau tidak ada aturan tentang hal tersebut. Pengakuan awal dana infak/sedekah diakui oleh LazisMu sama seperti dana zakat yaitu setelah terjadinya akad serah terima, buktinya juga sama yaitu dengan kwitansi dan majalah yang diterbitkan oleh LazisMu. Sama juga dengan zakat jarang sekali atau hampir tidak pernah muzakki menyalurkan dana infak/sedekah berbentuk aset nonkas jika ada, aset tersebut di nilai langsung dan dicatat sesuai nilai wajar harga pasar ataupun nilai wajar lainnya. Ada juga penerimaan dana infak/sedekah yang berasal dari peminjaman ambulance dan pemasangan iklan pada majalah LazisMu. Jadi, jika ada yang meminjam ambulance atau memasang iklan pada majalah lazsiMu boleh mengganti jasa tersebut dengan membayar infak/sedekah boleh juga tidak mengganti jasa tersebut karena sifatnya membantu dengan sukarela.

Pengakuan awal dana CSR karena dana ini di dapat dari Bank Syariah jadi dana ini tidak termasuk dalam dana non halal, dana ini di dapatkan dari bantuan CIMB Niaga Syariah mempunyai program peduli sosial yang disalurkan kepada LazisMu. Untuk dana Wakaf, kurban dan penerimaan dana lain-lain pengakuan awalnya sama seperti dana zakat atau infak/sedekah yaitu diakui saat sudah terjadinya serah terima antar pihak LazisMu dan pihak pemberi atau muzakki. Penerimaan dana tersebut sudah dicatat berdasarkan klasifikasi karakteristiknya.

Untuk catatan penyalurannya sendiri berbeda dengan catatan pengakuan dana yang sudah di bahas sebelumnya. Pihak LazisMu menggabungkan semua hasil penerimaan lalu di bagikan atau disalurkan kepada mustahik, jadi dana yang sudah terkumpul digabung jadi satu lalu dibagikan sehingga dana yang disalurkan tidak diklasifikasikan berdasarkan karakteristiknya. Dana tersebut disalurkan ke delapan asnaf yaitu fakir, miskin, amil, gharimin, mualaf, riqab, ibnu sabil, fisabilillah, dan di tambah dengan kegiatan kurban, bantuan anak yatim, pengadaan mobil dakwah dan ambulance dan penyaluran atau pengeluaran lain-lain yang didasari oleh program yang sudah di rancang oleh LazisMu.

Penyajian Laporan Keuangan

Penyajian amil membuat laporan keuangan hanya ada laporan sumber dan penggunaan dana setiap bulannya, meskipun sudah menggunakan komputerisasi tetapi perhitungannya masih menggunakan sistem manual hanya menggunakan bantuan microsoft excel saja. Untuk laporan sumber dana pengakuan awalnya sudah diklasifikasikan sesuai karakteristiknya tetapi pada saat penyaluran pihak LazisMu menggabungkan dana tersebut menjadi satu dan tidak diklasifikasikan lagi berdasarkan karakteristiknya, sedangkan laporan pengeluarannya meskipun ada delapan asnaf dan tambahan pengeluaran lainnya tidak diketahui dana yang sudah disalurkan diambil dari dana zakat, infak/sedekah, wakaf ataupun dana lainnya. Semua laporan pengelolahan dana yang ada di LazsiMu sudah pernah di audit oleh audit internal LazisMu. Contoh laporan keuangan yang dipilih secara acak sebagai bukti laporan keuangan

LazisMu Surabaya dapat dilihat pada gambar 2.

Pengungkapan

Pihak lazisMu sudah mengungkapkan kebijakannya, program-program serta penerimaan dan penyaluran dananya kepada pihak yang membutuhkan melalui media cetak yang berupa majalah, setiap bulannya LazisMu menerbitkan majalah yang berisi kebijakan, program, dan pengelolahan dananya untuk dibagikan kepada pihak muzakki atau pihak lain yang berkeperluan.

Transparansi

Lewat penyajian laporan keuangan dan pengungkapan kebijakan-kebijakan yang sudah dibuat membantu pihak LazisMu melakukan transparansi pengelolahan dana dengan mudah sesuai dengan kejadian yang sebenarnya. Penyajian dan pengungkapan yang dilakukan oleh pihak LazisMu dapat dilihat oleh Muzakki dan pihak-pihak yang terkait lewat media cetak yaitu majalah. Sengaja mencetak majalah ini juga untuk menarik minat masyarakat yang lainnya supaya percaya kepada pihak LazisMu dan berkenan menyalurkan dana zakat, infak/sedekah serta dana yang lainnya melalui LazisMu dan sebagai bukti juga bahwa pengelolahan dana tersebut sudah benar-benar terealisasikan kepada pihak-pihak yang membutuhkan atau mustahik.

Pembahasan

Dari hasil penelitian terlihat bahwa secara konsep penyaluran dana diperlukan suatu pengendalian internal yang perlu diterapkan oleh pihak LazisMu. Pengendalian internal yang baik dalam lembaga dapat membuat lembaga lebih transparan sehingga mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga yang dapat berdampak baik pada tingkat pengumpulan dana yang diperoleh, dengan demikian perbaikan pengendalian internal merupakan sabuah kewajiban karena merupakan salah satu indikator pertama baik atau tidaknya sebuah organisasi pengelolahan zakat seperti LazisMu Surabaya.

Evaluasi Pengakuan dan Pengukuran

Ada beberapa macam penerimaan dana pada LazisMu yaitu Dana Zakat berasal dari muzakki yang menyalurkan zakatnya ke LazisMu terdiri dari zakat, infak/sedekah, CSR (Corporate Sosial Responsibility), wakaf tunai, dana kurban, dan penerimaan dana lain-lain yang sudah dijelaskan pada deskripsi hasil penelitian.

Untuk pengakuan awal semua dana yang diperoleh LazisMu yaitu zakat, infak/sedekah, wakaf tunai, CSR, dan lain-lain sudah cukup baik, terbukti dari transaksi yang dilaksanakan LazisMu sudah menggunakan akad sesuai ketentuan syariah serta memberikan bukti pembayaran atau penyaluran kepada muzakki berupa kwitansi dan majalah. Khusus untuk dana zakat karena adanya Nisab dan haul yang ditentukan, maka pihak LazisMu sudah menyediakan form perhitungan dana zakat yang akan dibayarkan oleh muzakki seperti yang terlihat pada gambar 3.

Dari segi pengukuran setelah pengakuan awal yang sudah dibahas, karena mayoritas muzakki memberikan zakat berupa aset kas, jarang sekali dan hampir tidak pernah memberikan aset berupa nonkas jadi jumlah yang dicatat

sesuai dengan jumlah yang diterima berupa aset kas.

Sedangkan untuk sistem penyalurannya LazisMu masih kurang baik karena dana yang sudah diklasifikasikan sebelumnya tidak dipertahankan penyalurannya berdasarkan karakteristiknya. Pihak LazisMu dalam penyaluran dana yang dikelolah menggabungkan jadi satu antara dana zakat, infak/sedekah, dengan dana yang lainnya sehingga sulit diketahui berapa persentase pembagian untuk masing-masing karakteristik dana kepada delapan asnaf dan tambahan mustahik lainnya. Yang diketahui secara pasti persentase pembagiannya hanya untuk amil sebesar 12,5% dari semua dana yang sudah digabungkan menjadi satu yaitu dana zakat, infak/sedekah, dan dana-dana lainnya, selain untuk amil penentuan persentasenya tidak diketahui karena penyalurannya disesuaikan sesuai keadaan atau kebutuhan masing-masing mustahik. Meskipun begitu semua dana yang sudah diterima disalurkan kepada mustahik yang benar-benar membutuhkan sesuai dengan sasaran dari program yang sudah dibuat dan ada juga penyaluran dana yang digunakan untuk menunjang saranan prasarana lembaga.

Evaluasi Penyajian Laporan Keuangan

Pada saat penyajian amil membuat laporan keuangan hanya ada laporan sumber dan penggunaan dana setiap bulannya. Untuk laporan sumber dana pengakuan awalnya sudah diklasifikasikan sesuai karakteristiknya tetapi pada saat penyaluran pihak LazisMu menggabungkan dana tersebut menjadi satu dan tidak diklasifikasikan lagi berdasarkan karakteristiknya, sedangkan laporan pengeluarannya meskipun ada delapan asnaf dan tambahan pengeluaran lainnya tidak diketahui dana yang sudah disalurkan diambil dari dana zakat, infak/sedekah, wakaf ataupun dana lainnya. Seperti contoh pada gambar 2 laporan keuangan LazisMu Surabaya.

Bisa dilihat dari contoh laporan keuangan tersebutq sumber dananya sudah diklasifikasikan berdasarkan karakteristiknya. Tetapi untuk penggunaannya diklasifikasikan menurut karakteristik sumber dana yang disalurkan.

Sedangkan penyajian untuk Lembaga Amil menurut PSAK 109 (2008:7), Amil menyajikan dana zakat, dan infaq/sedekah, dana amil, dan dana nonhalal secara terpisah dalam neraca (laporan posisi keuangan). Ada lima laporan keuangan yang harus dibuat oleh amil menurut PSAK 109 yaitu :

1. Neraca (laporan Posisi Keuangan)
2. Laporan Perubahan Dana
3. Laporan Perubahan Aset Kelolahan
4. Laporan Arus Kas
5. Catatan Laporan Atas Keuangan

Pengungkapan

Pihak lazisMu sudah mengungkapkan kebijakannya, program-program serta penerimaan dan penyaluran dananya secara transparan kepada pihak yang membutuhkan melalui media cetak yang berupa majalah, setiap bulannya LazisMu menerbitkan majalah yang berisi kebijakan, program, dan pengelolahan dananya secara transparan untuk dibagikan kepada pihak muzakki atau pihak lain yang berkeperluan.

Menurut PSAK 109 (2008:7) Amil harus mengungkapkan hal-hal

berikut terkait dengan transaksi zakat, tetapi tidak terbatas pada :

a) Kebijakan penyaluran zakat, seperti penentuan skala prioritas penyaluran dan penerimaan
b) Kebijakan pembagian antara dana amil dan dana nonamil atas penerimaan zakat, seperti presentase pembagian, alasan, dan konsistensi kebijakan.
c) Metode penetuan nilai wajar yang digunakan untuk penerimaan zakat barupa aset nonkas
d) Rincian jumlah penyaluran dana zakat mencakup jumlah beban pengelolahan dan jumlah dana yang di terima langsung mustahiq, dan
e) Hubungan istimewa antara amil dan mustahiq yang meliputi : sifat hubungan istimewa, jumlah dan jenis aset yang disalurkan, persentase dari aset yang di salurkan tersebut dari total penyaluran selama periode.

Amil harus mengungkapkan hal-hal berikut terkait dengan transaksi infak/sedekah, tetapi tidak terbatas pada :

1. Metode penetuan nilai wajar yang di gunakan untuk penerimaan infaq/shodaqo berupa aset nokas
2. Kebijakan pembagian antara dana amil dan dana non amil atas penerimaan infaq/shodaqo, seperti persentase pembagian, alasan, dan konsistensi kebijakan
3. Kebijakan peyaluran infaq/shodaqo, seperti penentuan skala prioritas penyaluran dan penerimaan
4. Keberadaan dana infaq/shodaqo yang tidak langsug disalurkan tetapi dikelolah terlebih dahulu, jika ada, maka harus di ungkapkan jumlah persentase dari seluruh penerimaan infaq/shodaqo selama periode pelaporan serta alasannya
5. Penggunaan dana infaq/shodaqo menjadi aset kelolahan yang di peruntukan bagi yang berhak, jika ada, jumlah dan persentase terhadap seluruh penggunaan dana infaq/shodaqo serta alasannya
6. Rincian jumlah penyaluran dana infaq/shodaqo yang mencakup jumlah beban pengelolahan dan jumlah dana yang diterima langsung oleh penerima infaq/shodaqo
7. Rincian dana infaq/shodaqo berdasarkan peruntukannya, terikat dan tidak terikat dan hubungan istimewa antara amil dengan penerima infaq/shodaqo meliputi : sifat hubungan istimewa, jumlah dan jenis aset yang di salurkan dan persentase dari aset yang di salurkan tersebut dari total penyaluran periode .

Selain membuat pengungkapan pada zakat dan infaq/shodaqo, amil mengungkapkan hal-hal berikut :

a) Keberadaan dan nonhalal, jika ada diungkapkan menenai kebijakan atas penerimaan dan penyaluran dana, alasan, dan jumlahnya
b) Kinerja amil atas penerimaan dan penyaluran dana zakat dan dana infak/sedekah.

Pengaruh Perlakuan Akuntansi Terhadap Transparansi

Akuntansi berperan penting terhadap pengelolahan dana yang ada di LazisMu. Lewat penyajian laporan keuangan dan pengungkapan kebijakan-kebijakan yang sudah dibuat membantu pihak LazisMu melakukan transparansi pengelolahan dana dengan mudah sesuai dengan kejadian yang sebenarnya. Penyajian dan pengungkapan yang dilakukan oleh

pihak LazisMu dapat dilihat oleh Muzakki dan pihak-pihak yang terkait lewat media cetak yaitu majalah. Sengaja mencetak majalah ini juga untuk menarik minat masyarakat yang lainnya supaya percaya kepada pihak LazisMu dan berkenan menyalurkan dana zakat, infak/sedekah serta dana yang lainnya melalui LazisMu dan sebagai bukti juga bahwa pengelolahan dana tersebut sudah benar-benar terealisasikan kepada pihak-pihak yang membutuhkan atau mustahik.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Pengakuan awal di LazisMu saat terjadi serah terima, dan ada bukti transaksi yang diterima oleh pihak muzakki. Semua dana yang masuk diklasifikasikan berdasarkan karakteristiknya, tidak ada pengukuran lagi setelah pengakuan awal karena tidak ada aset nonkas yang diterima atau disalurkan lewat LazisMu Surabaya. Penyaluran dana yang ada di LazisMU tidak diklasifikasikan berdasarkan karakteristiknya. Penyajian laporan keuangan LazisMu Surabaya hanya ada laporan sumber dana dan penggunaan dana secara sederhana dan belum berpedoman pada standar yang ada. Pengungkapan yang dilakukan oleh LazisMu Surabaya melalui media cetak yaitu majalah yang berisi laporan keuangan, kebijkan, dan program-program yang dijalankan oleh LazisMu Surabaya setiap bulanya.

Saran

Untuk pengakuan awal LazisMu harus mempertahankan prinsipnya yaitu mengklasifikasikan sesuai karakteristiknya. Dan penyalurannya diperbaiki, seharusnya penyalurannya disesuaikan dengan karakteristik dana yang sudah dikumpulkan. Kedepannya dalam pengelolahan dana khususnya dalam pencatatan sebaiknya LazisMu berpedoman pada standar yang ada. Setelah berpedoman pada standar yang ada lalu melakukan pemeriksaan auditing eksternal agar terpercaya dan menjadi lebih baik lagi. Pengungkapan yang ada di LazisMu sudah baik, tetapi untuk penyajian laporan keuangan yang di ungkap harus sesuai dengan stndar yang ada supaya lebih jelas dan terperinci. Sehingga para muzakki juga paham dan lebih percaya lagi terhadap pengelolahan dana yang ada di LazisMu Surabaya. Karena peranan akuntansi sangat penting terhadap transparansi lembaga, seharusnya LazisMu mempelajari lebih dalam ilmu akuntansi khususnya prinsip akuntansi zakat dan infak/sedekah supaya lebih baik lagi dalam memberikan informasi kepada muzakki maupun mustahik dan menarik minat masyarakat lainnya untuk menjadi muzakki selanjutnya.

DAFTAR RUJUKAN

Al Haryono, J. 2001. *Dasar-Dasar Akuntansi, Jilid 1*. Yogyakarta : YKPN .

Dalimunthe, R. P. 2010. *Kesalahan Dalam Sedekah*. Jakarta : Qultum Media.

Harahap, S. S. 2004. *Ekonomi Islam*. Jakarta : Bumi Aksara.

Harahap, S. Si. 2001. *Menuju Perumusan Teori Akuntansi Islam*.Jakarta:Pustaka Quantum.

Hamka. 2012. *Panduan Zakat Praktis*. Jakarta : Kementrian Agama RI.

Hermawan, S. dan Astriana, G. 2010. *Akuntansi Zakat dan Upaya Peningkatan Transparansi dan Akuntabilitas Lembaga Amil Zakat*. Sidoarjo : Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Ikatan Akuntansi Indonesia. 2008. *Pernyataan Standar Akuntansi Syariah 109*. Jakarta : Dewan Standar Akuntansi Keuangan, Ikatan Akuntansi Indonesia.

Mardani. 2011. *Ayat-ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*. Depok : PT. RajaGrafindo Persada.

Maryati, S. 2012. *Analisis Akuntabilitas dan Transparansi Laporan Keuangan Lembaga Amil Zakat*. Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia.

Mujahiddin, A. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta : Grafindo Persada.

PP Muhammadiyah. 2014. *Himpunan Putusan Tarjih*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.

Shahnaz, S. 2015. *Penerapan PSAK No. 109 Tentang Pelaporan Keuangan Akuntansi zakat, Infaq/Sedekah Pada Badan Amil Zakat Provinsi Sulawesi Utara, ISSN 2303-1174*. Manado : Universitas Sam Ratulangi Manado.

Septiariani, D. F. 2011. Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas Terhadap Pengumpulan Zakat, Infaq, dan Shodaqoh Pada LAZ di Surabaya, ISSN 2502-6380. Surabaya : Universitas.

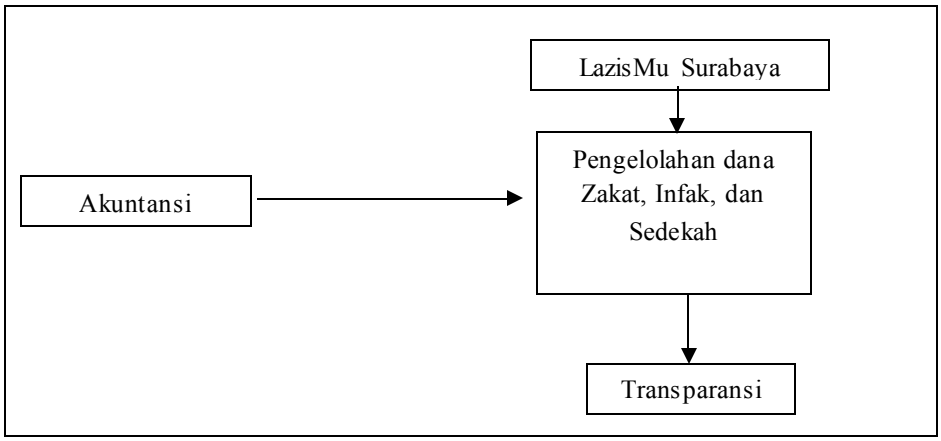
Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.

Tapanjeh, A. M. A. 2009. *Corporate Governance from the Islamic Perspective : A Comparative Analysis with OECD Principles*. Critical Perspectives on Accounting , Volume 20 : 556-567.

Tabel 1 Perbedaan Zakat, Infak, Sedekah

Menurut	Zakat	Infak	Sedekah
Kewajiban	Amal Wajib	Amal tidak wajib	Amal tidak wajib
Waktu pembayaran	Di tentukan	Kapan saja	Kapan saja
Ketentuan	Memberikan sebagian harta dengan ketentuan tertentu	Membelanjakan hartanya untuk kepentingan diri sendiri dan keluarganya	Membelanjakan hartanya di jalan Allah

Sumber : Hamka (2012:22)



Gambar 1 Kerangka Konseptual

LAPORAN SUMBER & PENGGUNAAN DANA

Bulan Desember '15

SALDO AWAL BULAN	Rp	60,008,285.87
SUMBER DANA		
ZAKAT	Rp	2,835,000.00
INFAQ / SHODAQOH	Rp	56,665,500.00
WAKAF TUNAI	Rp	900,000.00
LAIN-LAIN	Rp	9,631.97
JUMLAH SUMBER DANA	Rp	60,410,131.97
PENGGUNAAN DANA		
PENTASYARUFAN DANA		
- Fakir-Miskin (Beasiswa, Santunan Dukacita, Sira Usaha Mikro, Layanan Ambulan, Alat Sekolah Anak Yatim, dll.)	Rp	39,035,000.00
- Fi Sabilillah (Majalah, Kalender, Bantuan Operasional TPQ, Dakwah Komunitas Sinaan, Subsidi Masjid Gunasalam Penjangan, Sosialisasi Zakat, dll.)	Rp	46,797,200.00
Amil	Rp	12,105,400.00
Jumlah total Pentasyarufan Dana	Rp	97,937,600.00
ANGSURAN MOBIL AMBULAN	Rp	5,000,000.00
LAIN-LAIN	Rp	126,930.04
JUMLAH PENGGUNAAN DANA	Rp	103,064,530.04
SELISIH (Sumber Dana dikurangi Penggunaan Dana)	Rp	(47,654,398.07)
SALDO AKHIR BULAN (SELISIH ditambah SALDO AWAL BULAN)	Rp	17,353,887.80

Gambar 2 Contoh Laporan Keuangan LazisMu

FORM HITUNG ZAKAT SEDERHANA

ZAKAT HARTA YANG TELAH TERSIMPAN SATU TAHUN

a	Uang Tunai, Tabungan, Deposito atau sejenisnya	Rp. .....
b	Saham atau surat-surat berharga lainnya	Rp. .....
c	Real Estate (tidak termasuk rumah tinggal yang dipaka sekarang)	Rp. .....
d	Emas, Perak, Permata atau sejenisnya	Rp. .....
e	Mobil (lebih dari keperluan pekerjaan anggota keluarga)	Rp. .....
f	**Jumlah Harta Simpanan (a+b+c+d+e)**	Rp. .....
g	Hutang Pribadi yg jatuh tempo dalam tahun ini	Rp. .....
h	**Harta simpanan kena zakat, jika > nisab (f dikurangi g)**	Rp. .....
i	**JUMLAH ZAKAT ATAS SIMPANAN YANG WAJIB DIBAYARKAN PER TAHUN (h x 2,5%)**	Rp. .....

ZAKAT PROFESI

j	Pendapatan / Gaji per Bulan	Rp. .....
k	Bonus/pendapatan lain-lain selama setahun	Rp. .....
l	**Jumlah Pendapatan per Tahun (j x 12 + k)**	Rp. .....
m	Rata-rata pengeluaran rutin per bulan (kebutuhan dasar untuk bertahan hidup)	Rp. .....
n	**Jumlah Pengeluaran per Tahun (m x 12)**	Rp. .....
o	**Penghasilan kena zakat, jika > nisab (l dikurang n)**	Rp. .....
p	**JUMLAH ZAKAT PROFESI YANG WAJIB DIBAYARKAN PER TAHUN (o x 2,5%)**	Rp. .....

ZAKAT HARTA USAHA (PERDAGANGAN / BISNIS LAINNYA)

q	Nilai Kekayaan Perusahaan (termasuk uang tunai, simpanan di bank, real estate, alat produksi, inventori, barang jadi, dll)	Rp. .....
r	Utang perusahaan (jatuh tempo	Rp. .....
s	Komposisi Kepemilikan (dalam persen)	..... %
t	**Jumlah Bersih Harta Usaha (s% x (q dikurangi r))**	Rp. .....
u	**Harta usaha kena zakat, jika > nisab (t)**	Rp. .....
v	**JUMLAH ZAKAT ATAS HARTA USAHA YANG WAJIB DIBAYARKAN PER TAHUN (2,5% X u)**	Rp. .....

w	**TOTAL ZAKAT YANG HARUS DIBAYARKAN (i+p+v)**	Rp. .....

CATATAN PERHITUNGAN NISAB

	Harga Emas Murni Saat ini per Gram ..... (misalnya)	Rp 600,000.00
X	Besarnya Nisab (z x 85 gram emas)	Rp 51,000,000.00

Gambar 3 Form Hitung Zakat Sederhana

Peran Sukuk dalam Ekonomi Nasional

Yoky Prasojo
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang
Email : prasojo.yoky@gmail.com

Abstrak : Negara Indonesia telah berkembang sangat pesat, Negara ini telah berlalu dengan 7 kepimpinan kepresidenan yang kini dipeganng oleh bapak presiden Joko Widodo dengan kemajuan bangsa yang banyak sekali diperbincangkan di khalayak publik adalah mengenai masalah perekonomian dan lapangan pekerjaan. Mengingat banyaknya lapangan pekerjaan di masyarakat dan banyak dari mereka yang berinisiatif untuk menjadi pengusaha walaupun hanya untuk memenuhi pundi-pundi penghasilan yang dibilang secara minimalis namun banyak dari pengusaha-pengusaha tersebut yang mengusahakan usahanya tidak hanya pada satu jenis usaha saja. Penting bagi mereka informasi-informasi yang dapat memotivasi mereka agar usaha-usaha mereka yang mana sebagai salah satu bentuk kontribusi dalam pembangunan ekonomi nasional menjadi terus berkembang dengan pesat. Pemberdayaan seperti ini dapat dikatakan sebagai bentuk pemberdayaan sektor riil yang mana hal tersebut tidak akan terlepas dari kegiatan perekonomian yang pastinya kegiatan perekonomian tersebut harus memiliki tingkat kepercayan yang tinggi di masyarakat, perkembangan perekonomian saat ini yang sedang popular adalah perkembangan perekonomian syariah. Karya ilmiah ini akan menjelaskan banyak tentang ekonomi syariah dalam pemberdayaan sektor riil di Indonesia yang terdiri dari: Peran sukuk dalam pembiayaan ekonomi nasional, Permasalahan praktik keuangan mikro syariah, BMT, dan koperasi, Produk dan layanan bersama antar lembaga keuangan syariah, Hubungan keuangan syariah dengan stabilitas keuangan, Kebijakan dan sistem monitor syariah, dan Pengembangan lembaga penunjang industri jasa keuangan syariah.

Kata Kunci : *Sukuk, Ekonomi Nasional, Keuangan Mikro Syariah, Lembaga Keuangan Syariah, Industri Jasa Keuangan Syariah*

Perkembangan perekonomian tidak terlepas dari Perkembangan sistem perbankan di Indonesia, Negara Indonesia menganut kerangka sistem perbankan ganda, dalam rangka menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat. Yakni sistem perbankan syariah dan sistem perbankan konvensional, hal inil diharapkan mampu bersinergis saling mendukung dan memobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariatif,

perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.

Dalam konteks pengelolaan perekonomian Negara, meluaslah penggunaan berbagai produk dan instrumen keuangan syariah yang dapat merekatkan hubungan antarsektor keuangan dengan sektor riil serta menciptakan harmonisasi di antara kedua sektor tersebut. Semakin meluasnya penggunaan produk dan instrumen syariah di samping akan mendukung kegiatan keuangan dan bisnis masyarakat juga mengurangi transaksi-transaksi yang bersifat spekulatif, sehingga mendukung stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan. Pada gilirannya, hal ini akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pencapaian kestabilan harga jangka menengah-panjang.

Kegiatan bisnis sektor keuangan tanpa dikaitkan dengan sektor riil adalah aktivitas ribawi yang dilarang dalam ekonomi Islam. Oleh karena ada keharusan terkaitnya sektor moneter dan sektor riil, maka perbankan syariah mengembangkan sistem bagi hasil, jual beli, dan sewa. Dalam bagi hasil, terdapat bisnis sektor riil yang dibiayai dengan pembagian keuntungan yang fluktuatif. Demikian pula dalam jual beli, ada sektor riil yang mendasari kebolehan penambahan (ziyadah) dalam harta.

Dilihat dari skema pembiayaan yang dikembangkan, perbankan syariah sesungguhnya hanya menyalurkan pembiayaannya untuk sektor riil. Dinamika bisnis yang terjadi pada sektor riil akan terefleksi langsung pada kegiatan perbankan syariah. Dalam menyalurkan pembiayaannya, perbankan syariah menggunakan akad-akad yang selalu terkait dengan sektor riil, dan pertumbuhan sektor finansial sekadar mengikuti pertumbuhan sektor riil. Pembiayaan dengan akad murabahah, salam, dan ijarah hanya dapat disalurkan bila ada barang atau jasa (sektor riil) yang dibiayai. Bahkan pembiayaan dengan akad musyarakah/mudharabah, bukan saja disalurkan untuk membiayai sektor riil, namun juga terbentuk perfect correlation antara cost of capital dengan return on capital.

Hal ini jelas sangat berbeda dengan bank konvensional yang banyak menyalurkan kredit bukan ke sektor riil, yaitu untuk spekulasi di pasar uang. Bank syariah bukanlah financial sector based banking sebagaimana bank konvensional. Sebaliknya, bank syariah adalah real sector based banking.

Perbankan syariah hadir dengan membawa konsep baru yang mentransformasikan nilai-nilai keislaman ke dalam aktivitas ekonomi, di mana salah satunya adalah diwujudkan dalam pola pembiayaan perbankan yang diyakini oleh sebagian kalangan. Salah satu poin penting yang ditekankan oleh perbankan syariah dalam mentransformasikan nilai-nilai religi ini adalah perlunya menghindari riba atau bunga dalam terminologi ekonomi konvensional.

Harus diakui, perkembangan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari berbagai permasalahan. Ada beberapa kendala yang muncul sehubungan dengan perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Salah satunya, pemahaman masyarakat yang belum tepat terhadap kegiatan operasional bank syariah. Selain itu, peraturan perbankan yang berlaku belum sepenuhnya mengakomodasi operasional bank syariah.

Permasalahan internal yang dihadapi perbankan syariah, selain keterbatasan sumber daya manusia (SDM), adalah masalah ketersediaan infrastruktur, perangkat pengaturan perbankan syariah yang diakui secara nasional, jaringan perbankan syariah, keterbatasan teknologi penunjang, dan efisiensi operasional perbankan syariah.

Sedangkan permasalahan eksternal yang dihadapi berkaitan dengan pemahaman terhadap ajaran Islam secara keseluruhan dan pandangan terhadap lembaga keuangan syariah. Hambatan berkaitan dengan pemahaman terhadap ajaran Islam bersumber dari pemahaman umat Islam terhadap ajarannya yang harus lebih memperdalam lagi.

Hambatan lainnya dalam perkembangan perbankan syariah di Indonesia adalah aturan investasi dan perpajakan masih dinilai mengganjal berkembangnya bisnis syariah. Di samping itu, birokrasi di pemerintahan yang menghambat kegiatan investasi, termasuk di dalamnya investasi syariah. Sementara itu, ada kesan di sebagian masyarakat perbankan syariah bersifat eksklusif dan hanya ditujukan untuk masyarakat Muslim saja.

PEMBAHASAN

Peran Sukuk Dalam Pembiayaan Ekonomi Nasional

Pertumbuhan ekonomi Indonesia berada pada tingkat yang cukup tinggi. Pertumbuhan ekonomi tersebut didorong oleh peran Pemerintah dalam melaksanakan aktivitas belanja Negara yang ditujukan untuk pembangunan Negara yang mana belanja pemerintah tersebut dipenuhi dari penerimaan Negara dan sumber-sumber pembiayaan yang didapat oleh Negara dimana hal tersebut mengalami peningkatan / sedang pada tingkat yang tinggi.

Jika dalam hal penerimaan Negara tidak mencukupi tingkat belanja Negara pemerintah yang dimaksudkan untuk pembangunan Negara ini terjadi, akan mendorong peningkatan defisit Anggaran Pendapatan dan Berlanja Negara (APBN). Peningkatan defisit APBN tersebut harus segera didorong dengan peningkatan sumber pembiayaan yang memadai sehingga kebijakan fiskal untuk mendukung pembangunan yang berkelanjutan dapat dicapai.

Dalam nota keuangan pemerintah terdapat informasi data Produk Domestik Bruto yang dijadikan pemerintah sebagai acuan untuk mengetahui anggaran defisit Negara dalam proses pencapaian pertumbuhan ekonomi yang diharapkan. Struktur anggaran defisit yang dipakai Negara Indonesia diperoleh dari beberapa sumber yaitu hutang dan bukan hutang.

Yang merupakan sumber pembiayaan Negara untuk mengatasi anggaran defisit Negara untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang diharapkan dari instrument hutang adalah dengan menerbitkan Surat Berharga Negara (SBN) yang terdiri dari Surat Utang Negara (SUN) dan Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) atau sukuk.

Dapat ditegaskan kembali bahwa sukuk atau yang juga dikenal dengan Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) adalah surat digunakan sebagai sebagai alat pembiayaan defisit Negara sehubungan dengan perkembangan ekonomi syariah belakangan ini.

Jenis-Jenis SBSN : (1) SBSN ijarah, yaitu SBSN yang diterbitkan berdasarkan akad ijarah (akad sewa beli atas suatu asset – diperjelas pada

materi praktik keuangan mikro). (2) SBSN mudharabah, yaitu SBSN yang diterbitkan berdasarkan akad mudharabah (akad kerjasama dimana satu pihak menyediakan modal dan pihak lain menyediakan tenaga dan keahlian, keuntungan dari hasil usaha tersebut dibagi berdasarkan persentase yang disepakati, jika terjadi kerugian maka pihak yang diberi modal harus mengembalikan sebesar dana yang dikeluarkan oleh pemodal). (3) SBSN Musyarakah, yaitu SBSN yang diterbitkan berdasarkan akad musyarakah dimana akad kerjasama yang dibentuk dengan cara menggabungkan modal. (4) SBSN Murabahah, Akad atau perjanjian jual-beli atas suatu barang dimana harga dan keuntungannya (profit margin) disetujui oleh semua pihak yang terlibat. Pembayarannya dapat dilakukan secara tunai, cicil atau tangguh, sedangkan penyerahan barang dilakukan di awal pada saat dilakukannya transaksi. Murabahah juga disebut *cost plus financing*. Sukuk yang diterbitkan dengan akad ini disebut dengan Sukuk Murabahah. (5) SBSN Salam, merupakan kontrak jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga lebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu. (6) SBSN Wakala, Wakalah/Wikalah berarti at-Tafwidh (penyerahan/ pendelegasian/ pemberian mandat), yaitu pelimpahan kuasa oleh satu pihak kepada pihak lain dalam hal-hal tertentu yang boleh diwakilkan. (7) SBSN Akad, Perjanjian atau kontrak yang memuat ijab (penawaran) dan qabul (penerimaan) antara dua belah pihak yang berisi hak dan kewajiban masing-masing pihak, sesuai prinsip syariah.

Permasalahan Praktik Keuangan Mikro Syariah BMT Dan Koperasi

Lembaga Keuangan Mikro Syariah merupakan kelompok swadaya masyarakat sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan berdasar prinsip syariah. Perkembangan LKMS (Lembaga Keuangan Mikro Syariah) dipandang belum sepenuhnya mampu menjawab problem real ekonomi yang ada di kalangan masyarakat. Hal tersebut salah satunya dipengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat yang masih rendah dan secara akademik belum terumuskan dengan sempurna, sistematis dan proporsional dalam pengembangan lembaga keuangan syariah.

Menurut Suharto, perkembangan BMT (Baitul Maal wat Tamwil) tahun 2010 tumbuh rata-rata dari sisi aset dalam kisaran 35% - 40%, financing to deposit ratio (dana yang disalurkan) telah mencapai 100%. Hal ini membuktikan bahwa LKMS dapat diterima oleh masyarakat sebagai lembaga yang dapat memberdayakan.

Eksistensi lembaga keuangan mikro syariah memiliki arti penting bagi pembangunan ekonomi berwawasan syariah, LKMS menjadi penyangga utama pada sistem perekonomian nasional.

Struktur lembaga keuangan syariah dikelompokkan menjadi bank umum syariah, BPR syariah, asuransi syariah dan Baitul mal wa tamwil.

Konsep Dasar Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) khususnya adalah untuk memecahkan masalah/kendala permodalan dan kebutuhan dana yang dihadapi para anggotanya, memacu pertumbuhan dan perkembangan usaha ekonomi ummat, dan masyarakat pada umumnya.

Contoh permasalahan yang terdapat pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Baitul Mal Wa Tamwil adalah ketika nasabah yang mendapatkan pembiayaan dari BMT tidak memenuhi kewajibannya sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan. Persoalan lain muncul terkait dengan pembiayaan bermasalah ini adalah tidak adanya hak bagi BMT untuk melakukan penyitaan terhadap barang yang dijadikan anggunan pada pembiayaan yang bermasalah, tanpa persetujuan dari pemilik sebagaimana yang bisa diakukan oleh bank konvensional. Hal ini dikarenakan penyitaan secara paksa bertentangan dengan tata cara muamalah berdasarkan syirkah. Lebih lanjut penelitian tersebut menawarkan solusi yaitu tata cara muamalah syirkah yang tidak diperbolehkan adalah perampasan agunan tetapi pengamanan dan penjualan anggunan diperbolehkan atas kesepakatan bersama, sehingga harus ditekankan agar akad lebih dipertegas dan diperjelas pada saat pertama nasabah mengajukan pembiayaan.

Solusinya adalah LKMS BMT harus mengadakan pendekatan dengan nasabah, berpartisipasi banyak dalam program-program yang meningkatkan kualitas sumber daya insani, meningkatkan kepedulian kepada para pengusaha yang menjalankan usaha kecil menengah. memperhatikan lokasi strategis, pangsa pasar, kualitas sumber daya insani dan jumlah para pengembang BPRS (Bantuan Pembiayaan Rakyat Syariah).

Kendala-kendala lain yang dihadapi oleh lembaga keuangan mikro antara lain aspek kelembagaan yang tumpang tindih, kekurangan sumber daya dalam pengelolaan LKM serta kurangnya permodalan LKM sendiri. Kemudian Masalah legalitas formal, LKMS yang berkembang di Indonesia tidak didukung dengan ketentuan hukum dan sistem pengawasan atau pembinaan yang memadai. Masalah dukungan hukum ini menjadi penting mengingat bahwa LKMS adalah lembaga yang mengurus dan mengelola dana masyarakat. LKMS juga dihadapkan dengan masalah pengawasan dan pembinaan yang lemah, tidak seperti lembaga perbankan pada umumnya (Bank Umum dan BPR yang disupervisi oleh Bank Indonesia). Selain itu permasalahan yang masuk dalam bagian ini adalah masalah persaingan, baik persaingan antar LKMS sendiri maupun dengan lembaga keuangan lainnya. Akan tetapi pada praktiknya, persaingan yang paling ketat adalah antara LKMS dengan perbankan syariah yang juga menyediakan layanan mikro.

Bentuk pemecahan permasalahan yang ada diatas dapat dilakukan antara lain: melakukan inovasi produk. Agar LKMS mampu bersaing dengan lembaga keuangan mikro konvensional yang telah ada lebih dahulu, tentunya LKMS harus mampu bersaing dengan produk-produk yang ada dengan LKM konvensional. Penetapan produk tentunya berdasarkan analisa akan kebutuhan pasar. LKMS harus mampu membaca kebutuhan nasabah saat ini sehingga ada banyak alternatif yang dapat dipilih oleh nasabah terkait produk simpanan maupun pembiayaan yang ditawarkan.

Melakukan kerjasama dengan LKMS lainnya terutama LKMS yang memiliki modal rendah. Hal ini bertujuan agar LKMS dapat berkembang lebih cepat, mengingat kebutuhan pasar akan lembaga keuangan sejenis juga semakin besar.

Penempatan lokasi yang tepat dan strategis menjadi salah satu faktor yang dapat menentukan perkembangan LKMS. Sudah menjadi ketentuan baku dalam sebuah bisnis bahwa semakin strategis tempat/lokasi maka akan semakin besar peluang pasar tercipta. Tentunya penempatan lokasi ini juga perlu dipertimbangkan dengan masak mengingat segmentasi untuk LKMS adalah hanya para pengusaha mikro/kecil menengah yang sebagian besar biasa menjalankannya.

Bersedia merangkul banyak kalangan terutama organisasi sosial dan pemerintahan setempat. Wujud sinergi yang dibangun tidak hanya internal LKMS saja akan tetapi organisasi eksternal pun perlu untuk mengembangkan LKMS di Indonesia. Salah satu contoh kecil misalnya perkumpulan pengajian di masjid-masjid dapat dijadikan sebagai media sosialisasi agar masyarakat semakin mengenal transaksi syariah secara komprehensif dan baik.

Segmentasi dari LKMS adalah usaha kecil menengah dimana mayoritas pengusaha tidak mendapatkan pendidikan kewirausahaan yang baik. Kemampuan nasabah yang dibiayai untuk menjalankan usaha tentunya akan sangat berpengaruh terhadap kredibilitas nasabah terutama dalam hal pengembalian pinjaman. Jika nasabah didampingi dan dibina terkait teknik dan trik menjalankan usaha yang baik, maka risiko kredit macet sebagai akibat dari gagalnya usaha nasabah dapat diminimalisir.

Produk Dan Layanan Bersama Antar Lembaga Keuangan Syariah

Peran ekonomi nasional tidak pernah terlepas dari peran system perbankan secara luas, ketika terjadi krisis moneter pada tahun 1998, bank konvensional berguguran, namun sistem perbankan syariah terbukti mampu bertahan melewati guncangan. Kemampuan ini mempertegas posisi sistem perbankan syariah sebagai salah satu potensi penopang perekonomian nasional yang layak diperhitungkan.

Menurut sistem perbankan stabilitas sistem keuangan secara nasional akan tercapai jika stabilitas harga jangka panjang tercapai, dengan cara menciptakan harmonisasi sektor keuangan dan sektor riil perekonomian, mengatasi masalah decoupling ekonomi, dan mengurangi volatilitas nilai tukar rupiah.

Instrumen moneter terkait perbankan syariah yang dikeluarkan oleh bank Indonesia antara lain, aturan mengenai kliring, pembukaan rekening giro pada Bank Indonesia bagi Unit Usaha Syariah, Giro Wajib Minimum (GWM) bagi bank umum syariah, Pasar Uang Antar Bank berdasarkan prinsip syariah (PUAS), sertifikat wadi'ah Bank Indonesia (SWBI), dan sertifikat Bank Indonesia (SBI) berbasis syariah.

Laju pertumbuhan aset impresif yang dikenal dengan sebutan yoy (yield of a year) dihitung setiap tahun dalam 8 tahun sekali - rata-ratanya.

Adanya instrumen pembiayaan financing to deposit ratio - pembiayaan terhadap penghimpunan dana, profitabilitas bank dari return on equity.

Contoh bagi hasil yang ditetapkan secara syariah seperti bagi hasil pemilik sawah dengan petani yang berkerja di dalamnya. Disepakati bersama besar keuntungannya atau disebutkan juga kongsi/konsinyasi.

Contoh lain adalah bank syariah dengan nasabahnya, nasabah

menyimpan uang di bank syariah, bank syariah memperlakukan nasabah sebagai pemilik dana, kemudian bank syariah akan mengelola dana tersebut dengan menginvestasikannya ke sektor-sektor produktif yang menghasilkan keuntungan yang nantinya dapat dibagikan kepada nasabah tergantung yang mengelola dana tersebut/ manajer investasi Bank Syariah. Besar porsi keuntungan yang diterima nasabah atas program tersebut disebut nisbah bagi hasil dalam tabungannya di bank syariah atau deposito bank syariah.

Manfaat menabung di bank syariah adalah bahwa nasabah memiliki peluang menerima pembagian hasil usaha yang lebih besar ketika bank mengalami keuntungan yang besar. Besarnya nisbah bagi hasil ini dapat mencapai 7%-8% yang mana hal tersebut tidak diberikan pada tabungan biasa. Jika bank mengalami kerugian nasabah tidak akan dirugikan karena masyarakat yang menyimpan uangnya di bank syariah tidak akan ikut mengalami kerugian itu.

Pola perhitungan nisbah bagi hasil pada bank syariah adalah dana dari nasabah ditambahkan dengan keuntungan bank jadi jika bank mengalami kerugian, kerugian itu tidak dialami oleh nasabah akan tetapi dikeluarkan oleh bank dari bagi hasil yang menjadi hak bank. Sehingga nasabah tidak akan mengalami kerugian jika bank mengalami kerugian. Selain itu bank syariah dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan hingga mencapai nilai maksimum 2 miliar, sehingga kecil kemungkinannya bank syariah mengalami kerugian.

Return investment dari nisbah bagi hasil didapat dari skema investasi (mudharabah), sedangkan yang berupa bonus didapat dari skema titipan (wadiah). Pada skema investasi ketentuan nilai bagi hasil ditentukan dari perkiraan pendapatan investasi dan biaya operasional bank. Memperkirakan besarnya tingkat pendapatan investasi yang akan dibagikan kepada nasabah dihitung dari melihat performa kegiatan ekonomi di sektor-sektor yang menjadi tujuan investasi, seperti sektor transportasi, properti, perdagangan, pertanian, atau telekomunikasi. Setiap sektor memiliki performa yang berbeda-beda sehingga akan memberikan return investasi yang berbeda pula.

Tugas manajer investasi di bank syariah menentukan besarnya nilai nisbah bagi hasil, ia akan menggunakan berbagai indikator ekonomi dan keuangan yang menjadi cermin kinerja sektoral yang akan diinvestasikan untuk menghitung ekspektasi return investasi-nya. Selain itu juga track record hasil/pendapatan dari aktivitas investasi yang pernah dilakukan yaitu rata-rata setiap pembiayaan yang pernah dilakukan bank syariah di sektor riil dimana akan dibagikan kepada nasabah misalnya 11%. Kemudian pendapatan investasi yang akan menjadi bagian bank syariah sendiri yang diambil untuk menutupi besarnya biaya-biaya operasional dan menjadi pendapatan wajar bagi bank syariah seperti ROA (Return On Asset) dan indikator lain yang relevan, misalnya sebesar 6%. Sehingga kalkulasi nisbah bagi hasil dapat perhitungkan antara lain: untuk nasabah =11%/11%+6% yaitu 65% dan untuk bank syariah 6%/11%+6% yaitu 35% kemudian dapat dituliskan 65:35. Jadi rumus perhitungan equivalen rate nisbah bagi hasil pada bank syariah: bagian bank = bagian bank / bagian bank + bagian nasabah, sedangkan

untuk bagian nasabah: bagian nasabah = bagian nasabah / bagian bank + bagian nasabah.

Namun dalam praktiknya perhitungan rate tersebut tidak perlu dipikirkan oleh nasabah karena akan ditentukan langsung oleh pihak Bank Syariah tanpa harus menghitung sendiri perhitungannya oleh nasabah.

Kemudian di bank syariah terdapat produk Kredit Perumahan Rakyat dengan skema jual beli dengan jalan memberi kepastian jumlah angsuran yang harus dibayar oleh nasabah setiap bulannya, oleh karena itu nasabah tidak akan dipusingkan dengan masalah naiknya angsuran jika terjadi kenaikan suku bunga pasar karena besarnya nilai angsuran tetap sampai masa angsuran selesai. Contoh jika harga beli rumah 100 juta dalam waktu lima tahun bank syariah mengambil margin/keuntungan 50 juta maka harga jual rumah hingga lima tahun menjadi 150 juta sehingga angsuran yang harus dibayar nasabah setiap bulannya 150 juta dibagi 60 bulan adalah Rp.2,5 juta.

Selain itu ada juga Kredit Perumahan Rakyat dengan skema sewa beli (ijarah) diberikan kepada nasabah dengan jalan menyewakan rumah yang diinginkannya dan akhirnya dapat ia miliki di akhir masa sewa. Dalam hal ini harga sewa ditentukan secara berkala berdasarkan kesepakatan antara pihak Bank dengan nasabah. Skema sewa beli ini berjangka waktu panjang misalnya 15 tahun, dalam dua tahun pertama biaya sewa ditetapkan Rp.1,5 juta perbulan, untuk dua tahun kedua 2 juta perbulan, begitu juga untuk tahun-tahun berikutnya harga akan direview dan akan ditetapkan biaya sewa per bulannya. Pada akhir tahun ke-15 nasabah dapat membeli rumah yang disewa, misalnya dengan harga 20 juta. Program Produk tersebut (sewa beli) memberikan keuntungkan lain kepada nasabah yaitu Bank syariah memperbolehkan nasabah melunasi angsuran sebelum masa kontrak berakhir, Bank Syariah tidak akan memberikan pinalti atas hal tersebut.

Bank Syariah memiliki produk Kartu kredit yang di dukung oleh master card internasional yang dapat digunakan hampir di 30 juta merchant dan mesin ATM berlogo Master Card atau Cirrus di seluruh dunia.

Skema perjanjian kartu kredit yang bisa ditemukan di bank syariah indonesia, yaitu: penjaminan atas transaksi dengan merchant, pinjaman dana atas fasilitas penarikan tunai, sewa atas jasa sistem pembayaran dan pelayanan. Terdapat fee yang dikenakan pada kartu kredit bank syariah akan tetapi fee ini lebih rendah dibandingkan dengan suku bunga yang dikenakan pada kartu kredit pada umumnya.

Tugas seorang petugas di Bank Syariah adalah mencari orang-orang yang mengalami masalah kesulitan dalam bidang keuangan kemudian memberikan solusi yang cerdas agar mereka dapat memecahkan permasalahan tersebut.

Layanan-layanan yang disediakan oleh Bank Syariah:

Jika terdapat nasabah yang ingin melakukan peminjaman dana untuk usahanya ia dapat meminta layanan pembiayaan modal kerja dengan tawaran kontrak skema jual beli (murabahah) atau skema kemitraan bagi hasil (mudharabah dan musyrakah). Skema murabahah, bank syariah akan menetapkan total margin keuntungan jual beli sebagaimana proses jual beli secara umum, sedangkan skema mudharabah dan

musyarakah bank syariah memberikan tambahan modal sejumlah tertentu yang dijadikan sebagai penyertaan bank syariah dalam usaha/proyek yang akan dibiayai. Pembukaan tabungan di bank syariah diberikan pada layanan tabungan dengan keuntungan simpanan yang dapat disetor dan ditarik kapan saja dengan mendatangi kantor bank syariah atau melalui ATM (untuk penarikan saja). Nasabah akan diberikan kartu ATM yang berfungsi sebagai debit card dan akan mendapatkan bonus dan bagi hasil. Transfer uang lintas negara pada bank syariah juga dapat dilakukan, bank syariah dapat melayani jasa pengiriman uang/penerimaan kiriman uang secara cepat (real time online) yang dilakukan lintas negara atau dalam satu negara (domestik) dengan mengisi formulir transfer yang diberikan. Nasabah dapat menyimpan uang di bank syariah untuk pendidikan anak-anaknya dengan membuka tabungan pendidikan, yakni tabungan berjangka di bank syariah bertujuan untuk biaya pendidikan anak dengan jangka waktu sesuai rencana nasabah untuk biaya sekolah misalnya 4 tahun, 6 tahun, 12 tahun, dst (SD, SMP, SMA, Universitas). Penabung harus menyetor setiap waktu tertentu umumnya bulanan, setoran bisa dilakukan dengan setor tunai atau debit rekening tabungan, nasabah akan mendapatkan bagi hasil atas simpanan ini dan tidak dikenakan biaya administrasi. Jika nasabah tidak mampu melanjutkan setoran sebelum jatuh tempo karena musibah nasabah tidak perlu khawatir karena tabungan pendidikan bank syariah dikover asuransi syariah, sehingga jika terjadi musibah pada nasabah (orang tuanya) anak-anak tetap dapat bersekolah dengan baik karena biaya pendidikan sudah tersedia. Jika nasabah ingin membeli barang dengan cicilan dapat menggunakan layanan bank syariah Pembiayaan Multijasa yaitu fasilitas pembiayaan dengan menggunakan skema sewa (ijarah), angsuran disesuaikan dengan kemampuan nasabah yang telah disepakati sejak awal sampai akhir masa pembiayaan sehingga memberikan ketenangan dan kepastian jumlah angsuran bagi nasabah. Dan juga jika nasabah ingin menikah namun belum memiliki uang yang cukup untuk acara dan resepsi pernikahan serta rumah untuk hidup bersama mempelai dapat mengajukan layanan multijasa ini.

Transaksi online di bank syariah, dapat menggunakan layanan online banking yang membantu nasabah bisa mengakses rekening melalui internet untuk informasi saldo, mutasi rekening, pembiayaan listrik, sekolah anak dsb. Tabungan Haji yang dikhususkan untuk para nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji atau umrah, hampir sama dengan tabungan biasa namun ditambah dengan beberapa persyaratan. Nasabah yang tabungannya sudah cukup akan langsung didaftarkan oleh bank untuk mendapatkan jatah kursi naik haji, bank akan proaktif membantu mengurus dokumen administrasi yang menjadi persyaratan calon jamaah haji ke Departemen Agama dan akan mendapatkan perlindungan asuransi secara otomatis. Nasabah yang ingin melakukan membuka safe deposit box, bank syariah memiliki jasa penyimpanan barang berharga yang akan disimpan di dalam kotak baja dengan ukuran yang bermacam, jasa ini menggunakan sitem sewa safe deposit box. Jika nasabah memerlukan uang dalam waktu cepat dapat menggadaikan perhiasan dengan memanfaatkan fasilitas gadai emas,

yaitu layanan pinjam uang jangka pendek di bank syariah umumnya 2 bulan. Atas pinjaman tersebut nasabah akan dikenakan biaya administrasi atas penyimpanan barang anggunan dikenakan biaya sewa.

Kartu kredit bank syariah dapat digunakan untuk belanja dan menarik uang tunai pembayaran kepada merchant akan dilakukan oleh bank terlebih dahulu kemudian ditagihkan kepada nasabah, nasabah dapat membayar seluruhnya sekaligus atau dengan cara mengangsur setiap bulannya. Maksimal satu tahun harus sudah dilunasi, fasilitas tersebut akan meminta biaya bulanan sebesar nilai tertentu sesuai dengan limit kartu kredit. Menabung emas di bank syariah dapat dilakukan dengan membuka simpanan emas dimana nasabah yang berniat investasi dalam emas dapat membeli emas melalui bank syariah dan menyimpannya di bank syariah sehingga lebih aman, bank berkerja sama dengan perusahaan PT Aneka Tambang yang menerbitkan sertifikat atas pembelian emas tersebut, nasabah akan dikenakan biaya penyimpanan dan biaya transaksi pembelian/Penjualan emas tersebut. Simpanan deposito bank syariah, yaitu simpanan berjangka di bank syariah untuk jangka waktu 3 bulan, 6 bulan, atau 12 bulan. Nasabah akan mendapatkan bagi hasil atas layanan ini dan tidak dikenakan biaya administrasi, bagi hasil deposito lebih tinggi daripada tabungan biasa. Bank Syariah juga menerima jasa penukaran uang. Layanan Deposito Spesial Investment, nasabah dapat menentukan dananya akan diinvestasikan di proyek-proyek apa saja yang diinginkannya misalnya sektor perkebunan atau properti, atau jika mmemiliki uang dolar dapat membuka tabungan Deposito USD. Tabungan giro untuk keperluan perusahaan, dapat dilakukan dalam mata uang rupiah atau USD, simpanan ini untuk mempermudah transaksi usaha dan administrasi keuangan, dapat dicairkan sewaktu-waktu menggunakan cek, bilyet giro atau ATM. Pembiayaan modal kerja disebut juga pembiayaan investasi. Pembiayaan sewa equipment untuk pengusaha untuk keperluan membeli barang-barang usaha dapat menggunakan layanan sewa beli (ijarah).

E. Hubungan Keuangan Syariah Dengan Stabilitas Keuangan

Ketidakstabilan sistem keuangan sangat berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi dan pendapatan dan besarnya biaya pemulihan ekonomi khususnya sektor keuangan akibat krisis. Oleh karena itu, stabilitas sistem keuangan wajib dipelihara untuk menjamin kepentingan publik.

Stabilitas keuangan adalah terhindarnya dari krisis atau instabilitas keuangan. Stabilitas keuangan merupakan salah satu fungsi utama dari bank sentral modern, yang tidak kalah pentingnya dengan stabilitas moneter. Bank Indonesia bertanggung jawab agar stabilitas keuangan di Indonesia tercapai dan terpelihara dengan baik dengan menjaga kestabilan nilai rupiah melalui pemeliharaan kestabilan moneter dan pengembangan stabilitas sistem keuangan untuk pembangunan nasional jangka panjang yang berkesinambungan. Namun demikian, secara lebih luas, tanggung jawab untuk memelihara stabilitas sistem keuangan tersebut merupakan tanggung-jawab bersama lembaga terkait khususnya bank sentral, otoritas pengawas dan pemerintah.

Sistem keuangan Indonesia relatif stabil dan diperkirakan akan tetap dapat terpelihara pada tahun-tahun mendatang. Namun demikian, perlu diwasapadai beberapa permasalahan yang dapat memberikan tekanan terhadap stabilitas sistem keuangan baik yang bersumber dari internal seperti lambannya kemajuan dalam proses peningkatan kualitas kredit dan kinerja perbankan, maupun yang bersumber dari lingkungan eksternal antara lain seperti melesunya perekonomian dunia dan defisitnya anggaran pemerintah akibat beratnya beban untuk pembayaran hutang domestik dan luar negeri.

Stabilitas keuangan setiap tahun dapat terpelihara. Artinya keberhasilan kebijakan moneter dalam menstabilkan nilai tukar dan meredam laju inflasi mengalami kemajuan hal tersebut tercapai melalui kebijakan mikro-prudensial mencakup restrukturisasi perbankan termasuk penyempurnaan kerangka regulasi dan pengawasan bank. Namun demikian, perlu diwaspadai beberapa aspek yang berpotensi mengganggu ketahanan sistem keuangan baik yang bersumber dari internal (endo-genous risk) maupun eksternal (exo-genous risk).

Melemahnya perekonomian negara tujuan ekspor utama Indonesia menjadi salah satu faktor pendorong turunnya pertumbuhan ekspor. Sebagai akibatnya, perusahaan eksportir terutama yang dibiayai dengan kredit perbankan mengalami peningkatan risiko keuangan yang kemudian mengurangi kemampuan pemenuhan kewajiban hutangnya pada perbankan. Kondisi ini ditengarai ikut memperburuk kualitas asset perbankan dan sistem keuangan.

Kemudian, permasalahan fiskal terutama beratnya beban pemerintah untuk pembayaran hutang domestik dan luar negeri menekan laju pertumbuhan ekonomi dan sektor riil. Hal ini berdampak negatif terhadap portofolio kredit dan kinerja perbankan. Disamping itu, belum tuntasnya penyelesaian hutang luar negeri sektor swasta selain menghambat keleluasaan gerak investasinya juga menekan neraca pembayaran yang dapat memicu krisis hutang dan dapat membahayakan stabilitas sistem keuangan.

Dalam kajian terhadap sistem keuangan digunakan suatu sistem deteksi yang mencakup pemantauan dan analisis terhadap perkembangan stabilitas perekonomian menggunakan indikator-indikator, antara lain: Indikator ekonomi makro-prudensial meliputi besaran-besaran yang terkait dengan pertumbuhan ekonomi, neraca pembayaran, inflasi, suku bunga dan nilai tukar, contagion effect dan faktor terkait lainnya. Sedangkan indikator mikro-prudensial meliputi rasio-rasio yang terkait dengan Capital Adequacy, Asset Quality, Management, Earnings, Liquidity dan Sensitivity to Market Risk (CAMELS).

Krisis moneter dan perbankan sangat kompleks dan berbiaya sangat mahal. Biaya fiskal yang terpaksa harus dikeluarkan pemerintah untuk merestrukturisasi perbankan sangat besar yakni mencapai 51% dari PDB tahunan. Krisis di Indonesia merupakan yang terparah kedua dalam seperempat abad terakhir setelah krisis Argentina dengan biaya sebesar 55% dari PDB tahunan. Krisis tersebut tidak hanya berdampak buruk terhadap perekonomian nasional tetapi juga terhadap stabilitas sosial dan politik Indonesia. Oleh karena itu perlu diadakannya stabilisasi system keuangan dengan basis syariah hal itu

bertujuan untuk menciptakan lembaga dan pasar keuangan yang stabil guna menghindari terjadinya krisis keuangan yang dapat menganggu tatanan perekonomian nasional.

Fungsi menjaga stabilitas keuangan dan mendorong stabilitas sistem keuangan tersebut saling terkait satu sama lain ibarat dua sisi mata uang. Kedua fungsi tersebut diarahkan untuk mencapai suatu tujuan akhir yang sama, yaitu menjaga stabilitas harga.

Stabilitas sistem keuangan sangat tergantung pada kesehatan lembaga keuangan khususnya perbankan yang mendominasi sistem keuangan. Hal ini tentunya sangat ditentukan oleh efektivitas pengawasan bank. Untuk itu mutlak diperlukan otoritas pengawas yang independen dan kompeten yang mampu menilai risiko-risiko bank secara efektif dan melakukan tindakan pencegahan dan koreksi secara cepat atas permasalahan yang dihadapi bank.

Untuk mewujudkan stabilitas sistem keuangan diperlukan kerjasama dan koordinasi yang efektif antara lembaga terkait. Untuk itu diperlukan kerangka hukum yang mengatur tanggung-jawab masing-masing lembaga secara jelas. Lebih penting lagi adalah komitmen dari masing-masing lembaga terkait untuk bekerja sama dalam mewujudkan stabilitas sistem keuangan tersebut. Disamping itu, dengan pengawasan dan penegakan hukum yang lebih efektif, diharapkan kesadaran pelaku pasar khususnya dan masyarakat umumnya akan semakin tumbuh untuk melaksanakan peranan secara bertanggung-jawab.

Keuangan Pemerintah

Hasil kajian Bank Indonesia terhadap ketahanan fiskal jangka menengah menujukkan bahwa kondisi fiskal Indonesia relatif aman. Rasio utang terhadap PDB menurun dari 88,4% per Juni 2002 menjadi 70.4% per Desember 2002. Meskipun demikian, rasio utang Indonesia tersebut masih jauh lebih besar dibandingkan dengan rasio utang negara-negara lain seperti Argentina (49,4%), Meksiko (69,1%) dan Turki (54,2%) sebelum negara-negara tersebut mengalami krisis keuangan.

Salah satu faktor yang berpotensi memberatkan keuangan negara di masa depan adalah pembiayaan kembali surat hutang domestik pemerintah (refinancing risk).

Selain itu adanya defisit anggaran yang dapat mengganggu kemampuan pembayaran pemerintah terhadap bunga dan pokok obligasi negara (rekap). Pada waktu mendatang, perdagangan obligasi rekap diharapkan dapat lebih bergairah. Jika perdagangan obligasi lesu, sistem keuangan hanya mengandalkan pinjaman dari Bank Indonesia apabila kekurangan likuiditas. Seharusnya Bank Indonesia hanya berperan sebagai lender of the last resort. Oleh karena itu, diharapkan minat investor-investor asing ke pasar modal Indonesia juga semakin meningkat. Dengan demikian, pasar obligasi dapat menjadi alternatif lain bagi perbankan dalam memenuhi likuiditasnya. Kondisi tersebut akan mengurangi instabilitas sistem keuangan akibat tekanan likuiditas.

Kemampuan Pemerintah untuk pembayaran pokok dan bunga dari obligasi rekap tersebut merupakan aspek penting untuk diperhatikan. Obligasi yang dijual dengan diskonto besar pada dasarnya mencerminkan kurangnya kredibilitas Pemerintah. Kemampuan dan ketepatan pembayaran bunga dan pokok pada saat jatuh tempo diharapkan dapat

meningkatkan harga obligasi rekap tersebut dimasa datang.

Oleh karena itu Pemerintah sangat berpangku pada fiskal yang mana apabila pemerintah tidak menerapkan pengelolaan fiskal yang lebih disiplin dalam upaya meningkatkan pendapatan dapat menyebabkan defisit fiskal sehingga terjadi krisis akibat hutang berkepanjangan pada perbankan.

F. Kebijakan Dan Sistem Monitor Syariah

Bank Indonesia bertugas untuk menggapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Seperti yang tercantum dalam UU No. 3 tahun 2004 pasal 7 tentang Bank Indonesia.

Hal yang dimaksud dengan kestabilan nilai rupiah antara lain adalah kestabilan terhadap harga-harga barang dan jasa yang tercermin pada menurunnya tingkat inflasi. Untuk mencapai tujuan tersebut, sejak tahun 2005 Bank Indonesia menerapkan kerangka kebijakan moneter dengan mengurangi tingkat inflasi sebagai sasaran utama kebijakan moneter (De Inflatio Targeting Framework) dengan menganut sistem stabilitasi nilai tukar mata uang rupiah terhadap mata uang asing. Dengan stabilnya nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing akan memperluas gerak ruang investasi oleh asing karena meningkatnya kepercayaan investor asing terhadap Rupiah sehingga asing akan mempertimbangkan dalam pemberian bunga floating (harapan menurunnya nilai bunga floating ada karena investor bermaksud menginvestasikan asetnya dalam jumlah besar) dan new loan commitment tidak mengalami persoalan dan tanda tanya besar untuk bangsa Indonesia. Peran kestabilan nilai tukar sangat penting dalam mencapai stabilitas harga dan sistem keuangan. Oleh karenanya, Bank Indonesia harus menjalankan kebijakan nilai tukar untuk mengurangi volatilitas nilai tukar yang berlebihan..

Dalam pelaksanaannya, Bank Indonesia memiliki kewenangan untuk melakukan kebijakan moneter melalui penetapan sasaran-sasaran moneter (seperti uang beredar atau suku bunga) dengan tujuan utama menekan laju inflasi yang ditetapkan oleh Pemerintah. Secara operasional, pengendalian sasaran-sasaran moneter tersebut menggunakan instrumen-instrumen syariah seperti yang telah dijelaskan pada poin Produk Dan Layanan Bersama Antar Lembaga Keuangan Syariah bagian Layanan-layanan yang disediakan oleh Bank Syariah di atas, selain itu pemerintah harus mengurangi pengadaan pasar uang baik rupiah maupun valuta asing, penetapan tingkat diskonto yang rendah pada pokok dan bunga obligasi domestik dan luar negeri, penetapan cadangan wajib minimum yang tidak boleh kurang dari 13%, dan peningkatan kredit atau pembiayaan pada proyek-proyek yang berpotensi bagus untuk perkembangan pertumbuhan proyek tersebut (potensial debitur).

G. Pengembangan Lembaga Penunjang Industri Jasa Keuangan Syariah

Bank islam populer di indonesia, resmi pada tanggal 2 Juli 2007. Sistem perbankan syariah mengutamakan modernitas, transparan, adil dan beretika, mengedepankan kebersamaan dan kemitraan. Bank Syariah dikenal juga dengan nama Bank bagi hasil.

Seluruh bank syariah di indonesia sampai dengan tahun 2009

terdiri dari 6 Bank Umum Syariah, 25 Unit Usaha Syariah, 139 Bank Perkreditan Rakyat Syariah dan 1805 kantor cabang bank konvensional menyediakan layanan syariah (office channeling).

Layanan ini dapat ditemukan antara lain di: Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat Indonesia, Bank Mega Syariah, Bank BRI Syariah, Bank Syariah Bukopin, Bank Panin Syariah, BNI Syariah, BTN Syariah, CIMB Niaga Syariah, Bank Danamon Syariah, BII Syariah, HSBC Amanah, Permata Bank Syariah, Bank DKI Syariah, Bank Ekspor Indonesia Syariah, BTPN Syariah, Bank Sinarmas Syariah, OCBC-NISP Syariah, BPD Syariah, BPR Syariah.

SIMPULAN

Perkembangan kegiatan perekonomian syariah tidak terlepas dari permasalahan, pemerintah belum sepenuhnya mengakomodasi operasional-operasional kegiatan perekonomian secara syariah. Keterbatasan Sumber Daya Manusia yang belum banyak terbuka untuk perekonomian syariah. Ketersediaan infrastruktur yang menunjang bisnis syariah belum memadai. Dan keterbatasan teknologi yang menunjang bisnis syariah belum banyak berkembang. Sukuk yang tidak lain adalah Surat Berharga Syariah Negara yang menjadi instrumen akad kegiatan syariah sudah sangat berkembang. Harus ada sosialisasi yang besar untuk itu agar masyarakat secara luas dapat memanfaatkan dan merasakan hasilnya. Perlunya kekuatan hukum yang menunjang bagi kegiatan bisnis syariah ini, seperti persoalan BMT (Baitul Mal wa Tamwil) agar diberi keleluasan bagi pihak BMT yang tidak mendapatkan perlakuan yang adil dari nasabah. Dalam arti nasabah harus tetap memiliki keinginan untuk menyelesaikan persoalan secara sportif agar pemerintah tidak perlu membuat peraturan yang terlalu ketat bagi lembaga keuangan tersebut (BMT). Perekonomian di Negara Indonesia akan stabil jika stabilitas harga jangka panjang telah dicapai, hal tersebut dapat dilakukan jika harmonisasi sektor keuangan dan sektor riil perekonomian tercipta, Negara telah mengatasi masalah decoupling dan telah mengurangi volatilitas nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing. Perkembangan BMT (Baitul Maal wat Tamwil) tumbuh rata-rata dari sisi aset dalam kisaran 35% - 40%, financing to deposit ratio (dana yang disalurkan) telah mencapai 100%. Hal ini membuktikan bahwa LKMS dapat diterima oleh masyarakat sebagai lembaga yang dapat memberdayakan.

DAFTAR RUJUKAN

Ascarya, 2011. *The Persistence of Low Profit and Loss Sharing Financing in Islamic Banking: The Case of Indonesiareview of Indonesian economic and business studies*. Vol.1 LIPI economic research center.

Ascarya dan Yumanita, Diana, 2010,Determinan dan Persistensi Margin Perbankan Konvensional dan Syariah di Indonesia working paper series No.WP/10/04. Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan Bank Indonesia.

Ascarya, 2005, Analytic Network Process (ANP) Pendekatan Baru Studi Kualitatif. Makalah disampaikan pada Seminar Intern Program Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi di Universitas Trisakti, Jakarta

Bilqis, P. 2005. Alternatif Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah pada Baitul Maal Wa Tamwil Maslahah Mursalah lil Ummah (BMT MUU) Cabang Warung Dinoyo Pasuruan Jawa Timur. Universitas Brawijaya.

Ilmi, M. SM. 2002. Teori dan Praktik Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Yogyakarta: UII Press.

.

Muallim, A. 2003. Persepsi Masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah. Jurnal Al-Mawarid Ed X, Tahun 2003.

Muhar, 2009. Kebijakan dan Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro. Jurnal Inovasi Vol. 6 No. 4 Desember 2009.

Nursali, dkk. 2004. Strategi Pengembangan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) dalam Memberdayakan Potensi Usaha Kecil dan Menengah sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Universitas Brawijaya: Unpublished

Peranan Pemerintah dalam Kelembagaan Al – Hisbah Sektor Riil di Era Perekonomian Modern

Ahmad Makhtum
Imam Mukhlis
Magister Sains Ekonomi Islam Pascasarjana Unair Surabaya
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang
Email : ahmad.makhtum@gmail.com; imam.mukhlis.fe@um.ac.id

Abstrak: Pasar merupakan salah satu pusat aktivitas ekonomi riil masyarakat. Namun aktivitas di pasar sebagai pusat aktivitas ekonomi banyak terjadi berbagai penyimpangan. Al-Hisbah merupakan salah satu kelembagaan yang menjadi salah satu aktivitas dalam Ekonomi Islam dalam mewujudkan perekonomian masyarakat yang adil. Aktivitas Al-Hisbah secara informal secara khusus dimulai sejak zaman Rasulullah dan menjadi formal secara kelembagaan pada zaman kekhalifahan sahabat. Meski perekonomian telah berkembang pesat dengan aktivitas ekonomi yang kompleks, namun kelembagaan yang serupa dengan Al-Hisbah sebagai peranan pemerintah dalam aktifitas ekonomi riil masyarakat akan membantu mewujudkan peranan perekonomian yang berkeadilan bagi semua masyarakat dalam rangka mewujudkan kesejahteraan secara umum.

Kata Kunci : *Pasar, Al-Hisbah, Keadilan*

Perekonomian modern memiliki ciri yaitu pola ekonomi yang semakin kompleks dan terus berkembang merambah ke segala bidang. Selain itu inovasi produk juga terjadi pada berbagai sektor ekonomi baik pada sektor industri, perdagangan hingga pada sektor jasa. Inovasi yang terus berkembang tersebut salah satu sebabnya berasal dari perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi tersebut secara teori akan berbanding lurus dengan perkembangan perekonomian di suatu negara. Bukti tersebut bisa kemudian berkaca kepada negara-negara maju yang memiliki latar belakang teknologi maju seperti ; Amerika Serikat, Jerman, Jepang, hingga pada Korea Selatan.

Pengaruh kemajuan inovasi dalam berbagai bidang dalam perekonomian tentunya berimbas kepada sektor kehidupan masyarakat. Masyarakat semakin mudah mengakses berbagai kebutuhan sehingga secara umum perkembangan berbagai sektor dalam perekonomian tersebut seharusnya meningkatkan taraf hidup masyarakat. Selain itu indikator kesejahteraan dalam kaitannya ketersediaan barang dasar pemenuhan kebutuhan pada aspek kualitas dan kuantitas seyogyanya pula bergerak positif searah dengan kemajuan dan perkembangan perekonomian. Namun yang terjadi masyarakat tidak jarang mengalami berbagai permasalahan ekonomi yang sebenarnya bisa segera teratasi dengan berbagai perkembangan dan inovasi saat ini. Masyarakat seakan saat ini terus dihantui dengan berbagai permasalahan dalam sektor komoditas

pemenuhan kebutuhan yang sebenarnya justru merugikan baik dari sisi konsumen dan produsen.

Pada dasarnya perekonomian modern saat ini memang berkonsekuensi cenderung melahirkan persaingan antara banyak pihak. Namun hal tersebut bukan berarti menjadikan rasionalisasi untuk membuat pihak yang lain merugi. Persaingan pada perekonomian modern seyogyanya mengantarkan inovasi dan kreasi dalam peningkatan kualitas dan kuantitas produksi. Salah satu bentuk penyimpangan persaingan beberapa waktu yang lalu yang sempat mengundang perhatian masyarakat dimana salah satu produsen minuman yang telah memiliki merk ternama di masyarakat melakukan perilaku penyimpangan pemasaran dengan meminta agen dan kios di pasar yang menginginkan untuk menjual produk minuman agar tidak memajang dan menjual produk sejenis yang lain. Meski kemudian pengadilan memutuskan bersalah dan denda pada perusahaan tersebut, namun seharusnya perusahaan tersebut tidak melakukan cara pemasaran tersebut apalagi dilakukan oleh perusahaan yang sudah dominan di pasar.

Pada permasalahan yang lain juga terdapat pada permasalahan susu formula impor yang tercemar zat kimia berbahaya sehingga tidak baik bagi kesehatan balita pada beberapa waktu yang lalu. Pada kasus tersebut kementerian kesehatan beserta pihak terkait bahkan mengeluarkan rekomendasi daftar list susu formula yang berbahaya bagi kesehatan balita. Kasus tersebut tentunya merugikan banyak pihak dimana merugikan tidak hanya bagi masyarakat sebagai konsumen terutama bagi balita yang terdampak kesehatan setelah mengkonsumsi susu formula. Namun kerugian juga dialami pula beberapa produsen susu formula sejenis yang sempat mengalami penurunan penjualan susu formula sebagai terdampak isu tersebut.

Pada masalah yang sama beberapa waktu yang lalu kembali terjadi kasus yang mencengangkan dimana beredarnya vaksin palsu yang beredar di masyarakat. Beredarnya vaksin palsu tersebut hingga merambah banyak rumah sakit di beberapa kota hingga pada rumah sakit besar yang telah memiliki pasien dalam jumlah besar. Vaksin tersebut diproduksi secara ilegal dan jelas merugikan masyarakat sehingga kementerian kesehatan dan kepolisian harus bekerja ekstra dikarenakan peredarannnya telah meluas. Meski demikian pihak rumah sakit tetap menjadi pihak yang bertanggung jawab baik telah mengetahui maupun belum bahwa vaksin yang digunakan adalah vaksin palsu. Kasus ini menguras perhatian banyak pihak diperparah karena vaksin palsu ini telah digunakan sejak bertahun-tahun lamanya dan bisa jadi telah digunakan beberapa generasi. Kasus tersebut tentunya mengundang reaksi keras dari masyarakat dimana bahkan di salah satu rumah sakit masyarakat berbondong-bondong datang untuk menuntut pertanggung jawaban rumah sakit tersebut. Pada kasus tersebut jelas merugikan masyarakat dimana apalagi sebelumnya juga telah marak pada kasus obat-obatan yang telah dalam upaya diberantas yang sampai saat ini masyarakat belum mendapatkan ketenangan dalam mengkonsumsi obat-obatan.

Berbagai penyimpangan pada pengelolaan produk makanan di Indonesia juga masih menjadi titik

lemah yang tidak luput dari kasus-kasus yang dilakukan pihak-pihak tidak bertanggung jawab. Kasus pada makanan tersebut bahkan muncul seakan bersifat periodik dimana guna mendapatkan keuntungan pihak-pihak yang turut ambil bagian dalam distribusi makanan melakukan kecurangan dalam penjualan makanan yang telah kadaluarsa. Salah satunya penjualan makanan yang telah kadaluarsa terkadang masih ditemui secara periodik seperti menjelang hari raya dan bahkan tidak jarang ada pada toko-toko penjual makanan kemasan yang telah memiliki nama baik di masyarakat.

Berbagai kasus tersebut membuktikan bahwa sektor pasar barang dan jasa menjadi sektor ekonomi dominan masyarakat sebagai konsumen guna mendapatkan berbagai komoditas kebutuhan. Namun terkadang sektor ini menjadi titik lemah berbagai penyimpangan oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab dengan mengambil keuntungan dari berbagai kesempatan. Selain kasus yang telah dijabarkan terdapat juga berbagai bentuk penyimpangan dimana salah satunya permainan harga yang dilakukan segelintir masyarakat. Padahal di Indonesia berbagai bentuk kecurangan dimana sebenanrnya telah memiliki payung hukum dan sanksi guna menanggulanginya. Selain itu pada barang-barang vital kebutuhan sehari-hari di Indonesia masih sangat rentan terhadap penimbunan yang menyebabkan keuntungan segelintir pihak dan justru merugikan masyarakat umum. Pada kasus dan komoditas tertentu pemerintah telah berupaya mengendalikan barang-barang vital kebutuhan masyarakat lewat kebijakan-kebijakan khusus seperti operasi pasar. Namun peristiwa titik lemah dalam sektor pasar barang dan jasa seakan menjadi rutinitas yang merugikan masyarakat yang dilakukan segelintir pihak yang tidak bertanggung jawab yang tidak jarang dilakukan oleh oknum pemerintah.

Jika membahas mengenai kasus-kasus dalam sektor barang dan jasa yang merupakan basis sektor riil di Indonesia nampaknya tidak ada habisnya. Salah satunya kasus yang masih lekang dalam ingatan adalah kasus skandal import sapi yang melibatkan oknum dewan, dan bahkan yang terbaru kasus import gula untuk salah satu provinsi yang juga melibatkan oknum dewan yang sebenarnya tidak memiliki wewenang langsung dalam import gula sehingga dugaannya kasus tersebut merupakan terindikasi penyalahgunaan wewenang. Berbagai kasus penyimpangan dalam sektor pasar barang dan jasa merupakan indikasi Indonesia masih memiliki banyak titik lemah dalam sektor barang dan jasa.

Jika kemudian tanggung jawab dilimpahkan tunggal ada kementerian perdagangan bukan merupakan hal yang serta merta bukan merupakan kesalahan. Namun permasalahan pelik pada sektor barang dan jasa tersebut bukan merupakan pertanggung jawaban tunggal pada kementerian perdagangan. Sebenarnya berbagai lembaga di Indonesia telah mengakomodasi berbagai potensi titik lemah pada sektor pasar barang dan jasa, namun dampaknya bagi masyarakat belum dirasa optimal. Oleh karena itu pemerintah memerlukan tidak hanya penindakan ketika terjadi berbagai pelanggaran, upaya preventif dalam pencegahan juga perlu terbentuk pada sektor pasar barang dan jasa sehingga tercipta sistem yang tidak hanya menguntungkan namun juga

berkeadilan dalam perekoniman masyarakat.

Berdasarkan pada uraian di atas, menunjukkan pentingnya sebuah pasar dalam menjaga stabilitas kehidupan umat. Sebagaimana diketahui pasar merupakan sebuah institusi yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam menentukan harga dan jumlah barang. Pasar yang 'ideal' tentunya pasar yang dapat menjamin keadilan dan kemaslahatan orang-orang yang terlibat didalamnya. Oleh karena itu dibutuhkan kelembagaan ekonomi sebagai peranan pemerintah dalam sektor riil di era perekonomian modern di Indonesia.

METODE

Kajian penelitian ini menggunakan pendekatan metodologi deskriptif yang berasal dari kajian berbagai fakta empirik dengan berbagai landasan teori dan pustaka dari berbagai literatur mengenai peranan *al-hisbah* di masa lalu. Peranan *al-hisbah* dalam konteks kekinian dalam perekonomian modern yang dipandang menjadi tolak ukur dalam menutupi berbagai kelemahan yang muncul pada sektor pasar barang dan jasa termasuk dalam tuang lingkup kajian penelitian ini. Selain itu sebagai upaya bentuk penyempurnaan berbagai kebijakan pemerintah Indonesia yang sebenarnya telah memiliki berbagai upaya kebijakan guna menutupi berbagai titik lemah dalam sektor pasar barang dan jasa. Namun berbagai penyimpangan, pelanggaran yang dilakukan berbagai pihak dalam mengambil keuntungan dan merugikan masyarakat umum masih banyak terjadi. Untuk memperdalam kajian dalam penelitian ini dilakukan pendalaman terhadap berbagai pustaka dan literatur yang berkaitan dengan kelembagaan al-hisbah dalam perekonomian.

PEMBAHASAN

Ekonomi islam memiliki ciri utama mewujudkan terciptanya keadilan berbagai pihak yang terlibat dalam berbagai aktifitas ekonomi. Berbagai aktifitas ekonomi dilaksanakan dalam rangka mewujudkan kesejahteraan tidak hanya bagi segelintir pihak, namun kesejahteraan dan keadilan secara umum. Oleh karena itu makna kesejahteraan dalam perekonomian islam adalah berlakunya keadilan secara umum dari berbagai komponen dan instrumen ekonomi sehingga tewujud apa yang dinamakan *falah* (kemenangan) (Karim, 2008). Selain itu guna mewujudkan keadilan ekonomi, islam memiliki cara pandangnya tersendiri sehingga tidak cenderung kepada perekonomian yang beraliran liberalisme maupun sosialisme.

Bentuk tersendiri yang dimiliki ekonomi islam melahirkan berbagai sudut pandang pendapat yang menyatakan bahwa ekonomi islam cenderung condong kepada pemahaman ekonomi liberalisme sebagaimana cara pandang ekonomi islam pada instrumen pasar. Pada sisi yang lain ekonomi islam dianggap juga cenderung condong bersifat sosialisme sebagaimana cara pandang distribusi termasuk pada aspek distribusi pendapatan. Jika berhadapan dengan hal yang demikian tentunya akan dapat ditemui bahwa bentuk ekonomi islam sebenarnya berbasis pada nilai-nilai yang terkandung dalam berbagai hukum dalam ayat Al-Qur'an dan Hadist termasuk dalam cara pandang aspek maslahah atau secara sederhana tercapainya kebermanfaatan kepada

seluruh manusia (Karim, 2012: 317). Dasar nilai ekonomi islam yang terus dipertahankan dan bahkan jika ditelusuri lahirnya basis nilai tersebut akan di dapati dasar nilai tersebut terlahir lebih dahulu daripada sistem nilai yang ada pada dua kutub ekonomi liberalisme dan sosialisme.

Aspek keadilan dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat secara umum salah satunya ada dalam penyelenggaraan pasar (Sugiyanto, 2007). Bentuk dan makna pasar sendiri telah berkembang sejak dulu. Pada satu konteks pasar bahkan bisa diartikan sebagai tempat interaksi pemenuhan kebutuhan manusia sehingga bisa disimpulkan bahwa keberadaan pasar sendiri sudah ada dalam peradaban manusia yang telah melakukan interaksi sosial untuk pemenuhan kebutuhannya. Maka tidak heran salah satu esensi keberadaan pasar adalah bahwa di pasar akan selalu terjadi konsentrasi aktifitas pemenuhan kebutuhan manusia. Oleh karena itu kedudukan pasar sendiri selalu sangat erat dengan aktifitas manusia sebagai makhluk sosial dan juga sebagai makhluk yang memiliki berbagai kebutuhan.

Bentuk pasar sejalan dengan peradaban manusia bahkan sejak peradaban manusia berkembang. Bentuk pasar dimulai dari adanya aktifitas dengan interaksi bertatap muka langsung hingga saat ini pasar yang di dalamnya tidak perlu melakukan aktifitas tatap muka secara langsung. Berbagai perubahan bentuk tersebut membuktikan bahwa perubahan peradaban manusia akan tetap menempatkan pasar sebagai tempat penting dalam aktifitas pemenuhan kebutuhan manusia.

Pemenuhan kebutuhan yang adil dalam akses terhadap pasar tentunya merupakan salah satu indikasi keberhasilan sebuah pasar yang berjalan sebagaimana mestinya. Oleh karena itu perlu adanya nilai tertentu yang berlaku di pasar sehingga pasar bisa melakukan fungsinya sebagaimana mestinya sehingga mampu mewujudkan keadilan dalam aktivitas ekonomi di pasar. Ajaran islam sebagai nilai yang komprehensif sendiri sudah menjelaskan dengan adanya transfer kekayaan yang dilakukan harus dalam keadaan saling ridho. Kemudian juga akan adanya larangan melanggar nilai-nilai ajaran islam sehingga sekan-akan menjual ayat dengan harga rendah.

Dalam hal ini Allah SWT berfirman yang artinya sebagai berikut :

"…..dan berimanlah kamu kepada apa yang telah aku turunkan (Al Quran) yang membenarkan apa yang ada padamu (Taurat), dan janganlah kamu menjadi orang yang pertama kafir kepadanya, dan janganlah kamu menukarkan ayat-ayat-Ku dengan harga yang rendah, dan hanya kepada Akulah kamu harus bertakwa".

(Q.S Al-Baqarah: 41)

Pada ayat tersebut dijelaskan bahwa terdapat makna larangan menjual ayat-ayat Allah dengan harga rendah. Jika konteks tersebut dikaitkan dengan mekanisme pasar betapa banyak para pelaku pasar yang ketika di pasar seakan akan terus menerus melakukan cara apapun untuk mendapatkan keuntungan. Nilai-nilai terutama berkaitan dengan ayat Allah memiliki harga yang rendah dibanding dengan keuntungan yang dikejar secara maksmial. Padahal ketika jual beli terdapat interaksi tentang kesepakatan dua belah pihak lewat interaksi di dalamnya. Secara lebih lanjut lagi bahwa dalam jual beli juga dibutuhkan adanya nilai yang menjadi dasar dua

belah pihak yang berinteraksi seperti tidak boleh ada kedhaliman, penipuan, pemaksaan dan hal-hal lain yang merugikan kedua pihak. Jika hal tersebut terjadi bukan tidak mungkin pemenuhan kebutuhan yang ada di pasar tidak bisa terjadi secara efisien dan efektif.

Keberadaan pasar dinilai sebagai sesuatu hal yang penting dalam peranan kesejahteraan masyarakat terutama dalam hal pemenuhan kebutuhan masyarakat. Kebutuhan masyarakat dalam tentunya bukan hanya tentang kebutuhan secara material belaka namun lebih daripada itu. Secara lebih komprehensif pasar merupakan salah satu tempat dalam pemenuhan Maqosid Syariah terutama tentang bagaimana Maslahah terpenuhi sebagaimana yang disebutkan *maslahah dharuriyah* yang dikemukakan As-Syatibi .

Dikemukakan pula oleh Prof. Ismail Nawawi Ula dalam bukunya Filsafat Ekonomi Islam (2012:328)

"..Setiap anggota masyarakat selalu mendambakan adanya ketentraman dan keseimbangan dalam kehidupan, semua keinginan manusia dalam kehidupannya, termasuk di dalamnya keinginan manusia di dalamnya keinginan manusia di dalam keinginan untuk hidup tentram, dapat diwujudkan apabila ada instrumen yang mampu mewujudkan keinginan tersebut. Salah satu instrumen yang di pandang dapat mewujudkan ketentraman itu adalah transaksi perdagangan yang dilakukan atas dasar kejujuran serta terhindar dari penipuan dan kecurangan seperti pengurangan ukuran, takaran dan timbangan."

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa salah satu tempat terjadinya instrumen transaksi yang memiliki mekanismenya sendiri adalah yang terjadi di pasar. Rasulullah Muhammad SAW telah banyak mencontohkan bagaimana melakukan transaksi di pasar beserta etika di dalamnya. Aktivitas Rasulullah Muhammad SAW membuktikan bahwa dengan bekal kejujurannya Rasulullah membuktikan kesuksesannya dalam perdagangan. Allah SWT sendiri telah banyak mencontohkan bagaimana celakanya orang-orang yang berlaku curang. Hal tersebut sebagaimana tertera dalam Q.S Al-Muhaffifin, Surat At-Takatsur dan berbagai ayat lainnya dalam Al-Qur'an. Bahkan umat terdahulu tertimpa adzab dengan dimusnahakan kaumnya disebabkan oleh menolak ajaran tauhid dan berlaku curang dimana yang terjadi pada kaum nabi Syuaib yaitu kaum Madyan. Allah SWT berfirman yang artinya :

>……dan kepada (penduduk) Mad-yan (kami utus) saudara mereka, Syu'aib. ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tiada Tuhan bagimu selain Dia. dan janganlah kamu kurangi takaran dan timbangan, Sesungguhnya aku melihat kamu dalam Keadaan yang baik (mampu) dan Sesungguhnya aku khawatir terhadapmu akan azab hari yang membinasakan (kiamat)." (Q.S; Hud 85).

Pentingnya kejujuran yang membuat mekanisme barang di pasar berjalan baik. Selain itu lewat esensi pasar yang berperan sebagai tempat mekanisme pertukaran dalam pemenuhan kebutuhan diharapkan berjalan baik. Mekanisme pasar yang dijalankan dalam ekonomi islam tentunya memiliki dasar nilai tertentu agar mewujudkan nilai keadilan.

Pada konteks era modern saat ini mewujudkan keadilan termasuk dpasar sebagai salah satu pusat aktifitas

ekonomi memiliki urgensi tersendiri. Perkembangan era teknologi yang termasuk dalam sektor ekonomi seharusnya semakin relatif mudah dalam menyediakan sebuah sistem yang berkeadilan dalam mewujudkan kesejahteraan umum. Namun sebagai salah satu pusat perekonomian termasuk sebagai pusat interaksi transaksi kebutuhan manusia, pasar khususnya terkait dengan sektor pasar barang dan jasa justru masih menampakkan titik lemah. Titik lemah di pasar sendiri terutama sektor pasar barang dan jasa yang selalu terkait langsung dengan sektor riil kebutuhan masyarakat berasal dari berbagai sebab yang dimulai dari hulu yaitu pada aspek produsen, distributor hingga konsumen. Berbagai permasalahan tersebut mulai dari permasalahan internal pasar itu sendiri hingga pada masalah eksternal pasar pada akhirnya akan menyebabkan sektor riil ekonomi terimbas pula. Oleh karena itu tidak heran ketika di pasar kemudian akan sangat mudah ditemui ketidakadilan dan pasar hanya akan ramah pada segelintir pihak. Pada tataran potensi terjadinya penyimpangan dan tidak ramahnya pasar telah disinyalir sejak zaman Rasulullah Muhammad SAW,Dari Abu Hurairah r.a :

أَحَبُّ الْبِلَادِ إِلَى اللهِ مَسَاجِدُهَا، وَأَبْغَضُ الْبِلَادِ إِلَى اللهِ أَسْوَاقُهَا [صحيح مسلم]

Artinya: Tempat yang paling dicintai oleh Allah adalah mesjid, dan tempat yang paling dibenci Allah adalah pasar."[Sahih Muslim]

Hadist tersebut bukan menjelaskan rasul tidak menyukai pasar, namun potensi penyimpangan sosial yang besar menjadikan seseorang bisa saja melakukan maysir, riba, gharar, ikhtikar, dzolim, mengkonsumsi barang haram dan berbagai peyimpangan lainnya. Berbagai permasalahan pasar pada bagian pendahuluan hanya segelintir permasalahan yang ada dalam berbagai permsalahan pasar dimana termasuk pula didalamnya permainan timbangan yang ada sejak lama. Fokus masalah pada sektor barang dan jasa sebagai sektor riil ekonomi dalam ketersediaan barang kebutuhan bagi masyarakat secara umum akan ditemui di lapangan. Selain itu permasalahan perlindungan konsumen juga seakan masih banyak ditemui. Sebagai cerminannya adalah salah satu tayangan televisi yang hampir setiap episode menayangkan kecurangan yang dilakukan produsen kepada hasil produksinya yang meliputi produksi makanan, minuman, obat dan berbagai produk lainnya. Sekali lagi berbagai fakta tersebut mencerminkan kejujuran masih belum menjadi nilai yang dijunjung tinggi di pasar barang dan jasa sebagai sektor riil ekonomi masyarakat. Padahal di masa lalu sebenarnya rasul sendiri sudah memberikan contoh sebagai salah satu perlindungan konsumen di pasar sebagaimana dalam sebuah riwayat:

Dari Abu Hurairah r.a; Ketika Rasulullah melewati seorang penjual makanan. Beliau tertarik ingin membelinya. Beliau lalu memasukkan tangannya ke tempat makanan tersebut untuk memilihnya. Beliau terkejut ketika tangannya merasakan makanan yang berada di bagian bawah ternyata basah. Beliau bertanya mengapa demikian. Pedagang itu menjawab bahwa dagangannya tertimpa air hujan. Beliau berkata sambil emnunjukkan ketidaksukaannya, "Mengapa engkau tidak meletakkkan makanan yang basah itu di atas agar pembeli bisa melihatnya." (H.R Ibnu Majah)

Riwayat tersebut merupakan indikasi sangat menjunjung tinggi prinsip kejujuran sehingga berbagai permasalahan pasar bisa diatasi. Oleh karena itu ekonomi islam menyediakan berbagai nilai yang konsisten dalam mewujudkan keadilan sebagai upaya perwujudan kesejahteraan bagi masyarakat secara umum. Pada dasarnya mekanisme yang terjadi pada sektor berbagai bentuk pasar sebenarnya tergantung bagaimana cara pandang masyarakat dan nilai yang terkandung di masyarakat. Namun realita yang terjadi saat ini kecenderungan masyarakat seakan menghilangkan nilai-nilai yang terkandung dalam aktifitas ekonomi termasuk yang terjadi di berbagai sektor di pasar. Oleh karena itu diperlukan sistem pasar terutama pada sektor pasar barang dan jasa yang berkeadilan bagi semua masyarakat dan tidak hanya ramah pada segelintir masyarakat.

Pada sektor moneter pemerintah Indonesia sebenarnya telah memiliki kebijakan dan ototritas pada berbagai lembaga terkait. Pada teori ekonomi sejatinya sektor moneter dituntut untuk berimbang pada sektor rill ekonomi masyarakat yang tercermin pada pasar barang dan jasa. Namun kelembagaan pada fungsi dan perannya masing-masing terkait sektor moneter di Indonesia terkesan memiliki kompleksitas titik berat yang lebih daripada pada sektor riil pada pasar barang dan jasa yang notabene terkait langsung kebutuhan masyarakat secara umum.

Pada dasarnya salah satu urgensi keberadaaan pemerintah adalah secara mendasar mengantarkan masyarakat menuju kesejahteraan. Begitu juga keberadaan pemerintahan yang berdasar pada ajaran islam dimana diletakkan dasarnya serta dijalankan pertama kali oleh Rasulullah Muhammad SAW sebagai pembawa risalah islam di dunia. Keberadaan Rasul sebagai pemimping yang membawa ajaran islam termasuk juga di dalamnya berujuan membawa pada kesejahteraan yang ditandai dengan kebahagiaan di dunia melainkan di akhirat. Oleh karena itu Allah yang Maha Mengetahui apa yang terbaik dan harus dijalankan manusia guna mendapatkan kebaikan di dunia dan di akhirat lewat berbagai nilai yang diturunkan.

Pada mulanya, guna mewujudkan kebaikan dunia dan di akhirat, Rasul melakukan apa yang dilakukan oleh lembaga Al-hisbah yang dikenal sebagai pertanggung jawaban pada sektor perekonomian yang dijalankan pemerintah. Cikal bakal al-hisbah berawal dari Rasul yang memastikan umatnya menjalankan segala sesuatunya berjalan sesuai dengan ajaran agama sehingga rasul melakukan berbagai tindakan sebagaimana ciri umat yang baik yaitu menjalankan *"amar ma'ruf nahi munkar"*. Al-hisbah pada dasarnya berada pada wilayah tersebut. Allah SWT berfirman yang artinya :

"……dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung…". (Q.s Ali Imron 104)

Berdasarkan ayat tersebut bisa diuraikan bahwa segala sesuatu yang Ma'ruf adalah segala perbuatan yang mendekatkan kita kepada Allah. Sedangkan Munkar ialah segala perbuatan yang menjauhkan kita dari pada-Nya. Berdasarkan hal tersebut secara perlahan mulai terbentuklah

tanggung jawab pemerintahan dalam menjalankan apa yang seharusnya dilakukan oleh umat terbaik pada masanya. Peran *amar ma'ruf nahi munkar* terwakili dengan kelembagaan yang dibentuk pemerintah. Riwayat peletak landasan Al-hisbah dalam historikal pada sektor ekonomi sebagaimana telah dijalaskan pada riwayat sebelumnya ketika Rasul berjalan di pasar dan menemukan penjual gandum yang mencampurkan gandum yang telah basah. Pada waktu-waktu berikutnya ciri cikal bakal al-hisbah mulai banyak dilakukan masyarakat termasuk dalam sektor perekonomian pada masa tersebut.

Rasulullah Muhammad SAW merupakan potret paling ideal seorang pemimpin dalam segala sudut pandang dan dalam berbagai perkembangan zaman (Antonio, 2009:30). Rasulullah pada masanya telah menyadari betapa pentingnya peranan pasar terhadap kebutuhan umatnya pada masa tersebut. Pada riwayat yang lain juga aktifnya rasul dalam pengawasan pasar sebagai cikal bakal dalam al-hisbah:

Dari Abu Sa'id al-Sa'idi semoga Allah meridhainya bahwasannya Rasulullah SAW mengunjungi pasar nabit untuk melakukan pemantauan, kemudian beliau bersabda: "ini tidak layak dikatakan pasar" kemudian beliau melakukan pematauan ke pasar yang lain, kemudian bersabda: "ini tidak layak dijadikan pasar", kemudian beliau melakukan pematauan ke pasar yang lainnya lagi dan bersabda: "ini layak dikatakan pasar, tidak boleh ada pengurangan (timbangan atau takaran) tidak juga dikenakan pajak atasnya" (Hadis Riwayat Ibn Ma jah).

Pada riwayat yang lain sebagai cikal bakal berbagai praktik dalam kelembagaan Al-Hisbah pada aspek perekonomian adalah dimana pada masa Rasulullah, nabi mengangkat *Muhtasib* (pengawas pasar). Adapun pertama yang diangkat Nabi adalah 'Umar ibn Khattab untuk pasar Madinah, dan Sa'id ibn al-'As ibn 'Umayyah untuk pasar Mekkah. Dapat dikatakan bahwa kedudukan *muhtasib* ketika itu setara dengan pejabat yang diangkat Nabi untuk tugas lain seperti panglima perang, amir, dan lain-lain. Berawal dari ajaran islam guna mengantarkan umat terbaik menjalankan syariat yang kemudian mendorong terbentuknya sistem yang telah terbukti mengantarkan masyarakat pada titik kesejahteraan yang berkeadilan.

Peranan Al-hisbah mengalami perkembangan meski pada awalnya disebabkan semangat amar makruf nahi munkar. Pada dasarnya peranan Al-Hisbah ada pada ruang lingkup pengawasan secara individu atau pribadi dan berada dalam dimensi pengawasan secara horisontal terutama pada ruang lingkup ekonomi. Namun kemudian prinsip dan konsep Al-Hisbah berkembang sebagai lembaga pemerintah yang memiliki dimensi dijalankan aturan syariat pada pemenuhan kebutuhan manusia oleh semua pihak. Peranan Al-hisbah semakin meningkat terutama pada aspek ekonomi masyarakat pada masa rasul dan para sahabat. Fokus Al-hisbah perlahan pada sektor ekonomi terutama pada pasar dengan apa yang dikenal saat ini sebagai pasar barang dan jasa dimana pada masa tersebut perekonomian yang berlandaskan ajaran islam masih dalam bentuk sederhana.

Peran Al-Hisbah meski kemudian relatif dikenal secara fokus pada sektor ekonomi pada kala itu, namun peran Al-Hisbah sangat vital dalam perekonomian masyarakat. Pada

tataran teknis peranan paling fundamental Al-hisbah pada sektor pasar barang dan jasa yang menyangkut langsung pemenuhan kebutuhan manusia. Pada masa pasca wafatnya rasul dan pada masa kekhalifahan sahabat peranan Al-Hisbah kemudian merepresentasikan peran pemerintah dalam sektor ekonomi. Pada masa kekhalifahan Umar bin Khattab bahkan Al-Hisbah disebut-sebut memiliki peranan vital dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat pada masa tersebut. Berikut ini peran Al-Hisbah pada masa Umar bin Khattab seperti yang digambarkan dalam Fikih Ekonomi Umar bin Khattab (Al-Haritsi, 2014:591-618), Al-Hisbah dalam kegiatan ekonomi: Memastikan dijalankannya aturan-aturan kegiatan ekonomi: beberapa syariat yang kemudian berupaya ditegakkan oleh AL-Hisbah antara lain: Disyariatkannya kegiatan ekonomi yang halal: fungsi ini dilakukan dalam rangka prinsip dasar kegiatan ekonomi yang memiliki prinsip halal meliputi komoditas yang bersifat halal, cara memperoleh juga halal hingga pada cara penggunan yang juga harus halal atau mubah sesuai ketentuan syariat islam. Menyempurnakan pekerjaan: Peranan ini adalah sebagai fungsi peranan Al-Hisbah sebagai representasi pemerintah agar masyarakat produktif. Sebagaimana rasul yang sangat menentang kegiatan meminta-minta selama memiliki kemampuan. Pada riwayat yang lain juga rasul bahkan pernah menerapkan metode-metode tertentu agar masyarakat lebih berdaya. Melawan penipuan: Peran ini tentunya sangat fundamental bagi menciptakan sistem yang mendorong agar masyarakat pada masa lalu untuk memupuk kejujuran dalam aktifitas ekonomi. Pada masa tersebut tidak heran kemudian masyarakat memiliki semangat kejujuran dalam aktifitas ekonomi yang didukung oleh sistem yang dibangun pada masa tersebut. Tidak membahayakan orang lain: Peran ini tentuya penting agar aktifitas ekonomi yang dijalankan merupakan aktifitas yang benar-benar sebagai representasi ajaran islam yang *"rahmatan lil alamin"*. Maka aktifitas ekonomi pada masa tersebut dijalankan agar tidak saling menyakiti pihak-pihak yang lain apalagi sebagai aktifitas yang membahayakan orang lain. Sebenarnya dalam kaitannya aktifitas ini juga akan menjadi salah satu indikasi kehalalan suatu aktifitas ekonomi.

Mewujudkan Keamanan dan Ketentraman pada kehidupan masyarakat. Fungsi ini merupakan fungsi yang umum dijalankan oleh pemerintah sebagai representasi kedaulatan rakyat di segala bidang. Pada masa lalu peranan ini termasuk dalam wilayah ruang lingkup Al-Hisbah. Pada konteks ekonomi, kedua variabel Keamanan dan Ketentraman yang termasuk dalam ruang lingkup dimensi Al-Hisbah merupakan elemen penting dalam aktifitas perekonomian terutama terkait dengan iklim investasi. Mengawasi keadan rakyat: Peranan AL-Hisbah pada masa ini termasuk dalam mengawasi kebutuhan masyarakat. Representasi peranan pemerintah yang melindungi hidup dan kebutuhan masyarakat dijalankan oleh Al-Hisbah sebagai ruang lingkup dimensi wilayahnya. Bahkan pada masa khalifah Umar bin Khattab tidak jarang pula bagaimana fungsi dan peranan ini dilakukan langsung oleh khalifah. Melarang orang membuat aliran air tanpa adanya kebutuhan. Maksud dari kalimat tersebut adalah sebagai kiasan dimana melarang meminta-minta untuk memenuhi

kekayaan bukan karena kebutuhan. Masyarakat meski dituntut sebagai masyarakat yang produktif, namun menumpuk kekayaan merupakan hal yang tidak dianjurkan sama sekali. Konsep harta merupakan amanah dijunjung tinggi pada masa ini sehingga Al-Hisbah sangat berhati-hati dan bahkan ajaran Islam sebenarnya telah memiliki sistem distribusi pendapatan seperti pada perintah zakat, infag, sedekah, waqaf, waris dan ajaran islam lainnya. Menjaga kepentingan umum: kepentingan umum tentunya dijalankan Al-Hisbah dalam kaitannya melindungi kepentingan masyarakat secara umum. Prinsip *maslahah* diterapkan dalam representasi dari kebijakan pemerintah pada masa tersebut. Masyarakat meski didorong untuk memiliki produktifitas, namun aktifitas masyarakat tersebut tentunya agar tidak mengorbankan kepentingan masyarakat secara luas. Mengatur transaksi di pasar: Aktifitas ekonomi tentunya secara umum dalam sudut pandang nilai ajaran islam adalah berupaya mendatangkan kebermanfaatan dan mencegah hal yang merusak. Peranan Al-Hisbah ini yang secara khusus banyak diriwayatkan dalam banyak literatur. Pengaturan di pasar yang dimaksud bukan melakukan intervensi secara total dari keadaan di pasar termasuk dalam harga. Namun pengawasan terhadap persaingan usaha guna menghindari persaingan tidak sehat yang akan merugikan pasar. Peranan Al-Hisbah secara khusus ini lebih kepada pengawasan dan melakukan penindakan terhadap aktifitas yang tidak sejalan dengan prinsip islam yang diantaranya telah dijelaskan dimana pasar sebagai salah satu pusat kegiatan ekonomi.

Al- Hisbah di Pasar

Kebebasan keluar masuk pasar: Pasar merupakan salah satu pusat aktifitas ekonomi yang dilakukan masyarakat. Sebagai pusat ekonomi kemasayarakatan, tentunya pasar harusnya bersifat fleksibel bagi masyarakat baik dalam kedudukan sebagai produsen, distributor dan konsumen. Peranan tersebut memiliki hak dan kewajiban masing-masing terutama bagaiamana menjalankan nilai ajaran islam termasuk di dalamnya tidak saling mendholimi. Masyarakat mendapatkan kebebasan melakukan aktifitas dan transaksi di pasar selama semua berjalan dengan baik dan sesuai dengan nilai islam. Mengatur promosi dan propoganda: promosi tentunya merupakan salah satu elemen penting dalam produksi. Pada dasarnya tidak ada larangan dalam mempromosikan hasil komoditas yang telah diproduksi produsen. Pada konteks menarik pelanggan adalah hal yang wajar namun promosi tersebut bertitik berat harus sesuai dengan keadaan sebenarnya berbagai komoditas tersebut. Jika tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya tentunya merupakan indikasi buruk bagi tingkat kepercayaan konsumen, produk barang sejenis, atau bahkan pasar tersebut. Oleh karena itu promosi termasuk propoganda merupakan wilayah yang juga berada dalam ruang lingkup Al-Hisbah yang tidak kalah pentingnya. Larangan menimbun barang: Peranan AL-Hisbah ini tentunya akan menentukan bagi tingkat kepercayaan pada pasar. Perilaku ini tentunya akan dapat mempengaruhi tingkat permintaan dan penawaran sehingga akan berdampak negatif bagi masyarakat yang salah satunya akan berdampak pada fluktuasi harga. Fluktuasi harga yang berasal dari

permainan dalam permintaan dan penawaran yang berasal dari penimbunan barang cenderung sengaja dimanfaatkan guna mendapatkan keuntungan beberapa pihak dan merugikan lebih banyak pihak lainnya. Perilaku tersebut bahkan cenderung dilakukan pada era modern ini. Guna mengantisipasi perilaku tersebut maka AL-Hisbah memiliki peranan mencegah penimbunan barang. Mengatur perantara perdagangan: perantara perdagangan merupakan pihak yang pada kondisi tertentu dibutuhkan pada arus barang di pasar berasal dari produsen ke konsumen. Pada masa ini kemudian dikenal dengan beberapa istilah seperti distributor, agen, makelar dan berbagai istilah lainnya. Pengawasan pada perantara juga merupakan hal penting agar dipastikan barang sesuai tujuan dan terutama tidak ada perubahan secara signifikan akan harga yang disebabkan pengambilan keuntungan sepihak yang merugikan pihak yang lainnya yang biasanya dalam hal ini konsumen. Peranan ini merupakan peranan yang juga dilakukan oleh Al-Hisbah. Pengawasan harga: Penentuan harga merupakan wewenang dari proses dan mekanisme secara alamiah yang terjadi di pasar. Peranan Al-Hisbah sendiri untuk memastikan perubahan harga merupakan benar-benar faktor alamiah dan tidak ada unsur kesengajaan dimana disebabkan oleh segelintir pihak di pasar yang mengambil kesempatan dan merugikan pihak yang lain. Pengawasan harga sebagaimana yang dilakukan peranannya di Al-Hisbah bukan melakukan intervensi langsung terhadap penentuan harga yang merupakan hal yang dilarang dan rasul juga tidak menentukannya. Al-Hisbah memiliki ruang lingkup dalam pengawasan harga untuk memastikan semua elemen dan unsur penentu harga merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi harga bukan faktor pengambilan keuntungan sepihak dan merugikan pihak yang lain. Oleh karena itu kemudian fluktuasi harga benar-benar disebabkan jumlah komoditas yang juga fluktuasi atau benar-benar faktor permintaan dan penawaran.

Kelembagaan Al-Hisbah tersebut menjadi representasi peran pemerintah yang berpijak di atas landasan nilai-nilai etika kebaikan serta akan membentuk polanya dalam terciptanya sebuah sistem. Peran yang cukup kompleks tersebut bukan sebagai representasi intervensi pemerintah secara total terehadap perekonomian pada masa itu. Sebagai bukti bahwa dalam beberapa riwayat dijelaskan pada masa tersebut terdapat dorongan dalam melakukan penetapan harga komoditas (Chalil, 2001). Namun pada beberapa kali pula pemerintah yang diwakili pada masa Rasul dan para sahabat dalam kesempatan menolak menetapkan harga. Bentuk tersebut menjelaskan bahwa prinsip nilai islam tidak serta merta melakukan harta sebagai yang dilakukan dalam perekonomian yang berlandaskan ajaran sosialisme.

Dewasa ini di Indonesia, lembaga dengan peranan seperti Al Hisbah tersebut telah ada pada beberapa lembaga. Sebut saja Komite Pengawasan dan Persaingan Usaha (KPPU), Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), hingga pada LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika-Majelis Ulama Indonesia). Berbagai kelembagaan tersebut sebenarnya telah memiliki peranan dan

fungsinya masing-masing sebagaimana amanat perangkat perundang-undangan. Lembaga tersebut antara lain memiliki peran pada pengawasan dan penindakan pada praktek bisnis yang dilakukan produsen yang berpotensi merugikan praktek bisnis produsen lainnya. Namun tindakan dan perilaku tersebut terkesan hanya terjadi dalam skala dan tingkatan nasional yang luas sedangkan belum terdapat sistem yang ada dalam skala yang lebih kecil. Sedangkan lembaga yang lain berperan sebagai pihak yang terlibat dalam penyusunan dan pengkajian dalam aspek produk makanan dan obat-obatan yang ada di pasaran. Namun pada skala kecil masih terdapat makanan dan obat-obatan yang beredar di pasaran tidak sesuai standar sebagaimana yang ditetapkan lembaga tersebut. Pada aspek yang lain terdapat lembaga sebagai pemberi informasi terhadap masyarakat sebagai pihak yang berada di masyarakat, realitanya belum masih belum maksimal dalam pemberian edukasi terhadap kesadaran masyarakat dalam mengkonsumsi sebuah produk. Selain itu bahkan terdapat lembaga yang merupakan lembaga yang berperan sebagai pengkajian dalam aspek halal sebuah produk namun sejauh ini masih memiliki keterbatasan sehingga masih saja ditemui produk-produk yang bahkan telah mapan belum memiliki sertifikat halal yang tentunya penting bagi masyarakat muslim di Indonesia.

Keberadaan lembaga-lembaga tersebut sebenarnya merupakan awal titik terang dari kepedulian dan perhatian pemerintah terhadap aspek berbagai komoditas yang dikonsumsi masyarakat. Namun sejauh ini belum ada yang bisa bergerak secara masif dalam pengawasan dan penciptaan sistem pencegahan dalam terjadinya berbagai penyimpangan yang berpotensi merugikan tidak hanya konsumen namun juga produsen produk sejenis. Pergerakan di pasar sebagai pengawasan pada pusat ekonomi masyarakat selama ini hanya cenderung dilakukan secara umum oleh pihak-pihak perdagangan. Belum didapatkan sistem yang juga fokus pada penyediaan komoditas namun terintegrasi pula dengan tingkat keamanan dan berbagai penyimpangan yang lain yang berpotensi terjadi di pasar. Oleh karena itu yang terjadi peranan lembaga-lembaga tersebut yang merupakan lembaga representasi pengawasan terhadap aktifitas ekonomi riil masyarakat masih dianggap tidak efektif dan belum maksimal.

Meski demikian bukan berarti bentuk peranan Al Hisbah sebagai lembaga yang memiliki fungsi dan peranan kelembagaan yang serupa pada masa lalu pada masa kejayaan islam. Kelembagaan Al-Hisbah di masa lalu memiliki peranan lintas sektoral pada masa ekonomi yang tentunya berbeda dengan keadaan dewasa ini dimana keadaan perekonomian modern semakin luas dan kompleks. Beberapa fungsi pada Al-Hisbah di masa lalu sudah dimiliki lembaga yang dewasa ini sudah ada dan dimiliki oleh pemerintah Indonesia dan beberapa departemen Indonesia. Peranan kelembagaan yang hampir serupa dengan mengadopsi Al-Hibsah secara umum bisa dalam bentuk mulai dalam skala kecil dalam tingkatan desa hingga pada tingkatan pusat. Peranan lembaga Al-Hisbah pada skala kecil akan berperan dalam pengawasan skala tradisional mulai dari perencanaan tata kelola pasar sebagai pusat ekonomi masyarakat terutama pada masyarakat dengan pasar tradisional di dalamnya. Peranan lembaga serupa dengan Al-

Hisbah selain itu pula dapat memiliki peranan dalam mendukung kementerian perdagangan dalam pengawasan harga termasuk dalam identifikasi secara riil sebab fluktuasi harga dan bukan dengan melakukan intervensi terhadap pasar termasuk identifikasi permainan takaran dan timbangan. Pada skala yang sama dimana lembaga yang terpusat pada tingkatan desa akan berperan dalam pengawasan dalam aspek kesehatan dan keamanan atau bahkan kehalalan barang konsumsi di pasaran bagi masyarakat muslim termasuk diantaranya pengecekan skala berkala dan tidak hanya pada momen tertentu dimana yang terjadi selama ini.

Pada tingkatan yang lebih luas pada tingkatan Kabupaten atau bahkan tingkat Provinsi, peranan lembaga serupa Al-Hisbah tersebut bisa menitik beratkan fokus pada aspek distribusi komoditas yang menyangkut kebutuhan masyarakat. Selama ini yang terjadi kecenderungan yang terjadi pada komoditas yang menyangkut kebutuhan masyarakat sangat rawan penyimpangan yang salah satunya dalam bentuk penimbunan atau penyimpangan pencampuran barang kualitas baik dan kualitas kurang baik. Pada tingkatan ini lembaga serupa Al-Hisbah tersebut akan memantau dalam penegakan arus distribusi masuk dan keluar barang komoditas. Ketika pemantauan di pasar dan arus distribusi telah tercipta sistem yang baik, maka disitulah akan peranan lembaga-lembaga seperti KPPU, BPOM, YLKI, atau bahkan LPPOM-MUI bisa meningkatkan peranan bagi masyarakat sesuai dengan peranan dan fungsinya masing-masing. Penindakan dan penciptaan sistem pencegahan terhadap berbagai penyimpangan dalam sektor riil yang berkaitan dengan komoditas riil kebutuhan masyarakat akan tercipta baik bagi masyarakat Indonesia. Dengan demikian bisa tercipta koordinasi sistem pada sektor riil yang menyangkut komoditas yang menyangkut hajat hidup orang banyak bisa dilakukan dalam berbagai bentuk.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Pada uraian peran dan fungsi Al-Hisbah jika dibandingkan dengan pada masa ini masih sangat relevan dengan perekonomian yang lebih kompleks. Dewasa ini dimana perekonomian semakin kompleks dan aktivitas ekonomi di Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar tentunya pemerintah sebagai perwakilan masyarakat yang berdaulat akan menghadapi berbagai tantangan kelanjutan hajat hidup masyarakat banyak. Indonesia sebagai negara dengan dasar landasan nilai ekonomi Pancasila secara ideal akan mengarahkan sektor ekonomi sesuai salah satu salah satu nilai Pancasila yaitu Keadilan. Peranan kelembagaan Al-Hisbah sebagaimana peranannya pada masa islam akan berperan sebagai representasi pemerintah dalam mewujudkan keadilan dalam sektor ekonomi.

Urgensi peranan lembaga yang didirikan hampir serupa Al-Hisbah tersebut pada perekonomian Indonesia tentunya merupakan bidang gerak dan titik cerah Indonesia terutama pada era Masyarakat Ekonomi ASEAN (Jabbar, 2015). Potensi Indonesia sebagai cermin perekonomian yang berkeadilan akan menjadi daya tarik Indonesia dalam persaingan Ekonomi terbuka. Terciptanya elemen keamanan merupakan unsur non-ekonomi dalam

peningkatan kesejahteran bagi masyarakat terutama pula bagi peningkatan investasi. Pada aspek pembangunan, peningkatan investasi yang masif akan menjadi mesin gerak bagi pembangunan bagi sebuah negara berkembang seperti Indonesia.

Iklim investasi bisa tercipta dari unsur kemanan yang mendorong keadilan ekonomi merupakan sebuah potensi besar di Indonesia. Selain itu beberapa waktu lalu juga telah diselenggarakan acara World Islamic Economic Forum (WIEF) dimana Indonesia tepatnya di Jakarta menjadi tuan rumah acara tersebut. Forum tersebut merupakan Konferensi Tingkat Tinggi Ekonomi Islam yang diadakan oleh negara-negara yang menganut Ekonomi Islam dalam perekonomiannya. Sebelumnya telah diadakan pula Sidang Tahunan Islamic Development Bank di Jakarta. Berbagai acara tersebut membuktikan Indonesia merupakan salah satu negara dengan potensi perkembangan ekonomi Islam di dunia.

Pada acara WIEF tersebut bahkan Indonesia sebagai negara dengan jumlah muslim menjadi salah satu potensi penerapan bisnis halal. Potensi tersbut bukannya tanpa alasan dimana Indonesia selain sebagai dengan jumlah populasi negara islam, tentunya pelaksanaan bisnis dan ekonomi berbasis islam mulai berkembang secara pesat. Tentunya keberadaan kelembagaan yang memiliki peranan Al-Hisbah menjadi penguatan terhadap berbagai potensi tersebut dimana telah ada berbagai lembaga sebagai representasi ciri ekonomi Islam di dalamnya.

Saran

Saran yang dapat disampaikan adalah dibutuhkannya perangkat undang-undang/peraturan yang dapat menjadi dasar dalam pengembangan kelembagaan Al- Hisbah untuk kegiatan ekonomi masyarakat. Selain itu juga dibutuhkan kelembagaan Al-Hisbah di dalam perekonomian baik pada level daerah maupun nasional. Pemerintah dapat memfasilitasi pembentukan lembaga ini untuk menjaga agar system perekonomian dapat membawa kemaslahatan bagi umat. Sosialisasi tentang kelembagaan Al-Hisbah pada masyarakat agar terdapat pemahaman yang benar mengenai peran Al-Hisbah untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat.

DAFTAR RUJUKAN

Al-Haritsi, Jaribah bin Ahmad 2014. *Fiqih Ekonomi Umar bin Al-Khattab*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.

Antonio, M. S. 2009. *Muhammad SAW Super Leader Super Manager.* Jakarta : Tazkia Publising.

Chalil, M. 2001.*Kelengkapan Tarikh Nabi Muhammad*, Jakarta: Gema Insani Press, Cetakan Pertama.

Karim, A. A. 2008, *Ekonomi Mikro Islami.* Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Karim, A. A. 2012.*Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, Edisi Ketiga.

Jabbar, S. 2015. *Peran Al-Hisbah dalam Mengawal Kegiatan Ekonomi Indonesia, Menghadapi MEA 2015*. https://djabbars.wordpress.com/2015/01/31/peran-al-hisbah-dalam-mengawal-kegiatan-ekonomi-indonesia-menghadapi-mea-2015-2 (diunduh 02 Oktober 2015).

Sugiyanto, FX. 2007. *Metode Berpikir Ekonomi Mainstream Etika dan Keadilan.* http://eprints.undip.ac.id/346/1/FX_sugiyanto.pdf.

Ula, I. N. *2012. Filsafat Ekonomi Islam*. Jakarta*:* Dwiputra Pustaka Jaya.

Pengembangan Unit Jasa Keuangan Syariah dalam Upaya Meningkatkan Minat Wirausahawan Mahasiswa

Suparti
Heri Pratikto
Ely Siswanto
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang
Email: suparti_andi@yahoo.com; heripratikto@gmail.com; elysiswanto2008@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan mengembangan Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS) untuk didesiminasikan di Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Malang dan mengindentifikasi kendala-kendalanya. Penelitian ini merupakan penelitian tindakan yang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Subjek penelitian adalah mahasiwa anggota koperasi mahasiswa dan anggota Muslim Study di lingkungan Universitas Negeri Malang Hasil penelitian menunjukkan bahwa Unit Jasa Keuangan Syariah dapat dinyatakan layak untuk ditindak lanjut, dan upaya mengatasi kendala-kendala yang ada disarankan untuk: (1) mencari ruang kerja UJKS yang lebih strategis, dan (2) mencari investor untuk menambah modal UJKS agar dapat menambah jumlah dan jenis pembiayaan khususnya *Musyarakah* (Pembiayaan Usaha) dalam upaya meningkatkan jumlah wirausahawan mahasiswa di lingkungan kampus.

Kata Kunci: *Unit Jasa Keuangan Syariah, Wirausahawan Mahasiswa*

Ekonomi syariah menganut faham ekonomi keseimbangan, dan salah satu implementasi ekonomi syariah adalah BMT (Baitul Maal wa Tamwil). Di Indonesia lebih dikenal sebagai koperasi syariah.Dalam satu dekade terakhir, BMT mampu dengan cepat menyentuh lapisan masyarakat kelas bawah dengan perannya yang sangat fital mendukung tumbuhnya sektor UMKM di Indonesia ini. BMT mampu memberikan pilihan lain yang menguntungkan dibandingkan lembaga-lembaga keuangan mikro lainnya, karena belakangan mulai berani memberikan plafon peminjaman kepada para anggotanya dalam jumlah minimal Rp 500 ribu. Hal ini tentunya berbeda dengan lembaga keuangan bank *microfinance* yang rata-rata minimalnya Rp 4 juta, pilihan minumun peminjaman ini dimaksudkan agar BMT mampu menyerap sebanyak-banyaknya calon anggota (CISFED, 2012)

Seiring dengan perkembangan koperasi syariah atau yang biasa dikenal *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) adalah badan keuangan non bank yang berbadan hukum koperasi. Secara terminologis Baitul Maal wat Tamwil adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan bisnis mikro berlandaskan pada sistem ekonomi yang salaam: keselamatan (keadilan), kedamaian, dan kesejahteraan. Kegiatan BMT di antaranya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi

dalam meningkatkan kualitas dan kegiatan ekonomi pengusaha kecil dengan mendorong anggota untuk mau menabung dan menunjang kegiatan ekonominya. (Amalia, 2005) Adapun sifat dari BMT adalah terbuka, independen, tidak partisan, berorientasi pada pengembangan tabungan dan pembiayaan untuk mendukung bisnis ekonomi yang produktif bagi anggota dan kesejahteraan sosial masyarakat sekitar.

Terkait dengan eksistensi Koperasi Mahasiswa (Kopma), hasil wawancara dengan Ketua Pengurus di Universitas Negeri Malang terdapat dua kendala yang dihadapi.Pertama bidang usaha simpan pinjam tidak berjalan dan saat ini sudah ditutup, sedangkan kebutuhan anggota untuk menutupi biaya hidup bagi mereka yang mengalami keterlambatan kiriman biaya hidup dari orang tua sangat dibutuhkan para anggota. Kedua, bagi anggota yang telah memiliki usaha dan sudah berjalan Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Malang tidak dapat membantu permodalannya. Bidang usaha di Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Malang antara lain mini market, foto copy, rental computer dan kantin sampai saat ini masih dikelola sesuai aturan koperasi konvensional.Untuk membangun semangat berwirausaha mahasiswa dan upaya mengatasi permasalahan yang ada dalam tubuh Kopma Universitas Negeri Malang, maka perlu segera dilakukan uji coba: Pengembangan Unit Jasa Keuangan Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Wirausahawan Mahasiswa Di Lingkungan Kampus Universitas Negeri Malang.

Unit Jasa Keuangan Syariah

Koperasi jasa keuangan syari'ah (KJKS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai dengan pola bagi hasil (syariah).Sedangkan unit jasa keuangan syariah (UJKS) adalah unit Koperasi yang bergerak di bidang Pembiayaan, Investasi dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syariah) sebagai bagian dari kegiatan koperasi yang bersangkutan. (Rodoni, 2008) Praktek usaha koperasi yang dikelola secara syariah telah tumbuh dan berkembang di masyarakat serta mengambil bagian penting dalam memberdayakan ekonomi masyarakat. Dalam rangka mendorong pertumbuhan UJKS, sebagai lembaga keuangan yang profesional, mandiri dan melayani anggota berdasarkan prinsip-prinsip koperasi, maka UJKS harus memiliki visi, misi dan tujuan yang jelas dan tertulis.Visi unit jasa keuangan syariah pada koperasi diturunkan dari visi koperasinya. Misi lebih ditekankan kepada apa yang harus diemban atau dipegang sebagai pedoman strategis dan operasional yang perlu dilakukan oleh pihakmanajemen KJKS dan UJKS untuk mencapai visinya. (Rodoni, 2008). Tujuan UJKS adalah sebagai lembaga perekonomian ummat, *baitulmaal* wat *tamwil* memiliki beberapa tujuan, antara lain: "Meningkatkan kesejahteraan jasmani dan rohani serta mempunyai posisi tawar (daya saing) anggota dan mitra binaan juga masyarakat pada umumnya melalui kegiatan pendukung lainnya." Dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya, yakni melayani masyarakat,kegiatan pokok KJKS meliputi dua kegiatan, yaitu simpanan (mudharabah) dan pembiayaan. (Rodoni, 2008).

Wirausahawan Mahasiswa (Entrepreneurship)

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan wirausahawan sebagai orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menyusun cara baru dalam berproduksi, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, mengatur permodalan operasinya, serta memasarkannya. Perguruan Tinggi sebagai salah satu mediator dan fasilitator terdepan dalam membangun generasi muda, mempunyai kewajiban dalam mengajarkan dan memotivasi mahasiswanya agar menjadi generasi cerdas yang mandiri, kreatif, inovatif dan mampu menciptakan berbagai peluang pekerjaan (usaha). Di Indonesia, usaha-usaha untuk menanamkan jiwa dan semangat kewirausahaan diperguruan tinggi terus digalakan dan ditingkatkan, tentunya dengan berbagai metode dan strategi yang membuat mahasiswa tertarik untuk berwirausaha. Dalam upaya menciptakan wirausahawan baru dikalangkan mahasiswa pihak perguruan tinggi perlu memasukkan kewirausahaan sbagai matakuliah wajib untuk semua program studi yang lebih menekkankan pada praktek dan mendapatkan sebagian pendanaan untuk modal usahanya.

METODE

Penelitian ini bertujuan mengembangan Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS) untuk didesiminasikan di Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Malang dan mengindentifikasi kendala-kendalanya. Untuk mencapai tujuan, maka rancangan penelitian yang digunakan adalah *action research. Action research* yang dilakukan secara partisipatif, dikenal sebagai *Participatory Action Research* (PAR). PAR dilakukan untuk memperoleh perubahan-perubahan dalam situasi tertentu, dan menguji prosedur yang diperkirakan akan menghasilkan perubahan. Menurut Gunawan (2007), *action research* adalah kegiatan dan atau tindakan perbaikan sesuatu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasinya digarap secara sistematik sehingga validitas dan reliabilitasnya mencapai tingkatan riset. Subyek penelitian adalah mahasiwa anggota koperasi mahasiswa dan anggota Muslim Study di lingkungan Universitas Negeri Malang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan observasi. Data yang terkumpul dianalisis dengan teknik deskriftif kualitatif. Pendekatan diskriptif kualitatif digunakan untuk mengambarkan, menjelaskan permsalahan. Pengembangan Unit Jasa Keuangan Syariah di lokasi penelitian. Data diperoleh, dikumpulkam dengan pendekatan *focus group discussion* dimana prosesnya sangat partisipatif dengan melibatkan mahasiswa, peneliti, Pembina dan pejabatan terkait di lingkungan Universitas Negeri Malang. Dalam FGD inilah proses sharing informasi, klarifikasi atas review dokumen dan wawancara, sehingga ada peningkatan pengetahuan peserta FGD atas operasional model Unit Jasa Keuangan Syariah yang sedang dikembangkan.

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan perencanaan, pelaksanaan dan refleksi uji coba Model UJKS, hasil penelitian disajikan sebagai berikut.

Perencanaan Uji coba Model UJKS

Sosialisasi Model UJKS

Berdasarkan hasil pengamatan pelaksanaan Sosialisasi Model UJKS pada tanggal 24 Mei 2016 jam 08.00- selesai bertempat di aula LP2M kepada calon anggota, terdiri dari pengurus dan anggota koperasi mahasiswa, mahasiswa wirausaha, anggota muslim study, dan alumni wirausaha. Hasil *feedback* sosialisasi model UJKS menunjukkan 54 orang peserta yang hadir sebanyak 95 % menyatakan materi sosialisasi sangat bermanfanat untuk menambah pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah, dan 5% menyatakan materi sosialisasi cukup bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah.

a. Penyusunan Proposal Pengembangan UJKS

Berdasarkan hasil wawancara dengan tim penyusun proposal UJKS dan dokumentasi menunjukkan hasil bahwa Program Pengembangan UJKS di Koperasi Mahasiswa, berhasil mendapatkan persetujuan dosen pembina Kopma dan Wakil Rektor III tertanggal 21 Juni 2016. Hasil legalitas proposal ini menunjukkan bahwa rencana operasional UJKS telah mendapatkan legalitas dan layak ditindak lanjuti. Proposal Pengembangan UJKS selanjutnya dipakai bahan FGD dengan *focus* operasional UJKS di Koperasi Mahasiswa. Hasil FGD komitmen peserta adalah operasional UJKS perlu segera direalisasi

Model Struktur Organisasi UJKS yang di kembangkan di Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Malang dapat dilihat pada Gambar 1.

a. Struktur Organisasi UJKS

UJKS memiliki personal dengan tugas masing-masing sebagai berikut: (1) Manajer dengan tugas memimpin operasional UJKS sesuai dengan tujuan dan kebijakan umum yang digariskan oleh pengurus dan membuat laporan bulanan, tahunan, penilaian kesehatan UJKS serta mendiskusikan dengan pengurus; (2) Staf Bagian Perhimpunan Dana bertugas melakukan kegiatan penggalangan tabungan/ simpanan anggota/masyarakat, dan melakukan administrasi dan membuat laporan perkembangan tabungan/simpanan; (3) Staf Bagian Penyaluran Dana bertugas melakukan pelayanan kepadapeminjam, dengan menerima berkas pengajuan pembiayaan, melakukan analisis pembiayaan dan melakukan administrasi dan laporan perkembangan pembiayaan; (4) Staf Bagian Pembinaan Anggota bertugas memberikan pembinaan kepada anggota dengan upaya layanan konsultasi administrasi dan kualitas usaha anggota, dan memberikan layanan konsultasi keuangan kepada anggota agar pinjaman dan usaha tidak macet.

b. Keuangan

Pendanaan Modal UJKS berasal dari: (1) Simpanan *Wadi'ah,* (2) Deposito *Mudharabah*, (3) Investasi dan Hibah. Biaya Opersional UJKS diambil dari *profit sharing* produk-produk pembiayaan berdasarkan kesepakatan. Produk yang akan dipasarkan terdiri dari: (1) *Musyarakah* (Pembiayaan Usaha), (2) *Murabahah* (Jual-Beli), *Rahn* (Jaminan/Gadai)

Pelaksanaan Uji coba Model UJKS

Berdasarkan pelaksanaan uji coba UJKS melalui tahapan-tahapan kegiatan diperoleh hasil sebagai berikut.

a. Rekrutmen Anggota UJKS

Hasil pengamatan sejak pelaksanaan sosialisasi Model UJKS 24 Mei 2016 sampai dengan 15 September 2016 terkumpul sejumlah 31 orang mahasiswa dan alumni yang bersedia menjadi anggota UJKS dengan bukti: (1) kesediaanya mengisi formulir pendaftaran, (2) menyerahkan fotocopy indentitas diri Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) dan Kartu Tanda Penduduk (KTP), dan (3) pembayaran Simpanan Pokok dan Simpanan Wajib. Kondisi ini menunjukkan bahwa lebih dari 50% peserta sosialisasi tertarik untuk menjadi anggota UJKS. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa orang mahasiswa anggota Koperasi Mahasiswa dan anggota Muslim Study yang telah mengikuti sosialisasi dan belum bersedia menjadi UJKS, sebagian besar mereka memberikan alasan bahwa masih ragu-ragu tentang manfaat menjadi anggota UJKS.

b. Rapat Anggota

Dari hasil pengamatan pelaksanaan Rapat Anggota pada tanggal 15 September 2016 dengan agenda kegiatan: Pelaksanaan rapat anggota memilih pengurus dan pengawas UJKS, jumlah anggota yang hadir memenuhi korum 21 orang dari jumlah seluruhnya 31 orang (lebih dari separuh) Jumlah anggota yang hadir lebih dari separuh berarti sudah memenuhi korum dan sah untuk memilih dan memutuskan anggota pengurus dan pengawas UJKS. Pengelola (manajer), pengawas, dan staf UJKS yang terpilih merupakan bauran antara anggota Koperasi Mahasiswa dan anggota Muslim Study dengan pertimbangan bahwa masing-masing kelompok organisasi mahasiswa memiliki bekal pengetahuan dan keterampilan berbeda sesaui dengan visi dan misi organisasi yang mereka ikuti. Perbedaan pengetahuan dan keterampilan inilah yang diharapkan dapat menjadikan bahan untuk saling melengkapi dalam operasional UJKS.

c. Operasional UJKS

Berdasarkan hasil wawancara dengan staf pengumpul dana dan pembiayaan, serta hasil dokumentasi menunjukkan hasil sebagai berikut: (1) dana yang dihimpun dari simpanan *Wadi'ah* (simpanan pokok dan wajib) masih kecil, kondisi ini diprediksi UJKS masih berjalan kurang dari satu tahun; (2) dana yang dihimpun dari *Mudharabah (Investasi)* belum ada, kondisi ini diprediksi oleh keterbatasan anggota UJKS yang sebagian besar dari mahasiswa belum berpenghasilan. Sedangkan untuk pembiayaan masih sebagian dapat direalisasikan, kondisi ini diprediksi adanya dana yang dihimpun masih relatif kecil.Pelaksanaan pembagian sisa hasil usaha juga masih belum dapat direalisasikan karena operasional UJKS masih belum berjalan satu tahun anggaran.

Refleksi Uji Coba Model UJKS

a. Indentifikasi Kendala

Berdasarkan hasil wawacara dengan pengurus UJKS, pengamatan operasional UJKS dan dukumentasi pengumpul dana dan pembiayaan, diperoleh hasil refleksi selama proses operasional model UJKS dan kendala-kendala yang ada antara lain: (1) beberapa orang mahasiswa anggota Koperasi Mahasiswa dan anggota Muslim Study yang telah mengikuti sosialisasi dan belum bersedia menjadi UJKS, sebagian besar mereka memberikan alasan bahwa masih ragu-ragu tentang manfaat menjadi anggota UJKS, (2) UJKS masih belum memiliki tempat/ruang yang strategis untuk melaksanakan operasional UJKS; dan (3) jumlah dana yang berhasil dihimpun

masih relatif kecil sehingga harapan jenis pembiayaan masih terbatas; (4) Pembiayaan *Ar Rahan* (Gadai) masih belum dapat direalisasikan dengan kendala masih belum dimikinya fasilitas untuk mengamankan barang yang digadaikan, sedangkan kebutuhan mendesak biaya hidup anggota akibat keterlambatan kiriman dari orang tua diharapkan bisa teratasi melalui menggadaikan barangnya.

b. Revisi Model UJKS

Berdasarkan hasil pelaksanaan uji coba Model UJKS dan kendala yang ada, kegiatan selanjutnya adalah melaksanakan FGD untuk revisi model UJKS. Pelaksanaan FGD dengan melibatkan mahasiswa, peneliti, Pembina dan pejabat terkait di lingkungan Universitas Negeri Malang. Dalam FGD inilah proses sharing informasi, klarifikasi atas review dokumen dan wawancara, sehingga ada peningkatan pengetahuan peserta FGD atas operasional model Unit Jasa Keuangan Syariah yang sedang dikembangkan. Fgd dengan *focus* revisi revisi model UJKS, hasil menunjukkan model UJKS yang telah diuji cobakan dan dinyatakan layak tidak adanya revisi yang komplek. Namun untuk kendala-kendala-kendala yang ada pada saat pelaksanaan uji coba model UJKS perlu dicarikan solusinya.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji coba Model Unit Jasa Keuangan, maka permasalahan yang perlu dicarikan jalan pemecahannya antara lain sebagai berikut: (1) Penetapan Anggaran Dasar (AD) dan Anggaran Rumah Tangga (ART) UJKS masih belum dapat dihasilkan. Hasil wawancara dengan personal UJKS yang terpilih menyampaikan bahwa untuk penyusunan AD dan ART UJKS masih diperlukan waktu dan adaptasi keanggota mereka dalam UJKS, demikian juga dengan penyusunan Rencana kerja dan rencana anggaran belanja UJKS. Dua kegiatan ini diperlukan pendampingan yang intensif dari dosen Pembina Koperasi Mahasiswa dan para ahli di bidang Ekonomi Syariah yang ada di lingkungan Universitas Negeri Malang. Pelaksanaan rapat anggota yang pertama kali dilaksanakan dalam operasional UJKS sesuai dengan pendapat Rodoni, 2008 yang menjelaskan bahwa fungsi dari rapat anggota merupakan keputusan tertinggi dan merupakan ajang pertemuan semua anggota dan pengurus untuk membuat rumusan berdasarkan laporan dan data yang telah dipertanggungjawabkan, mengevaluasi, serta kebijaksaan di masa datang dalam peningkatan pelayanan dan kesejahteraan para anggota; (2) Rekrutmen Anggota UJKS. Beberapa orang mahasiswa anggota Koperasi Mahasiswa dan anggota Muslim Study yang mengikuti sosialisasi dan belum bersedia menjadi UJKS dengan alasan bahwa sebagian besar mereka masih ragu-ragu tentang manfaat menjadi anggota UJKS. Upaya menghilangkan keragu-raguan calon anggota dengan jalan mengadakan diskusi yang intentif dengan focus manfaat menjadi anggota UJKS dan berupaya memberikan pelayanan pembiayaan sesuai dengan kebutuhan mereka dengan cepat dan tepat sasaran. Upaya ini sesuai dengan pendapat (Rodoni, 2008) bahwa tujuan KJKS/UJKS adalah sebagai lembaga perekonomian ummat, *baitul maal wat tamwil* memiliki beberapa tujuan, antara lain:"Meningkatkan kesejahteraan jasmani dan rohani serta mempunyai posisi tawar (daya saing) anggota dan mitra binaan juga masyarakat pada

umumnya melalui kegiatan pendukung lainnya."; (3) Ketua dan Anggota Pengurus UJKS yang telah terpilih berupaya mendapatkan ruang kerja yang permanen dan mudah dijangkau anggota di Fakultas Ekonomi (ruang bekas Laboratorium Bank Muamalat) yang merupakan lokasi strategis yang dapat ditempati operasional UJKS; (4) Staf bagian penghimpunan dana berupaya mencari calon investor dari dosen dan tenaga akademis di lingkungan kampus Universitas Negeri Malang yang peduli terhadap Pengembangan UJKS; (5) Pembiayaan *Ar Rahan* (Gadai) masih belum dapat direalisasikan, akan dijadikan preoritas pengembangan jenis pembiayaan setelah mendapatkan dana dari para investor.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka kesimpulan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1)Model Unit Jasa Keuangan Syariah berdasarkan hasil uji coba operasionalnya dapat nyatakan layak untuk dikembangakan lebih lanjut dengan upaya mengatasi kendala-kendala yang ada. Disamping itu ada keterlibatan mahasiswa yang tergabung dalam Muslim Study sebagai anggotaakan memperkuat operasional UJKS; (2) Kendala-kendala yang perlu segera diicarikan solusinya antara lain: (a) ruang kerja UJKS yang lebih strategis; (b) pendampingan penusunan dan penetapan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga dan penyusunan rencana kerja dan rencana anggaran belanja UJKS; (c) mencari investor untuk menambah modal UJKS agar dapat menambah jumlah dan jenis pembiayaan.

Saran

Pengembangan dan operasional Model Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS) ini akan terwujud dengan baik, jika para pihak yang bekepentingan (Pembina dan pelindung) dari Universitas Negeri Malang medukung baik moril maupun materiil untuk kelangsungan dan perkembangan UJKS. Disarankan kepada pimpinan di lingkungan Universitas Negeri Malang memberikan dukungan penguatan legalitas, dan fasilitas lokasi bisnis yang layak dan strategis.Diharapkan juga datangnya investor dari dalam lembaga (dosen dan tenaga akademik) dan Lembaga Perbankan Syariah untuk mendukung pembiayaan usaha dan pembinaan pengelolaan usaha.

DAFTAR RUJUKAN

Bogdan, R.C. and Biklen, S.K. 1998. *Qualitative Research in Education: An Introduction to Theory and Methods.*Third Edition. Boston: Allyn and Bacon.

BPS.2009. *Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan.*(Online) (http://www.bps.go.id diakses 9 Pebruari 2010).

BPS. 2010. Berita Resmi 6 Statistik No. 77/12/Th. XIII, 1 Desember 2010.

BPS, 2013, *Jumlah Pemuda Usia 16-30 tahun.* (Oneline) (www.bps.go.id diakses Januari 2013).

CISPED (*Centerfor Islamic Studies in Finance, Economic and Develepment)*. 2012.

Creswell, J. W. and Clark, V.L. P. 2007.*Designing and Conducting Mixed Method Research.* Thousand oaks: Sage Publication Inc.

Creswell.John W. 2009.*Research Design:Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.* London: Sage Publication Inc.

Deputi Bidang Rekonstruksi dan Pengembangan Usaha Kementrian Koperasi dan UKM, September, 2013.

DIKTI. 2009. *Program Mahasiswa Wirausaha Bagi Perguruan Tinggi Negeri.* (Online) (http://www.ditkelembagaan-dikti.net/pedoman/143-program-mahasiswa-wirausaha diakses 20 Oktober 2009).

DIKTI.2003. *Strategi Jangka Panjang Pendidikan Tinggi 2003 – 2010. (Online) (http://www.dikti.go.id/KPPTJP 2003-2010.pdf. diakses 30 Mei 2007).*

DIKTI. 2006. *Panduan Pengelolaan Program Hibah DP2M Ditjen Dikti* – Edisi VII.

DIKTI. 1997. *Panduan Pengembangan Budaya Kewirausahaan.*

DIKTI. 1996. *Strategi Jangka Panjang Pendidikan Tinggi 1996 – 2005.* (Online) (http://www.dikti.go.id/KPPTJP III diakses 30 Mei 2007).

Euis, Amalia, 2005. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam.* Jakarta: Pustaka Asatruss.

Hannon, Paul. 2009. *Entrepreneurial University of the Year 2009. (Online)(*http://www.qub.ac.uk/home/TheUniversity/GeneralServices/News/entrepreneurialuniversity09/ diakses 29 April 2010).

Kirby, David, A. 2006. Creating Entrepreneurial Universities in the UK: Applying Entrepreneurship Theory to Practice.*Journal of Technology Transfer*, 31: 599–603.

Kemmis, Stephen & Mc Taggart, Robin (1988). The Action Research Planner. Geelong Victoria: Deakin University.

Marshall, Catherine and Rossman, Gretchen B. 1999.*Designing Qualitative Research.3rd Edition.*London: Sage Publications.

Marshall, William G. Et all. 2006. Technology Entrepreneurship Education: The University of South Florida Philosophy, Pedagogy, and Curriculum. (Online),(http://www.sbaer.uca.edu/research/usasbe/2006/pdffiles/paper/cases/060.pdf,diakses 20 Pebruari 2010).

Merriam, Sharan B. 1988. *Case Study Research in Education: A Qualitative Approoach.* SanFrancisco: jossey-Bass Publishers.

Morgan, D. 1998. Practical Strategies for combining qualitative and quantitative methods: Applications to health research. *Qualitative Health Research.* 8 (3): 362 – 376.

Ortmans, J. 2006. *The Entrepreneurial University: An Institutional Innovation.* (Online) (http://www.entrepreneurship.org /Resources/Detail/Default.aspx?id=20064 diakses 30 April 2010).

Pearce & Robinson. 2011. *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat

Rodoni, dkk. 2008, *Lembaga Keuangan Syari'ah,* Jakarta: Zikrul Hakim.

Shanmugaratnam, T. 2004. *Entrepreneurship Education – Why It Matters.*Keynote Address at the Inaugural Roundtable on Entrepreneurship Education Asia. NUS, 29 July 2004.

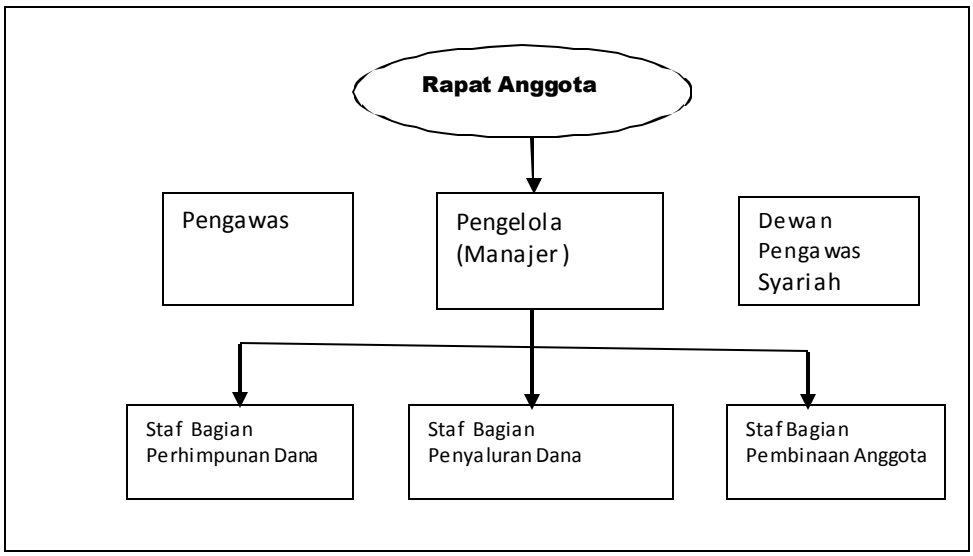
Sondakh, D.F. and Rajah, K.K. 2006.*Developing an Entrepreneurship Culture: The Greenwich experience.Entrepreneurship and Innovation*. 7 (4): 231 -241.

Tamzis. 2013. *Cerahnya Pertumbuhan Bisnis Berbasis Syariah*. (Oneline) (www.tamzis.com) diakses Desember 2013.

Vickers, K., Salamo, G., Loewer, O.,Ahlen, J. 2001. Creation of an entrepreneurial university culture, the University of Arkansas as a case study.*Journal of Engineering Education*, October.

Yin, R. K. 2003.*Case study research: design and methods* (3rd ed.). London: Sage Publications.

Yin, R. K. 2009.*Case study research: design and methods* (4rd ed.). London: Sage Publications.



Gambar 1. Struktur Organisasi UJKS

Analisis Pengembangan Pariwisata Syariah untuk Peningkatan Sektor Riil di Indonesia

Hartini
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Email : Hartinih50@gmail.com

Abstrak : Wisata syariah merupakan aktualisasi dari konsep ke Islaman dimana nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utama, hal ini berarti seluruh aspek kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi halal yang harus manjadi acuan bagi setiap pelaku pariwisata. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar potensi Indonesia dalam pengembangan wisata syariah dan tantangan apa saja yang di hadapi Indonesia dalam mengembangkan wisata syariah serta menganalisis peranan pengembangan wisata syariah terhadap peningkatan sector rill di Indonesia. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penulisan ini adalah studi pustaka, dokumentasi, dan intuitif subjektif. Hasil yang ditemukan yaitu bahwa sebagai Negara dengan penduduk mayoritas muslim, potensi pengembangan wisata syariah di Indonesia sangatlah besar, meskipun tidak dapat dipungkiri terdapat beberapa tantangan namun pengembangan wisata syariah memiliki prospek yang sangat menjanjikan untuk pertumbuhan sector rill di Indonesia. Pemerintah sebaiknya memberikan dukungan dan cepat tanggap dalam mengatasi tantangan yang dapat menghambat pengembangan wisata syariah di Indonesia.

Kata Kunci*: Wisata Syariah Dan Sektor Riil*

Ketidaksempurnaan system-sistem ekonomi yang ada baik kapitalis maupun sosialis, telah menjadikan system ekonomi islam sebagai alternative yang paling relevan dalam mengatasi berbagai permasalahan perekonomian. System ekonomi islam merupakan system ekonomi yang berlandaskan pada prinsip keadilan, sehingga penerepan system ekonomi islam yang baik dan benar akan mendatangkan keselamatan baik di dunia maupun di akhirat. Dewasa kini, dimensi penerapan ekonomi berbasis islam tidak hanya pada sector keuangan, melainkan telah merambah ke sector-sektor lainnya, seperti sector pariwisata *(travelling),* makanan dan minuman (kuliner), industry asuransi, fashion, kosmetik, farmasi dan hiburan. Hal ini menunjukan bahwa eksistensi ekonomi islam sangat di butuhkan oleh masyarakat.

Pariwisata syariah merupakan sector ekonomi islam yang paling signifikan pertumbuhannya saat ini. Hal ini di karenakan trend gaya hidup masyarakat yang lebih tertarik pada wisata syariah dari pada wisata konvensioal. Wisata syariah tidak hanya di peruntukan bagi mereka yang muslim, melainkan juga bagi mereka yang non muslim yang menginginkan kenyamanan dan kebersihan dalam berwisata bersama keluarga mereka. Seperti yang di sampaian oleh Mantan Wakil Menteri Parekraf Sapta Nirwandar, bahwa pada dasarnya pariwisata syariah tidak hanya meliputi tempat keagamaan. Tetapi juga atraksi lain seperti objek wisata alam, objek wisata budaya dan objek wisata buatan

lainnya. Jadi sebenarnya pariwisata syariah bukan hanya tentang wisata religi. Melainkan jenis wisata dengan fasilitas dan pelayanan yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim dan tidak ada kemudharatannya seperti dalam wisata konvensional. Dengan demikian, tidak heran jika terjadi peningkatan kunjungan wisatawan baik domestic maupun internasional.

Konsep wisata Syariah merupakan aktualisasi dari konsep ke Islaman dimana nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utama, hal ini berarti seluruh aspek kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi halal yang harus manjadi acuan bagi setiap pelaku pariwisata (Chookaew). Fundamental dari wisata Syariah tentunya adalah pemahaman makna halal disegala aspek kegiatan wisata mulai dari hotel, sarana transportasi, sarana makanan dan minuman, sistem keuangan, hingga fasilitas dan penyedia jasa wisata itu sendiri. Sebagai contoh hotel Syariah tidak akan menerima pasangan tamu yang akan menginap jika tamu tersebut merupakan pasangan yang bukan muhrimnya (tidak dapat menunjukkan surat nikah) selain itu hotel yang mengusung konsep Syariah tentunya tidak akan menjual minuman beralkohol serta makanan yang mengandung daging babi yang diharamkan didalam Islam. Selain itu pemilihan destinasi wisata yang sesuai dengan nilai-nilai Syariah Islam juga menjadi pertimbangan utama di dalam mengaplikasikan konsep wisata Syariah, setiap destinasi wisata yang akan dituju haruslah sesuai dengan nilai-nilai keisalaman seperti memiliki fasilitas ibadah masjid maupun mushola yang memadai, tidak adanya tempat kegiatan hiburan malam serta prostitusi, dan juga masyarakatnya mendukung implementasi nilai-nilai Syariah Islam seperti tidak adanya perjudian, sabung ayam maupun ritual-ritual yang bertentangan dengan ajaran Islam. Satu hal yang harus di pahami bahwasannya wisata Syariah ini tidak harus merupakan wisata religi yang umum berlaku saat ini (Kovjanic dalam kurniawan, 2015).

Indonesia memiliki kombinasi iklim tropis, 17.508 pulau yang 6.000 di antaranya tidak dihuni, serta garis pantai terpanjang ketiga di dunia setelah Kanada dan Uni Eropa. Indonesia juga merupakan negara kepulauan terbesar dan mengandung keanekaragaman hayati, flora dan fauna serta kebudayaan yang beranekaragam dan unik yang bisa menjadi daya tarik wisatawan atau turis asing. Selain itu, Indonesia juga merupakan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia yang bisa menjadi pasar yang potensial dalam pengembangan wisata syariah itu sendiri. Hal ini senada dengan data yang dilaporkan oleh Global Muslim Travel Index (GMTI) (2015), bahwa Indonesia merupakan salah satu negara anggota OKI (Organisasi Konferensi Islam) yang masuk sepuluh besar daerah tujuan wisata muslim dunia yang dapat dilihat pada tabel 1.

Berdasarkan data di atas membuktikan bahwa Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata syariah. Dan menurut pernyataan dari Taufik Nurhidayat selaku Kasubdit Korporasi Direktorat MICE dan Minat Khusus Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di kutip dari Sindo, (April 2015), Ia menyebutkan bahwa saat ini Indonesia telah memiliki 13 provinsi yang sudah siap mengembangkan wisata syariah yakni Nusa Tenggara

Barat (NTB), Nangroe Aceh Darussalam, Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Bali.

Pariwisata memiliki peranan penting dalam mendorong perekonomian nasional. Hal ini dikarenakan sector pariwisata merupakan andalan devisa Negara, tidak tanggung-tanggung pemerintah menargetkan 20 juta pelancong asing pada tahun 2019 dengan nilai devisa sebesar 260 Triliun. Khusus untuk pengembangan wisata syariah, pemerintah menetapkan anggaran sebesar 30 persen dari total anggaran Kementrian Pariwisata. Tidak sampai pada devisa saja, sector pariwisata ini juga dapat menciptakan multiplier effect yang signifikan bagi pertumbuhan sector rill. Dengan adanya sector pariwisata maka akan menyerap banyak tenaga kerja, membuka sector-sektor ekonomi lainnya sebagai penunjang kebutuhan wisatawan seperti sector rumah makan, pakaian, industry kreatif (souvenir), transportasi, perhotelan dan lainya. Maka dari itu, perkembangan pariwisata ini diharapkan dapat meningkakan kesejahteraan masyarakat Indonesia secara umum.

Tujuan penulisan paper ini untuk mengkaji apa saja potensi yang dimiliki oleh bangsa Indonesia dalam mengembangkan wisata syariah dan apa saja yang menjadi tantangan dalam mengembangkan wisata syariah di Indonesia serta menganalisis perkembangan wisata syariah untuk peningkatan sector rill di Indonesia.

Menurut UU No.9 tahun 1990 Tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan kepariwisataan adalah sebagai berikut:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek atau daya tarik.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.
3. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut.
4. Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.
5. Usaha Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa.

Pariwisata ditinjau dari obyek yang dikunjungi, diantaranya adalah:

1). Wisata Alam, yaitu kegiatan mengunjungi suatu obyek wisata yang berupa keindahan alam antara lain pegunungan, pantai, lembah, dsb.

2). Wisata Budaya, didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka (karakteristik suatu komunitas).

3). Wisata Agama, adalah dimana seseorang atau sekelompok orang yang bepergian ke suatu daerah dengan memiliki tujuan untuk mengunjungi tempat-tempat *religious* yang sesuai dengan agama

dan kepercayaannya masing-masing seperti tempat ibadah, ziarah ke makam ataupun ke tempat-tempat keramat.

4). Wisata Ziarah, bisa dikatakan sebagai salah satu bagian dari wisata religi, bahkan pengertian wisata ziarah hampir sama dengan pengertian wisata religi, yaitu menitikberatkan pada keagamaan dan mengunjungi tempat- tempat keagamaan, perjalanan secara fisik ini mencerminkan perjalanan spiritual.

5). Wisata Belanja, kegiatan mengunjungi tempat atau pusat-pusat penjualan barang/produk.

6). Wisata Satwa, biasanya menunjukkan hewan dalam habitat alamiah mereka.

7). Wisata Sejarah, umumnya berupa kunjungan ke tempat-tempat yang dianggap bersejarah.

Terminologi wisata syariah di beberapa negara ada yang menggunakan istilah seperti *Islamic tourism, halal tourism, halal travel*, ataupun *as moslem friendly destination*. Menurut pasal 1 Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia No. 2 Tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah, yang dimaksud syariah adalah prinsip-prinsip hukum islam sebagaimana yang diatur fatwa dan/atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia. Istilah syariah mulai digunakan di Indonesia pada industri perbankan sejak tahun 1992. Dari industri perbankan berkembang ke sektor lain yaitu asuransi syariah, pengadaian syariah, hotel syariah, dan pariwisata syariah. Definisi pariwisata syariah adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah (Kemenpar, 2012).

Menurut Ahmad Rosyidi Syahid dalam kajiannya mengenai wisata syariah, Ia mendefinisikan bahwa Pariwisata halal adalah bagian dari industri pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan Muslim. Pelayanan wisatawan dalam pariwisata halal merujuk pada aturan-aturan Islam. Salah satu contoh dari bentuk pelayanan ini misalnya Hotel yang tidak menyediakan makanan ataupun minuman yang mengandung alkohol dan memiliki kolam renang serta fasilitas spa yang terpisah untuk pria dan wanita. Selain hotel, transportasi dalam industri pariwisata halal juga memakai konsep Islami. Penyedia jasa transportasi wajib memberikan kemudahan bagi wisatawan muslim dalam pelaksanaan ibadah selama perjalanan. Kemudahan ini bisa berupa penyediaan tempat sholat di dalam pesawat, pemberitahuan berupa pengumuman maupun adzan jika telah memasuki waktu sholat selain tentunya tidak adanya makanan atau minuman yang mengandung alkohol dan adanya hiburan Islami selama perjalanan. Tabel 2 perbandingan antara wisata konvensional, wisata religi, dan wisata syariah. Kamudian Islam datang untuk meninggikan pemahaman wisata dengan mengaitkannya dengan tujuan-tujuan yang mulia. Di antaranya :*Pertama,* wisata yang berkaitan dengan ibadah. *Kedua,* Wisata dikaitkan dengan ilmu dan pengetahuan. *Ketiga*, Maksud wisata dalam Islam adalah mengambil pelajaran dan peringatan. *Keempat,* maksud yang paling mulia dari wisata

dalam Islam adalah berdakwah kepada Allah Ta'ala. Dan *Kelima*, pemahaman wisata dalam Islam adalah safar untuk merenungi keindahan ciptaan Allah Ta'la, menikmati indahnya alam nan agung sebagai pendorong jiwa manusia untuk menguatkan keimanan terhadap keesaan Allah dan memotivasi menunaikan kewajiban hidup.

METODE

Berdasarkan sifat dan tujuannya, penelitin ini merupakan penelitian deskriptif karena berusaha untuk mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian ini di lakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang cenderung menggunakan analisis induktif, sehingga pengambilan kesimpulan dalam penelitian ini di dasari pada data yang diobservasi dan di kumpulkan terlebih dahulu.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data sekunder. Data sekunder merupakan data sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data documenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan (Indriantoro dan Supomo, 2002). Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu melalui study pustaka,artinya mengumpulkan materi dari berbagai literature, skripsi, jurnal dan buku serta data dari website tentang hal yang relevan dalam penulisan paper ini, selanjutnya dokumentasi, artinya mengumpulkan data melalui membaca, mencatat serta mendokumentasikan bahan penelitian dari pustaka dan yang terakhir intuitif subjektif, yang merupakan perlibatan penulis atas masalah yang sedang dibahas.

PEMBAHASAN

Potensi Indonesia Mengembangkan Wisata Syariah

Wisata syariah memiliki prospek yang bagus untuk di kembangkan. Hal ini dikarenakan populasi Muslim di dunia terus berkembang dengan pesat. Pada tahun 2030 populasi Muslim diprediksi mewakili 26,5% populasi dunia. Mayoritas populasi Muslim berasal dari negara yang ekonominya sedang berkembang seperti Indonesia, Turki, dan Negara-negara Teluk. Oleh karena itu, Muslim merupakan konsumen penting dalam semua sektor bisnis, termasuk bisnis pariwisata. Dalam melakukan perjalanan, keyakinan (*faith*) turut mempengarui wisatawan Muslim dalam memutuskan tempat wisata yang akan mereka tuju. Mereka tentu akan mencari dan membutuhkan produk-produk dan layanan-layanan yang sesuai dengan keyakinan mereka. Hal ini terlihat dengan semakin pesatnya pertumbuhan perbankan dan keuangan syariah, pangan halal (*halal food*), dan lain-lain di dunia. Penjelasan di atas menggambarkan betapa bisnis pariwisata syariah sangat menggiurkan. Oleh karena itu, saat ini banyak negara, baik negara Muslim maupun non-Muslim, berlomba-lomba untuk menawarkan konsep pariwisata syariah. Sebagai contoh, Gangwon Korea Selatan siap menjadi destinasi wisata syariah dengan menyediakan paket wisata syariah dan fasilitas yang

mendukung bagi wisatawan Muslim (*Republika,* 26/05/15).

Menurut Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, Sapta Nirwandar menyebutkan potensi wisata syariah dunia bernilai USD 2,47 triliun atau setara Rp 28.837 triliun pada 2018 mendatang. Pasalnya, tiap tahun, wisatawan muslim dunia terus meningkat secara signifikan. Mengungkapkan peningkatan wisatawan muslim dunia sejalan semakin besarnya kebutuhan wisata 'muslim friendly'.Ia juga memaparkan kajian Thomson Reuters dalam State of the Global Islamic Economy (2013) yang melaporkan bahwa total pengeluaran Muslim dunia untuk keperluan makanan halal dan gaya hidup (lifestyle) mencapai USD 1,62 triliun pada 2012 dan diperkirakan akan mencapai nilai USD 2,47 triliun pada 2018.

Sementara, Pew Research Center Forum on Religion and Public Life mengungkapkan populasi Muslim dunia diperkirakan akan terus bertambah dari 1,6 miliar atau sekitar 23,4 persen dari penduduk dunia sebesar 6,9 miliar pada 2010 menjadi sekitar 2,2 miliar atau sekitar 26,4% dari total penduduk dunia sebanyak 8,3 miliar di 2030, dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 1,5% untuk penduduk Muslim setiap tahunnya. Bagi Indonesia, potensi wisata syariah bukan hanya untuk pasar luar negeri saja. Tapi juga besarnya potensi wisatawan nusantara dan terus mengalami peningkatan. Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, pada 2011 tercatat sekitar 239 juta pergerakan wisatawan nusantara dengan pengeluaran sekitar Rp 138 triliun. Sedangkan, pada 2012 tercatat sekitar 245 juta pergerakan wisatawan. Jika 88,1 persen pelaku perjalanan adalah penduduk muslim (muslim traveller) maka akan didapat sekitar 215 juta pergerakan dengan pengeluaran diperkirakan sebesar USD 129,37 miliar atau sekitar Rp. 142,3 triliun.

Selain potensi dalam hal penduduk yang mayoritasnya muslim, Indonesia juga memiliki pesona alam yang luar biasa yang sangat menarik untuk di kunjungi, diantaranya Indonesia memiliki kawasan terumbu karang terkaya di dunia dengan lebih dari 18% terumbu karang dunia, serta lebih dari 3.000 spesies ikan, Kekayaan biota laut tersebut menciptakan sekitar 600 titik selam yang tersebar dari Sabang hingga Merauke. Terdapat 50 taman nasional di Indonesia, 6 di antaranya termasuk dalam Situs Warisan Dunia UNESCO. Indonesia memiliki lebih dari 400 gunung berapi dan 130 di antaranya termasuk gunung berapi aktif. Keanekaragaman flora dan fauna yang ada di seluruh nusantara menjadikan Indonesia cocok untuk pengembangan agrowisata.

Kebudayaan Indonesia juga sangat unik dan beranekaragam. Berdasarkan data sensus 2010, Indonesia terdiri dari 1.128 suku bangsa. Keberagaman suku bangsa tersebut mengakibatkan keberagaman hasil budaya seperti jenis tarian, alat musik, dan adat istiadat di Indonesia. Sejarah kebudayaan Indonesia dari zaman prasejarah hingga periode kemerdekaan dapat ditemukan di seluruh museum yang ada di Indonesia. Total jumlah museum di Indonesia berjumlah 80 museum yang tersebar dari Aceh hingga Maluku.

Di samping itu, tumbuhnya kelas menengah Indonesia yang disinyalir kian meningkat. Data Bank Dunia menunjukkan bahwa kelas menengah Indonesia terus tumbuh, dari

nol persen penduduk pada tahun 1999 menjadi 6,5 persen pada 2011 atau setara dengan lebih dari 130 juta orang. Pada tahun 2030, jumlah kelas menengah diperkirakan akan melesat menjadi 141 juta orang. Hal ini berdampak pada tingkat konsumsi secara signifikan, khususnya dari kelas menengah untuk membelanjakan uangnya terutama di sektor-sektor konsumtif seperti makanan, fashion dan gaya hidup lainnya.

Tantangan Indonesia Mengembangkan Wisata Syariah

Meski memiliki potensi yang besar dalam pengembangan wisata syariah, tak dipungkiri bahwa masih terdapat banyak kendala yang menjadi tantangan serius bagi pengembangan wisata syariah di Tanah Air. Pertama, masalah sertifikasi halal. kebanyakan para pengusaha Muslim merasa tidak perlu mencantumkan label halal, karena apa yang mereka tampilkan sudah halal.Padahal sertifikat halal merupakan wujud pengakuan dunia yang menunjukan bahwa segala produk yang diperjual-belikan sudah mengantongi izin resmi dari sisi kehalalannya. Mahalnya biaya pembuatan sertifikat ini juga menjadi penyebab para pengusaha nggan melakukannya.

Kedua, belum adanya regulasi dalam bentuk perundang-undangan. Saat ini Peraturan Menteri (Permen) memang sedang digodog antara tim Kemenparekraf dan MUI. Birokrasi yang lambat menjadi ciri khas Indonesia, ikut memperlambat pengembangan wisata syariah. Para pelaku bisnis dan berbagai pihak yang terkait, akibatnya rada gamang dalam pengembangan potensi wisata syariah.

Ketiga, belum siapnya Sumber Daya Manusia dalam bidang wisata syariah. Seperti diketahui, ada lima komponen wisata syariah, yakni kuliner, kosmetik-spa, perhotelan syariah, moslem fashion dan biro perjalanan. Sejauh ini, Kemenparekraf baru menggandeng Universitas Pesantren Darul Ulum (UNIPDU), Jombang, Jawa Timur untuk melakukan *training* dan *workshop* terkait penyiapan SDM wisata syariah. Kendala yang biasa sering dihadapi oleh SDM Indonesia adalah terbatasnya kemampuan bahasa asing dalam menjamu turis dari mancanegara.

Keempat, lemahnya sosialisasi tentang wisata syariah di Indonesia berakibat kurangnya pengetahuan masyarakat luas mengenal produk-produk dalam wisata syariah. Jika dalam keseharian mereka sudah familiar dengan produk halal seperti makanan dan minuman serta kosmetik, namun dalam cakupan lebih luas, masyarakat belum tahu detil soal wisata syariah. Masalah lain yang turut menjadi tantangan pengembangan wisata syariah di Indonesia adalah minimnya infrastruktur yang tersedia di Indonesia, kendala dalam asksesbilitas dari pusat kota ke pelosok daerah, dari penginapan ke tujuan objek wisata itu menjadikan pertimbangan bagi para wisatawan dalam memutuskan pilihannya untuk berkunjung ke suatu tempat.

Peranan Wisata syariah dalam meningkatkan Sektor Rill di Indonesia

Pariwisata di Indonesia merupakan sektor ekonomi yang memiliki peranan cukup besar di Indonesia. Pada tahun 2009, pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Berdasarkan data tahun

2014, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebesar 9,4 juta lebih atau tumbuh sebesar 7.05% dibandingkan tahun sebelumnya.Sumbangan devisa dari pariwisata yang di tahun 2015 mencapai 10% dari total devisa negara atau lebih dari Rp900 miliar tentu saja sangat menggiurkan, tidak heran kalau pemerintah Indonesia berusaha sekuat tenaga untuk mengejar ketertinggalan dari negara tetangga Malaysia yang sudah lebih maju di sektor ini.

Menurut Esty Reko Astuti (Dalam Maulana. 2015), selaku Direktur Jenderal Pemasaran Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Potensi pariwisata syariah juga tidak bisa dianggap sebelah mata, sektor turis pariwisata syariah muslim global pada tahun 2012 mencapai USD 137 miliar, dan di 2018 diprediksi akan berkembang jadi USD 181 miliar. Indonesia sendiri memiliki beberapa kelebihan dalam potensi pariwisata syariah diantaranya; Potensi Sumber daya alam yang begitu berlimpah dan sangat besar, menjadi penduduk dengan jumlah muslim terbesar di dunia, dan kelas menengah di Indonesia disinyalir kian meningkat dari waktu ke waktu.

Pariwisata syariah jika dimaksimalkan dengan baik maka akan menguntungkan perekonomian di Indonesia, melalui terbukanya kesempatan lapangan kerja karena berkembangnya industri perhotelan syariah, rumah makan syariah, biro perjalanan syariah, dan industri moslem fashion yang mulai berjalan dengan optimal seiring dengan berkembangnya pariwisata syariah di Indonesia. Selain itu juga lembaga keuangan akan mulai tumbuh seperti koperasi syariah, bank syariah, pegadaian syariah dan lembaga keuangan lainnya untuk menjadi lembaga intermediary antara defisit unit dengan surplus unit, contohnya masyarakat sekitar pariwisata syariah yang tidak mempunyai modal dapat mendapatkan modal untuk pengembangan kegiatan pariwisata syariah mereka dengan melalui kegiatan pinjam dan menggadai, dan masyarakat yang telah berkembang usahanya dapat menabung dan menginvestasikan uangnya di lembaga keungan seperti perbankan syariah. Sehingga selain majunya sektor rill akibat pekembangan pariwisata syariah, sektor keuangan pun dapat tumbuh dengan makasimal.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Indonesia merupakan Negara besar yang memiliki banyak potensi untuk mengembangkan wisata syariah, diantaranya penduduk mayoritas muslim, telah memiliki kebiasaan hidup yang tertata dalam syariat, alam Indonesia yang dianugerahi pesona yang menakjubkan, kebudayaan yang unik dan beranekaragam, menjadi keunggulan tersendiri bagi Indonesia sebagai Negara yang layak untuk di kunjungi para wisatawan baik domestic maupun mancanegara. Namun demikian, sebagai Negara berkembang kita masih memiliki beberapa kendala seperti masalah sertifikasi halal, birokrasi antar lembaga terkait, terbatasnya kemampuan SDM, hingga sarana dan prasarana infrastruktur yang masih belum memadai. Padahal peran pariwisata dalam perekonomian sangat tinggi, selain sebagai penghasil devisa, pariwisata juga dapat membuka lapangan kerja sehingga mampu

meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Saran

Perlu adanya harmonisasi antara lembaga terkait sehingga pengembangan wisata syariah ini bisa berlangsung secara optimal, adanya dukungan pemerintah dalam membantu para pengusaha untuk melakukan sertifikasi halal serta pembangunan infrastruktur ke tempat-tempat objek wisata. dan peningkatan promosi Indonesia sebagai Muslim friendly destination, agar pemahaman masyarakat lebih terbuka tentang wisata syariah ini.

DAFTAR RUJUKAN

Andrini, D. 2015. Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah. http://www.kemenpar.go.id/userfiles/2015%20Kajian%20Pengembangan%20Wisata%20Syariah.pdf.

Chookaew, S. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. *Journal of Economics, Business and Management*, 739-741. Global Muslim Travel Index (GMTI) (2015)

Fazal, B. 2015, Wisata Halal Indonesia Kalah Dibanding Malaysia dan Thailand, http*://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/15/06/25/nqhy7w-wisata-halal- indonesia-kalah-dibanding-malaysia-dan-thailand*. diakses tanggal 20 September 2016.

Gilang, K. W. 2015. Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia. http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/tauhidinomics/article/download/3325/2555. diakses tanggal 24 September 2016.

Hamzah, M. M., & Yudiana, Y. (2015, Februari 9). Analisis Komparatif Potensi Industri Halal dalam Wisata Syariah dengan Konvensional. dari http://catatan-ek18.blogspot.co.id: http://catatan-ek18.blogspot.co.id/2015/02/analisis-komparatif-potensi-industri.html. diakses tanggal 24 September 2016

PewResearchCenter. (2015). Malaysia All Population. dari http://www.globalreligiousfutures.org:http://www.globalreligiousfutures.org/explorer/custom#/?subtopic15&chartType=pie&data_type=percentage&year=2020&religious_affiliation=all&countries=Malaysia&age_group=all&pdfMode=false. diakses tanggal 20 September 2016.

Rosyidi, A. S. 2016. Pariwisata Halal : Pengertian, Prinsip dan Prospeknya. https://studipariwisata.com/referensi/pariwisata-halal/. diakses tanggal 24 September 2016.

Sucipto, H. 2014. Tantangan Wisata Syariah. http://www.republika.co.id/berita/jurnalisme-warga/wacana/14/04/04/n3hnwp-

tantangan-wisata-syariah. diakses tanggal 20 September 2016.

UU No.9 tahun 1990 Tentang Kepariwisataan.

Tabel 1 Besar Destinasi Wisata Muslim Dunia

Rank	GMTI 2015 Rank	Destination	Score
1	1	Malaysia	83.8
2	2	Turkey	73.8
3	3	United Arab Emirates	72.1
4	4	Saudi Arabia	71.3
5	5	Qatar	68.2
6	6	Indonesia	67.5
7	7	Oman	66.7
8	8	Jordan	66.4
9	10	Maroco	64.4
10	11	Brunei	64.3

Sumber: GMTI, 2015.

Tabel 2 Komparasi wisata konvensional, wisata religi, dan wisata syariah

No	Item Perbandingan	Konvensional	Religi	Syariah
1	Obyek	Alam, budaya, Heritage,	Tempat Ibadah, Peninggalan Sejarah	Semuanya
2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan Spritualitas	Meningkatkan Spirituaitas dengan cara
3	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan	Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa. Guna mencari ketenangan batin	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran
4	Guide	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap obyek wisata	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi obyek wisata	Membuat turis tertarik pada obyek sekaligus membangkitkan spirit religi wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah dalam bentuk
5	Fasilitas Ibadah	Sekedar pelengkap	Sekedar pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan obyek pariwisata, ritual ibadah menjadi bagian paket
6	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal
8	Agenda Perjalanan	Setiap Waktu	Waktu-waktu tertentu	Memperhatikan waktu

Sumber: Ngatawi Al Zaztrow dalam Hamzah dan Yudiana, 2015

Leading Indicator Krisis Perbankan Syariah di Indonesia

Sumandi
M Afrizal Rizki Darmawan
Roby Sanjaya
Program Studi EKPI Universitas Muhamadiyah Yogyakarta
Email : andi.excellent@yahoo.co.id; robysanjaya7@gmail.com

Abstrak : Stabilitas sistem keuangan beberapa dekade terakhir menjadi agenda khusus bagi otoritas moneter di seluruh dunia. Stabilitas sistem keuangan diperlukan guna mengantisipasi krisis keuangan yang sering terjadi baik di negara maju maupun negara berkembang. Secara umum, krisis keuangan (*Financial Crisis*) dibedakan menjadi tiga tipe, yaitu : krisis mata uang (Currency Crisis), krisis perbankan (Banking Crisis) dan krisis utang (Debt Crisis) (Kusuma,2009). Penelitian ini hanya akan berfokus mengkaji terkait dengan krisis perbankan (Banking Crisis). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan pendekatan model Logit dan menentukan *Leading Indicator* yang dapat memberikan tekanan terhadap perbankan syariah di Indonesia. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari Januari 2004 sampai Desember 2015. Sumber data dalam penelitian ini adalah berasal dari website Bank Indonesi(BI),Otorits Jasa Keuangan (OJK), Badan Pusat Statistik (BPS), dan beberapa sumber lainnya. Analisis data menggunakan pendekatan Model Logit. Model ini digunakan untuk mengetahui *Leading Indicator* yang mampu memberikan kontribusi dalam perhitungan probabilitas terjadinya krisis perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan dari beberapa *Leading Indicator* yang terdiri dari Suku Bunga Konvensional, Inflasi, IHSG dan Nilai Tukar Rill(REER), menunjukkan bahwa hanya variabel Nilai Tukar Rill dan Suku Bunga Konvensional yang berperan penting dalam memberikan guncangan terhadap perbankan syariah. kesimpulan dari penelitian ini adalah pemerintah harus terus memonitoring variabel makroekonomi yang dapat memberikan tekanan terhadap perbankan syariah melalui Sistem Deteksi Dini(*Early Warning System*). Monitoring ini bertujuan agar risiko dari krisis perbankan dapat di mitigasi dampaknya.

Kata Kunci *: Model Logit, Sistem Deteksi Dini.*

Stabilitas sistem keuangan beberapa dekade terakhir menjadi agenda khusus bagi otoritas moneter di seluruh dunia. Stabilitas sistem keuangan diperlukan guna mengantisipasi krisis keuangan yang sering terjadi baik di negara maju maupun negara berkembang. Secara umum, krisis keuangan (*Financial Crisis*) dibedakan menjadi tiga tipe, yaitu : krisis mata uang (Currency Crisis), krisis perbankan (Banking Crisis) dan krisis utang (Debt Crisis) (Kusuma,2009). Penelitian ini hanya akan berfokus mengkaji terkait dengan krisis perbankan (Banking Crisis), dikarenakan sektor ini memiliki peran yang sangat strategis dalam menjalankan perekonomian di Indonesia serta sistem keuangan di Indonesia yang masih bersifat bank-based Economy.

Menurut Reinhart,Goldstein dan Kaminsky (2000), krisis perbankan adalah suatu situasi dimana terjadi bank run yang menyebabkan penutupan,merger dan pengambilalihan oleh sektor publik, serta adanya intervensi pemerintah untuk penalangan sektor perbankan dalam skala yang besar. Sedangkan menurut Kunt dan Detragiache (1998), krisis perbankan dapat terjadi ketika rasio aset non performing terhadap total aset perbankan melebihi 10 persen, biaya dari operasi penyelamatan

paling sedikit 2 persen dari PDB, terjadi nasionalisasi perbankan secara besar-besaran oleh pemerintah dan adanya tindakan pembekuan simpanan masyarakat oleh pemerintah serta penutupan kantor-kantor bank dalam jangka waktu yang panjang.

Indonesia beberapa kali mengalami masa kelam terkait dengan krisis perbankan, yaitu pada tahun 1997/1998. Krisis ini membutuhkan biaya rekapitalisasi yang cukup besar, Yaitu sebesar 58 persen dari PDB Indonesia. sedangkan negara lainnya sebesar 30 persen dari PDB untuk negara Thailand, 16 persen dari PDB untuk negara Korea Selatan dan 10 persen dari PDB untuk negara Malaysia (Goldstein, Kaminsky dan Reinhart,2000). Senada dengan (Goldstein, Kaminsky dan Reinhart,2000), Nasution (2003) menjelaskan Secara keseluruhan, di Indonesia akibat dari krisis yang semakin mendalam memperburuk tidak saja aspek likuiditas perbankan, tetapi juga aspek solvabilitas dan rentabilitasnya mengingat perbankan merupakan market dominan dalam industri keuangan di Indonesia, maka secara sistematis sektor Keuangan juga mengalami kelumpuhan.

Indonesia adalah negara yang menerapkan konsep dual banking system yaitu bank konvensional dan Bank Syariah. Bank Konvensional dan Bank Syariah memiliki daya tahan yang berbeda-beda terkait dengan krisis perbankan. menurut Beck, Kunt dan Merrouche (2013) dalam menghadapi krisis, Bank Syariah memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan Bank Konvensional. Hal ini dapat dilihat dari pengalaman krisis di Indonesia pada 1997/1998. Kinerja Bank Konvensional saat itu sangatlah buruk, setidaknya 16 bank konvensional dilikuiditas pada tanggal 1 November 1997. kondisi ini berdampak sangat buruk, terutama memicu terjadinya depresiasi kepercayaan terhadap perbankan. Sebagai manifestasi krisis kepercayaan itu, terjadi penarikan dana secara besar-besaran(Bank Run). Akibatnya, banyak bank yang mengalami kesulitan likuiditas yang sangat parah (mismatch) yang disusul dengan kelangkaan likuiditas perekonomian secara keseluruhan (liquidity crunch). Keadaan semakin diperparah dengan melambungnya suku bunga Pasar Uang Antar Bank (PUAB) hingga mencapai 300% per tahun (Bank Indonesia,2000). Disamping itu, pemerintah mengeluarkan anggaran sebesar Rp 650 Triliun untuk dana BLBI(Bantuan Likuiditas Bank Indonesia) yang mengalir pada bank konvensional. Disisi lain perbankan syariah justru menunjukkan kinerja yang sangat baik selama masa krisis, terbukti bank Muamalat menyalurkan pembiayaan dari Rp 392 Milyar naik menjadi RP 527 Milyar pada tahun 1999 (Anggraini, dkk 2015).

Satu dekade setelah krisis perbankan 1997/1998, perbankan nasional kembali diuji dengan krisis global 2008. Krisis ini juga menjadi bukti bahwa Sistem perbankan syariah lebih tahan terhadap hantaman krisis. Saat krisis global ini, salah satu bank konvensional dinyatakan sebagai bank gagal, bank tersebut adalah bank century. Hasil pemantauan yang dilakukan oleh Bank Indonesia saat krisis global 2008, memperlihatkan ada 18 bank yang berpotensi mengalami kesulitan likuiditas dan 5 bank mirip seperti Bank Century pun alami kesulitan likuiditas. (Humas Bank Indonesia, 2010). Bank Century dijadikan sebagai bank gagal berdampak sistemik telah mengakibatkan kerugian negara mencapai Rp 7,449,39 triliun (Liputan 6,2013). Sedangkan perbankan syariah menunjukkan kinerja yang cukup baik saat sebelum dan sesudah krisis global 2008, hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah kantor perbankan syariah dari 782 kantor pada 2007 menjadi 1.223 kantor pada 2009, bahkan Industri perbankan syariah mampu menunjukkan akselerasi pertumbuhan yang

tinggi dengan rata-rata sebesar 40,2% pertahun dalam lima tahun terakhir (2007-2011), sementara rata-rata pertumbuhan perbankan nasional hanya sebesar 16,7% pertahun (Alamsyah, 2012).

Menurut Alamsyah (2012) alasan bank syariah memiliki daya tahan yang lebih kuat dalam menghadapi krisis juga dikarenakan bank syariah lebih dekat dengan sektor riil dan produk yang ditawarkan, khususnya dalam pembiayaan, senantiasa menggunakan *underlying* transaksi di sektor riil sehingga dampaknya lebih nyata dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, serta tidak terdapat produk-produk yang bersifat spekulatif *(gharar)* sehingga mempunyai daya tahan yang kuat dan teruji ketangguhannya dari *direct hit* krisis keuangan global.

Mengingat besarnya potensi kerugian negara yang diakibatkan Karena kondisi perekonomian yang tidak stabil ini, terutama dari potensi kerugian yang bersumber dari indikator-indikator makroekonomi, maka perlu adanya sistem deteksi dini atau Early Warning System (EWS) terhadap indikator-indikator yang dapat mengganggu atau memberi tekanan terhadap bank syariah. Sistem deteksi dini atau Early warning system(EWS) sangat diperlukan guna mengantisipasi kemungkinan kegagalan dari kondisi pasar yang dinamis. Sehingga, pembuat kebijakan dapat menyiapkan berbagai kebijakan untuk mengurangi dampak krisis. Menurut Kamisky et all (1998) Early Warning System merupakan sebuah model yang memiliki tujuan untuk memantau berbagai indikator keuangan maupun ekonomi yang dapat dijadikan sinyal akan terjadinya krisis dalam waktu yang dekat, biasanya dalam 12 hingga 18 bulan kedepan, khususnya krisis keuangan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini memiliki beberapa tujuan diantaranya;

1. Mengembangkan sistem deteksi dini(*Early Warning System)* model pendekatan Logit untuk Perbankan Syariah di Indonesia
2. Menentukan *Leading Indicator* dari sisi fundamental makroekonomi yang dapat memberikan tekanan paling besar terhadap krisis perbankan syariah di Indonesia

Model Generasi Krisis Keuangan

Menurut Ascarya (2009) Teori krisis keuangan dalam perspektif ekonomi konvensional pada umumnya memandang krisis dari perspektif makro, yang dikembangkan dari model generasi pertama, model generasi kedua, dan model generasi ketiga. Pembagian 3 model generasi ini berdasarkan latar belakang dan karakteristik krisis tersebut. Berikut adalah penjelasan terkait 3 model generasi krisis keuangan.

Model Generasi Pertama Krisis Keuangan

Model generasi pertama krisis keuangan pertama kali dikembangkan oleh Krugman (1978). Ide Krugman terinspirasi dari model yang dikembangkan sebelumnya oleh Salant dan Henderson (1978). Food dan Garber (1984) kemudian menyempurnakan ide tersebut dalam bentuk modelnya untuk menganalisis krisis keuangan. Broner (2008) dan Kruger *et al*(1998) melihat bahwa krisis keuangan model generasi pertama timbul karena adanya kebijakan pemerintah yang tidak konsisten terutama dalam kebijakan moneter dan fiskal dalam sistem nilai tukar tetap.

Menurut Krugman (1979) pemerintah menggunakan defisit anggaran yang tinggi dengan pembiayaan dari ekspansi kredit. Dampak dari kebijakan ini adalah meningkatnya jumlah uang beredar atau pasar mengalami kelebihan likuiditas sehingga inflasi cenderung tinggi. Kelebihan likuiditas ini akan dikonversikan ke dalam

mata uang asing, sehingga permintaan akan uang asing meningkat. sementara inflasi di negara mitra utama relative rendah sehingga mata uang domestik mengalami *overvalue* bila pasar menyadari hal ini maka para spekulan akan menyerang mata uang domestik. Sementara itu, karena menggunakan kurs tetap maka cadangan devisa akan terkuras untuk mempertahankan kestabilan nilai tukar (Imansyah,2009).

Model Generasi Kedua Krisis Keuangan

Obstfeld dan Rogoff (1986) adalah yang pertama kali mengembangkan terkait dengan konsep model generasi kedua. Model generasi kedua dikembangkan berdasarkan pada kelemahan model generasi pertama dan mengusulkan peran sentral ekspektasi dan kegagalan koordinasi antar kreditur, sehingga krisis dapat terjadi tanpa memandang terhadap kesehatan fundamental ekonomi(Ascarya,2009). Model generasi kedua melihat bahwa sistem kurs sebagai sebuah kondisi jika pemerintah memutuskan tetap mempertahankan sistem kurs tetap jika dipandang sistem ini masih berguna (misalnya untuk tujuan mempertahankan kebijakan antiinflasi dan kredibilitas) (Deliarnov,2006; Diamond *et al,1983* ;Imansyah,2009; Wahyudi,2013; Willet,2004).

Jika pemerintah ingin mempertahankan untuk menggunakan kurs tetap maka pemerintah bisa melakukan analisis manfaat dan biaya. Secara umum biaya untuk mempertahankan kurs tetap sangat tinggi, sehingga apabila pemerintah ingin tetap bertahan menggunakan kurs tetap maka cadangan devisa yang dimiliki akan semakin berkurang. Bahkan para spekulan cenderung akan terus berspekulasi sampai akhirnya cadangan devisa menjadi menipis. Akibat serangan spekulan perekonomian bisa mengalami krisis meskipun fakta yang ada menunjukkan fundamental kurs yang kuat (artinya bank sentral memiliki cadangan yang cukup untuk menyokong kurs tetap) krisis ini dinamakan *self-fullfing crises*(Kusuma,2009). Sehingga pemerintah dituntut untuk memutuskan apakah akan menahan atau melepas kurs mata uang tetap dengan memperhatikan kondisi perekonomian.

Model Generasi Ketiga Krisis Keuangan

Model generasi pertama dan kedua telah berhasil menjelaskan sebelumnya terkait dengan episode krisis mata uang, namun model generasi pertama dan generasi kedua tidak bisa membantu para peneliti dalam memprediksi krisis keuangan yang terjadi di Asia Timur pada tahun 1997-1998 (Koc,2009).

Menurut Kusuma (2009) krisis generasi ketiga adalah krisis yang terjadi secara bersamaan antara krisis perbankan dan krisis nilai tukar (Twin Krisis),di sisi perbankan yang menjadi akar penyebab krisis di Asia adalah *moral hazard problem.* menurut Nasution (2003) Moral hazard terjadi karena peminjam memperoleh keuntungan untuk mengalihkan proyeknya pada proyek yang berisiko tinggi yang tidak diinginkan oleh pemberi pinjaman yang apabila berhasil dapat memberikan keuntungan yang besar dan apabila gagal akan ditanggung oleh pemberi pinjaman dalam bentuk tidak kembalinya kredit yang diberikan.

Sedangkan menurut Allen (2015) moral hazar menyebabkan meningkatnya ketidakstabilan dalam sektor perbankan, Allen juga menegaskan bahwa dukungan pemerintah kepada bank harus dibatasi terutama terkait dengan adanya jaminan dalam sektor perbankan. Dengan adanya jaminan dari pemerintah maka akan meningkatkan investasi yang berisiko tinggi oleh perbankan, karena perbankan merasa apabila terjadi kegagalan pemerintah akan memberikan jaminan. Akibat moral hazard ini akan menyebabkan terjadinya krisis sehingga akan mendorong terjadinya

penarikan secara besar-besaran(*rush)* oleh nasabah, sehingga perbankan akan mengalami kegagalan/kolaps. contoh kasus dari generasi ketiga ini adalah krisis di Asia Timur pada tahun 1997-1998 dan krisis keuangan global pada tahun 2008.

METODE

Obyek, Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini obyek penelitian yang digunakan adalah tekanan indikator-indikator makroekonomi terhadap kondisi perbankan syariah, selama periode Januari 2004 sampai Desember 2015. Data penelitian merupakan data sekunder dengan sumber data berasal dari website Bank Indonesi(BI),Otorits Jasa Keuangan (OJK), Badan Pusat Statistik (BPS), dan beberapa sumber lainnya.

Definisi Operasional Variabel-Variabel dan Sumber Data Penelitian

Tabel 1 akan kami sajikan terkait dengan variabel beserta definisi dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan eviews 7 dan Microsoft Excel 2007 sebagai alat bantu analisis dan metode analisis data menggunakan pendekatan regresi logit.

Signal Approach Model

Penentuan Periode Krisis Perbankan Syariah

Dalam menentukan sinyal krisis penelitian ini menggunakan model Indeks Krisis Perbankan Syariah (IKPS). Indeks ini menggunakan indikator utama yaitu (i) Deposito Bank Syariah (DEP), dan (ii) kredit dalam negeri (DC). Dalam hal ini, secara khusus, Deposito Bank Syariah (DEP) dihitung sebagai komposisi DPK bulanan Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Sementara itu, kredit dalam negeri (DC) yang didapat dari pembiayaan bulanan Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. pengembangan Indeks Krisis Perbankan Syariah (IKPS) terinspirasi oleh *Index Banking Crisis (IBC)* yang diterapkan pada perbankan konvensional. IBC dihitung dengan menggunakan indikator tingkat hutang luar negeri sektor perbankan, tingkat kredit, dan tingkat simpanan (Kibritciouglu, 2003) yang sekanjutnya dimodifikasi oleh Hagen dan Ho (2003). Ketiga indikator tersebut digunakan karena berkaitan dengan risiko kurs, risiko kredit dan risiko likuiditas.

Dibawah ini adalah rumus IKPS yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

$$IKPS = \left(\left(\frac{DC_{t-\mu_{DC}}}{\sigma_{DC}}\right) /2\right)+\left(\frac{\left(\frac{DEP_{t-\mu_{DEP}}}{\sigma_{DEP}}\right)}{2}\right)$$

Dimana :

$$DC_t=\left(\frac{(LDC_{t-LDC_{t-12})}}{LDC_t-12}\right)$$

$$DEPt = \left(\frac{(LDEP_{t-LDEP_{t-12}})}{LDEP_t-12}\right)$$

IKPS = Indeks Krisis Perbankan Syariah
DC = Domestic Credit
DEP =Deposito Bank Syariah
σ = standard deviasi perubahan masing-masing komponen

Perbankan syariah dikatakan krisis jika nilai Indeks Krisis Perbankan Syariah (IKPS) melebihi rata-ratanya ditambahkan dengan standar deviasi yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini penggunaan standar deviasi sebesar 1,5 yang mengacu pada penelitian sebelumnya yaitu sesuai dengan model yang digunakan oleh Bank Dunia sebesar 1.5 dan sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kusuma (2009). Jika nilai IKPS lebih besar dari rata-rata dan standar deviasinya, maka dikatakan terjadi krisis perbankan syariah.

Dari penjelasan diatas dapat di jabarkan bahwa jika μIKPS adalah rata-rata dari Indeks Krisis Perbankan Syariah (IKPS) dan mσ IKPS adalah standar deviasi dari Indeks Krisis Perbankan Syariah (IKPS), maka krisis perbankan syariah dapat didefinikan dengan persamaan model matematika sebagai berikut :

$Crisis_t$ = 1,Jika IKPS>μ IKPS + mσ IKPS

= 0, Jika IKPS< μ IKPS + mσ IKPS

Menurut Dewi (2015) Langkah selanjutnya adalah menentukan indikator-indikator yang memberikan peran penting terjadinya krisis. Pemilihan indikator selanjutnya akan di analisis secara terpisah dengan pendekatan univariate untuk memprediksi terjadinya krisis pada perbankan syariah dan masing-masing indikator akan dilihat apakah akan mengalami deviasi dari perilaku "normal" melebihi pagu ketentuannya*(Beyond the threshold).* Jika indikator melewati batas pagu ketentuannya maka dikatakan ada isu sinyal (*to issue a sinyal)* terjadinya krisis. Definisi sinyal berdasarkan penelitian sebelumnya Kusuma (2009), jika X dinotasikan untuk menunjukkan indikator, maka $X_{t,j}$ adalah nilai indikator j pada periode t, sehingga sinyal untuk indikator j pada periode t didefinisikan sebagai berikut:

$$S_{t,j} = \begin{cases} 1, \text{jika } X_{t,j} \text{ Melewati batas ketentuannya} \\ 0, \text{jika} X_{t,j} \text{ tidak Melewati batas ketentuannya} \end{cases}$$

Jika beberapa indikator mengalami pergerakan diatas batas ketentuannya (*threshold),* maka kemungkinan terjadinya krisis akan semakin besar.

Setelah krisis dan sinyal didefinisikan, tahap selanjutnya adalah melakukan evaluasi kristeria . Evaluasi kriteria dapat dilakukan dengan menggunakan kerangka matriks. Goldstein, Kaminsky dan Reinhart 2000 mengembangkan matriks kerangka krisis-sinyal dengan menggunakan 24 bulan sebagai signal windows. Untuk bisa melakukan evaluasi terhadap kinerja model, maka harus ditentukan batas ambang nilai probabilitas agar mampu memberikan indikasi tingginya kemungkinan terjadinya krisis perbankan. Nilai ambang batas atas atau bawah ditentukan dengan rata-rata ditambah 1,5 kali standar deviasi, seperti yang penulis jelaskan sebelumnya diatas.

Dari kerangka matriks ini Data diamati setiap bulannya dan signal dianggap benar jika 24 bulan kemudian terjadi krisis (atau disebut dengan A), sebaliknya jika 24 bulan kemudian tidak terjadi krisis (atau disebut dengan B) maka signal dianggap salah dan disebut dengan kesalahan tipe II. Dengan analogi yang sama, jika data indikator yang diamati berada pada daerah normal dan memberikan signal tidak ada krisis, maka dalam 24 bulan kemudian terjadi krisis berarti adalah signal yang salah (atau disebut dengan C) atau disebut dengan tipe I; atau jika benar maka tidak terjadi krisis pada 24 bulan kemudian (atau disebut dengan D).

Dari matrik pada tabel 2, skenario yang baik adalah pada kategori A dan D. Skenario A menjelaskan bahwa tidak akan terjadi krisis dalam 24 bulan dan diikuti oleh adanya sinyal krisis. Sedangkan yang skenario D menunjukkan bahwa tidak terjadi krisis dalam 24 bulan dan tidak terdapat sinyal. Sementara yang masuk skenario B menunjukkan bahwa akan terjadi krisis dalam 24 bulan kemudian, namun tidak ada sinyal dan skenario C menunjukkan tidak akan terjadi krisis dalam 24 bulan kemudian, tetapi terdapat sinyal krisis.

Analisis Regresi Logistik/Logit

Model logit merupakan sebuah konsep transformasi logaritma atas sebuah peluang (probabilitas). Prosedur estimasi untuk model logit dipengaruhi oleh hasil observasi terhadap *P,* apakah berupa angka-angka diantara 0 dan 1 atau berupa angka binary yang hanya menunjukkan angka 0 atau angka 1. Jika nilai *P* berada diantara angka 0 dan 1, maka metoda yang dilakukan adalah dengan mentrasformasikan *P* dan memperoleh *Y = In [P/(1-P)].* Setelah itu, prosedur berikutnya adalah dengan melakukan regres *Y* terhadap satu konstanta dan variabel *Xi*. Namun demikian apabila nilai *P* berupa angka *binary* [0,1], maka prosedurnya adalah dengan menggunakan metoda *maximum likelihood* karena nilai logaritmik P/(1-P) akan menjadi tidak terdefinisikan.

Secara umum model logit dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$Li = Log\,\frac{Pi}{1-Pi} = bo + \sum_{j=1}^{k} b_j X_{ij}$$

Li = Variabel dependen (=1 bila terjadi krisis dan = 0 bila tidak)
Pi = Probabilitas
X_{ij} = Variabel independen

Model ini memiliki keunggulan dibandingkan dengan model sinyal, dimana model ini mampu memberikan kontribusi dalam perhitungan probabilitas terjadinya krisis perbankan syariah. sedangkan kelemahan model ini dibandingkan dengan sinyal adalah tidak mampu dalam memberikan sinyal untuk setiap variabel yang ada dalam model.

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

Kinerja Variabel Makroekonomi

Berikut adalah kinerja semua variabel markoekonomi yang digunakan dalam penelitian ini.

Kinerja Variabel IHSG

Berdasarkan gambar 1 menjelaskan pergerakan dari variabel Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) selama masa penelitian bulan januari tahun 2004 sampai dengan desember 2015. IHSG sempat mengalami penurunan tertinggi terjadi pada bulan Agustus tahun 2008, karena memang pada waktu itu sedang terjadi krisis global yang disebabkan oleh Subprime Mortgage di Amerika Serikat.

Kinerja Variabel lnReer(Nilai Tukar Rill)

Variabel Real Effective Exchange Rate (REER) selama masa penelitian bulan januari tahun 2004 sampai dengan desember 2015 yang dapat dilihat pada gambar 2.

Kinerja Variabel Inflasi

Gambar 3 menjelaskan pergerakan dari variabel inflasi selama masa penelitian bulan januari tahun 2004 sampai dengan desember 2015. Pertumbuhan inflasi tertinggi terjadi pada bulan Oktober tahun 2005. Tingkat inflasi terendah adalah -0.36% dan tertinggi di angka 8.7% karena memang pada waktu itu pemerintah melakukan kebijakan menaikkan harga Bahan Bakar Minyak (BBM).

Kinerja Variabel Rasio Suku Bunga Bank Konvensional

Nilai rasio bunga pinjaman dan tabungan pada tahun 2004-2015 cenderung mengalami fluktuasi yang cukup tajam. Pada tahun 2006 suku bunga pinjaman cenderung meningkat namun suku bunga simpanan mengalami fluktuasi, hal tersebut dikarenakan BI rate bulan Juni berada pada level 12,5% dan cenderung turun mengingat inflasi mengalami penurunan hingga mencapai 7,3% pada akhir 2006 yang terlihat pada gambar 4.

Analisis Data Dengan Pendekatan Model Logit (*Logit Model Approach)*

Model logit adalah bagian dari model *Parametric Aproach.* Model ini digunakan sebagai alat untuk mengetahui besarnya elastisitas ataupun pengaruh dari beberapa *Leading Indicator* terpilih yang memiliki indikasi memicu terjadinya krisis dalam sektor perbankan. Berikut penulis sajikan terkait hasil regresi logit dengan menggunakan *Eviews* yang dapat dilihat pada tabel 3.

Dari hasil model logit diatas, berikut adalah persamaan matematika :

$$ln\left(\frac{Pi}{1-Pi}\right) = 35.44861 + 9.821260\ \text{Bunga} + 0.160145\ \text{Inflasi} + 12.04724\text{IHSG} - 13.06411\ LnREER$$

Pembahasan

Interpretasi Hasil Estimasi

Hasil estimasi dalam model logit adalah sebagai berikut:

1. Nilai McFadden dari hasil estimasi dalam penelitian ini sebesar 0.480693, hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas mampu menerangkan perubahan terjadinya krisis perbankan syariah sebesar 48.07 persen sedangkan sisanya sebesar 51.93 persen diterangkan oleh variabel lain di luar model empiris. Sedangkan Hadad *et al(2003)* dalam penelitiannya memiliki nilai McFadden sebesar 17.19%, sedangkan sisanya 82.81 persen dijelaskan oleh hal-hal lain diluar model.
2. Uji Likelihood Ratio (LR statistik) digunakan untuk mengetahui apakah variabel – variabel independen secara bersama – sama mempengaruhi variabel dependen secara nyata. Dari hasil estimasi diperoleh nilai probabilitas LR statistik adalah 0,0000 yang nilainya lebih kecil dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang digunakan sebesar 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas pada model empiris berpengaruh signifikan terhadap probabilitas terjadinya krisis perbankan syariah
3. Tahap selanjutnya adalah interpretasi hasil regresi pada setiap variabel dalam penelitian dan interpretasi hasil ini hanya dilakukan untuk variabel yang memiliki tingkat probabilitas<0.05. Interpretasi dilakukan terhadap variabel yang berpengaruh signifikan seperti Rasio suku bunga bank konvensional dan nilai tukar rill, sedangkan variabel yang tidak signifikan tidak akan di interpretasikan. Interpretasi variabel dalam model logit tidak seperti pada regresi linier berganda/sederhana. Interpretasi tidak bisa dibaca langsung melalui koefisien, tetapi setiap variabel harus di eksponensialkan. Hasil eksponensial tiap variabel seperti di bawah ini.

Setelah mengetahui *Odds Ratio* maka tahap selanjutnya adalah melakukan interpretasi tiap variabel seperti berikut:

a) Variabel Rasio Bunga pada Bank Konvensional memiliki koefisien sebesar 9.82126 dan memiliki hubungan positif dengan krisis perbankan syariah. hasil estimasi ini menunjukkan bahwa apabila variabel lain dianggap konstan maka kenaikan Rasio Bunga Bank Konvensional sebesar satu satuan, dapat menyebabkan peningkatan estimasi probabilitas terjadinya krisis perbankan syariah sebesar 9.82. Nilai Ukuran Odds Ratio Variabel Rasio Bunga pada Bank Konvensional sebesar 18421.24. hal ini berarti variabel Rasio Bunga pada Bank Konvensional dapat menyebabkan kemungkinan terjadinya krisis perbankan sebanyak 18421.24 kali dari pada kemungkinan tidak terjadi krisis. Hasil ini menunjukkan bahwa konsep suku bunga yang ditawarkan perbankan konvensional sangat berpengaruh signifikan terhadap krisis dalam perbankan syariah. Berdasarkan hasil ini maka sudah seharusnya konsep bunga di gantikan dengan konsep perbankan syariah melalui sistem bagi hasil/ *Profit Loss Sharing*. Konsep bagi hasil ini oleh para akademisi baik dari konvensional maupun dari syariah dianggap lebih baik dibandingkan dengan konsep bunga. Konsep bagi hasil dipercaya sebagai salah satu alasan perbankan syariah mampu bertahan dari 2 krisis keuangan besar yang pernah mengguncang Indonesia, yaitu krisis keuangan 1997/98 dan krisis global 2008.

b) Variable nilai tukar rill memiliki koefisien sebesar -13.06411 dan memiliki hubungan negatif dengan krisis perbankan syariah. Hasil estimasi ini menunjukkan bahwa apabila variabel lain dianggap konstan maka penurunan nilai tukar rill sebesar satu satuan maka akan menyebabkan peningkatan estimasi probabilitas terjadinya krisis perbankan syariah sebesar 13.06411. Nilai Ukuran Odds Ratio Variabel nilai tukar rill sebesar 471705.43. hal ini berarti variabel nilai tukar rill dapat menyebabkan kemungkinan terjadinya krisis perbankan sebanyak 471705.43 kali dari pada kemungkinan tidak terjadi krisis. Hasil ini menunjukkan bahwa krisis nilai tukar memiliki hubungan yang erat dengan krisis perbankan, seperti krisis keuangan pada tahun 19971998. Krisis ini di merupakan dampak menular(*Contagion Effect)* dari krisis nilai tukar yang terjadi di Thailand. Krisis ini kemudian menyebabkan nilai tukar rupiah terdepresiasi terhadap dollar US dan terjadi penarikan besar-besaran oleh nasabah dari perbankan yang menyebabkan perbankan mengalami kesulitan likuiditas dan akhirnya bangkrut.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Berdasarkan estimasi logit terdapat dua *Leading Indicator* yang memiliki probabilitas < 0.05 dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja perbankan syariah serta dapat dijadikan sebagai *Leading Indicator* krisis perbankan syariah. Variabel tersebut adalah nilai tukar rill dan Rasio Bunga Pinjaman dan Tabungan Bank Konvensional Sedangkan variabel IHSG dan Inflasi tidak signifikan terhadap krisis perbankan syariah. Dua *Leading Indicator* ini sangat berpengaruh besar dalam memberikan tekanan terhadap krisis perbankan syariah di Indonesia. dimana variabel nilai tukar rill dan variabel Rasio Bunga Pinjaman dan Tabungan Bank Konvensional dapat menyebabkan kemungkinan terjadinya krisis perbankan masing-masing sebesar 471705.43 kali dan 18421.24 kali. Hasil ini menunjukkan bahwa konsep yang ditawarkan oleh perbankan syariah melalui konsep bagi hasil terbukti lebih baik dibandingkan dengan konsep bunga. Selama menggunakan konsep bagi hasil ini, perbankan syariah mampu melewati dua krisis keuangan yang pernah melanda Indonesia, yaitu krisis keuangan tahun 1997/97 dan krisis global pada tahun 2008. Ketahanan perbankan syariah terhadap dua krisis besar ini menyebabkan meningkatnya kesadaran masyarakat Indonesia akan peran perbankan syariah dalam menjaga stabilitas sistem keuangan. Masyarakat semakin percaya akan keberadaan perbankan syariah. kepercayaan masyarakat menjadi kesuksesan sebuah lembaga perbankan karena lembaga perbankan bersifat lembaga kepercayaan, apabila kepercayaan masyarakat menurun terhadap perbankan maka dapat menyebabkan *bank run* yang pada akhirnya dapat menyebabkan perbankan bangkrut.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, berikut adalah saran penulis terhadap *policy maker* di Indonesia dalam hal ini Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan, saran penulis sebagai berikut : Bank Indonesia dalam menetapkan Suku Bunga acuan BI Rate harus melihat *Multiplayer Effect* yang diberikan terhadap kinerja perbankan syariah, karena industri perbankan syariah mengalami guncangan yang cukup berat ketika suku bunga di naikkan. Hal ini dikarenakan walaupun industri perbankan

syariah tidak menggunakan konsep bunga tetapi masih memiliki hubungan yang erat dengan industri perbankan konvensional. Pemerintah perlu menjaga stabilitas variabel fundamental makroekonomi dari sisi nilai tukar rill. Hal ini dikarenakan nilai tukar rill memiliki dampak secara langsung terhadap krisis perbankan syariah. dari semua variabel, variabel inilah yang memberikan probabilitas paling besar terhadap terjadinya krisis perbankan syariah di indonesia. disamping itu, ketidakstabilan variabel ini dapat menyebabkan gagal bayar bagi nasabah bank syariah yang industrinya mengandalkan bahan baku impor. Perlunya bagi otoritas terkait untuk mengembangkan model pendekatan sistem deteksi dini lainnya, seperti pendekatan jaringan saraf buatan, aplikasi model *Markov-Switching*, dan beberapa pendekatan sistem deteksi dini lainnya, sehingga antisipasi terhadap krisis perbankan dapat dilakukan dengan lebih komprehensif.

DAFTAR RUJUKAN

Abimanyu ,A dan Imansyah. M. H. 2008. *Sistem Pendeteksian Dini Krisis Keuangan di Indonesia: Penerapan Berbagai Model Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE UGM.

Alamsyah, H. 2012. Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: *Tantangan Dalam Menyongsong MEA 2015,*paper disajikan dalam Ceramah Ilmiah Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI), Milad ke-8 IAEI, 13 April 2012.

Al-Osaimy, M. H. and Ahmed S. Bamakhramah . 2004. An EarlyWarning System for Islamic Banks Performance. *J.KAU: Islamic Econ.,* Vol. 17, No. 1, pp. 3-14 (1425 A.H / 2004 A.D). *King Abdul-Aziz University - Jeddah - Saudi Arabia.*

Anggraini, dkk .2015. Analisis Kinerja Keuangan Bank Konvensional dan Bank Syariah dengan Menggunakan Pendekatan RGEC : Studi pada PT. BRI, Tbk dan PT. BRI Syariah Periode 2011-2013. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 27 No. 1 Oktober 2015 . Universitas Brawijaya. Malang.

Bank Indonesia. 2000. *Sejarah Bank Indonesia: Perbankan Periode 1997-1999*.Diaksesdarihttp://www.bi.go.id/id/tentang-bi/museum/sejarah-bi/bi/Documents/f2310af43715441bb8d57d865ea7987cSejarahPerbankanPeriode19971999.pdf. diakses pada tangga 27 juli 2016.

Beck, T., A. Demirgüç-Kunt and O. Merrouche.2013. Islamic Vs. Conventional Banking: Business Model, Efficiency and Stability," Journal of Banking and Finance, Vol. 37, Issu. pp. 433-447.

Goldstein, K and Reinhart. 2000. *Assesing Financial Vulnerability: An Early Warning System for Emerging Markets*. Washington DC: Institute for International Economics.

Hardy, D. C. & Ceyla Pazarbasioglu .1999. Determinants and Leading Indicators of Banking Crises: Further Evidence", IMF Staff Papers Vol. 46 No. 3 September/December 1999, International Monetary Fund, Washington.

Humas Bank Indonesia, 2010. *Krisis Global dan Penyelamatan Sistem Perbankan Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia.

Kaminsky, Graciela; Lizondo, Saul; Reinhart, Carmen M.1998. Leading Indicators of Currency Crises.*IMF Staff Papers*. Vol. 45 (1). p 1-48. March 1998.

Kibritcioglu, A. 2003. ―Monitoring Banking Sector Fragility‖, The Arab Bank Review Vol.5, No.2 October, 2003.

Kostov, P. and J. Lingard.2000. Regime-Switching Vector Error Correction Model (VECM) Analisys of UK.

Kunt , Asli Dermiguc and Enrica Detragiache. 1998.The Determinants of Banking Crises in Developing and Developed Countries, IMF Staff Papers Vol. 45 No. 1 (March), International Monetary Fund, Washington.

Kusuma, D. B. W.2009. Analisis Variabel Makroekonomi dan Pemulihan Ekonomi di Indonesia : Studi Deteksi Dini Krisis Mata Uang. Kulliyah of Economics and Management Sciences .International Islamic University Malaysia.

Kusuma ,D. B. W and ABU Asif .2012. Building an Early Warning System for Islamic Banking Crisis in Indonesia Signal Approach Model, draft paper.

Liputan 6 , 23 Desember 2013. BPK: Kerugian Negara di Kasus Century Rp 7,4 T, Bukan Rp 6,7 T. diakses dari http://news.liputan6.com/read/782758/bpk-kerugian-negara-di-kasus-century-rp-74-t-bukan-rp-67-t . diakses pada tanggal 29 Juli 2016.

Nasution, A. 2003. Masalah-masalah Sistem keuangan dan Perbankan Indonesia, Paper disajikan dalam Seminar Pembangunan Hukum Nasional VIII yang diselenggarakan oleh Badan Pembinaan Hukum Nasional - Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Rl. tanggal 14-18 Juli 2003 di Denpasar.

Othman, Norfaizah et al.2015.Determinant of Financial Crisis in Malaysian and Indonesian Islamic Banks: an Early Warning System Approach. *Proceeding of the 2nd International Conference on Management and Muamalah.*

Reinhart,G. dan Kaminsky .2000. *Assessing Financial Vulnerability: An Early Warning System for Emerging Markets*. Washington, DC: Institute for International Economics.

Sudarsono, H. 2009. Dampak Krisis Keuangan Global Terhadap Perbankan di Indonesia : Perbandingan antara Bank Konvensional dan Bank Syariah. Volume III, No. 1, juli 2009.

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian dan Sumber Data Penelitian

Nama Variabel		Definisi Variabel
Variabel Dependen	Indeks Krisis Perbankan Syariah (IKPS)	Indeks ini menggunakan indikator utama yaitu (i) Deposito Bank Syariah (DEP), dan (ii) kredit dalam negeri (DC). Dalam hal ini, secara khusus, Deposito Bank Syariah (DEP) dihitung sebagai komposisi DPK bulanan Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Sementara itu, kredit dalam negeri (DC) yang didapat dari pembiayaan bulanan Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. penggunaan IKPS ini mengacu pada metode *Indeks Tekanan Perbankan* (ITP). ITP dihitung dengan menggunakan indikator tingkat hutang luar negeri sektor perbankan, tingkat kredit, dan tingkat simpanan (Kibritciouglu, 2003) yang sekanjutnya dimodifikasi oleh Hagen dan Ho (2003). Ketiga indikator tersebut digunakan karena berkaitan dengan risiko kurs, risiko kredit dan risiko likuiditas.
Variabel Independen	Nilal Tukar Rill	Variabel ini diperoleh dari perhitungan IHK Amerika Serikat dibagi dengan IHK Indonesia
	Inflasi	Variabel ini didapatkan dari rumus pengurangan indeks harga konsumen saat ini dikurangi indeks harga konsumen bulan sebelumnya, kemudiam dibagi dengan indeks harga konsumen bulan sebelumnya
	IHSG	Merupakan suatu nilai yang digunakan untuk mengukur kinerja kerja saham yang tercatat di bursa efek.
	Rasio Bunga Pinjaman/Tabungan	Variabel ini diperoleh dari pembagian antara suku bunga pinjaman dibagi dengan suku bunga tabungan.

Tabel 2 Ringkasan Peluang Terjadinya Krisis

	Terjadi krisis dalam 24 bulan kemudian	**Tidak terjadi krisis dalam 24 bulan kemudian**
Sinyal	**A**	**B**
Tidak Ada Sinyal	**C**	**D**

Sumber : Goldstein, Kaminsky dan Reinhart 2000.

Tabel 3 Hasil Estimasi Logit dengan Eviews

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	35.44861	17.85593	1.985257	0.0471
BUNGA	9.821260	2.223811	4.416409	0.0000
INFLASI	0.160145	0.318657	0.502563	0.6153
IHSG	12.04724	10.51115	1.146140	0.2517
LN_REER	-13.06411	4.439860	-2.942460	0.0033
McFadden R-squared	0.480693	Mean dependent var		0.111111
S.D. dependent var	0.315367	S.E. of regression		0.230389
Akaike info criterion	0.431747	Sum squared resid		7.377970
Schwarz criterion	0.534865	Log likelihood		-26.08576
Hannan-Quinn criter.	0.473648	Deviance		52.17152
Restr. Deviance	100.4636	Restr. log likelihood		-50.23182
LR statistic	48.29213	Avg. log likelihood		-0.181151

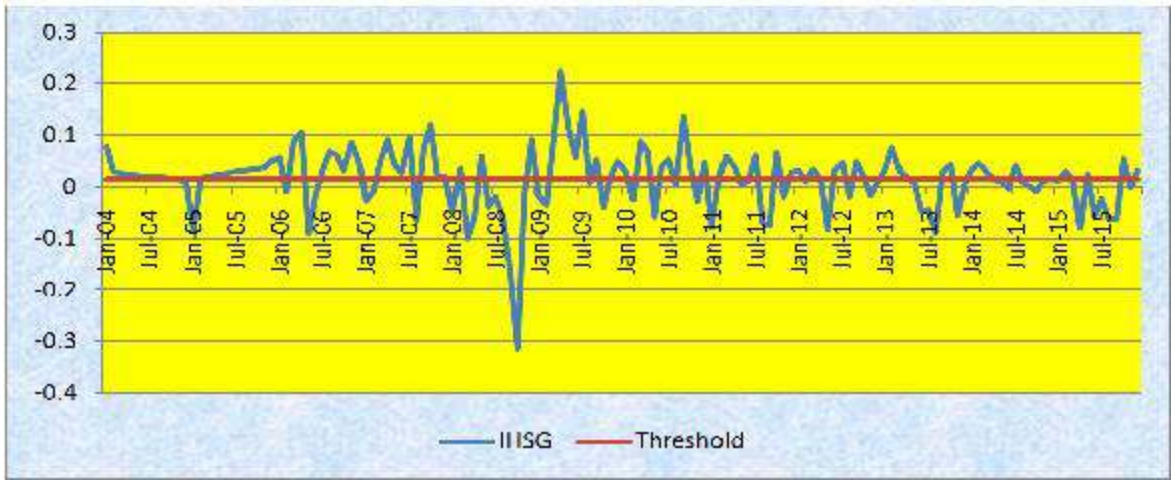
Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
Prob(LR statistic)	0.000000			
Obs with Dep=0	128	Total obs		144
Obs with Dep=1	16			

Sumber :data diolah

Tabel 4 Hasil Eksponensial Tiap Variabel dalam Penelitian

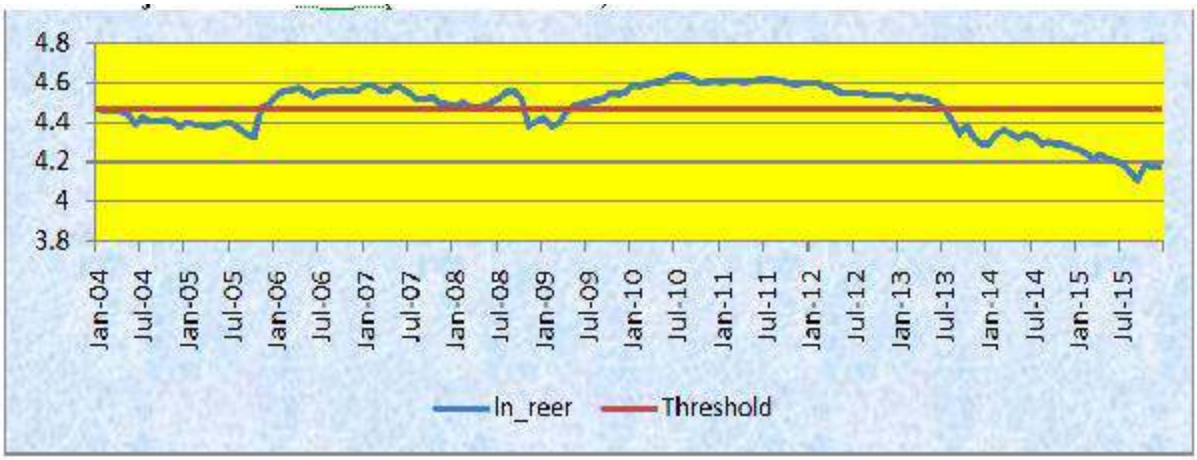
Variable	Coefficient	Odds Ratio
C	35.44861	2.48391E+15
BUNGA	9.82126	18421.2469
INFLASI	0.160145	1.173681042
IHSG	12.04724	170627.8247
LN_REER	-13.06411	471705.4391

Sumber :Data diolah



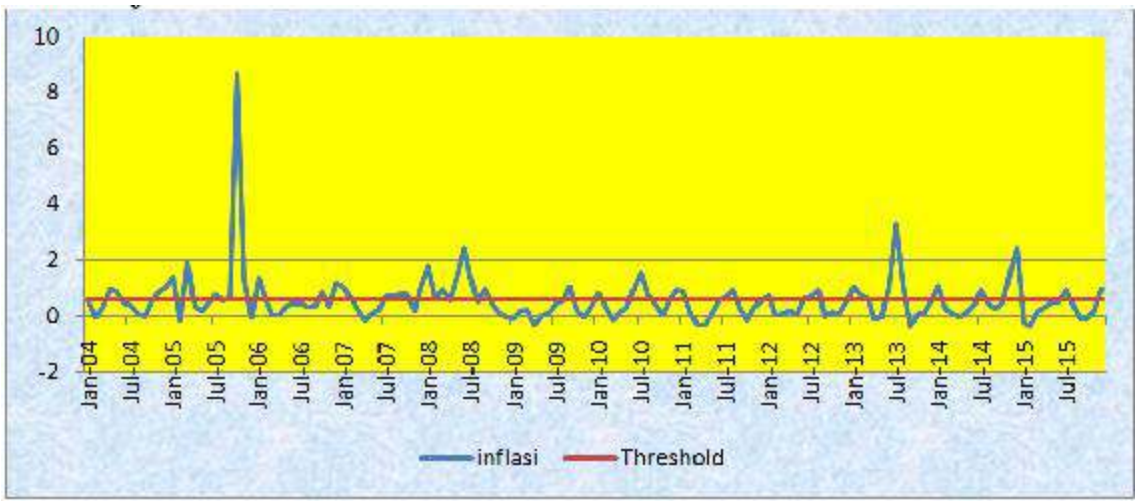
Sumber : Data Diolah

Gambar 1 Grafik Pergerakan Variabel IHSG



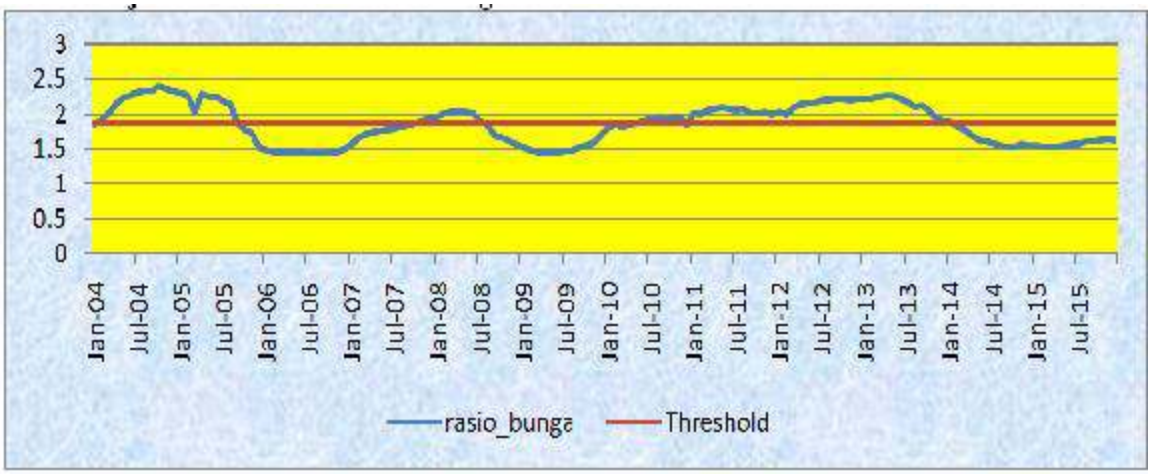
Sumber : Data Diolah

Gambar 2 Grafik Pergerakan Variabel REER



Sumber : Data Diolah

Gambar 3 Grafik Pergerakan Variabel Inflasi



Sumber : Data Diolah

Gambar 4 Grafik Pergerakan Variabel Rasio Bunga Pinjaman dan Tabungan

Optimalisasi Dana Sosial dalam Pengembangan Ekonomi Umat Melalui Lembaga Keuangan Syari'ah

Bagus Satriyo
IAIN Salatiga
Email : bagusksatriya@gmail.com

Abstrak *:* Perkembangan Bank Syari'ah di Indonesia sangatlah mengesankan walaupun dalam aset masih kalah jumlah dari institusi Bank Konvensional. Didalam sebuah institusi, peraturan Pemerintah Republik Indonesia mewajibkan setiap perusahaan untuk menyisihkan sebagian keuntungannya untuk kepentingan sosial seperti pada jasa perBankan yang memiliki program CSR (Corporate Sosial Responbility) atau dalam bahasa mudahnya adalah dana sosial.

Kata Kunci *: Bank Syari'ah, CSR, Dana Sosial.*

Mungkin tidak ada yang menyangka, hanya dalam beberapa tahun saja perkembangan Bank Syari'ah di Indonesia begitu sangat mencengangkan kenaikannya. Bahkan tidak hanya di Indonesia, di Malaysia sendiri pangsa pasar Bank Syari'ah besarnya lebih besar dari Indonesia yang notabene adalah negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia.

Sejarah Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia

Sejarah Panitia Pembentukan Bank Islam di Indonesia, Bank Syari'ah masuk ke Indonesia dipengaruhi oleh negara-negara Islam yang mulai menerapkan sistem ekonomi Islam ataupun dengan penghapusan bunga, seperti yang terjadi di negara Pakistan, Mesir, Siprus, Kuwait, Bahrain, Uni Emirat Arab, Malaysia, Iran dan Turki.[1] Ide untuk mendirikan Bank Syari'ah di Indonesia dimulai pada tahun 1990 yang ditandai dengan adanya Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyelenggarakan lokakarya tentang Bunga Bank dan Perbankan pada tanggal 18-20 Agustus 1990 di Cisarua, Bogor. Hasil dari lokakarya tersebut adalah dengan pembahasan lebih lanjut tentang hasil lokakarya di Munas Mejelis Ulama Indonesia (MUI) ke IV di Hotel Sahid Jaya Jakarta pada tanggal 22-25 Agustus 1990. Setelah adanya Munas tersebut ada sebuah amanat Munas IV Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan dibentuk kelompok kerja untuk mendirikan bank Islam di Indonesia yang bertugas melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak terkait.[2]

Kelahiran Bank Muamalat Indonesia Seiring bekerjanya kelompok kerja pembentukan bank Islam Indonesia secara terus menerus dan tidak kenal lelah, maka lahirlah Bank Muamalat Indonesia sebagai hasil kerjanya. Akte pendirian bank tersebut ditandatangani pada tanggal 1 November 1991, selain itu pada waktu yang sama juga dilakukan pembelian saham sebanyak Rp. 84 miliar. Lalu pada hari berikutnya tanggal 3 November 1991 dalam acara silaturahmi dengan Presiden di Istana Bogor disepakati

[1] Antonio, Muhammad Syafi'i. 2012. *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani. Hlm. 25

[2] Antonio, Muhammad Syafi'i. 2012. *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani. Hlm. 25

pula penyetoran awal modal sebesar Rp. 106. 126. 382.000,00, sehingga Bank Muamalat Indonesia resmi mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992. Yang mana dalam perjalanannya, hanya membutuhkan waktu 8 tahun dari pendiriannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) telah memiliki 45 outlet hingga September 1999 yang tersebar di beberapa kota besar, seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Balikpapan dan Makasar. Pada awalmulanya Bank Syari'ah beroperasi belum mendapat perhatian dari masyarakat luas pada umumnya, dikarenakan Bank Syari'ah juga secara sistem kerja belum terlalu spesifik didalam makna pemahamannya di dalam UU, yang hanya disebut dengan istilah "bank dengan sistem bagi hasil". Jadi masih secara garis besarnya saja, sehingga pada tahun-tahun berikutnya dibuatlah suatu peraturan yang mengatur segala sesuatu tentang Bank Syari'ah di Indonesia yang juga dibantu oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai penerbit fatwa-fatwa tentang suatu produk yang ada di Bank Syari'ah.

Era Reformasi Bank Syari'ah di Indonesia. Dengan disetujuinya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 adalah sebuah era reformasi di dunia perbankan syariah di Indonesia, yang mana dalam Undang-Undang tersebut sudah diatur secara rinci tentang landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan oleh Bank Syari'ah. Selain itu Bank Indonesia (BI) juga mengantisipasi dengan adanya pelatihan terhadap para staf dan para pejabatnya dari bagian-bagian terkait yang nantinya berkaitan langsung dengan Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan, Kredit, Pengawasan, Akuntansi, Riset dan Moneter.[3]

PEMBAHASAN

Perbedan Bank Syari'ah dengan Bank Konvensional

Secara garis besar dua jenis bank ini adalah sama dalam hal teknisnya seperti di dalam hal teknologi, syarat pembiayaan dan mekanisme transfernya. Yang berbeda adalah dalam hal aspek legal, struktur organisasi, usaha yang dibiayai dan lingkungan kerjanya.[4] Jadi dalam aspeknya sama-sama lembaga keuangan yang harus menghimpun dan menyalurkan uang, tetapi ada perbedaan yang mendasar yang jika kita ketahui lebih dalam akan sangat terlihat mencolok perbedaanya.

1. Aspek Legalitas

Di dalam Bank Syariah terdapat akad yang mampu mengikat dua pihak sampai di hari Kiamat kelak, jadi ketika seorang nasabah yang telah diberi kepercayaan akan melakukan kecurangan yang dapat merugikan satu atau dua pihak bisa jadi akan berpikir ulang, dikarenakan pertanggungjawabannya sampai akhirat kelak. Setiap transaksi yang dilakukan di lembaga keuangan syariah haruslah melalui sebuah akad yang juga memiliki beberapa rukun dan syarat, selain kebuituhan administrasi Bank seperti dokumen-dokumen yang digunakan sebagai administrasi.

Rukun yang meliputi penjual, pembeli, barang, harga dan akad atau ijab qabul. Syarat yag meliputi :

[3] Antonio, Muhammad Syafi'i. 2012. *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani. Hlm. 26

[4] Antonio, Muhammad Syafi'i. 2012. *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani. Hlm. 29

Barang dan jasa harus halal sehingga transaksi atas barang dan jasa yang haram mejadi batal demi hukum syari'ah, Harga barang dan jasa harus jelas, Tempat penyerahan (*delivery*) harus jelas karena akan berdampak pada biaya transportasi, Barang yag ditransaksikan harus sepenuhnya dalam kepemilikan. Dilarang menjualk barang yang belum menjadi kepemilikan.

2. Lembaga Penyelesaian Sengketa

Salah satu lembaga yang membuat perbedaan antara Bank Konvensional dengan Bank Syari'ah adalah dengan adanya tempat untuk menyelesaikan sebuah masalah yang sewaktu saat nantinya akan timbul antara nasabah dan lembaga keuangan. Lembaga ini disebut dengan nama Badan Arbritase Muamalah Indonesia (BAMUI) yang sekarag dikenal sebagai Badan Arbritase Syari'ah.[5] Lembaga ini dibentuk atas kerjasama antara Kejaksaan Agung Republik Indonesia dengan Majelis Ulama Indonesia.

3. Struktur Organisasi Lembaga Keuangan Syariah

Perbedaan lainnya yang mencolok antara Bank Konvensional dengan Bank Syari'ah adalah dengan adanya lembaga pengawas Syari'ah yang selalu mengawasi produk-produk dari suatu lembaga keuangan syari'ah, yaitu :

a. Dewan Pengawas Syariah

Dikarenakan khusus dan eksklusifnya lembaga keuangan syariah maka perlu untuk selalu diawasi dalam operasional dan produk-produknya. Dewan pengawas syari'ah adalah anggota dari Dewan Syariah Nasional yang ditugaskan kepada setiap adanya Bank Syari'ah, agar dalam dalam pengawasannya lebih efektif dan efisien. Tugas dari pengawas ini adalah membuat pernyataan secara berkala bahwa bank yang diawasiya telah berjalan sesuai dengan ketentuan syariah yang dibuat dalam laporan tahunan, tugas lainnya yang diemban dari seorang pengawas syari'ah adalah meneliti dan membuat rekomendasi produk baru dari bank yang diawasinya. Dalam hal ini Dewan Pengawas Syari'ah adalah sebuah penyaring pertama sebelum sebuah produk difatwakan leh Majelis Ulama Indonesia (MUI) melaui Dewan Syari'ah Nasional (DSN).[6]

b. Dewan Syari'ah Nasional

Lembaga ini adalah sebuah lembaga yang menaungi semua Dewan Pengawas Syari'ah yang ada di dalam lembaga keuangan syari'ah. Ini dikarenakan sebuah Dewan Pengawas Syariah adalah orang yang mempuanyai kewenangan untuk merekomendasikan sebuah produk kepaa Bank Syari'ah. Berangkat dari itu Majelis Ulama Indonesia sebagai sebuah lembaga keagamaan yang terbesar di Indonesia membuat sebuah lembaga untuk menaungi semua Dewan Pengawas Syari'ah yang ada di Indonesia yag selanjutnya dinamakan sebagai Dewan Syari'ah Nasional. Lembaga ini dibentuk pada tahun 1997. Lembaga ini adalah lembaga yang otonom di bawah Majelis Ulama Indonesia yang dipimpin oleh

[5] Fatwa DSN MUI

[6] Antonio, Muhammad Syafi'i. 2012. *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani. Hlm. 31

ketua umum Majelis Ulama Indonesia dan sekretaris. Kegiatan sehari-hari Dewan Syari'ah Nasional dijalankan oleh badan pelaksana harian dengan sorang ketua dan sekretaris serta beberapa anggota. Fungsi utama dari Dewan Syari'ah Nasional adalah mengawasi produk-produk dari lembaga keuangan syari'ah agar sesuai dengan syari'ah Islam. Selain tugas mengawasi produk dari perbankan syari'ah, Dewan Syari'ah Nasional juga sebagai lembaga yang meneliti dan memberi fatwa bagi produk-produk yang dikembangkan oleh lembaga keuangan syari'ah yang sebelumnya harus sudah diajukan oleh manajemen setelah direkomendasikan oleh Dewan Pengawas Syari'ah. Dewan Syari'ah Nasional uga memberikan rekomendasi kepada para ulama yang nantinya akan bertugas sebagai Dewan Pengawas Syari'ah pada suatu lembaga keuangan syari'ah. Selain sebagai pengawas produk dan pembuat fatwa atas suatu produk, Dewan Syari'ah Nasional juga memiliki kewenangan untuk menegur kepada lembaga keuangan syari'ah yang menyimpang dari garis panduan yang telah ditetapkan oleh Dewan Syari'ah Nasional setelah mendapat laporan dari Dewan Pengawas Syari'ah.

4. Lingkungan Kerja

Sebagai lembaga keuangan yang menyandang gelar syari'ah di dalam namanya, maka sudah sepantasnya juga setiap karyawan atau stafnya harus berlaku seperti orang yang syari'ah, baik itu secara perilaku atau etika seperti sifat *akhlakul karimah* sehingga nantinya akan memberikan efek positif pula kepada lembaga keuangan Islam itu sendiri.

5. Jenis Usaha yang Dibiayai

Bank Syari'ah sangatlah berhati-hati dalam menyalurkan dananya kepada para *mudharib* (penerima dana), karena ketika sudah salah penyaluran dana maka tujuan untuk kemaslahatan rakyatnya tidak akan tercapai. Maka pada umumnya lembaga keuangan syari'ah seringkali seperti mempersulit seorang peminjan uang yang akan digunakan untuk usahanya. Ada beberapa hal-hal pokok yang biasanya akan ditanyakan oleh lembaga keuangan syari'ah, antara lain sebagai berikut :

a. Apakah objek pembiayaan halal atau haram?
b. Apakah proyek menimbulkan kemudharatan untuk masyarakat?
c. Apakah proyek berkaitan dengan perbuatan mesum/asusila?
d. Apakah proyek berkaitan dengan perjudian?
e. Apakah usaha itu berkaitan dengan industri senjata yang ilegal atau berorienasi pada pengembangan senjata pembunuh massal?
f. Apakah proyek dapat merugikan syiar Islam, baik secara langsung maupun secara tidak langsung?

Kegiatan Perbankan Syariah

Sebagaimana kita ketahui bahwa prinsip kerja bank secara garis besar hanya ada dua. Berdasarkan Undang-undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan mendefinisikan bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan atau bentuk-bentuk

lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.[7] Jadi selain memiliki tugas untuk mengumpulkan dan menyalurkan dana untuk keuntungan (*profit*) ada tugas lainnya dari bank yaitu untuk mensejahterakan masyarakat banyak dengan berbagai macam programnya, sesuai dengan kebijakan masing-masing lembaga. Didalam prinsip bisnisnya lembaga keuangan syari'ah memiliki beberapa sistem pembiayaan dengan manajemen yang Islami.

Meski di dunia para ekonom mengenal Adam Smith dengan buku *Wealth of Nations*nya yang sangat menggemparkan dunia. Akantetapi manajemen Islamlah yang paling dilihat dengan adanya masyarakat Islam yang menggunakannya. Manajemen Islam, setidaknya harus ada empat hal yang harus dipenuhi, seperti sebagai berikut :

1. Manajemen islami harus didasari nilai-nilai dan akhlak islami yang bersifat *universal,* maksudnya dalam pelayanannya tidaklah melihat bagaimana ras atau agamanya.
2. Pembayaran atau konpensasi atas upah pekerja adalah mutlak harus disediakan dan diberikan.
3. Faktor kemanusiaan dan spiritual sangat penting dan sama pentingnya dengan kompensasi ekonomi yang disediakan perusahaan. Tingkat partisipasi karyawan harus diperbanyak, akantetapi dengan dasar intelektual yang perlu dipertimbangkan juga.
4. Sistem dan struktur organisasi juga perlu diperhatikan, agar hubungan antara atasan dengan bawahan tidak terganggu seperti ada sekat atau pembatas antar keduanya.[8]

Tujuan Dana Sosial

Didalam sebuah lembaga keuangan syari'ah dikenal dengan adanya *Corporate Social Responbility* (CSR) atau lebih dikenalnya dengan dana sosial kemasyarakatan, yang mana dana tersebut memang didedikasikan penuh untuk kemaslahatan rakyat secara umum berdasarkan kepada kebijakan masing-masing lembaga keuangan syari'ah. Banyak sebagai aspek tujuan dalam dana CSR di dalam lembaga keuangan syari'ah seperti misalnya dalam hal pendidikan, rehabilitasi lingkungan/ penghijauan lingkungan, renovasi tempat ibadah, pemberian bantuan financial kepada kelompok masyarakat agar lebih mandiri lagi kedepannya.

Corporate Social Responbility di beberapa Bank Syari'ah di Indonesia :

1. Bank BNI Syari'ah

   Kegiatan CSR di Bank BNI Syari'ah diarahkan untuk memberikan manfaat yang sebesar-besarnya untuk masyarakat di Indonesia. Program-program yang akan menjadi fokusnya adalah kesehatan, pemberdayaan ekonomi, sosial kemasyarakatan, bencana alam. Program dari bank ini diharapkan bisa berkesinambungan secara terus menerus dari tahun ke tahun.[9]

[7] Rivai, Veitzal dan Andria. 2008. *Islamic Financial Management.* Jakarta: RajaGrafindo Persada. Hlm. 77

[8] Karim, Adiwarman Aswar. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani. Hlm. 172

[9] www.bnisyariah.co.id/category/corporate-social-responbility. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2016 jam 20.19.

2. Bank Syariah Mandiri

Aktivitas Corporate Social Responbility yang dilakukan Bank Syari'ah Mandiri bertujuan untuk :

a. Mendukung kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan kualitas lingkungan.
b. Mendukung implementasi praktik bisnis yang transparan dan bertanggungjawab.
c. Membuat perubahan positif di tengah masyarakat, khususnya dilingkungan dimana Bank Syari'ah Mandiri beroperasi.
d. Membangun citra positif Bank Syari'ah Mandiri dalam benak masyarakat, dan menggalang dukungan masyarakat untuk tujuan bisnis Bank Syari'ah Mandiri.
e. Meningkatkan nilai Brand Bank Syari'ah Mandiri dengan membangun reputasi yang baik.
f. Meningkatkan kesadaran publik tentang Bank Syari'ah Mandiri melalui kegiatan-kegiatan sosial.[10]

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Sebagai salah satu lembaga yang beridir di Indonesia, Lembaga Keuangan Syari'ah sangatlah mengedepankan sistem kerja yang Islami. Serta didukung dengan sebuah sistem yang memungkinkan seorang nasabah untuk tidak melakukan kecurangan yaitu sebuah akad yang mampu mengikat seorang *Shahibul Mal* dengan *Mudharib* sampai di *Yaunil Hisab*. Selain itu Lembaga Keuangan Syari'ah yang berhubungan langsung dengan masyarakat dan lingkup kerjanya berhubungan langsung dengan masyarakat, maka lembaga keuangan syari'ah juga tidak melupakan timbal balik ataupun respon sosial terhadap masyarakat kembali. *Corporate Social Responbility* adalah salah satu programnya yang diberikan oleh pada Lembaga Keuangan Syari'ah yang ada di Indonesia. Program ini banyak sekali ditujukan untuk program pendidikan, sosial kemasyarakatan dan juga ekonomi rakyat yang lebih berpihak kepada rakyat daripada Bank Konvensional. Jelas saja program ini sangatlah membantu masyarakat yang memang benar-benar membutuhkannya secara psikologis maupun fiisiknya. Akhir kata marilah kita menabung di Bank Syari'ah agar kita sendirilah yang secara tidak langsung menolong saudara kira yang lemah secara finansial ataupun yang lainnya. Kalau bukan kita, siapa lagi. Kalau bukan sekarang, kapan lagi.

Saran

Lembaga keuangan syari'ah sangat membantu dengan adanya program sosial, akantetapi masih ada kekurangan yang mana program tersebut masih diprioritaskan untuk program-program di dunia pendidikan dan cenderung mengesampingkan bidang ekonomi sosial dengan memberikan modal secara cuma-cuma atau bisa jadi memberikan pelatihan kerja kepada masyarakat sehingga mereka bisa memiliki ketrampilan yang memadai yang bisa menunjang pekerjaan mereka sehingga mampu mengembangkan perekonomian umat Islam. Di dalam dunia pendidikan sebenarnya pilihan yang sudah baik dikarenakan bisa menciptakan sumber daya manusia yang nantinya bisa berkompeten di dunia ekonomi Islam yang sedang berkembang sangat pesat, akan tetapi di dalam perkembangan bidang

[10] www.syariahmandiri.co.id/category/csr/. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2016 jam 20.28

ekonomi Islam itu sendiri juga sama pentingnya karena termasuk dalam pengembangan ekonomi yang bisa mendukung pertumbuhan ekonomi dan diharapkan kedepannya nanti akan lebih banyak lagi perputaran uang dalam perekonomian.

DAFTAR RUJUKAN

Antonio, M. S. 2012. *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.

Wiroso. 2005. *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*. Jakarta: Grasindo.

Rivai, V. dan Andria. 2008. *Islamic Financial Management*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Karim, A. A. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani.

www.bnisyariah.co.id/category/corporate-social-responbility. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2016 jam 20.19.

www.syariahmandiri.co.id/category/csr/. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2016 jam 20.28.

Solusi dan Strategi Penerapan Pembiayaan Sektor Peternakan Sapi di Bank Syariah

Nurul Izzati Septiana
FIK Universitas Islam Raden Rahmat Malang
Ida Roza
FEBI UIN Walisongo Semaran
Email : nurulizzatiseptiana@ymail.com; idaroza02@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis prioritas masalah, solusi dan strategi penerapan pembiayaan syariah untuk sektor peternakan Sapi. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian *Analytic Network Process* (ANP) dengan menggunakan software ANP yaitu *super decisions* dalam tiga tahapan. Pertama, konstruksi model ANP. Kedua, tahap kuantifikasi model menggunakan pertanyaan dalam kuesioner ANP berupa *pairwise comparison* (pembandingan pasangan). Ketiga sintesis dan analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masalah utama terbagi menjadi dua aspek, yaitu aspek internal dan aspek eksternal. Aspek Internal meliputi aspek internal peternakan, sedangkan aspek eksternal meliputi bank syariah dan pemerintah. Dari hasil perhitungan prioritas yang diperoleh, aspek internal lebih prioritas daripada aspek eksternal, internal (0,59) dan eksternal (0,41). Adapun prioritas strategi yang harus dilakukan untuk penerapan pembiayaan syariah di sektor peternakan adalah 1) peternak harus memperbaiki manajemen usahanya misalnya pencatatan keuangan yang rapi, 2) bank syariah mengajukan ke pemerintah untuk menyalurkan program pembiayaan dari segi teknis ke sektor peternakan dan 3) pemerintah menyediakan skim pembiayaan syariah yang sesuai dengan *cash flow* peternakan.

Kata Kunci : *ANP, Pembiayaan Syariah, Sektor Peternakan Sapi*

Peternakan adalah salah satu sektor yang memiliki peran cukup penting dan strategis dalam pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya peternakan Sapi. Kebutuhan daging konsumsi tingkat nasional mencapai 500.000 ton per tahun, namun dengan tingkat konsumsi per kapita masyarakat masih tergolong rendah, yaitu sekitar 2,2 kg per kapita per tahun (Bank Indonesia, 2013).

Fenomena tersebut disebabkan karena pasokan daging sapi dalam negeri masih rendah. Kebutuhan konsumsi baru mencapai 60% dari produksi dalam negeri. Hal ini disebabkan karena ketersediaan daging sapi potong dalam negeri masih belum tercukupi. Untuk mencukupi kebutuhan daging nasional pemerintah berencana mengimpor 267.000 ekor bakalan sapi (Ditjennak, 2013).

Jika impor terus dilakukan, maka akan menghambat upaya pemenuhan permintaan pasar dari pasokan dalam negeri. Salah satu solusi untuk memenuhi kebutuhan daging serta menjaga harga daging nasional tetap stabil adalah dengan usaha mendorong budidaya sapi potong, khususnya penggemukan sapi potong.

Usaha sapi potong merupakan usaha yang prospektif karena 1) Indonesia memiliki sumber daya alam yang cukup 2) Usaha ini sudah banyak dilaksanakan sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan 3) Usaha sapi potong juga sejalan dengan upaya pelestarian sumber daya

lahan. Peternakan sebagai subsektor pertanian, sangat strategis dan dapat diandalkan untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi, mengurangi pengangguran serta sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat.

Rini Widiastuti (2014) menyebutkan dalam penelitiannya bahwa dilihat dari pangsa konsumsi, 48,30% masyarakat mengonsumsi daging unggas, 26,10% daging sapi, dan 25,60% daging ternak lain. Ini berarti permintaan masyarakat akan produk peternakan sangat besar, khususnya permintaan akan daging sapi yang terus meningkat seiring makin baiknya kesadaran masyarakat akan pentingnya pemenuhan gizi yang seimbang.

Berdasarkan hasil sensus pertanian tahun 2013, jumlah populasi sapi dan kerbau sebanyak 14,24 juta ekor (BPS 2013), turun dibandingkan dengan hasil pendataan sapi potong, sapi perah, dan kerbau tahun 2011 sebanyak 16,7% juta ekor (BPS 2011). Hal tersebut menunjukkan bahwa antara ketersediaan dan permintaan daging sapi dalam negeri masih terjadi kesenjangan yang cukup besar, sementara populasi sapi potong justru mengalami penurunan. Dengan demikian prospek pasar dan pengembangan agribisnis sapi potong baik pada subsistem hulu, subsistem budidaya, maupun sibsistem hilir masih terbuka lebar di Indonesia.

Anis Rizaldi (2011) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa usaha sapi potong memiliki potensi ekonomi yang sangat besar untuk dikembangkan karena memiliki kekuatan Internal dan peluang eksternal.

Sejalan dengan Anis Rizaldi, Suryana (2009) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Alasan pentingnya peningkatan populasi sapi potong dalam upaya mencapai swasembada daging antara lain adalah: 1) subsektor peternakan berpotensi sebagai sumber pertumbuhan baru pada sektor pertanian. 2) rumah tangga yang terlibat langsung dalam usaha peternakan terus bertambah, 3) tersebarnya sentra produksi sapi potong di berbagai daerah, sedangkan sentra konsumsi terpusat di perkotaan sehingga mampu menggerakkan perekonomian regional, dan 4) mendukung upaya ketahanan pangan, baik sebagai penyedia bahan pangan maupun sebagai sumber pendapatan yang keduanya berperan meningkatkan ketersediaan dan aksesibilitas pangan. Ia juga mengatakan bahwa produksi daging sapi dalam negeri belum mampu memenuhi kebutuhan karena populasi dan tingkat produktivitas ternak rendah. Rendahhnya populasi sapi potong antara lain disebabkan sebagian besar ternak dipelihara oleh peternak berskala kecil dengan lahan dan modal terbatas.

Perbankan syariah selaku lembaga intermediasi yang berbasis sektor rill yang operasionalnya berdasar pada nilai – nilai ekonomi Islam sudah seharusnya berada pada barisan terdepan dalam pelaksanaan pembiayaan berbasis lingkungan seperti menyalurkan pembiayaan ke sektor peternakan, karena salah satu faktanya Rendahhnya populasi sapi potong antara lain disebabkan sebagian besar ternak dipelihara oleh peternak berskala kecil dengan lahan dan modal terbatas.

Atas dasar latar belakang tersebut, penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis masalah, solusi dan strategi penerapan pembiayaan syariah untuk sektor peternakan sapi.

METODE

Jenis dan Sumber Data

Dalam metodologi ANP, data yang digunakan merupakan data primer yang didapat dari hasil wawancara (*in-depth interview)* dengan dengan pakar, praktisi, dan regulator, yang memiliki pemahaman tentang permasalahan yang dibahas. Dilanjutkan dengan pengisian kuesioner pada pertemuan kedua dengan responden. Data siap olah dalam ANP adalah variabel-variabel penilaian responden terhadap masalah yang menjadi objek penelitian dalam skala numerik.

Populasi dan Sampel

Pemilihan responden pada penelitian ini dilakukan secara *purposive sample* (sengaja) dengan mempertimbangkan pemahaman responden tersebut terhadap masalah, solusi dan strategi penerapan pembiayaan sektor peternakan sapi di bank syariah.

Jumlah responden dalam penelitian ini terdiri dari lima orang, dengan pertimbangan bahwa mereka cukup berkompeten dalam mewakili keseluruhan populasi. Dalam analisis ANP jumlah sampel/responden tidak digunakan sebagai patokan validitas. Syarat responden yang valid dalam ANP adalah bahwa mereka adalah orang-orang yang ahli di bidangnya. Oleh karena itu, responden yang dipilih dalam survey ini adalah peternak sapi, responden dari Bank Indonesia, praktisi perbankan syariah, akademisi ekonomi Islam, dan akademisi peternakan.

Pertanyaan dalam kuesioner ANP berupa *pairwise comparison* (pembandingan pasangan) antar elemen dalam cluster untuk mengetahui mana diantara keduanya yang lebih besar pengaruhnya (lebih dominan) dan seberapa besar perbedaannya dilihat dari satu sisi. Skala numerik 1-9 yang digunakan merupakan terjemahan dari penilaian verbal.

Pengisian kuesioner oleh responden harus didampingi peneliti untuk manjaga konsistensi dari jawaban yang diberikan. Pada umumnya, pertanyaan pada kuesioner ANP sangat banyak jumlahnya. Sehingga faktor-faktor non teknis dapat menyebabkan tingginya tingkat inkonsistensi. Adapun perbandingan skala verbal dan skala numeric tertera pada tabel 1 di bawah ini :

Tabel 1 Perbandingan Skala Verbal dan SkalaNumerik

Skala Verbal	Skala Numerik
Amat sangat besar pengaruhnya	9
	8
Sangat lebih besar pengaruhnya	7
	6
Lebih besar pengaruhnya	5
	4
Sedikit lebih besar pengaruhnya	3
	2
Sama besar pengaruhnya	1

Sumber : Saaty dalam Ascarya : 2005

Teknik Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian analisis kualitatif-kuantitatif dimana bertujuan untuk menangkap suatu nilai atau pandangan yang diwakili para pakar dan praktisi dan regulator tentang masalah dan solusi penerapan pembiayaan syariah di sektor peternakan. Alat analisis yang digunakan adalah metode ANP dan diolah dengan menggunakan software "*Super Decision*".

Gambaran Umum Metode ANP

Analytic Network Process (ANP) merupakan teori matematis yang mampu menganalisa pengaruh dengan

pendekatan asumsi-asumsi untuk menyelasaikan bentuk permasalahan. Metode ini digunakan dalam bentuk penyelesaian dengan pertimbangan atas penyesuaian kompleksitas masalah secara penguraian sintesis disertai adanya skala prioritas yang menghasilkan pengaruh prioritas terbesar. ANP juga mampu menjelaskan model faktor-faktor dependence serta *feedback* nya secara sistematik. Pengambilan keputusan dalam aplikasi ANP yaitu dengan melakukan pertimbangan dan validasi atas pengalaman empirical. (Rusdiana, 2012).

Landasan ANP

ANP memiliki empat aksioma yang menjadi landasan teori, antara lain (Saaty,2006) : Resiprokal; aksioma ini menyatakan bahwa jika PC (EA,EB) adalah nilai pembandingan pasangan dari elemen A dan B, dilihat dari elemen induknya C, yang menunjukkan berapa kali lebih banyak elemen A memiliki apa yang dimiliki elemen B, maka PC (EB,EA) = 1/ Pc (EA,EB). Misalkan, jika A lima kali lebih besar dari B, maka B besarnya 1/5 dari besar A. Homogenitas; menyatakan bahwa elemen-elemen yang dibandingkan dalam struktur kerangka ANP sebaiknya tidak memiliki perbedaan terlalu besar, yang dapat menyebabkan lebih besarnya kesalahan dalam menentukan penilaian elemen pendukung yang mempengaruhi keputusan. Prioritas; yaitu pembobotan secara absolut dengan menggunakan skala interval [0.1] dan sebagai ukuran dominasi relatif. *Dependence condition*; diasumsikan bahwa susunan dapat dikomposisikan ke dalam komponen-komponen yang membentuk bagian berupa cluster.

Tahapan Penelitian

Tahapan pada metode ANP dapat dilihat pada Gambar 1.

Konstruksi Model

Konstruksi model ANP disusun berdasarkan *literature review* secara teori maupun empiris dan memberikan pertanyaan pada pakar dan praktisi serta melalui *indepth interview* untuk mengkaji informasi secara lebih dalam untuk memperoleh permasalahan yang sebenarnya.

Kuantifikasi Model

Tahap kuantifikasi model menggunakan pertanyaan dalam kuesioner ANP berupa *pairwise comparison* (pembandingan pasangan) antar elemen dalam cluster untuk mengetahui mana diantara keduanya yang lebih besar pengaruhnya (lebih dominan) dan seberapa besar perbedaannya melalui skala numerik 1-9. Data hasil penilaian kemudian dikumpulkan dan diinput melalui *software super decision* untuk diproses sehingga menghasilkan output berbentuk supermatriks. Hasil dari setiap responden akan diinput pada jaringan ANP tersendiri. (Ascarya, 2011).

Sintesis dan Analisis

Geometric Mean

Untuk mengetahui hasil penilaian individu dari para responden dan menentukan hasil pendapat pada satu kelompok dilakukan penilaian dengan menghitung *geometric mean17*. Pertanyaan berupa perbandingan (*Pairwise comparison)* dari responden akan dikombinasikan sehingga membentuk suatu konsensus. *Geometric mean* merupakan jenis penghitungan rata-rata yang menunjukan tendensi atau nilai tertentu

dimana memiliki formula sebagai berikut :

$$(\prod_{i}^{n} = 1\, a_i)^{1/n} = \sqrt[n]{a_1 a_2 \ldots a_n}$$

Rater Agreement

Rater agreement adalah ukuran yang menunjukan tingkat kesesuaian (persetujuan) para responden (R1-Rn) terhadap suatu masalah dalam satu cluster. Adapun alat yang digunakan untuk mengukur rater agreement adalah *Kendall's Coefficient of Concordance* (W;0 < W≤ 1). W=1 menunjukan kesesuaian yang sempurna.

Untuk menghitung Kendall's (W), yang pertama adalah dengan memberikan ranking pada setiap jawaban kemudian menjumlahkannya.

$$R_i = \sum_{j}^{m} = 1 r_{i,j}$$

Nilai rata-rata dari total ranking adalah :

$$R = \frac{1}{2} m(n+1)$$

Jumlah kuadrat deviasi (S), dihitung dengan formula :

$$S = \sum_{i}^{n} = 1 (R_i - \bar{R})^2$$

Sehingga diperoleh Kendall's W, yaitu:

$$W = \frac{12S}{m^2(n^3 - n)}$$

Jika nilai pengujian W sebesar 1 (W=1), dapat disimpulkan bahwa penilaian atau pendapat dari para responden memiliki kesesuaian yang sempurna. Sedangkan ketika nilai W sebesar 0 atau semakin mendekati 0, maka menunjukan adanya ketidaksesuaian antar jawaban responden atau jawaban bervariatif. (Ascarya, 2011)

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

Identifikasi Masalah

Dari beberapa pendapat yang telah dikumpulkan dari para responden melalui kuesioner dan *indepth interview* (wawancara secara mendalam), ada beberapa faktor yang menjadi alasan apa saja masalah dan solusi serta strategi penerapan pembiayaan syariah untuk sektor petrnakan. Faktor-faktor tersebut dapat dilihat melalui dua aspek yaitu aspek internal dan aspek eksternal. Untuk lebih detailnya penjelasan mengenai masalah serta solusi dan strategi yang berhasil dihimpun dari responden beberapa pakar dan praktisi serta berdasarkan hasil dekomposisi, maka dapat di bangun model kerangka ANP sebagai berikut :

Hasil survey yang diperoleh diolah terlebih dahulu berdasarkan hasil kuesioner untuk setiap masing-masing responden dengan menggunakan kerangka ANP sebagaimana telah disajikan pada gambar di atas sebagai dasar pembuatan kuesioner. Data yang diolah dari masing-masing responden tersebut menghasilkan supermatriks yang memberikan urutan prioritas aspek-aspek terpenting dan masalahnya, solusi pemecahan masalah, serta pilihan strategi yang tepat menurut pendapat masing-masing responden.

Selanjutnya hasil pengolahan tersebut dijelaskan menurut hasil rata-rata dan individual yang menjadi responden untuk kuesioner perbandingan pasangan untuk menghasilkan urutan prioritas. Untuk memperoleh hasil tersebut, dari lima responden dihitung nilai rata-rata. Nilai

rata-rata dan/atau modus[1] inilah yang digunakan untuk menentukan urutan prioritas.

Dalam membantu menganalisa lebih dalam, berikut diuraikan bagaimana pendapat setiap responden tentang masalah, solusi dan strategi penerapan pembiayaan syariah untuk sektor peternakan.

Pembahasan

Analisis Masalah

Berdasarkan hasil pengolahan data, berdasarkan nilai rata-rata gabungan sebagaimana dapat dilihat pada gambar di bawah ini, maka masalah dari penerapan pembiayaan syariah dapat dibagi menjadi dua masalah utama, yakni yang paling prioritas adalah masalah internal yaitu sebesar 59% diikuti masalah eksternal sebesar 41%. Hasil prioritas dapat dilihat grafik pada gambar 3.

Hasil *rater agreement* dengan nilai W= 0,04. Hal ini mengindikasikan bahwa 4 % responden sepakat bahwa masalah prioritas pada masalah internal peternakan, walaupun tingkat kesepakatan responden rendah. Hal ini dapat dilihat dari keberagaman jawaban masing-masing responden, dimana dua orang menjawab masalah prioritas adalah masalah internal peternakan diikuti masalah eksternal, dua orang menjawab masalah internal dan masalah eksternal sama – sama prioritas dan satu orang lagi menjawab masalah eksternal lebih prioritas daripada masalah internal.

Analisis Solusi

Dari masalah yang ada, berdasarkan nilai rata-rata gabungan, solusi yang diprioritaskan linier dengan masalah yang ada, yaitu solusi internal 55% diikuti solusi eksternal 44%. Hasil prioritas dapat dilihat grafik pada gambar 4.

Hasil *rater agreement* dengan nilai W= 4% Hal ini mengindikasikan bahwa 4 % responden sepakat bahwa solusi prioritas adalah solusi internal, walaupun tingkat kesepakatan responden rendah. Hal ini dapat dilihat dari keberagaman jawaban masing-masing responden, dimana dua orang menjawab solusi prioritas adalah solusi internal peternakan diikuti solusi eksternal, dua orang menjawab solusi internal dan solusi eksternal sama – sama prioritas dan satu orang lagi menjawab solusi eksternal lebih prioritas daripada solusi internal.

Analisis Masalah Internal dan Solusi Internal

Pada masalah internal, berdasarkan nilai rata-rata gabungan, yang menjadi masalah utama adalah terbatasnya akses peternak dalam permodalan 25%, diikuti usaha peternakan belum *bankable* dan *visible* 23%, peternak belum bankable 21%, banyak peternak yang akses kredit mikro dan belum bisa akses pembiayaan program 19% dan yang terakhir adalah beberapa peternak tidak jujur kepada bank 12%. Hasil prioritas dapat dilihat grafik pada gambar 5.

Hasil *rater agreement* dengan nilai W= 21% menunjukkan bahwa responden sepakat prioritas masalah internal sesuai dengan urutan seperti penjelasan di atas, tetapi jawaban para

[1] Dalam metode ANP, data yang diperlukan dapat diperoleh melalui dua cara. *Pertama*, satu data yang diperoleh merupakan konsensus dari sekelompok responden yang dikumpulkan secara bersamaan. *Kedua*, pengumpulan data dilakukan secara terpisah untuk masing-masing responden. Dalam kasus ini metode ANP membolehkan menggunakan modus dan atau rata-rata untuk mendapatkan satu hasil urutan prioritas (Ascarya, 2005).

responden bervariatif dalam menjawab prioritas prioritas masalah internal penerapan pembiayaan syariah dalam sektor peternakan.

Dari masalah internal yang menjadi masalah utama, berdasarkan nilai rata – rata gabungan, solusi internal yang prioritas adalah perlu peran dari PEMDA, PEMPROV, BI dan OJK dalam mengedukasi peternak agar *bankable* sebesar 28% diikuti solusi perlunya bantuan yang mencukupi dari pemerintah untuk peternak sebesar 27%. Urutan selanjutnya adalah perlunya pembuatan kebijakan penyaluran pembiayaan program dari bank syariah level pusat sebesar 25% dan urutan yang terakhir adalah peternak harus mempunyai karakter yang baik dalam memenuhi kewajibannya kepada bank sebesar 20%. Hasil prioritas dapat dilihat grafik pada gambar 6.

Hasil *rater agreement* dengan nilai W= 16%. Hal ini mengindikasikan bahwa 16% responden sepakat bahwa solusi prioritas dari masalah internal adalah perlu peran dari PEMDA, PEMPROV, BI dan OJK dalam mengedukasi peternak agar *bankable* diikuti solusi perlunya bantuan yang mencukupi dari pemerintah untuk peternak, kemudian diikuti perlunya pembuatan kebijakan penyaluran pembiayaan program dari bank syariah level pusat dan yang terakhir adalah peternak harus mempunyai karakter yang baik dalam memenuhi kewajibannya kepada bank walupun tingkat kesepakatan para responden rendah.

Analisis Masalah Eksternal dan Solusi Eksternal

Berdasarkan hasil pengolahan data, berdasarkan nilai rata-rata gabungan sebagaimana dapat dilihat pada gambar di bawah ini, maka masalah eksternal dari penerapan pembiayaan syariah di sektor peternakan yang paling prioritas adalah Bank syariah belum mempunyai skim pembiayaan syariah yang cocok dengan pola usaha peternakan dengan nilai rata – rata gabungan sebesar 38% diikuti dengan masalah jaringan kantor bank syariah masih sedikit dan masih belum masuk ke pelosok desa dengan nilai rata-rata gabungan sebesar 35% dan yang terakhir adalah bank cenderung *averse to risk* (menjauhi risiko) dalam melakukan pembiayaan syariah ke sektor peternakan karena risiko gagal bayar tiggi untuk sektor peternakan dengan nilai rata – rata gabungan sebesar 27%. Hasil prioritas dapat dilihat grafik pada gambar 7.

Hasil *rater agreement* dengan nilai W= 13% menunjukkan bahwa responden sepakat prioritas masalah eksternal sesuai dengan urutan seperti penjelasan di atas, tetapi jawaban para responden bervariatif dalam menjawab prioritas prioritas masalah eksternal penerapan pembiayaan syariah dalam sektor peternakan.

Dalam kaitannya dengan solusi eksternal, berdasarkan nilai rata-rata gabungan, yang menjadi solusi utama dari masalah eksternal adalah perlunya inovasi produk pembiayaan bank syariah yang sesuai pola usaha peternakan dengan nilai rata-rata gabungan sebesar 35% diikuti bank syariah perlu memperluas jaringannya ke pelosok desa dengan nilai rata-rata gabungan sebesar 34% dan urutan solusi yang terakhir adalah bank syariah perlu SDM yang expert dibidang sektor peternakan dan teknologi informasi dengan nilai rata – rata gabungan sebesar 32%. Hasil prioritas dapat dilihat grafik pada gambar 8.

Hasil *rater agreement* dengan nilai W= 16% menunjukkan bahwa responden sepakat prioritas solusi eksternal sesuai dengan urutan seperti penjelasan di atas, tetapi jawaban para responden bervariatif dalam menjawab prioritas solusi eksternal.

Analisis Strategi

Berdasarkan hasil pengolahan data, berdasarkan nilai rata-rata gabungan, maka strategi dari penerapan pembiayaan syariah di sektor peternakan yang paling prioritas dengan nilai rata – rata gabungan sebesar 36% adalah peternak memperbaiki manajemen usahanya misalnya pencatatan keuangan yang rapi. Strategi kedua dengan nilai rata – rata gabungan sebesar 33% adalah bank syariah mengajukan ke pemerintah untuk menyalurkan program pembiayaan dari segi teknis ke sektor peternakan. Sedangkan strategi terakhir dengan nilai rata-rata gabungan sebesar 31 % adalah pemerintah menyediakan skim pembiayaan syariah yang sesuai dengan cash flow peternakan. Hasil prioritas dapat dilihat grafik pada gambar 9.

Pada aspek strategi, kesepakatan para pakar tergolong rendah yang ditunjukkan dengan nilai W=16%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sepakat prioritas strategi sesuai dengan urutan seperti penjelasan di atas, tetapi jawaban para responden bervariatif dalam menjawab prioritas strategi penerapan pembiayaan syariah dalam sektor peternakan.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Berdasarkan pembahasan dan analisa masalah, solusi dan strategi penerapan pembiayaan syariah pada sektor peternakan, berikut dapat ditarik kesimpulan mengenai pembahasan ini, diantaranya adalah : Masalah penerapan pembiyaan syariah pada sektor peternakan, akhirnya mengkerucut pada dua masalah pokok yaitu aspek internal dan aspek eksternal. Aspek Internal terbagi lagi menjadi lima yaitu terbatasnya akses peternak dalam permodalan, usaha peternakan belum *bankable* dan *visible*, peternak belum *bankable*, banyak peternak yang akses kredit mikro dan belum bisa akses pembiayaan program dan beberapa peternak tidak jujur kepada bank.

Aspek eksternal terbagi menjadi tiga yaitu Bank syariah belum mempunyai skim pembiayaan syariah yang cocok dengan pola usaha peternakan, jaringan kantor bank syariah masih sedikit dan masih belum masuk ke pelosok desa dan bank cenderung *averse to risk* (menjauhi risiko) dalam melakukan pembiayaan syariah ke sektor peternakan karena risiko gagal bayar tiggi untuk sektor peternakan. Sejalan dengan aspek masalah, maka solusi yang lebih diprioritaskan berdasarkan aspek internal meliputi, perlunya inovasi produk pembiayaan bank syariah yang sesuai pola usaha peternakan, bank syariah perlu memperluas jaringannya ke pelosok desa dan bank syariah perlu SDM yang expert dibidang sektor peternakan dan teknologi informasi untuk menunjang penyaluran pembiayaan syariah ke sektor peternakan. Strategi yang dapat dilakukan untuk mewujudkan

penerapam pembiayaan syariah ke sektor peternakan sesuai dengan urutan prioritas gabungan adalah meliputi, peternak memperbaiki manajemen usahanya misalnya pencatatan keuangan yang rapi, bank syariah mengajukan ke pemerintah untuk menyalurkan program pembiayaan dari segi teknis ke sektor peternakan dan pemerintah menyediakan skim pembiayaan syariah yang sesuai dengan cash flow peternakan.

Saran

Masalah penerapan pembiayaan syariah untuk sektor peternakan merupakan masalah yang mencakup berbagai pihak terkait. Bagi para SDM bank syariah hendaknya memiliki komitmen untuk mewujudkan pembiayaan ke sektor yang berbasis lingkungan seperti sektor peternakan. Komitmen ini dapat diwujudkan melalui adanya kebijakan di level pusat bank syariah untuk menyalurkan pembiaayan berbasis lingkungan, seperti seperti sektor peternakan dan pembentukan unit khusus pembiayaan syariah ke sektor peternakan dengan SDM yang paham tentang seluk beluk peternakan dan seluk beluk konsep pembiayaan syariah. Bagi pemerintah, hendaknya turut andil dan mendukung dalam mewujudkan penerapan pembiayaan ke sektor peternakan melalui kebijakan – kebijakannya.

DAFTAR RUJUKAN

Ascarya, "Analytic Network Process (ANP) New Approach of Qualitative Study". Paper ini dipresentasikan dalam acara *Seminar Internal Program Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Trisaksi Jakarta*, 2005.

Bank Indonesia, *Pola pembiayaan Usaha Kecil Menengah : Usaha Budi Daya Penggemukan Sapi Potong*. 2013.

Devi, A. et. al. Metodologi Penelitian Ekonomi Islam. Jakarta, Gramata Pubishing: 2013.

Direktoral Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian. *Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan,* Jakarta, 2013.

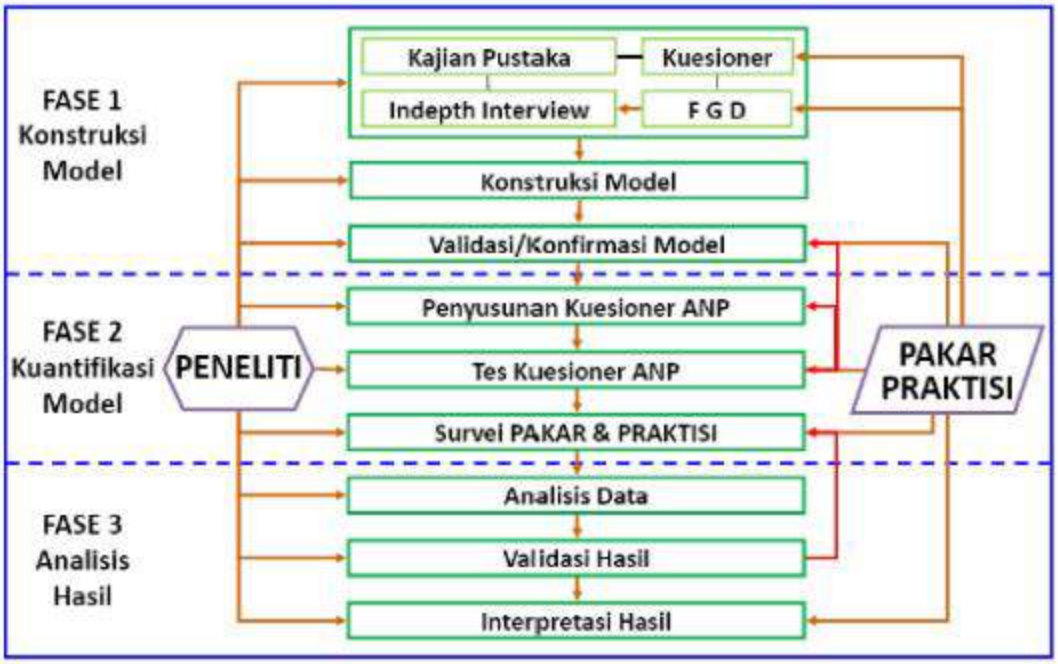
Rizaldi, A. *Analisis Potensi Ekonomi* pada pengembangan Usaha Peternakan Sapi Potong. Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Jember. 2011.

Rusdiana, et al Aplikasi Metode *Analytic Network Process (Anp)* Untuk Mengurai Problem Pengembangan *Baitul Maal Wat-Tamwiil* (Bmt) Di Indonesia.2012.

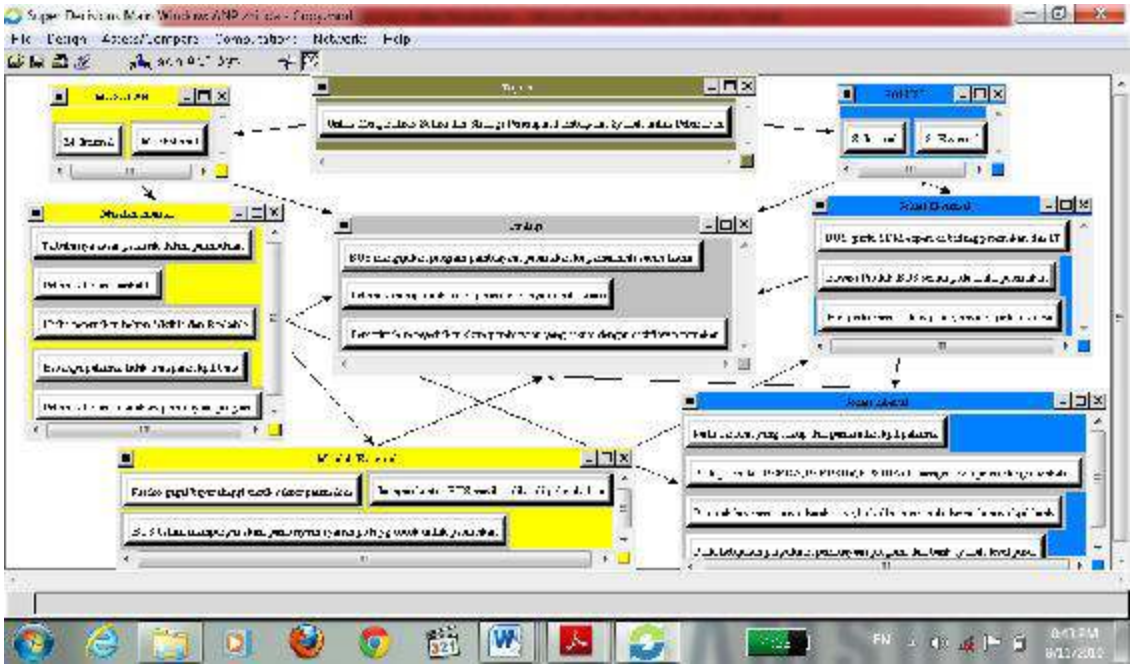
Suryana, *Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong berorientasi Agribisnis Dengan Pola Kemitraan*, Jurnal Litbang Pertanian, 2009.

Syauqi B. I. et. al. "Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi pembiayaan Bank Syariah Untuk Sektor Pertanian Di Indonesia", 2013.

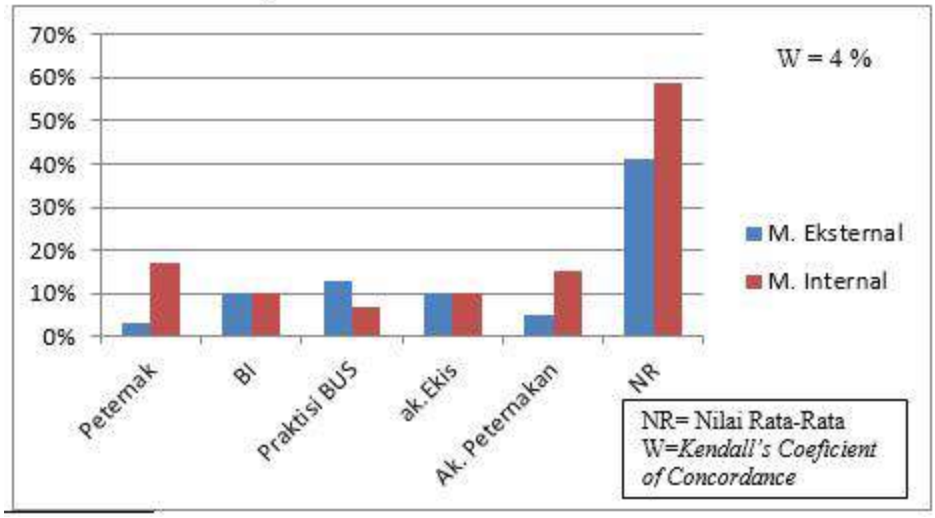
Widiastuti, R. *Strategi Pengembangan Sapi Potong Di Kabupaten Gorontalo*. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor. 2014.



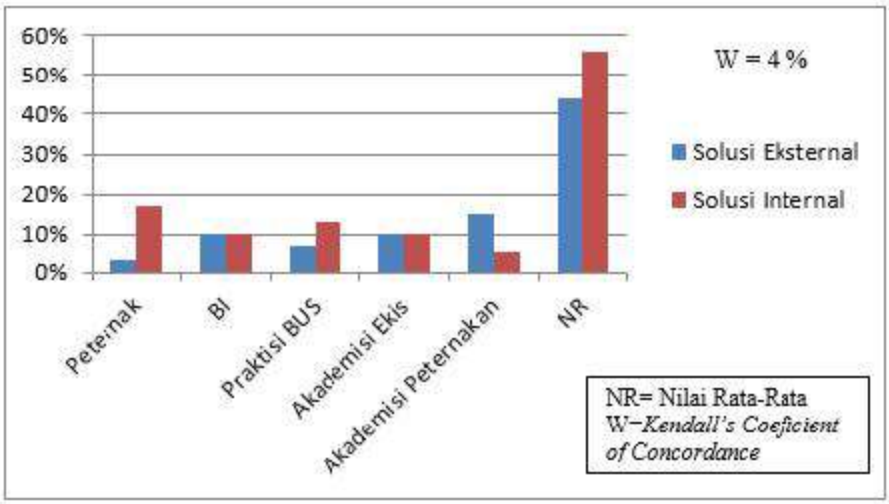
Gambar 1 Tahapan Penelitian ANP



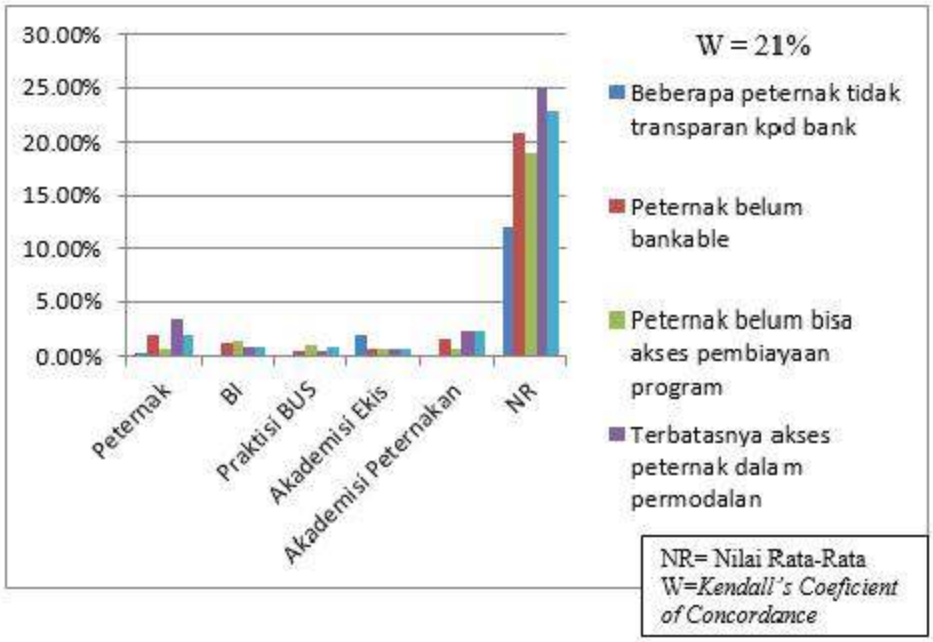
Gambar 2 Kerangka ANP pada Software Superdecision



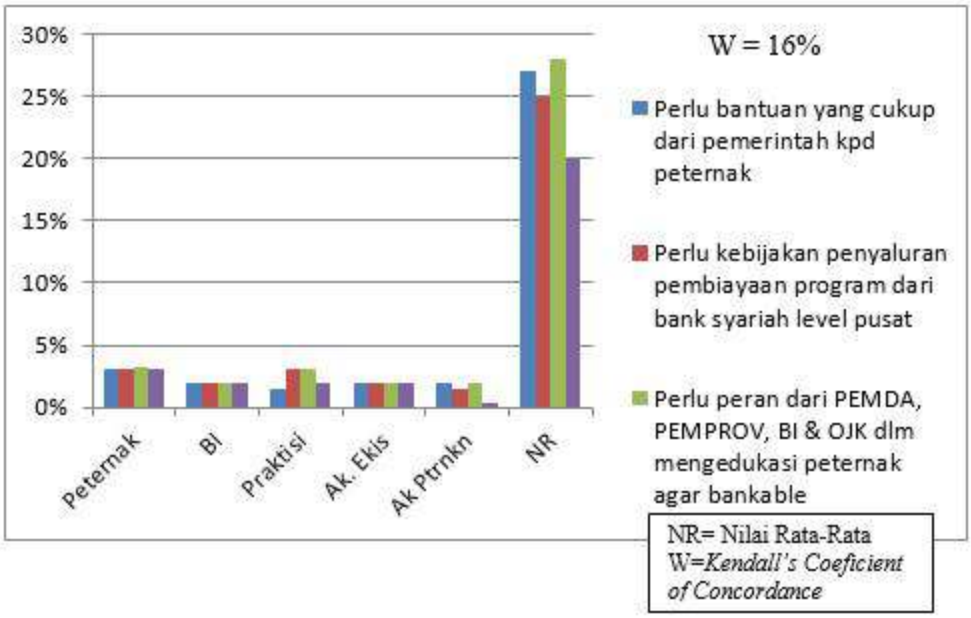
Gambar 3 Hasil ANP dan Rata agreement berdasarkan Cluster Masalah



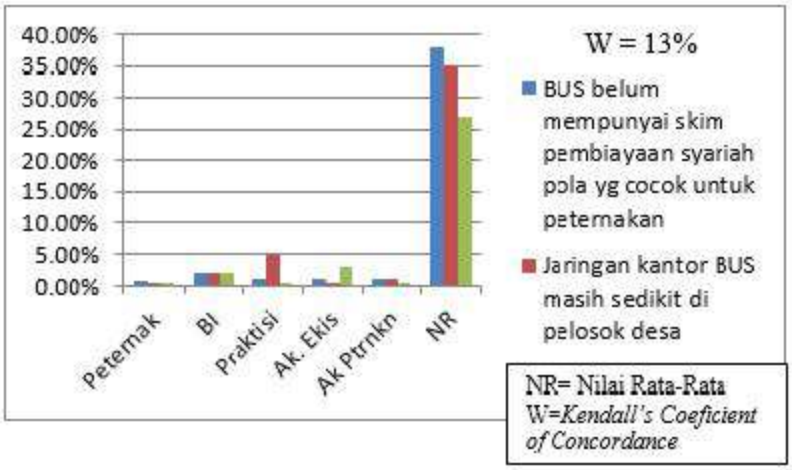
Gambar 4 Hasil ANP dan Rata agreement berdasarkan Cluster Solusi



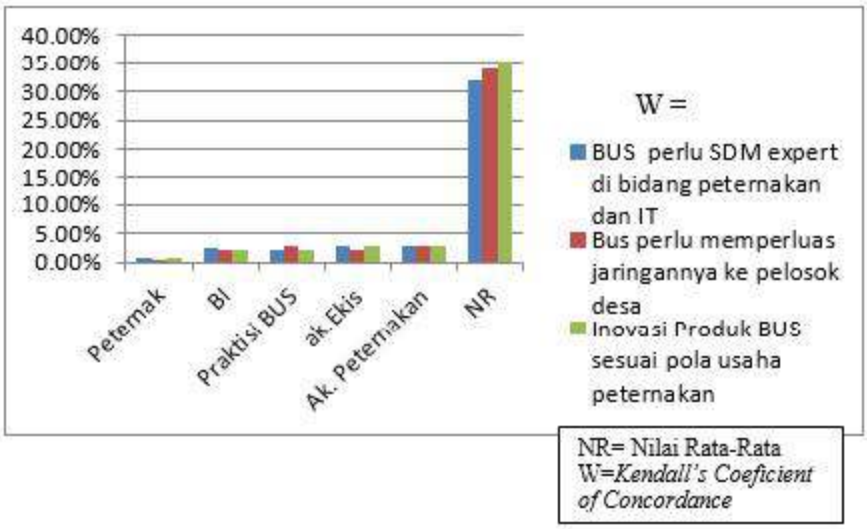
Gambar 5 Hasil ANP dan *Rater agreement* berdasarkan *Cluster* Masalah Internal



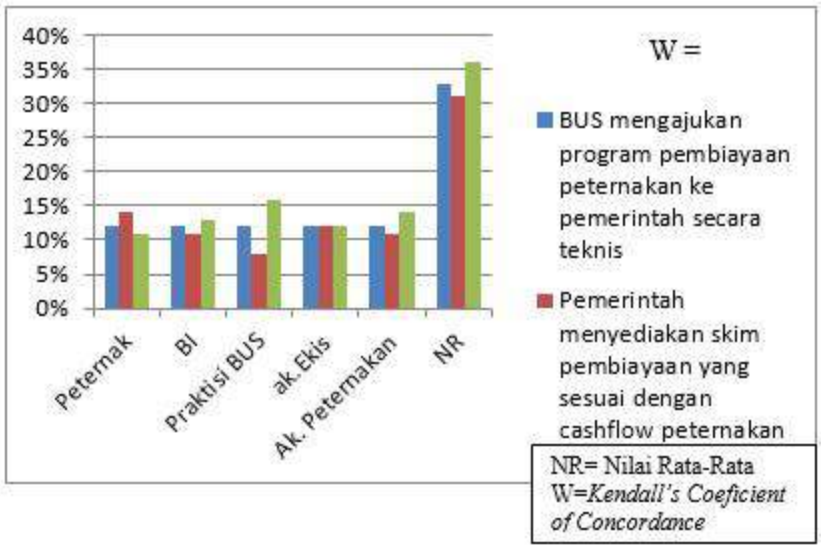
Gambar 6 Hasil ANP dan *Rater agreement* berdasarkan *Cluster* Solusi Internal



Gambar 7 Hasil ANP dan *Rater agreement* berdasarkan *Cluster* Masalah Eksternal



Gambar 8 Hasil ANP dan *Rater agreement* berdasarkan *Cluster* Solusi Eksternal



Gambar 9 Hasil ANP dan *Rater agreement* berdasarkan *Cluster* Strategi

Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Profitabilitas dan Pertumbuhan pada Perusahaan Perbankan Syariah di Indonesia

Henny Rakhmawati
Sawitri Dwi Prastiti
Nurika Restuningdiah
Program Studi Akutansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang
Email: hennyrakhmawati19@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *intellectual capital* terhadap profitailitas dan pertumbuhan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sasmpel 10 bank syariah tahun 2012-2014 yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Analsisi korelasi kanonikal digunakan sebagai model oleh peneliti untuk menguji beberapa variabel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari aporan keuangan perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan 1) variabel independen *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan perbankan syariah 2)*intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan perusahaan perbankan syariah. Tidak berpengaruhnya *intellectual capital* terhadap profitabilitas dan pertumbuhan mengindikasikan jika perusahaan perbankan syariah belum mampu untuk memanfaatkan *intellectual capital* untuk meningkatkan ROA dan *earning growth*.

Kata Kunci : *Intellectual Capital, Profitabilitas, Pertumbuhan, Bank Syariah*

Pandangan RBV *(Resource-Based View)* berpendapat bahwa sumber daya yang dimilik perusahaan jauh lebih penting daripada struktur industri dalam memperoleh dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Kuncoro 2011:38). *Resource based theory* telah menjelaskan bahwa perusahaan yang mengelola dan memanfaatkan *intellectual capital* secara maksimal dapat mencapai keunggulan kompetitif dan memberikan *value added* tersendiri dibandingkan kompetitor sejenis. Atas dasar keunggulan kompetitif dan *value added* tersebut maka investor akan memberikan apresiasi lebih kepada perusahaan dengan melakukan kegiatan investasi yang lebih tinggi.

Menurut Ross (2009:89), rasio profitabilitas dimaksudkan untuk mengukur seberapa efisien sebuah perusahaan telah menggunakan aset dan mengelola operasinya. Rasio profitabilitas mengukur seberapa besar laba atau keuntungan yang dapat dihasilkan perusahaan atas pengelolaan aset dan operasi. Fokus dari rasio ini adalah pada laba bersih perusahaan. Analisis rasio profitabilitas bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, baik dalam hubungannya dengan penjualan, aset, maupun modal sendiri. Rasio profitabilitas memberikan ukuran tingkat efektifitas dan efisiensi manajemen dalam mengelola kekayaan yang dimiliki perusahaan untuk memperoleh laba. Penelitian ini mengkaji kelompok rasio profitabilitas yaitu *Return On Assets* (ROA).

Pertumbuhan perusahaan dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam menilai perkembangan suatu perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang baik dan tinggi dapat membuat citra yang positif untuk perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Tingkat pertumbuhan perusahaan dapat dinilai dari beberapa segi di antaranya adalah peningkatan aktiva, peningkatan ekuitas maupun peningkatan laba. Peningkatan pendapatan biasanya merupakan sinyal bagi perusahaan untuk dapat tumbuh dan berkembang (Chen *et al.,* 2000). Weston dan Copeland menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan mengukur seberapa baik perusahaan mempertahankan posisi ekonominya, baik dalam industrinya maupun dalam kegiatan ekonomi secara keseluruhan (Solikhah dkk, 2010).

Intellectual capital atau modal intelektual merupakan aset tidak berwujud. *Intellectual capital* merupakan aset perusahaan yaitu materi intelektual baik berupa informasi, inovasi, pengalaman maupun pengetahuan yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk meningkatkan nilai tambah dan memberi keunggulan bersaing. Model pengukuran *intellectualtual capital* dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori, yaitu pengukuran non moneter dan pengukuran moneter (Tan *et al.,* 2007 dalam Ulum 2009:31). Metode VAIC, yang dikembangkan oleh Pulic, didesain untuk menyajikan informasi tentang *value creation efficiency* dari aset berwujud (*tangible asset*) dan aset tidak berwujud (*intangible assets*) yang dimiliki perusahaan.

Sesuai dengan *resource-based theory* dimana perusahaan yang mampu mengolah *intellectual capital* dengan baik maka perusahaan tersebut memiliki keunggulan kompetitif serta diyakini memberi manfaat yang kemudian mampu menciptakan nilai tambah pada perusahaan. Tujuan akhirnya adalah untuk meningkatkan kemampuan perusahaan dalam jangka panjang, yang hanya akan dapat dicapai dengan investasi pada sumber daya intelektual dan peningkatan mobilisasi dari potensi internal perusahaan, terutama dari *intangible* (Ulum 2009:84).

Bisnis perbankan yang berbasis syariah kini tengah mengalami kemajuan yang pesat. Bank syariah sebagai motor utama lembaga keuangan telah menjadi lokomotif bagi berkembangnya teori dan praktik ekonomi Islam secara mendalam (Karim dalam Prasetya, 2011). Adanya fatwa tentang haramnya bunga bank yang memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan industri perbankan syariah. Semakin banyaknya jumlah bank syariah yang beroperasi di Indonesia, baik dalam bentuk Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) dengan berbagai bentuk produk dan pelayanan yang diberikan dapat menimbulkan permasalahan di masyarakat. Permasalahan yang paling penting adalah bagaimana kualitas kinerja bank syariah yang ada. Bank syariah haruslah dapat memberi manfaat yang optimal bagi masyarakat dan peran dan tanggung jawab bank syariah selaku lembaga keuangan Islam sesuai dengan prinsip syariah (Hameed dalam Prasetya, 2011).

Kebutuhan akan informasi tentang kinerja keuangan bank syariah merupakan tuntutan dari persaingan yang semakin pesat. Bank perlu meningkatkan kinerjanya, baik keuangan maupun non keuangan untuk

menjaga kepercayaan pemilik modal atau investor dan nasabah yang menanamkan modalnya dan memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh bank tersebut. Selama ini, bank syariah melakukan peningkatan kinerja keuangan dengan cara meningkatkan kemampuannya untuk mengelola dana dengan memberikan bagi hasil yang optimal bagi pemilik dan nasabahnya. Upaya peningkatan kinerja perusahaan membutuhkan informasi yang lebih relevan tentang elemen yang diukur tidak hanya aset berwujud (*tangiable asset*) namun juga aset tidak berwujud (*intangiable asset*) guna mengungkapkan nilai perusahaan (Ningrum dan Raharjo, 2011)

Penelitian yang berkaitan dengan *intellectual capital* dan profitabilitas adalah Firmansyah (2014) dan Kartika (2013). Kedua penelitian tersebut membuktikan jika *intellectual capital* berpengaruh terhadap ROA. Sedangkan penelitian Maditinos (2011) menghasilkan jika *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap ROA.

Penelitian yang berkaitan dengan *intellectual capital* dan profitabilitas adalah Solikhah (2010)). Penelitian tersebut membuktikan jika *intellectual capital* berpengaruh terhadap pertumbuhan perusahaan. Sedangkan penelitian Firmansyah (2014) tidak membuktikan *intellectual capital* berpengaruh terhadap ROA.

a. *Resource-based Theory*

Model *Resource-Based View* (RBV) memfokuskan pada pengembangan menyatakan bahwa perusahaan memiliki sumber daya *(resource)* dan kapabilitas *(capabilities)* yang berharga, yang sulit atau tidak mungkin ditiru oleh para pesaing (Kuncoro 2005:38). Pandangan RBV berpendapat bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan jauh lebih penting dari pada struktur industri dalam memperoleh dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Sumber daya dapat dianggap sebagai masukan yang memungkinkan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan mereka. Sumber daya yang dimaksud dalam hal ini berupa *intellectual capital*. Menurut pendekatan ini, beberapa aset (sumber daya) kunci tertentu akan memberikan perusahaan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Keunggulan kompetitif adalah cara untuk menciptakan nilai yang tidak dapat dilakukan kompetitor untuk pelanggan. Nilai tersebut dapat berupa biaya yang lebih rendah, layanan cepat, pelayanan pelanggan yang lebih baik, dan faktor lainnya.

Resource-based model secara fundamental berkaitan dengan akumulasi internal dari aset perusahaan, baik berwujud maupun tidak berwujud (Iksan 2009:4). Sumber daya yang *tangibles* dan *intangibles* jelas sekali digunakan oleh perusahaan untuk mengimplementasikan strategi keunggulan bersaing. Sumber daya akan berharga ketika perusahaan memungkinkan untuk memahami atau menerapkan strategi yang meningkatkan efisiensi dan efektivitas. Berdasarkan pendekatan *resource-based theory* dapat disimpulkan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan. Salah satu sumber daya yang dimiliki perusahaan yang berpotensial adalah *intellectual capital*. Peningkatan kinerja perusahaan perusahaan dapat dilihat melalui peningkatan nilai ROA dan *earning growth* perusahaan.

b. *Intellectual Capital*

Pengungkapan sukarela mengenai *intellectual capital* memungkinkan

investor dan *stakeholder* lainnya untuk lebih baik dalam menilai kemampuan perusahaan di masa depan, melakukan penilaian yang tepat terhadap perusahaan, dan mengurangi persepsi risiko perusahaan. Pengungkapan *intellectual capital* pada laporan keuangan merupakan cara perusahaan dalam memenuhi kebutuhan informasi investor dan meningkatkan nilai perusahaan yang merupakan sinyal positif dari organisasi dan diharapkan mendapatkan respon positif dari pasar (Wijayanti, 2013).

Sesuai dengan *resource-based theory* dimana perusahaan yang mampu mengolah *intellectual capital* dengan baik maka perusahaan tersebut memiliki keunggulan kompetitif serta diyakini memberi manfaat yang kemudian mampu menciptakan nilai tambah pada perusahaan. Tujuan akhirnya adalah untuk meningkatkan kemampuan perusahaan dalam jangka panjang, yang hanya akan dapat dicapai dengan investasi pada sumber daya intelektual dan peningkatan mobilisasi dari potensi internal perusahaan, terutama dari *intangible* (Ulum 2009:84).

c. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan *(profit)* dalam tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Husnan, 2001). Laba menjadi indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban kepada kreditor dan investor, serta merupakan bagian dalam penciptaan nilai perusahaan yang berkaitan dengan prospek perusahaan di masa datang (Suhendah, 2012). Profitabilitas suatu perusahaan akan memengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan dan para kreditur atas pinjaman yang telah dan akan diberikan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Salah satu rasio profitabilitas adalah *return on asset* (ROA).

Return On Assets (ROA) merupakan ukuran kinerja perusahaan dalam mengelola aset yang dimilikinya. ROA adalah profitabilitas kunci yang mengukur jumlah profit yang diperoleh tiap rupiah aset yang dimiliki perusahaan. Peningkatan dalam daya menghasilkan laba akan terjadi bila terdapat peningkatan perputaran aktiva dan peningkatan margin laba bersih (Horne, 2005).

d. Pertumbuhan

Peningkatan pendapatan biasanya merupakan sinyal bagi perusahaan untuk tumbuh dan berkembang (Chen *et al.,* 2000). Semakin baik perusahaan dapat mengelola dan memanfaatkan *intellectual capital* yang dimiliki akan memberikan nilai lebih dan keunggulan kompetitif bagi perusahaan sehingga pendapatan perusahaan akan juga meningkat. Pertumbuhan perusahaan akan tercapai jika dapat mengelola sumber daya intelektual secara maksimal untuk memperoleh *value added* yang merupakan salah satu faktor yang menentukan perusahaan untuk tetap *survive.*

Penelitian ini mengukur pertumbuhan perusahaan dengan rasio pertumbuhan laba atau *earning growth. Earning growth* merupakan faktor yang penting dalam pembentukan harga saham bagi perusahaan yang sudah terdaftar di bursa efek. Menurut Harahap (2008:306) menyatakan bahwa *earning growth* adalah tingkat pertumbuhan laba yang diukur dengan *earning per share*, yaitu menunjukkan

seberapa besar kemampuan per lembar saham menghasilkan laba.

e. Pengembangan Hipotesis

Resource-based view menyatakan bahwa perusahaan akan unggul dalam persaingan usaha dan mendapatkan kinerja keuangan yang baik dengan cara mengusai, memiliki, dan memanfaatkan aset-aset strategis yang penting. Sumber daya manusia yang berketerampilan tinggi dan kompetensi tinggi merupakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Apabila perusahaan dapat memanfaatkan dan mengelola potensi yang dimiliki karyawannya dengan baik maka hal itu dapat meningkatkan produktivitas karyawan. Jika produktivitas karyawan meningkat, maka pendapatan dan laba perusahaan juga akan meningkatkan. Laba bersih diperoleh perusahaan dari jumlah pendapatan dikurangi beban perusahaan. Untuk memperoleh laba bersih yang meningkat, maka perusahaan perlu meningkatkan pendapatan maupun menekan beban-beban perusahaan. Peningkatan laba bersih perusahaan dipengaruhi oleh penggunaan secara efisien pada aset perusahaan yang terdiri dari aset lancar, aset tetap dan lain-lain. Dengan memperhatikan laba bersih perusahaan dan pengelolaan aset perusahaan secara efisien maka nilai ROA akan meningkat.

H_1: *Intellectual capital* berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

Menururt pandangan *resource-based theory,* keberhasilan pertumbuhan dan keberlangsungan perusahaan akan bergantung pada pengembangan sumber daya baru sama seperti mengeksploitasi sumber daya yang lama (Wernerfelt, 1984 dalam Solikhah dkk, 2010). Pengelolaan *intellectual capital* yang efektif dan efisien diharapkan agar perusahaan senantiasa terus memperoleh laba sehingga *earning growth* perusahaan akan berpengaruh. Peningkatan laba perusahaan dianggap dapat mensejahterakan para pemegang saham perusahaan sehingga berpengaruh pada nilai perusahaan itu sendiri. Semakin tinggi nilai perusahaan maka akan dianggap perusahaan tersebut mampu tumbuh dan bisa tetap bertahan. Perusahaan dapat memanfaatkan dan memaksimalkan keahlian, pengetahuan, jaringan, dan olah pikir karyawannya untuk menciptakan nilai bagi perusahaan. Nilai tambah yang diperoleh tersebut dapat digunakan perusahaan untuk ekspansi dalam bentuk aset sehingga dari waktu ke waktu aset yang dimiliki perusahaan mengalami peningkatan.

H_2: *Intellectual capital* berpengaruh positif terhadap pertumbuhan perusahaan.

METODE

Rancangan penelitian ini adalah penelitian eksplanasi yang bertujuan untuk menjelaskan dan menguji teori yang ada khususnya *resource-based theory*. Penelitian ini juga bermaksud menjelaskan pengaruh *intellectual capital* terhadap faktor fundamental, yang direfleksikan dengan ROA dan *earning growth*.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor perbankan syariah yang tercatat di daftar efek syariah mulai dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria tertentu agar diperoleh sampel yang *representative* sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut adalah:

1) Perbankan syariah yang terdaftar di Bank Indonesia (BI) selama periode 2010-2014.
2) Perbankan syariah yang menyajikan laporan tahunan selama periode pengamatan yaitu periode 2010-2014.
3) Perbankan syariah yang memiliki data untuk menghitung IB_VAIC *(Islamic Banking_Value Added Intellectual Coefficient)*.

Berdasarkan kriteria tersebut maka jumlah sampel perusahaan sektor perbankan syariah sebanyak 10 perusahaan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji korelasi kanonikal *(canonical correlation)*. Analisis korelasi kanonikal merupakan uji statistik multivariat yang digunakan untuk menguji hubungan (korelasi) antara lebih dari satu set variabel dependen dan satu set atau lebih variabel independen (Ghozali 2011:367). Penelitian ini akan menggunakan persamaan korelasi kanonikal sebagai berikut:

$$Y_1 + Y_2 = X$$

Keterangan:
Y_1 = *Return On Asset* (ROA)
Y_2 = *Earning Growth* (EG)
X = *Value Added Intellectual Capital* (VAIC)

Variabel Independen pada penelitian ini adalah *Intellectual capital* dimana dapat diukur dengan menggunakan model VAIC™ *(Value Added Intellectual Coefficients)*. Formulasi perhitungan model VAIC terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

a. VA (*Value Added*)

$$VA = OUT - IN$$

Keterangan:
OUT : Total penjualan dan pendapatan lain
IN : Beban dan biaya-biaya selain beban karyawan

b. VACA (*Value Added Capital Employed*)

$$\text{VACA} = \frac{\text{Value Added}}{\text{Capital Employed}}$$

Keterangan:
Value Added : OUT – IN
Capital Employed : Dana yang tersedia (ekuitas, laba bersih)

c. VAHU (*Value Added Human Capital)*

$$\text{VAHU} = \frac{\text{Value Added}}{\text{Human Capital}}$$

Keterangan:
Value Added : OUT – IN
Human Capital : Beban karyawan

d. STVA *(Structural Capital Value Added)*

$$\text{STVA} = \frac{\text{Structural Capital}}{\text{Value Added}}$$

Keterangan:
Value Added : OUT – IN
Structural Capital : *Value Added – Human Capital*

e. *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC)

$$\text{VAIC} = \text{VACA} + \text{VAHU} + \text{STVA}$$

Keterangan:
VACA : *Value Added Capital Employed*
VAHU: *Value Added Human Capital*
STVA : *Structural Capital Value Added*

Variabel terikat pada penelitian ini adalah profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan.

a. Profitabilitas Perusahaan

Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Asset* (ROA). ROA adalah pengembalian hasil atas penggunaan aktiva yang merupakan ukuran efisiensi operasional perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan aktiva yang dimiliki.

$$ROA = \frac{EAT}{Total\ Aset} \times 100\%$$

b. Pertumbuhan Perusahaan

Pengukuran pertumbuhan perusahaan pada penelitian ini adalah dengan melihat pertumbuhan laba *(earning growth)* operasi perusahaan.

$$EG = \left[\frac{(Laba\ Tahun\ t\text{-}Laba\ Tahun\ t\text{-}1)}{Laba\ Tahun\ t\text{-}1}\right]$$

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil analisis korelasi kanoikal menggunakan SPSS *for windws*, didapat hasil uji hipotesis sebagai berikut:

a. Hasil uji *Eigenvalues and Canonical Correlation* pada tabel 1 diperoleh nilai signifikansi sebesar yang berarti lebih besar dari taraf signifikansi yg ditetapkan (0.05). Nilai tersebut berarti tingkat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen sebesar 0.47727 atau sebesar 48%.

Tabel 1 Uji *Eigenvalues*

Root No.	Eigen Val.	Canon Cor.	Sq. Cor.
1	0.29499	0.47727	0.22779

b. Hasil uji secara parsial pada tabel 2 diketahui bahwa variabel *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap ROA dengan tingkat signifikansi sebesar. Nilai covariate 0,30 yang lebih kecil dari 0.5 menunjukkan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap ROA. Nilai tersebut bermakna jika *intellectual capital* hanya memberikan pengaruh sebesar 30% saja. Sehingga hipotesis pertama ditolak.

Tabel 2 Uji Parsial Korelasi Kanonikal

Covariate	1
X	0.29825

Variabel	1
Y1	0.99345
Y2	0.35495

c. Hasil uji secara parsial pada tabel 2 diketahui bahwa variabel *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap EG dengan tingkat signifikansi sebesar. Nilai covariate 0.30 yang lebih kecil dari 0.5 menunjukkan bahwa *intellectual capital* tidak memberikan pengaruh terhadap EG. Nilai tersebut bermakna jika *intellectual capital* hanya memberikan pengaruh sebesar 30% saja. Sehingga hipotesis kedua ditolak.

d. Hasil uji secara simultan pada tabel 3 diperoleh nilai dari *Pillai's Trace, Wilks's Lambda* dan *Hotelling's Trace* sebesar 0.031 < 0.05. Hal tersebut berarti variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen karena nilai dibawah taraf signifikan yang ditetapkan.

Tabel 3 Hasil Uji Simultan

Test Name	Value	Sig. of F
Pillais	0.22779	0.031
Hotellings	0.29499	0.031
Wilks	0.77221	0.031

Pembahasan

Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Profitabilitas

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian statistik dalam analisis data yang telah dijelaskan sebelumnya membuktikan secara empiris bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh

signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Pernyataan tersebut didukung oleh nilai *covariate* yang memiliki nilai lebih kecil dari nilai *canonical variates* 0.5 yaitu sebesar 0.30.

Hasil pengujian hipotesis pertama ini tidak membuktikan bahwa semakin tinggi nilai *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan, maka profitabilitas perusahaan juga akan semakin meningkat. Perusahaan belum mampu mengelolaan *intellectual capital* sehingga dapat menciptakan *value added* yang berguna dalam peningkatan ROA perusahaan.

Berdasarkan *resource-based theory,* hasil penelitian ini gagal membuktikan jika semakin tinggi perusahaan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya secara maksimal guna menciptakan nilai tambah dengan pemanfaatan *intellectual capital.* Hal tersebut terjadi karena masih banyak perusahaan yang lebih memanfaatkan *tangible assets* dibanding *intangible assets.* Temuan tersebut juga dapat disinyalir jika *intellectual capital* sendiri belum menjadi tema yang menarik untuk dikembangkan dan dimanfaatkan sehingga fokus perusahaan lebih pada pemanfaatan aset berwujud.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Maditinos, et al (2011) yang membuktikan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA perusahaan.

Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Pertumbuhan

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap pertumbuhan perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian statistik dalam membuktikan secara empiris bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan perusahaan. Pernyataan tersebut didukung oleh nilai *covariate* yang memiliki nilai lebih kecil dari nilai *canonical variates* sebesar 0.30

Hasil pengujian hipotesis kedua ini tidak membuktikan bahwa semakin tinggi nilai *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan, maka pertumbuhan perusahaan juga akan semakin meningkat. Perusahaan belum mampu memanfaatkan dan mengelola *intellectual capital* dengan maksimal akan menciptakan *value added* yang terus berkesinambungan sehingga perusahaan mampu untuk tetap tumbuh dan *survive.* Temuan tersebut memberikan makna jika perusahaan perbankan syariah di Indonesia saat ini belum mampu memanfaatkan dan memaksimalkan keahlian, pengetahuan, jaringan, dan olah pikir karyawannya untuk menciptakan nilai bagi perusahaan.

Berdasarkan *resource-based theory,* dijelaskan bahwa perusahaan akan mencapai keunggulan apabila memiliki sumber daya yang unggul. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori RBT. Temuan ini mengindikasikan jika variabel pertumbuhan tidak cocok digunakan dalam mengukur pertumbuhan perusahaan perbankan syariah di Indonesia terkait dengan *intellectual capital.*

Belum adaya standar yang mengatur tentang pengukuran *intellectual capital* disinyalir bisa menjadi faktor tidak adanya pengaruh terhadap pertumbuhan perusahaan. Manajer seharusnya memiliki peran yang sangat penting dalam mengelola dan memanfaatkan *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan. Manajer diyakini dapat melihat dan mengelola

potensi yang ada pada diri perusahaan sehingga dapat menjadikan perusahaan untuk tetap berkembangmenjad lebih baik.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Firmansyah dan Iswahjuni (2010) yang membuktikan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital* terhadap profitabilitas dan pertumbuhan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan perbankan syariah di Indonesia tahun 2012 hinga tahun 2014 dengan menggunakan *canonical correlation analisys* (korelasi kanonikal), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (a) *Intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap *Return On Asset* (ROA) perusahaan perbankan syariah; (b) *Intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap *Earning Growth* (EG) perusahaan perbankan syariah.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipelajari, dianalisa dan disimpulkan, maka dapat diajukan beberapa saran yang meliputi:

Bagi perusahaan, Bagi pihak manajemen disarankan untuk mengelola dan memanfaatkan *Intellectual capital* yang terdapat di dalam perusahaan karena dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *intellectual capital* dapat mempengaruhi profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan. Pengungkapan ntellectual capital juga akan menarik minat investor dalam menanamkan modalnya sehingga berpengaruh pada nilai saham perusahaan tersebut. Bagi penelitian selanjutnya, Peneliti selanjutnya dapat menggunakan atau menambahkan variabel penelitian lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti CAR, NPL, CR dan lain-lain serta penambahan periode penelitian. Pengguaan metode pengukuran *intellectual capital* lainnya seperti *balance scorecard* yang mampu menilai *intellectual capital* secara implisit dan non-finansial.

DAFTAR RUJUKAN

Brigham, Eugene F. dan Houston, Joel F. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan.* Jakarta: Salemba Empat.

Chen, M.C., Cheng, S. J., & Hwang, Y. (2005). An Empirical Investigation of The Relationship between Intellectual Capital and Firms Market Value and Financial Performance. *Journal of Intellectual Capital*. (Online). 6 (2), 159- 176, diakses 14 Nopember 2015.

Faza, M. F dan Hidayah, E. 2014. Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Profitabilitas, Produktivitas, dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*

Islam. (Online). 8 (2): 186- 199, diakses 4 Februari 2016.

Firmansyah, Y & Iswajuni. 2014. Pengaruh Intellectual Capital terhadap Profitabilitas, Nilai Pasar, Pertumbuhan, dan Actual Return pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis.* (Online), 24 (1): 50-59, diakses 30 September 2015.

Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadi, N. 2014. *Corporate Social Responsibility.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hair, Joseph F.; Black, William C.; Babin, Barry J. *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective.* New Jersey: Pearson Education Inc.

Harahap, S. S. 2008. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan.* Jakarta: Salemba Empat.

Horne, James C. Van; Wachowicz JR, John M. 2005. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan.* Jakarta; Salemba Empat.

Husnan, S. 2001. *Dasar-dasar Teori Portofolio.* Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Iksan. 2009. *Manajemen Startegis dalam Kompetisi Pasar Global.* Jakarta: GP Press.

Kartika, M dan Hatane, S. E. 2013. Pengaruh Intellectual Capital pada Profitabilitas Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2007-2011. *Business Accounting Review.* (Online). 1 (2), diakses 4 Februari 2016.

Kuncoro, M. 2005. *Stretegi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif.* Jakarta: Erlangga.

Maditinos, D *et al.* 2011. The Impact of Intellectual Capital on Firm's Market Value and Financial Performance. *Journal of Intellectual capital.* (Online), 12 (1); 132-151, diakses 10 Februari 2016.

Prasetya, D. N dan Mutmainah, S. 2011. Analisis Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Islamicity Financial Performance Index Bank Syari'ah di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 12, No. 1.

Sawarjuwono, T. dan Kadir, A. P. 2003. *Intellectual Capital:* Perlakuan, Pengukuran dan Pelaporan (Sebuah *Library Research*). *Jurnal Akuntansi & Keuangan.* (Online). 5 (1): 35-57, diakses 10 Februari 2016.

Soetedja, S & Mursida, S. 2014. Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Perbankan. *Simposium Nasional Akuntansi XVII Mataram.* (Online), diakses 12 September 2015.

Solikhah, B,. Rohman, A., Meiranto, W. 2010. Implikasi Intellectual Capital terhadap Financial Performance, Growth dan Market Value; Studi Empiris dengan Pendekatan Simplistic Specification. *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto*. (Online). Diakses 10 Februari 2016.

Suhardjanto, D dan Wardhani, M. 2010. Praktik Intellectual Capital Disclosure Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*. (Online), 14 (1): 71-85, Diakses 23 Februari 2016.

Suhendah, R. 2012. Pengaruh Intellectual Capital terhadap Profitabilitas, Produktifitas, dan Peniliaian Pasar yang Go Public di Indonesai pada Tahun 2005-2007. *Simposium Nasional Akuntansi XII Banjarmasin.* (Online), diakses 4 Februari 2016.

Sunariyah. 2003. *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal edisi ketiga.* Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.

Ulum, I. 2009. *Intellectual Capital: Konsep dan Kajian Empiris Edisi Pertama.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Universitas Negeri Malang, 2010. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Kelima*. Malang: Universitas Negeri Malang.

Wahyuni, S dan Pujiharto. 2016. Mengukur Kinerja "*Intellectual Capital*" dengan Model iB-VAIC: Implementasi *Resources Based Theory* pada Perbankan Syariah di Indonesia. *Syariah Paper Accounting FEB UMS*. (Online), 99-114, diakses 09 Oktober 2016.

Wijaya, N. 2012. Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Pasar Perusahaan Perbankan dengan Metode Value Added Intellectual Coefficient. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi.* (Online), 14 (3): 157-180, diakses 29 Nopember 2015.

Wijayanti, P. 2013. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Harga Saham Melauli Kinerja Kuangan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2009-2011. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.* (Online), 1 (2), diakses 05 Februari 2016.

Yuniasih, N W., Wirama, D. G & Badera, I Dewa Nyoman. 2010. Eksplorasi Kinerja Pasar Perusahaan: Kajian Berdasarkan Modal Intelektual (Studi Empiris pada Perusahaan Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto.* (Online), diakses 10 Nopember 2015.

Endorsement: Metamorfosa *Syirkah 'Amal* Kontemporer

Rahmad Hakim
Prodi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Malang
Ririn Noviyanti
Prodi Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam (IAI) Al-Qolam
Email : rahmadhakiem@gmail.com;rinoviyanti@gmail.com

Abstrak : Dalam *khazanah* intelektual Ekonomi Islam, dikenal transaksi *syirkah 'amal* (kongsi pekerjaan). Dewasa ini, endorsement dapat dijadikan sebagai metamorfosis dari *syikah 'amal* kontemporer. Dimana mekanisme kerja *endorsement* ialah, meningkatkan penjualan suatau produk tertentu dengan cara berkongsi dengan individu atau objek yang memiliki *image* positif di masyarakat, atau mereka yang memiliki banyak penggemar sehingga dapat meningkatkan volume penjualan produk. Hingga pada akhirnya, terdapat bagi hasil atas kontribusi yang diberikan oleh kedua belah pihak. Penelitian ini berjenis kualitatif-deskriptif, menggalian data menggunakan studi literatur dengan menggali teori dari khazanah keilmuan Islam sekaligus fakta yang terjadi dengan menggunakan *wibsite.* Berdasarkan penelitian, disimpulkan bahwa *endorsement* merupakan metamorfosis dari *syirkah 'amal* dengan pertimbangan sebagai berikut: 1) kesamaan konsep dan mekanisme, 2) terdapat transkasi yang melibatkan dua pihak atau lebih, 3) terdapat kontibusi kinerja yang diberikan antara kedua belah pihak, salah satu pihak sebagai *endorser* menggunakan pengaruhnya untuk meningkatkan penjualan. Hal inilah yang membedakan antara marketing biasa dengan *endorser*. Jika marketing biasa mendapatkan *ujroh* (upah) atas kinerja pemasaran, *endorser* 'hanya' menggunakan pengaruhnya guna meningkatkan penjualan. Dan mereka medapatkan bagi hasil yang diberikan didepan (sebelum penjualan terjadi) sebagai bagi hasil atas kontribusi kerja mereka.

Kata Kunci : *endorsement, syirkah 'amal, etika, transaksi kontemporer*

Dewasa ini, peran *endorser* begitu penting dalam meningkatkan penjualan sebuah produk, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi. Praktik seperti ini telah dilakukan oleh ummat Muslimin di Madinah dan *kekhalifahan* setelahnya. Dalam *khazanah* intelektual Ekonomi Islam, dikenal transaksi *syirkah 'amal* (kongsi pekerjaan). Dalam transaksi ini, terdapat beberapa pihak yang saling bersepakat untuk berkongsi atau berserikat, dengan modal keahlian. Sehingga transaksi dapat berjalan. Akan tetapi, jika melihat konteks yang terjadi dewasa ini, praktik endorsement dapat dijadikan sebagai metamorfosis dari *syikah 'amal* kontemporer. Dimana mekanisme kerja *endorsement* ialah, meningkatkan penjualan suatu produk tertentu dengan cara berkongsi dengan individu atau objek yang memiliki *image* positif di masyarakat, atau mereka yang memiliki banyak penggemar sehingga dapat meningkatkan volume penjualan produk. Artikel ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam mengenai keterkaitan antara *endorsement* dan *syirkah 'amal.* Di lain sisi, penting untuk mengatahui etika dalam *endorsement* –yang merupakan bagian dari periklanan *(advertisement)*, guna menjadikan praktik yang ada sesuai dengan ketentuan syariah Islam.

Endorsement

Beberapa penelitian menyatakan bahwa *endorsement* dapat meningkatkan penjualan suatu produk secara efektif (Dean dan Biswas, 2001; Erdogan, 2001; Silvera dan Austad, 2003). Salah satu faktor yang menjadikan efektivitas penjualan dengan mengunakan *endorser* adalah karena para konsumen percaya bahwa para *endorser* -bintang iklan, memiliki motivasi yang murni karena keunggulan produk, bukan karena bayaran dari hasil *endorsement* (Atkin dan Block, 1983). Lebih lanjut, Freiden (1984) mengemukakan beberapa faktor mengapa para *endorser* popular –para selebritis, menjadi efektif disebabkan karena mereka memiliki *image* terpercaya *(trustworthy),* meyakinkan*(believable),* memiliki kedekatan atau familiar *(persuasive)* dan disukai *(likeable).* Namun demikian, *endorsement* menggunakan selebritis tidak menjadi jaminan efektifitas penjualan suatu produk, harus dilihat juga keselarasan *(fit)* antara karakter atau pribadi *endorser* (selebritis) dan produk yang akan dipasarkan (Till dan Shimp, 1998). Silvera dan Austad (2003) menjelaskan bahwa iklan melalui endorsement akan sangat efektif dipengaruhi oleh persepsi konsumen terkait apakah *endorser* benar-benar menyukai produk yang di *endorse.* Umumnya, pengiklan hanya memperhatikan popularitas *endorser* dengan harapan akan meningkatkan penjualan. Penelitian ini menyarankan bahwa penting bagi pengiklan (perusahaan) untuk menitikberatkan tidak hanya pada pemilihan *endorser* yang sesuai dengan produk, akan tetapi memiliki argumen yang kuat dan terpercaya mengapa *endorser* benar-benar menyukai produk yang mereka *endorse.*

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini berjenis kualitatif-deskriptif sebab penelitian ini terfokus pada teori *syirkah 'amal* (perkongsian pekerjaan) dan *endorsement*. Metode penggalian data menggunakan metode dokumentasi yaitu dengan malakukan telah secara mendalam pada berbagai literatur dan artikel jurnal yang relevan dengan topik penelitian.[1] Sedangkan metode kesimpulan data menggunakan metode kualitatif dengan mengungkap makna, nilai dan prinsip yang ada pada dua fokus penelitian yaitu: *syirkah 'amal* dan *endorsement*. Dengan melakukan analisis korelasi antara keduanya.

PEMBAHASAN

Endorsement berarti *'to express approval or support of opinion or action'*.[2] Arti lain, adalah *'to acknowledge of receipt'*.[3] *Endorsement* dalam dunia bisnis merupakan salah satu strategi merketing. Termasuk dalam strategi yang paling banyak digunakan khususnya dalam konteks bisnis online. Sebut saja seperti pengguna twitter dan instagram tidak asing lagi dengan istiah endorse.

Endorse dalam jual beli online ditujukan untuk meningkatkan keuntungan. Sedangkan sistem dari endorse sendiri adalah penjual online

---

[1] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,* Cet.17, (Bandung: Alfabeta, 2012), 240

[2] Procter, *Longman Dictionary of Contemporary English,* (London: Great Britain at The Pitman Press,1982), 362

[3] Marion Pei, *The New Glorier Webster International Dictionary of The English Languange,* Vol.1, (USA: The English Languange Institut of America, Inc. 1974), 324

akan memberikan barang kepada seseorang yang dianggap mempunyai banyak pengaruh dan penggemar di kalangan masyarakat – biasanya artis – untuk kemudian di promosikan di akun twitter atau instagram yang bersangkutan, dengan kalimat – kalimat (caption) yang menarik dan mengajak untuk membeli barang tersebut hanya di toko online si penjual.

Dengan begitu, antara penjual online dan artis akan sama-sama memperoleh keuntungan. Keuntungan bagi si penjual online antara lain, *Pertama,* barang dagangannya di promosikan oleh artis yang mempunyai banyak penggemar (follower) sehingga penjuaan akan semakin meningkat. *Kedua,* akun online shopnya akan memperoleh kepercayaan dari calon pembeli sehingga calon pembeli tidak akan ragu untuk bertransaksi dengannya. Dari pihak artis (endorser), keuntungannya antara lain; *pertama,* mendapatkan barang dengan cuma-cuma, apalagi bila barang yang di endorse merupakan barang *branded. Kedua,* mendapatkan pembayaran sesuai dengan tarif yang telah ditentukan dan disepakati oleh kedua belah pihak.

Tarif yang dipasang oleh *endorser* beraneka nilai. Pada kasus *endorse* jual beli online, pertimbangan tarif yang dipasang adalah jumlah pengikut *(follower)* dan ketenaran *endorser.* Semakin banyak follower maka akan semakin tinggi tarif yang di pasang.

Endorse dalam jual beli *online* dapat dikategorikan dalam dua jenis: *pertama, Paid Endorse (PE),* setelah melakukan proses pembayaran, barang dagangan si penjual akan dipakai atau difoto bersama si artis untuk kemudian di *upload* di akun Instagram artis tersebut. Waktu simpan atau waktu tayang di Instagram lebih lama. Sistemnya adalah si penjual mengirimkan foto produk yang ingin di promosikan. Kemudian si artis akan memilih produk. Si penjual untuk kemudian mengirimkan produk kepada koordinator dan meneruskan ke artis yang bersangkutan. Setelah barang sampai di tangan si artis, maka si artis akan mengunggah foto dirinya dengan menggunakan atau membawa produk si penjual untuk dipromosikan.

Kedua, Paid Promote (PP), berbeda dengan Paid Endorse, pada Paid Promote penjual tidak harus mengirimkan produk kepada si artis, karena artis tidak akan berfoto dengan produknya untuk diunggah ke Instagram. Setelah melakukan pembayaran, si penjual mengirimkan foto produk jualan sekaligus kalimat - kalimat promosi (caption) kepada si artis. Kemudian endorser hanya mengunggah kiriman gambar tersebut di akun Instagram pribadinya. *Paid Promote* lebih terjangkau dari sisi tarif, namun waktu tayang atau waktu simpan, relatif tidak lama.

Syirkah dan *Syirkah 'Amal*

Secara etimologi, kata *syirkah* berasal dalam bahasa Arab *'syaraka-yasyraku-syarikan'*, berarti bersekutu atau berserikat.[4] dalam filosofi Negara Malaysia yang terkenal disebutkan, *"bersekutu bertambah mutu".* Sedangkan secara istilah, s*yirkah* atau perkongsian berarti *percampuran, yakni bercampunya salah satu dari dua harta dengan harta lainnya tanpa dapat dibedakan antara keduanya.*[5] *Syirkah* adalah akad kerja sama antara

[4] Lewis Ma'luf, *Al-Munjid fo al-Lughah al-'Arabiyyah al-Mu'ashirah,* (Beirut: Dar al-Masyriq), 765

[5] Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah,* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2000), 183

dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana *(amal atau expertise)* dengan kesepakatan, bahwa keuangan dan resiko ditanggung bersama.[6] Berikut adalah definisi menurut para *fuqaha'* (ahli fikih) mengenai *musyarkah*:[7]

1) Menurut *Hanafiah, syirkah* adalah suatu ungkapan tentang akad *(perjanjian)* antara dua orang yang berserikat didalam modal dan keuntungan.
2) Menurut Malikiyah merupakan izin untuk mendayagunakan (*tasharruf*) harta yang dimiliki dua orang secara bersama-sama oleh keduanya, dimana keduanya saling mengizinkan kepada salah satunya untuk mendayagunakan harta milik keduanya, namun masing-masing memiliki hakpendayagunaan.
3) Menurut Syafi'iyah merupakan ungkapan tentang tetapnya hak atas suatu barang bagi dua orang atau lebih secara bersama-sama
4) Menurut Hanabilah *syirkah* didefinisikan sebagai kegiatan berkumpul atau bersama-sama dalam kepemilikan atas hak atau *tasarruf* (pendayagunaan).

Berdasarkan definisi diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa *syirkah* adalah transksi kerja sama antara dua individu atau lebih dalam suatu bidang usaha (barang maupun jasa) atau modal dimana pelaku *syirkah* memiliki porsi yang sama dengan lainnya dalam hal keuntungan dan kerugian berdasarkan kesepakatan pihak pelaku *syirkah.* Legalitas transaksi *syirkah* adalah boleh berdasarkan tiga sandaran; al-Qur'an, hadist dan *ijma'* (konsensus) kaum Muslimin. Dalam al-Qur'an (QS. An-Nisa'[4]: 12) dan (QS. Shaad[38]: 34) dinyatakan bahwa, "*Maka mereka bersekutu dalam yang sepertiga itu*." "*Dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini*."

Sedangkan dalam hadist yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah Ra., menyatakan bahwa Rasulullah bersabda: "*Sesungguhnya Allah Azza wa jalla berfirman: "Aku pihak ketiga dari dua orang yang berserikat (syirkah) selama salah satunya tidak mengkhianati pihak lainnya. Jika dalah satu berkhianat, maka Aku keluar dari perserikatan tersebut*." (HR. Abu Daud dan Al-Hakim). Dalam *ijma'* (konsensus) ulama dinyatakan, bahwa ummat Muslimin telah sepakat bahwa kegitan *syirkah* dalam usaha diperbolehkan dalam Islam. Sebagaimana dinyatakan oleh Ibnu Qudamah dalam *al-Mughni* bahwa "Kaum muslimin telah berkonsensus terhadap legitimasi musyarakah secara global walaupun terdapat perbedaan dalam beberapa elemen darinya".[8]

Menurut ulama' Hanafiyah, secara garis besar *syirkah* terbagi menjadi dua jenis, yaitu: *syirkah al-milk(kongsi kepemilikan)* dan *syirkah al-'uqud (kongsi transaksi)*. Kategori pertama merupakan persekutuan antara dua individu atau lebih dalam kepemilikan salah satu barang dengan salah satu sebab kepemilikan, yaitu: jual beli, hibah atau warisan. Kategori kedua, merupakan persekutuan antara dua individu atau lebih dalam

[6] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari teori Ke Praktik,* Cet. I,(Jakarta: Gema Insani, 2001), 90

[7] Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah,..* 183

[8] *Ibid,* Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah...,* 91

kepemilikan salah satu barang dengan sebab transaksi. Termasuk dalam jenis ini adalah: (1) *syirkah 'inan*, (2) *syirkah abdan atau 'amal*; (3) *syirkah mudharabah*, (4) *syirkah wujuh,* (5) *syirkah mufawadhah.*[9]

Ilustrasi Pembagian Jenis *Syirkah*

Ilustrasi pembagian jenis Syirkah dapat dilihat di Gambar 1 yang terdiri dari :

Syirkah 'Amal

Dalam hal ini, disebut *syirkah 'amal* (kongsi pekerjaan) karena didasarkan pada perkongsian antara dua orang atau lebih yang memiliki keahlian *(skill atau kekuatan)* sama atau berbeda guna mendapatkan keuntungan dari usahanya. *Syirkah* ini terjadi antara dua orang atau lebih yang bekerja sama dalam suatu pekerjaan, biasanya satu pekerjaan dengan kesamaan keahlian ataupun berbeda keahlian. Misalnya dalam hal konveksi (menjahit), arsitektur, desain grafis dan lain sebagainya. Bekerja untuk mendapatkan rezeki dari Allah Swt. Untuk mendapatkan imbalan *(ujroh)* dengan ketentuan tertentu. Proporsi imbalan bisa 50%-50% atau berbeda.[10]

Menurut Malikiyah (ulama' madzhab Maliki), Hanafiyah, Hanabilah dan Zaydiyah perkongsian jenis ini diperbolehkan. Sebab tujuan *(maqshud)* dari transaksi ini adalah mencari keuntungan atau imbalan, sebagaimana halnya dalam tansaksi *mudharabah* (bagi hasil).[11] Malikiyah mensyaratkan untuk kebaikan dari transaksi jenis ini beberapa hal, yaitu: *pertama,* persamaan atau kesatuan dalam produksi, kecuali jika memang dalam suatu pekerjaan memerlukan keahlian yang berbeda. *Kedua,* kesepakatan tempat perkongsian untuk bekerja *(jika ditempat yang berbeda maka tidak sah). Ketiga,* pembagian keuntungan yang sesuai dengan proporsi kinerja yang disepakati kedua belah pihak.

Namun Syafi'iyyah dan Imamiyyah dan sebagian dari Hanafiyah berpendapat perkongsian jenis ini adalah batal (tidak memenuhi syarat), sebab menurut pendapat mereka perkongsian kerja merupakan suatu yang *intangible* (tidak nampak), sedangkan harta adalah *tangible* (terlihat). Sehingga terdapat unsur ketidakpastian *(gharar),* ditakutkan tidak diketahui salah satu pengikut perkonsian bekerja atau tidak.[12]

Landasan legalitas perkongsian jenis ini ialah, sebuah hadist yang diriwayatkan oleh Ibnu Mas'ud Ra.: *"Kami dengan Ammar dan Sa'ad berkongsi pada masa perang Badar, maka Sa'ad mendapatkan dua tawanan, sedangkan kami dan Ammar tidak mendapatkan sesuatu. Dan Rasulullah Saw. tidak mencela ataupun melarang perbuatan demikian"* (HR. Abu Daud dan Ibnu Majah).

Syarat Umum dan Khusus *Syirkah al-'Uqud* (perkongsian komersial)

Terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi dalam akad ini, yaitu:[13]

1) Sesuatu yang diperkongsikan *(barang atau jasa dan tenaga atau keahlian),* dapat diwakilkan.
2) Proporsi imbalan jelas dan terukur dengan prosentase 50%-50% atau

[9] Taqiyuddin An-Nabhani, *An-Nizham al-Iqtishadi fi al-Islam*, Cet. IV. (Beirut: Darul Ummah, 1990), 148

[10] Wahbah Az-Zuhaily, *al-Fiqh al-Islamiy wa Adillatuhu,* Juz.4, Cet.II, (Damaskus: Dar al-Fikr, 1985), 803

[11] Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid wa Nihayatul Muqtashid,* (Semarang: Kereta Putra, t.t.), 192

[12] *Ibid,* 192

[13] Wahbah Az-Zuhaily, *al-Fiqh al-Islamiy..,* 803-804

berbeda, dan tidak boleh fix dengan nominal, misalkan Rp. 150.000-200.000.

3) Proporsi keuntungan dengan standar umum *(maklum)* imbalan atas pekerjaan tersebut.

Sedangkan syarat khusus dalam *syirkah 'amal* adalah sebagai berikut;[14]

1) Kemampuan si penanggung, menurut Abu Hanifah sesuatu yang dapat diwakilkan dapat pula untuk dikongsikan, *vica versa.*
2) Jika dibutuhkan sebuah alat dalam produksi, dan menggunakan alat produksi dari salah satu pihak yang berkongsi, maka ia dapat imbalan atas penggunaan alat tersebut. Jika penggunaan alat tersebut tidak diberi kompensasi, akan dapat merusak transaksi perkongsian ini.

Korelasi *Endorsement* dan *Syirkah Wujuh*

Berdasarkan tabel 1, dapat diuraikan korelasi antara kedua transaksi sebagai berikut:

Etika *Endorsement*

Etika merupakan isitilah yang berasal dari bahasa Yunani 'ethikos' yang berarti karakter, kebiasaan (habit), adat (custom), kelakukan *(conduct),* kecenderungan *(act of tend).* Etika dapat dikatakan sinonim dengan moral.[15] Secara istilah, etika merupakan bagian dari filsafat yang menjadi dasar konsep sistem dan tata nilai moral atau teori umum terkait dengan teori tingkah laku. Penggunaan istilah ini selalu bergantian dengan kata moral. Dimana etika merujuk kepada ilmu pengetahuan sistematis terkait dengan perbuatan baik dan buruk. Sedangkan moral atau moralitas merujuk kepada bentuk kongkrit dari perilaku aktual atau nyata di dunia.[16]

Dalam Islam, istilah etika atau moral disebut dengan *akhlak*. Tiga istilah ini sering digunakan secara bergantian. Namun demikian, secara teori istilah *akhlak* sangat berbeda sebab makna *akhlak* lebih luas cakupannya dibanding etika dan moral. Lebih lanjut, akhlak berasal dari wahyu, sedangkan etika dan moral berasal dari akal *(reason),* dan juga berasal dari peradaban sekular barat yang memisahkan antara agama dan negara.[17] .

Penggunaan istilah etika dalam makalah ini lebih relevan dengan istilah akhlak. Sebab dalam Islam, etika selalu berlandaskan kepada wahyu dan hadist. Namun, dengan pertimbangan kemudahan dalam memahami, dan bahasa yang sering digunakan *(easy to hear and popular reason),* digunakan istilah 'etika'.

Endorsement merupakan bagian dari periklanan. Dan Istilah periklanan berasal dari bahasa inggris *'advertise'* yang berarti untuk mendeskripsikan *(menggambarkan)* suatu produk atau publikasi sebuah produk yang bertujuan untuk menarik minat seseorang agar membeli atau menggunakan produk yang di iklankan.[18]

---

[14] *Ibid,* 813-814

[15] *The New Encyclopedia of Britannica*, (1989), 15th edtion, Vol.4 (Chicago: Encyclopedia Britannica, Inc.), 578.

[16] *The World Book Encyclopedia*, (1993), Vol.6 (London: World Book), 339

[17] Syed Muhammad Naquib al-Attas, *Islam: The concept of Religion and the foundation of Ethics and Morality,* in Altaf Gauhar ed.,(1978) The Challenge of Islam, (London: Islamic Council of Europe), 59. Lihat juga: Rafik Issa Beekun, (1996) *Islamic Business Ethics,* (Nevada: International Institute of Islamic Thought), 11

[18] Hornby, *Oxford Advanced Learner's Dictionary,* (Oxford: Oxford University Press, 1995), 18

Sementara itu menurut Islam dan Salam, *'advertising'* adalah berbagai bentuk bayaran yang didapat berasal dari penjelasan non-personal (promosi) dan merupakan bentuk upaya promosi sebuah ide, baik berupa barang atau jasa oleh sponsor (produser) mengunakan media massa untuk mempengaruhi siapa saja yang menonton. Hal ini meliputi enam elemen berikut; *pertama,* promosi adalah bentuk sistem komunikasi berbayar. *kedua,* tidak hanya pesan yang dibayar, akan tetapi juga mempromosikan sponsor. *ketiga,* umumnya, promosi bertujuan untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli atau menggunakan. Meskipun dalam kondisi khusus, bertujuan agar meningkatkan kesadaran konsumen mengenai keberadaan sebuah produk atau perusahaan. *keempat,* pesan promosi selalu diutarakan melalui berbagai jenis media massa. *kelima,* periklanan dapat menjangkau banyak penonton dari konsumen yang potensial untuk membeli produk. *keenam,* sebab periklanan adalah bentuk dari komunikasi massa, maka dia bukan personal.[19]

Terdapat penelitian yang dilakukan di Malaysia terkait dengan periklanan, disimpulkan bahwa periklanan yang ada saat ini lebih banyak mengadirkan aspek buruk dibanding aspek baiknya. Sebagian *ulama'* yang diwawancara, berpendapat bahwa tujuan dari iklan adalah: 1) memperkenalkan produk kepada publik, 2) meningkatkan kesadaran dalam aspek hak konsumen, membawa konsep baru seperti Produk Keuangan Islam. lebih lanjut, sebagian ulama menyatakan bahwa periklanan akan lebih baik untuk mempromosikan produk halal dan melakukan kontrol terhadap benda-benda yang dilarang seperti kosnumsi rokok dan alkohol.[20] Efek buruk dari periklanan dewasa ini adalah, seperti; 1) eksploitasi wanita, 2) berlebihan dalam menawarkan keuntungan finansial, 3) janji palsu, 4) kecurangan, 5) kurang mendidik masyarakat, dan 6) lebih menonjolkan budaya-budaya barat. Hal ini didukung oleh peneilitian yang dilakukan oleh Kadir dan Al-Aidaros, yang melakukan penelitian keterkaitan antara budaya, kontrol dan emosi dan periklanan. hasil penelitian ini menyatakan bahwa tidak ada kaitan antara periklanan dengan faktor budaya, kontrol dan emosi. hal ini mengindikasikan bahwa periklanan terlepas dari faktor budaya, kontrol dan emosi.[21]

Prinsip etika periklanan dalam Islam setidaknya berlandaskan pada ayat al-Qur'an dan hadist sebagai berikut:

Pertama, "Dan penuhilah timbangan jika kamu menimbang, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus..." (QS. al-Isra'[17]: 35).

Kedua, "Pedagangan yang jujur dan amanah akan berkumpul kelak dihari kiamat bersama para Nabi, orang-orang yang jujur dan syuhada" (HR. Tirmidzi).

Ketiga, "Empat golongan yang dibenci oleh Allah, yaitu: pedagangan yang suka menipu, orang miskin yang

---

[19] Mohammad Ekramol Islam dan Mohammad Zahedul Alam, *"Advertising: An Islamic Perspective"*, International Journal of Ethics in Social Sciences, Vol. 1 No. 1, December 2013, 105-106

[20] Mohammad Noorizzuddin Nooh, *"A Qualitative Insight into Islamic Advertising Ethics"*, 6

[21] Aniss Yusairah Abdul Kadir Dan Al-Hasan Al-Aidaros, *"Factors Influencing Advertising in Malaysia from an Islamic Perspective: Case of Kedah State"*, International Review of Management and Business Research (IRMBR), Vol. 4 Issue.1, March 2015

sombong, orang tua yang suka berzina, dan pemimpin yang kejam" (HR. At-Tirmidzi)

Beberapa point penting terkait etika Islam dalam perikalanan, adalah sebagai berikut:[22]

1) Jujur dan menghindari janji palsu *(deceptive advertisement)* atas produk (misalkan: *pseudo*-testimoni, *endorser* tapi tidak pernah memakai produk yang di *endorse*)
2) tidak mencampurkan produk halal dan haram
3) tidak menggunakan model perempuan *(eksploitasi)* dalam beriklan.
4) harus menyajikan informasi sesungguhnya dari produk *(*misalkan: *menjanjikan barang bagus dengan harga murah)*
5) produk dapat diperlihatkan dalam promosi
6) hak konsumen harus dinampakkan dalam promosi
7) menghindari informasi yang ambigu dalam promosi
8) klaim atas kelebihan produk harus teruji
9) pengiklan harus senantiasa waspada dan menghindari kesalahan, kesalahpahaman, dan statemen yang berlebihan atau tidak perlu terhadap produk lain
10) pengiklan tidak merekomendasikan barang hanya kerena pertimbangan laba *(keuntungan)* bagi mereka, namun haru menitik beratkan pada kebutuhan konsumen
11) garansi atau ketentuan penukaran barang harus jelas dan terukur waktunya
12) harga penjualan dalam iklan harus jelas, tidak menipu penjual.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Endorsement memiliki keterkaitan dengan *syirkah 'amal* dalam aspek motivasi, subjek, objek dan keuntungan. Namun demikian, perbedaan yang ada ialah bahwa dalam *syirkah 'amal* bentuk praktiknya sangat sederhana dibandingkan dengan praktik *endorsement*. Namun secara esensi, kedua hal tersebut tidak memiliki perbedaan.

Saran

E*ndorsement* merupakan bagian dari periklanan dan Islam merupakan agama yang bersifat menyeluruh. Maka merupakan suatu yang urgen untuk menerapkan etika periklanan atau *endorsement,* yang meliputi; *pertama,* jujur dan menghindari janji palsu. *Kedua,* tidak mencampurkan produk halal dan haram. *Ketiga,* tidak menggunakan model perempuan *(eksploitasi)* dalam beriklan. *Keempat,* harus menyajikan informasi sesungguhnya dari produk. *Kelima,* produk dapat diperlihatkan dalam promosi. *Keenam,* hak konsumen harus dinampakkan dalam promosi. *Ketujuh,* menghindari informasi yang ambigu dalam promosi. *Kedelapan,* klaim atas kelebihan produk harus teruji. *Kesembilan,* pengiklan harus senantiasa waspada dan menghindari kesalahan, kesalahpahaman, dan statemen yang berlebihan atau tidak perlu terhadap

[22] Mohammad Ekramol Islam dan Mohammad Zahedul Alam, *"Advertising...* 105-106. Lihat juga; Muhammad Taufiq Affandi, *The Ethics Of Advertising In Islamic Economics,* Islamic Economic Journal, Vol.1., No.1, 91-97

produk lain. *Kesepuluh,* pengiklan tidak merekomendasikan barang hanya kerena pertimbangan laba *(keuntungan)* bagi mereka, namun haru menitik beratkan pada kebutuhan konsumen. *Kesebelas,* garansi atau ketentuan penukaran barang harus jelas dan terukur waktunya. *Keduabelas,* harga penjualan dalam iklan harus jelas, tidak menipu penjual.

DAFTAR RUJUKAN

Affandi, M. T. *The Ethics Of Advertising In Islamic Economics,* Islamic Economic Journal, Vol.1., No.1.

al-Attas, Syed Muhammad Naquib. *Islam: The concept of Religion and the foundation of Ethics and Morality,* in Altaf Gauhar ed., (1978) The Challenge of Islam, (London: Islamic Council of Europe).

An-Nabhani, T. *An-Nizham al-Iqtishadi fi al-Islam*, Cet. IV. (Beirut: Darul Ummah, 1990).

Antonio, M. S. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik,* Cet. I, (Jakarta: Gema Insani, 2001).

Az-Zuhaily, Wahbah. *al-Fiqh al-Islamiy wa Adillatuhu,* Juz.4, Cet.II, (Damaskus: Dar al-Fikr, 1985).

Beekun, R. I. (1996) *Islamic Business Ethics,* (Nevada: International Institute of Islamic Thought).

Hornby, *Oxford Advanced Learner's Dictionary,* (Oxford: Oxford University.

Islam, M. E. and Alam, M. Z. *"Advertising: An Islamic Perspective"*, International Journal of Ethics in Social Sciences, Vol. 1 No. 1, December 2013.

Kadir, A. Y. A. Dan Al-Aidaros, Al-Hasan. *"Factors Influencing Advertising in Malaysia from an Islamic Perspective: Case of Kedah State",* International Review of Management and Business Research (IRMBR), Vol. 4 Issue.1, March 2015.

Ma'luf, Lewis. Al-Munjid fi al-Lughah al-'Arabiyyah al-Mu'ashirah, Beirut: Dar al-Masyriq).

Nooh, M. N. *"A Qualitative Insight into Islamic Advertising Ethics".*

Pei, M. *The New Glorier Webster International Dictionary of The English Languange,* Vol.1, (USA: The English Languange Institut of America, Inc. 1974).

Procter, P. *Longman Dictionary of Contemporary English,* (London: Great Britain at The Pitman Press,1982).

Rusyd, I. *Bidayatul Mujtahid wa Nihayatul Muqtashid,* (Semarang: Kereta Putra, t.t.).

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,* Cet.17, (Bandung: Alfabeta, 2012).

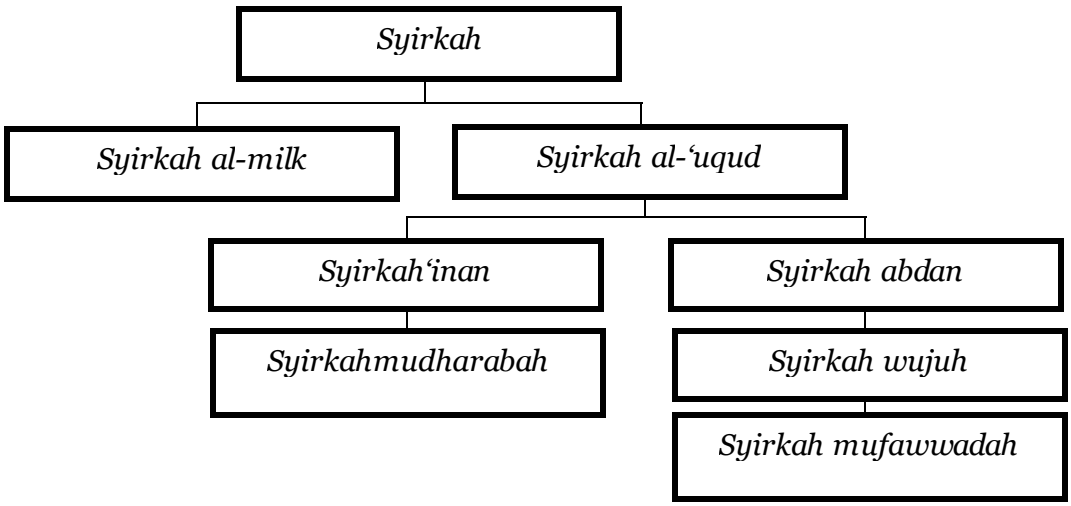
Syafei, R. *Fiqih Muamalah,* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2000).

The New Encyclopedia of Britannica, (1989), 15th Edition, Vol.4 (Chicago: Encyclopedia Britannica, Inc.).

The World Book Encyclopedia, (1993), Vol.6 (London: World Book).

Tabel 1 Korelasi *Endorsement* dan *Syirkah Wujuh*

Korelasi			
No.	Uraian	*Endorsement*	*Syirkah 'Amal*
1	Motivasi	Meningkatkan penjualan barang produksi	Mendapatkan rezeki dari Allah berupa imbalan atas kinerja.
2	Subjek	Produsen dan *endorser*	Dua individu atau lebih yang bekerja bersama dengan keahlian yang sama atau berbeda.
3	Objek	Barang Produksi	Pekerjaan (produksi barang atau jasa)
4	Keuntungan	Sesuai dengan kesepakatan, umumnya menggunakan tariff bergantung tingkat 'kebintangan' dan popularitas *endorser*	Sesuai dengan kinerja, dan menggunakan proporsi, misalkan 50%-50% dan seterusnya.



Gambar 1 Ilustrasi Pembagian Jenis Syirkah

Fenomena Dagang *Dibo-Dibo*; Kajian Penetapan Margin dan Pencatatan Akuntansi dalam Kearifan Budaya Ternate

Iqbal M. Aris Ali
Halim Kausaha
Univeresitas Khairun Ternate
Email : iqrafi@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan: *pertama*, memahami konsep dan praktik dagang *dibo-dibo* yang tumbuh, berkembang, dan sampai saat ini terpelihara di masyarakat Kota Ternate. *Kedua,* mengungkap konsep yang berkaitan dengan akad dagang syariah. *Ketiga,* mengetahui model dan praktik pencatatan akuntansi yang diselenggarakan pada transaksi *dibo-dibo*. Penelitian ini berlangsung di pusat pasar tradisional kota Ternate Provinsi Maluku Utara. Para informan yang berpartisipasi adalah mereka yang melakukan praktik dagang *dibo-dibo*. Penelitian menggunakan metodologi nonpositivis dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini menemukan bahwa: *pertama,* prinsip dagang *dibo-dibo* sejalan dengan prinsip syariah seperti *ta'aruf* (saling mengenal)*; ta'wun* (tolong-menolong); *ukhuwah* silahturahim. *Kedua*, penetapan keuntungan antara pedagang *dibo-dibo* dengan pemilik dana menggunakan metode pembagian margin yang umumnya berlaku pada kerja sama *murabahah*. Di mana si pemilik dana sudah menyatakan harga pokok dan besar margin yang diinginkan (*required rate of profit*) kepada pedagang *dibo-dibo.Ketiga*, pada dasarnya pencatatan akuntansi bagi pedagang *dibo-dibo* tidak berupa catatan khusus. Namun hanya berupa sebuah ekspresi dalam memberikan informasi transaksi dan biaya-biaya yang terkait dengan kegiatan dagang tersebut.

Kata Kunci : *Dagang Dibo-dibo, Ta'aruf, Ta'awun, Ukhuwah, Murabahah*

Praktik bagi hasil telah berlangsung lama dibeberapa wilayah Nusantara seperti, di Jawa, Bali, Sumatra, dan Kalimantan memiliki konsep yang sejalan dengan dengan prinsip syariah (Yuliawan, 2012). Menurtu para ahli fikih, sepanjang praktik ekonomi tidak bertentangan dengan ajaran Islam dan memberikan maslahat maka konsep dan praktiknya dapat diterima (Warde, 2009:88; Khallaf 1968). Demikian juga fenomena dagang di Ternate yang memiliki konsep bagi hasil. Masyarakat kota Ternate mengenal transaksi tersebut dengan istilah pedagang *dibo-dibo*. Menurut Atjo (2008:27) *dibo-dibo* adalah pedagang antara atau pedagang perantara. Pedagang *dibo-dibo* ini kemudian menjadi wakil dari pemilik modal sekaligus menjadi mitra di dalam mengelola usaha untuk memperoleh keuntungan.

Model kerja sama yang berangkat dari adat sampai saat ini terpelihara, karena pola kehidupan sosial di kota Ternate bersifat kekeluargaan dan kegotongroyongan (Atjo, 2008:29). Sifat tersebut secara empiris dapat dilihat dalam tindakan masyarakat. Misalnya, saat ada kematian, perkawinan (*rorio*), pesta-pesta, dan dalam berbagai pekerjaan pertanian (*Morong*), pendirian rumah (*bari*), selalu tampak adanya aktivitas bantu-membantu dan kerjasama.

Budaya juga membawa pengaruh terhadap instrumen berdagang (bisnis) seperti ilmu akuntansi. Budaya tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai yang diyakini kebenarannya. Agama merupakan nilai kebenaran yang diyakini memberikan manfaat bilamana dipraktikkan dalam kehidupan. Hamed *et al*. (1993) menyatakan bahwa budaya memberikan pengaruh terhadap akuntansi. Karena itu, agama memiliki pengaruh terhadap praktik akuntansi.

Mulawarman (2007a) menggagas laporan neraca syariah dengan menggali kekayaan altruistis dalam budaya dagang Muslim. Ia menemukan bahwa praktik budaya dagang Muslim di Indonesia khsususnya di Jawa Timur dan Tengah memberikan khazanah pengembangan laporan neraca dan laporan arus kas syariah (2007b). Dari beberapa penelitian di atas, belum ada penelitian yang mengkaji bagaimana pelaksanaan dagang *dibo-dibo* yang berasal dari budaya Ternate dan model pencatatan akuntansinya. Peneliti menggunakan metodologi nonpostivistis dengan analisis fenomenologi untuk mengkaji dan menganalisis pertanyaan dalam penelitian ini.

Berdasarkan fenomena yang dikemukakan di atas, penelitian ini dimaksudkan untuk memahami dan menganalisis model dagang *dibo-dibo* yang lahir dalam budaya Ternate. Rumusan masalah penelitian adalah: **bagaimana prinsip dagang *dibo-dibo* dipraktikkan? Bagaimana model penetapan margin dan pencatatan akuntansi dilakukan?**. Tujuan dan kontribusi dari penelitian ini adalah: *pertama*, memahami prinsip pembiayaan dibo-dibo yang dipraktikkan. *Kedua,* mengetahui model perhitungan bagi hasil. *Ketiga,* mengetahui model pencatatan akuntansi yang diselenggarakan pada transaksi *dibo-dibo*. *Keempat,* memberikan kontribusi praktik kepada para pedagang untuk mengikuti prinsip-prinsip syariah yang dibangun dengan adat setempat. *Kelima,* dapat memberikan kontribusi dalam penyusunan standar akuntansi Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) dikenal dengan standar Entitas Tanpa Pertanggungjawaban Publik).

METODE

Jenis penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif (nonpostivistis) dengan pendekatan fenomenologi. Menurut Bogdan dan Biklen (1982) dalam Iskandar (2009) penelitian dengan pendekatan fenomenologi berusaha memahami makna dari suatu peristiwa atau fenomena yang saling berpengaruh dengan manusia dalam situasi tertentu. Fenomenologi sangat berkaitan dengan keseluruhan pemahaman, diperoleh dengan menguji entitas dari berbagai sisi, sudut pandang, dan perspektif sehingga dicapai sebuah pandangan yang sama terhadap esensi sebuah fenomena atau pengalaman. Fenomenologi juga mencari makna dari berbagai penampakan hingga mencapai esensinya melalui proses intuisi dan refleksi pada tindakan yang dialaminya.

Riset fenomenologi mendeskripsikan tentang pengalaman hidup beberapa orang tentang sebuah konsep dan fenomena (Sukoharsono 2006: 235). Peneliti fenomenologi mengeksplorasi struktur kesadaran dan pemahaman pengalaman manusia (Sukoharsono 2006: 235).

Penelitian fenomenologi menghendaki peneliti untuk bisa mendeskripsikan suatu objek dalam

perspektifnya. Moustakas (1994) menjelaskan bahwa fenomenologi lebih merupakan deskripsi pengalaman-pengalaman, bukan sekadar penjelasan-penjelasan ataupun analisis-analisis.

Informan Penelitian

Pendekatan kualitatif yang menggunakan data lisan memerlukan informan. Menurut Spradley (1997:68) dalam Aris (2012), hal yang perlu diperhatikan dalam penentuan informan adalah: (1) informan memahami masalah yang akan diteliti, (2) informan terlibat dalam kegiatan yang sedang diteliti, dan (3) informan mempunyai waktu untuk memberikan informasi.

Tempat (*situs*) Penelitian

Bogdan dan Taylor (1992:56) mengemukakan bahwa dalam penelitian kualitatif, tempat di mana para informan berada dalam lingkungan yang berjalan apa adanya dinamakan dengan situs. Situs penelitian ini dilakukan di Pusat Pasar Tradisional Gamalama Ternate, yang berlokasi di Jl. Pasar Baru No.51, Kota Ternate, Maluku Utara. Penulis memilih Pasar tersebut karena merupakan tempat dan pusat berlangsungnya aktivitas muamalah masyarakat kota Ternate dengan berbagai jenis barang, berupa sembilan bahan pokok (sembako), ikan, tomat, cabe, dan sayur-sayuran.

Sumber dan Jenis Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data penelitian ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan informan dan pengamatan partisipan (*participant observation*). Wawancara bersifat mendalam (*in depth interview*). Sanders (1982) menyarakan agar penelitian dengan desain fenemonologi sebaiknya menggunakan format wawancara yang semi terstruktur agar mempertahankan konteks natural. Peneliti melakukan pengamatan partisipasi untuk melihat, merasakan, dan mendengar aktivitas para informan. Dengan pengamatan, maka peneliti mampu mengungkap pengalaman dan pengetahuan para informan (Patton, 2009:1-22).

Teknik Pengumpulan Data

Hal penting dalam pengambilan data mentah dalam fenomenologi adalah *Bracketing*. *Bracketing* adalah tahap reduksi *fenomenologi* yang dalam metode *fenomenologi* berarti ”menangguhkan lebih dulu” anggapan-anggapan, prasangka dan pandangan-pandangan di sekitar fenomena yang akan diungkap sehingga fenomena tersebut terlepas dari penilaian-penilaian tertentu dari peneliti.

Penangguhan prasangka awal peneliti ini oleh Husserl disebut *epoche* (Creswell, 1998:130). Setelah tahap *bracketing*, proses pengumpulan data dalam fenomenologi adalah tahap pemahaman atas sesuatu dari sudut pandang informan (*understanding the world from the subjects point of view, to unfold meaning of people experiences* (Groenewald 2004: 13). Proses pemahaman ini kemudian diikuti dengan tahap mengingat kembali (*memoing*) (Groenewald, 2004: 13). Tahap *memoing* ini hanya bisa terjadi bila peneliti mempunyai catatan lapangan (*field note recording)* atas segala temuan selama penelitian.Catatan lapangan ini harus diarsip sedemikian rupa dengan keterangan waktu dan tempat pengambilan data agar peneliti mudah membuat analisa data.Catatan lapangan ini kemudian disajikan dalam bentuk

transkrip. Pada gambar 1 ditampilkan tahapan penelitian.

Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan tahapan seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1992:20). *pertama* diawali dengan pengumpulan data (*data collection*) dan penyajian data (*data display*). Data tersebut adalah data yang dikumpulkan melalui beberapa teknik pengumpulan data yaitu dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Kedua, data yang dikumpulkan akan disajikan sebagai deskripsi sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pemeriksaan data. *Ketiga* penarikan kesimpulan dan pemeriksaan data (*conclution drawing and verivication*) yaitu menemukan makna data yang telah disajikan. Penarikan kesimpulan dan verifikasi dapat kembali lagi pada tahap pengumpulan data untuk menjamin keandalan dan keabsahan data. Prosedur ini bertujuan agar data yang telah diperoleh dapat diyakini kebenarannya.

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

Makna Dagang *Dibo-dibo*

Pedagang *dibo-dibo* adalah pedagang antara atau pedagang perantara (Atjo, 2008:27). Dalam arti bahwa budaya dagang *dibo-dibo* merupakan suatu kemitraan bisnis yang mencerminkan budaya masyarakat Ternate yaitu tingginya sikap saling membantu dan gotong royong diantara sesama manusia. Kerjasama ini dilakukan antara seorang pemilik modal (*pelaksana/shahibul maal*) dengan pelaku usaha (*mudharib/ dibo-dibo*) yang hanya bermodal *skill* dagang. Tentu saja pedagang *dibo-dibo* yang akan dipercaya oleh pemilik modal untuk terlibat suatu bisnis tertentu, didasari oleh unsur kepercayaan yang kuat.

Berikut penuturan Bapak Haji Ridwan (tokoh adat) berkaitan dengan penjelasan *dibo-dibo* di lihat dari asal usul dari kata *dibo-dibo* di bawah ini: Kata *dibo-dibo* itu berasal dari kata *tabi-tabi* kemudian berubah menjadi *tibo-tibo*. Kata *tabi-tabi* adalah kumpul-kumpul. Sedangkan *tibo-tibo* itu adalah mengambil sedikit demi sedikit (tanpa modal). Nah sementara *dibo-dibo* itu pelaku dari *tibo-tibo* itu sendiri. Jadi rata-rata *dibo-dibo* ini adalah orang fakir miskin yang tidak memiliki modal berupa materi tapi punya kemampuan berdagang.

Uraian dari Haji Ridwan (tokoh adat) di atas, dapat dipahami bahwa *dibo-dibo* adalah para pelaku *tibo-tibo* (mengambil barang tanpa modal). Mereka (pedagang *dibo-dibo*) sebagian besar adalah kelompok ekonomi lemah bahkan tak jarang ada yang merupakan golongan fakir miskin. Oleh karena itu, untuk mendukung kehidupan ekonominya, mereka (pedagang *dibo-dibo*) dengan modal *skill* dagang yang mumpuni namun tidak memiliki modal materi yang pasti menjadikan kemitraan bisnis (konsep dagang *dibo-dibo*) ini sebagai lahan pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka (pedagang *dibo-dibo*).

Prinsip Dagang *Dibo-dibo*

Mekanisme sistem pemasaran pedagang *dibo-dibo* ikan relatif sederhana yaitu setelah nelayan mendaratkan hasil tangkapannya,

nelayan kemudian memberikan kepada pedagang *dibo-dibo* ikan yang sudah didata nama-namanya, tanpa mereka (pedagang *dibo-dibo* ikan) membayar secara tunai lebih dahulu. Mereka (pedagang *dibo-dibo* ikan) kemudian menjual ikan secara langsung kepada pembeli sampai habis. Baru hasil dari penjualan itu kemudian disetor kepada pihak pelaksana (pemilik modal). Sebagaimana kutipan penjelasan Pak Idham (pedagang *dibo-dibo* ikan) di bawah ini: "Kita semua (pedagang *dibo-dibo* ikan) di sini langsung *ambe* (ambil) ikan di *dufa-dufa* (tempat kapal ikan berlabuh) Setelah itu Kemudian kita langsung menjualnya di sini (pasar Tradisional)".

Penjelasan pak Idham di atas, menggambarkan praktik proses transaksi *dibo-dibo*. Peneliti menganalisis kalimat "*ambe* (ambil) ikan di dufa-dufa" bukan berarti semua orang dapat mengambilnya. Tetapi pedagang tersebut harus memiliki kedekatan yang baik. Pedagang tersebut harus saling mengenal (*ta'aruf*) dan dapat dipercaya (amanah). Saling mengenal dan dapat dipercaya inilah yang merupakan bagian dari prinsip dagang dagang *dibo-dibo* untuk penguatan kepercayaan atau kesepakatan yang terjadi diantara kedua pihak. Karena pemilik modal (*shahibul mal)* tidak akan berani menanamkan modalnya kepada orang yang tidak mungkin dikenalinya terlebih lagi jika pribadinya tidak dapat dipercaya. Maka saling mengenal (*ta'aruf*) dan sifat amanah merupakan aspek yang paling mendasar dalam konsep dagang *dibo-dibo*. Peneliti memahami kedua aspek mendasar dalam dagang *dibo-dibo* sebagai berikut: *Pertama,* saling mengenal (*ta'aruf*) merupakan tahapan awal pedagang *dibo-dibo* dan pemilik dana terlibat kerja sama yang kemudian antara mereka saling *ta'awun* (tolong-menolong) dalam bermuamalah. Semakin kuat pengenalan satu pihak kepada selainnya, semakin terbuka peluang untuk saling memberi manfaat. Oleh karena itu, sifat saling mengenal (*ta'aruf)* inilah yang mendasari setiap tahapan dalam bermuamalah sampai pada para pedagang *dibo-dibo* ini terlibat kesepakatan dan terlibat kerja sama dengan pemilik modal. Karena siapa pun dia, tidak akan dapat menarik pelajaran, tidak akan dapat saling melengkapi dan menarik manfaat bahkan tidak akan dapat bekerja sama tanpa adanya saling kenal-mengenal. Konsep saling kenal-mengenal (*ta'aruf*) bila dikaitkan dengan muamalah maka sama halnya dengan kemitraan pada konsep dagang *dibo-dibo*. Karena dalam budaya Ternate seperti budaya *bari,rorio,lilian,* dan *morong* merupakan kerja sama yang dilatarbelakangi dengan sifat *ta'aruf* dan *ta'awun* yang tinggi. Bahkan semangat saling **tolong-menolong juga bisa dilihat dari** ungkapan rakyat Ternate yang dikenal dengan nama *dola bololo*. Menurut Hasan (2001:92) *dola bololo* adalah sepotong ungkapan, pernyataan perasaan dan pendapat seseorang, dalam bentuk sindiran dan tamsilan, merupakan ciri kebijakan seseorang dalam masyarakat untuk menyampaikan pendapat dan perasaannya melalui peribahasa kepada seseorang atau temannya agar kawannya dapat memahami dan menanggapi maksud serta tidak merasa tersinggung karena ketentuan budaya.

Berikut ini ungkapan *dola bololo* yang menggambarkan semangat kebersamaan dan saling tolong menolong. *Dola bololo* bisa dilihat di bawah ini:

Ino fo Makati nyinga
Doka gosora se balawa
Om doro yo mamote
Fo magororu fo madudara
Artinya:
Mari kita bertimbang rasa
Seperti pala dan dengan fuli
Masak bersama gugur bersama
Dilandasi kasih sayang.

Makna sastranya ialah bahwa dalam kehidupan bermasyarakat perlu menjaga kestabilan perasaan dalam kerukunan kasih dan sayang antara masyarakat. Pernyataan sastra leluhur ini berarti kestabilan perasaan yang dijaga guna menopang kasih dan sayang merupakan rasa dalam membina kehidupan bermasyarakat dengan kata dan perbuatan bertendensi adat-istiadat.

Kedua, dapat dipercaya (amanah), dalam konteks konsep dagang *dibo-dibo* ini lebih pada amanah mengembalikan hak milik *shahibul maal* (pemilik modal), baik itu berupa hasil penjualan maupun sisa barang yang dipasarkan jika ada. Bagi pemilik modal, sosok pedagang *dibo-dibo* yang amanah akan membawa keuntungan yang besar. Karena mereka (pedagang *dibo-dibo*) tidak akan berbohong dalam mengembalikan hak milik pemilik modal dan memberitahukan informasi yang sebenarnya jika terjadi kerugian di luar kemampuannya dalam mengantisipasi risiko usaha (*business risk*). Sifat amanah inilah sekaligus menjadi alasan mengapa hampir sebagian besar pedagang di pasar tradisonal kota Ternate adalah pedagang *dibo-dibo,* baik mereka yang menjual berbagai jenis ikan, tomat, dan cabe dan mengapa pedagang *dibo-dibo* ini sampai bisa bertahan hingga turun-temurun. Di samping itu juga, karena pedagang *dibo-dibo* ini seakan sudah melekat *image* yang terbangun oleh pemilik modal akan keamanahan dari pribadi mereka tersebut. Sehingga banyak pemilik modal memilih menjalankan usaha dengan konsep bermitra, seperti yang dipraktikkan oleh pedagang *dibo-dibo.*

Sedangkan sistem pemasaran pedagang *dibo-dibo* tomat dan cabe juga tidak jauh berbeda dengan pedagang *dibo-dibo* ikan di atas. Menurut pak Boi (pedagang dibo-dibo tomat dan cabe) bahwa:

> Jalur pemasaran saya, ketika barang (tomat dan cabe) tiba di pelabuhan yang di kirim dari kota Manado, kemudian saya jual di pasar. Sebagian saya jual langsung ke pembeli dan sebagian lagi saya berikan secara *dibo-dibo* kepada pengecer.

Ketika bapak Boi memberikan barang dagangan tomat dan cabe kepada pengecer secara *dibo-dibo*, mengindikasikan bahwa konsep dagang *dibo-dibo* sudah secara universal dipraktikan oleh masyarakat Ternate. Bahkan dalam penjelasan Bapak Boi (pedagang *dibo-dibo* tomat dan cabe) mengatakan bahwa beliau memberikan barang dagangan secara *dibo-dibo* tidak hanya kepada orang Ternate tetapi orang Gorontalo yang juga menjadi pelanggannya.

Oleh karena itu, konsep dagang *dibo-dibo* ini tidak hanya sekadar aktivitas berdagang saja tapi lebih dari itu adalah sebuah kesempatan untuk menyambung dan menjaga ukhuwah tali silahturahim sesama manusia yang berasal dari Ternate maupun dari luar Ternate. Fenomena tersebut didukung dengan pernyataan Atjo (2008:4). Menurutnya budaya masyarakat

Ternate sangat kental akan pola kehidupan sosial bersifat kekeluargaan dan kegotongroyongan. Menjaga kesepakatan, menjaga tali silahturahim, tingkat kepatutan begitu tinggi, saling tolong-menolong (*ta'awun*), dan gotong-royong dalam konsep dagang *dibo-dibo* membuat nilai-nilai budaya tersebut seakan dijadikan prinsip etika dalam berdagang. Nilai tersebut ikut terinternalisasi ke dalam praktik berdagang seperti *dibo-dibo*.

Perintah untuk bagaimana menyambungkan dan menjaga tali silahturahim juga sangat dianjurkan oleh Allah swt karena silaturahim termasuk akhlak yang mulia. Diperingatkan untuk tidak memutuskannya. Perhatikan firman Allah swt dalam Q.S. An-Nisaa ayat 41 sebagai berikut:

> Dan bertakwalah kepada Allah yang dengan (mempergunakan) namaNya kamu saling meminta satu sama lain, dan (peliharalah) hubungan silaturahim. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasi kamu.

Ayat di atas tidak hanya sebuah perintah untuk melaksanakan silahturahim dengan sesama manusia. Tapi lebih dari itu Allah Swt bahkan menyuruh kita untuk memelihara silahturahim tersebut. Maka adanya konsep dagang *dibo-dibo* memberikan sebuah wadah bagi masyarakat Ternate untuk bagaimana memelihara silahturahim antara orang yang memiliki kelebihan dana dengan orang yang tidak memiliki dana tapi memiliki *skill* dagang yang mumpuni.

Peneliti menggmbarkan Gambaran sederhana untuk menegaskan kembali subtansi dari analisis peneliti dari penjelasan kedua informan di atas dalam bentuk gambar 1.

Akuntansi Dagang *Dibo-dibo*

Setiap usaha yang dilakukan tentunya memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Demikian juga dengan konsep dagang *dibo-dibo*. Pengelola dana mendapatkan imbalan atas kerjanya, sedangkan pemilik dana mendapat imbalan atas penyertaan modalnya. Namun dalam tradisi dagang *dibo-dibo* margin atau keuntungan yang diperoleh, terdapat sedikit berbeda dengan konsep akad *mudharabah*. Dimana pelaku pedagang *dibo-dibo* dalam mengambil keuntungan bukan atas dasar bagi hasil akan tetapi menentukan margin dari harga dasar yang diberikan pemilik dana sesuai dengan kesepakatan bersama. Sedangkan bagi pemilik modal, margin atau keuntungan yang diterimanya merupakan setoran modal dari pedagang *dibo-dibo* yang didalamnya sudah diperhitungkan besarnya margin yang diinginkan. Tentunya margin yang diinginkan baik pedagang *dibo-dibo* sebagai pengelola maupun pemilik dana mempertimbangkan unsur keadilan dan kemaslahatan.

Bagi hasil atau keuntungan bagi pedagang *dibo-dibo* ikan merupakan ketentuan harga yang sudah disepakati bersama di antara sesama pedagang *dibo-dibo* ikan dengan mempertimbangkan keadaan pasar. Hal ini bisa dilihat dari penuturan Bapak Idham (pedagang *dibo-dibo* ikan) di bawah ini:

> Sebenarnya saya tidak punya catatan khusus untuk keuntungan. Karena saya sudah tahu berapa yang nanti saya dapat. Misalkan ikan cakalang

besar yang itu (sambil menunjuk ikan cakalang besar tepat berada di atas meja jual) saya ambil seratus ribu rupiah, terus saya jual seratus dua puluh ribu rupiah berarti dua puluh ribu itulah yang saya punya bagian…dan itu sesuai kesepakatan kita dengan pihak pelaksana (pihak pemilik modal maksudnya). Tapi kadang harga bisa berubah tergantung keadaan pasar. Kalau *pasar panas* begini berarti ikan harga agak mahal. Kalau *pasar dingin* baru harga ikan agak sedikit murah. Jadi kita tidak menentukan harga semau kita. Kita lihat keadaan pasar bagitu.

Kutipan di atas, merefleksikan bahwa, pertama, margin yang diperoleh antara bapak Idham (pedagang *dibo-dibo* ikan) dan pemilik modal adalah hasil kesepakatan bersama. Dalam pandangan etika dagang Islami hal tersebut tidaklah bertentangan dengan syariah karena sejalan dengan hadits Rasulullah Saw yaitu "Orang Islam itu tergantung pada syarat atau perjanjian mereka sendiri. (H.R. Ahmad, Abu Dawud, Dan Hakim).

Peneliti menganalisis lebih jauh bahwa penentuan margin dalam tradisi dagang *dibo-dibo* ikan di atas, berdasarkan kesepakatan bersama dalam menentukan margin yang ingin diperoleh (*required rate of profit*) dengan mempertimbangkan segala aspek. Aspek tersebut diantaranya adalah aspek biaya-biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan aktivitas dagang *dibo-dibo*, aspek keadilan, aspek kemaslahatan, aspek risiko, dan lain sebagainya. Semua aspek tersebut menjadi pertimbangan penting dalam menentukan margin yang ingin diperoleh bagi masing-masing pihak. Sehingga pola perhitungan margin tersebut berlanjut dengan bentuk yang sama sekali tidak berubah selama beberapa tahun dan terpelihara dalam pola tradisi dagang masyarakat Ternate, bahkan sudah sampai turun-temurun.

Kedua, Bapak Idham (pedagang *dibo-dibo* ikan) dalam mengambil keuntungan tidak serta-merta menentukan sesuka hati dan berlebihan dalam menentukan margin atau keuntungan. Hasil kesepakatan harga serta margin yang ditentukan pedagang *dibo-dibo* ikan disepakati secara bersama dengan mempertimbangkan keadaan pasar. Sehingga keuntungannya masih wajar serta tidak ada unsur dzalim terhadap pembeli (Nada, 2003:344). Keuntungan yang didapatkannya tidak mendzalimi hak pembeli. Di antara pembeli dan pedagang *dibo-dibo* ikan tidak mempermasalahkan harga ikan yang cenderung naik jika keadaan *pasar panas* (cuaca laut yang buruk) dan begitu juga sebaliknya. Tetapi mereka saling mempermudah jual-beli tersebut. Bermuamalah demikian sangat di cintai oleh Allah Swt sebagaimana sabda Rasulullah Saw sebagai berikut:

> Allah memasukan ke dalam surga seseorang yang mempermudah urusan ketika dia menjadi penjual atau ketika dia menjadi pembeli, atau ketika dia menjadi hakim atau ketika dia menjadi tedakwa. (H.R. Ustaman ra. Shahih an-Nasa'i).

Hadits di atas begitu jelas betapa Allah Swt sendiri akan memasukan seseorang ke dalam surga, baik dia itu sebagai penjual atau pun sebagai pembeli kalau tidak

mempersulit segala urusan dalam jual-beli. Dalam konteks tradisi dagang *dibo-dibo,* peran pedagang *dibo-dibo* sangat memudahkan distribusi barang dagangan yang diambil dari pihak pelaksana (pemilik barang dagangan) yang berada cukup jauh dijangkau masyarakat kemudian di bawa ke pusat perdagangan yang berada di pusat kota.

Di samping itu, dalam syariat Islam dalam bermuamalah tentu selalu mengedepankan kebebasan pasar. Dalam arti memberikan terciptanya kondisi pasar yang dinamis dan setara. Pihak pemerintah tidak dapat melakukan intervensi sepanjang harga yang terbentuk akibat dari dinamika pasar. Namun pihak yang membentuk harga tidak bertujuan untuk memaksimalisasi keuntungan dengan cara menzhalimi pihak lain. Sebagaimana Rasulullah Saw ketika sedang naiknya harga, beliau diminta oleh orang banyak supaya menentukan harga, maka jawab Rasulullah Saw:

> "Allahlah yang menentukan harga, yang mencabut, yang meluaskan dan yang memberi rezeki. Saya mengharap ingin bertemu Allah sedang tidak ada seorang pun di antara kamu yang meminta saya supaya berbuat zalim baik terhadap darah maupun harta benda." (Riwayat Ahmad, Abu Daud, Tarmizi, Ibnu Majah, ad-Darimi dan Abu Ya'la).

Hadits di atas jika dilihat dari asal-muasalnya sebenarnya berkaitan dengan kebijaksanaan baginda Rasulullah Saw dalam memberikan kebebasan pasar akan situasi harga pasar yang tidak menentu. Sehingga Rasulullah Saw menyerahkan penuh terhadap hukum pasar yakni hukum penawaran dan permintaan.

Ketiga, peneliti mencoba memahami lebih dalam penjelasan Bapak Idham (pedagang *dibo-dibo* ikan) di atas, bahwa sebenarnya keuntungan bersih dari bapak Idham di atas bukan sebesar Rp20.000.- Karena jika di telusuri, sebenarnya ada biaya-biaya yang dikeluarkan Bapak Idham berkaitan dengan aktivitas *dibo-dibo* mulai dari pengambilan ikan, sampai ikan tersebut dijual. Oleh karena itu, peneliti kemudian mengidentifikasi komponen biaya yang berkaitan dengan aktivitas dagang *dibo-dibo* diantaranya adalah biaya buruh, biaya angkut, dan biaya es.

Oleh karena itu untuk lebih memudahkan, peneliti mencoba menvisualisasikan bagaimana informasi akuntansi pedagang *dibo-dibo* ikan di atas dalam bentuk tabel 1.

Informasi akuntansi yang disajikan dalam tabel 1, memberikan beberapa informasi dan penjelasan akuntansinya. Pertama, total penjualan merupakan ketentuan harga dari pedagang *dibo-dibo* ikan sesuai kesepakatan yang terjadi yaitu sebesar Rp15.000.000,- dari modal yang di berikan oleh pemilik dana yaitu sebesar Rp10.000.000,- karena ada beberapa pertimbangan didalamnya. Salah satu diantaranya adalah adanya biaya-biaya yang dikeluarkan pedagang *dibo-dibo* berkaitan dengan aktivitas dagang *dibo-dibo* itu sendiri.

Kedua, selisih antara modal yang di berikan pemilik dana dengan harga yang di tentukan oleh pedagang *dibo-dibo* ikan yaitu (Rp15.000.000-Rp10.000.000 = Rp5.000.000,-) inilah yang menurut Bapak Idham (pedagang *dibo-dibo* ikan) menjadi keuntungan bersih baginya sesuai dengan kesepakatan yang terjalin dan terbangun di antara kedua pihak. Padahal hasil dari selisih modal dari

pemilik dana dan harga yang ditentukan *dibo-dibo* sebesar Rp5.000.000,- di atas, jika ditelusuri lebih dalam, bukanlah laba bersih bagi pedagang *dibo-dibo* ikan. Melainkan jumlah tersebut adalah laba kotor sebelum dikurangi biaya-biaya yang terkait dengan aktivitas *dibo-dibo* dalam mengambil ikan sampai ikan itu bisa di jual. Oleh karena itu, dalam gambaran informasi akuntansi dalam tabel di atas, keuntungan bersih bagi pedagang *dibo-dibo* ikan yang sebenarnya adalah sebesar Rp4.600.000,-

Ketiga, setelah mengetahui laba bersih yang didapatkan oleh pedagang *dibo-dibo* ikan yaitu sebesar Rp 4.600.000 maka jumlah tersebut tidaklah dijadikan sebagai dasar pembagian hasil (nisbah) dengan pemilik dana sebagaimana bagi hasil dalam *mudharabah*. Akan tetapi jumlah sebesar Rp4.600.000 merupakan keuntungan bersih yang diterima pedagang *dibo-dibo* ikan. Sementara total modal yang dikembalikan oleh pedagang *dibo-dibo* ikan sebesar Rp10.000.000,- sudah termasuk keuntungan bagi pemilik dana yang sudah diperhitungkan biaya-biaya oleh pemilik dana. Maka dalam perhitungan di atas, keuntungan bersih setelah dikurangi biaya-biaya yang berkaitan dengan aktivitasnya adalah sebesar Rp5.080.000.-

Disamping itu, ada satu hal penting yang menurut peneliti perlu di garis bawahi bahwa memang benar dalam kemitraan, ketika barang diserahkan kepada pengelola oleh pemilik modal kondisi demikian bukanlah aktivitas pembelian karena tidak ada pembayaran tunai dari pengelola akan tetapi adanya penentuan margin di depan yang diinginkan oleh kedua belah pihak kemudian pembayaran akan dilakukan secara angsuran atau sekaligus (*lump sum*). Maka dalam kondisi demikian memungkinkan adanya pengakuan akan atas penyerahan tersebut sehingga peniliti menggambarkan di atas sebagai pembelian. Jadi pembelian diatas adalah pembelian tangguh (nontunai).

Oleh karena itu, peneliti kembali menvisualisasikan bagaimana ketentuan margin yang diperoleh pedagang *dibo-dibo* dalam bentuk tabel agar lebih mudah dipahami. Tabel bisa dilihat di tabel 2.

Perolehan margin demikian tidak ada pihak yang merasa di rugikan. Masing-masing pihak merasa pembagian tersebut sudah memenuhi rasa keadilan dan jauh dari sifat kedzaliman. Secara empiris bisa dilihat dari kebersamaan para pelaku yang terlibat dalam tradisi dagang *dibo-dibo* yang terbangun tanpa ada perselisihan dan ini terjalin terus-menerus sampai terpelihara hingga kini. Oleh karena itu, rasa keadilan merupakan aspek mendasar dalam perekonomian Islam (Antonio, 2001).

Keempat, contoh perhitungan akuntansi pedagang *dibo-dibo* ikan dalam tabel di atas, memberikan suatu pola pembagian margin yang umumnya dipraktikkan dalam konsep syariah yang dikenal dengan kerja sama *murabahah*. Peneliti menganalisis lebih jauh bahwa pola perhitungan ini terjadi atau terbentuk karena tuntutan kondisi, mengingat ikan yang merupakan modal barang bagi pedagang *dibo-dibo* ini mudah sekali busuk atau cepat rusak. Sehingga pedagang *dibo-dibo* "dipaksa" sebisa mungkin untuk bisa menjual ikan sampai habis. Sehingga kondisi demikian bagi pemilik dana, tidak ada kekhawatiran yang muncul dalam dirinya, karena pada prinsipnya modal ikan yang diberikan kepada

pedagang *dibo-dibo* untuk dijual semua pasti habis terjual. Sehingga pola perhitungan keuntungan *dibo-dibo* di atas, terbentuk karena tuntutan dari kondisi dan keadaan atas risiko dagang yang mungkin saja muncul.

Kelima, pencatatan akuntansi yang peneliti modelkan di atas, terdapat dalam model akad dalam akuntansi syariah. Model margin tersebut tentu bukan pembagian keuntungan yang lazim berlaku pada akad *mudharabah* akan tetapi pembagian margin tersebut merupakan praktik *murabahah*. Karena karakteristik *murabahah* adalah si penjual sudah menentukan berapa *required rate of profit*-nya (keuntungan yang ingin diperoleh).

Maka tradisi dagang *dibo-dibo* ikan dapat digolongkan dalam jenis *murabahah muajjal* yang dicirikan dengan adanya penyerahan barang di awal akad dan pembayaran kemudian baik dalam bentuk angsuran maupun dalam bentuk *lump sum* atau sekaligus (Karim, 2010:115).

Para pedagang *dibo-dibo* ikan sering memanfaatkan selembar kertas buku atau kertas bekas pembungkus rokok untuk mencatat penerimaan ikan dan harga ikan dari pemilik modal. Sebagaimana penjelasan Bapak Idham (pedagang *dibo-dibo* ikan) berkaitan dengan catatan penerimaan ikan di bawah ini.

"…kami di sini jaga manfaatkan kertas atau rokok pe bekas pembungkus untuk menulis harga ikan yang kita ambe dari pelaksana, supaya kalu kita mau setor terus ada keliru dari pihak pelaksana maka ini menjadi bukti atau pegangan. Hanya kertas kayak begini saja (sambil menunjuk kertas rokok)."

Penjelasan Bapak Idham (pedagang *dibo-dibo* ikan) di atas, memberikan sebuah sederhana mengenai laporan transaksi tentang apa dan dari mana harga barang ini terbentuk. Informasi dalam bentuk catatan inilah menjadi dasar bagi pedagang *dibo-dibo* ikan untuk menegaskan informasi harga dan tentunya hasil keuntungan yang diterimanya begitu wajar dan tidak ada unsur penipuan.

Oleh karena itu, transparansi dan keterbukaan harga (*disclousure*) dalam konsep dagang *dibo-dibo* ikan menjadi sesuatu yang sangat krusial dan penting. Karena mengingat aktivitas dagang tersebut berangkat dari nilai budaya yang sampai saat ini masih dipelihara dan dipraktikkan. Karakter bisnis Islam tercermin pada *disclosure* dan social accountability (Baydoun dan Willett, 1997) tidak bertentangan dengan etika dagang syariah yang peduli akan kemaslahatan masyarakat.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Hasil analisis peneliti pada beberapa informan di atas, maka dapat disimpulkan: *pertama,* prinsip pembiayaan konsep dagang *dibo-dibo* penuh dengan unsur *anthardini* (suka sama suka), *ta'aruf* (saling mengenal), *ta'awun* (tolong-menolong), serta kebersamaan ukhuwah silahturahim yang tinggi. *Kedua*, penetapan keuntungan antara pedagang *dibo-dibo* dengan pemilik dana menggunakan metode pembagian margin yang umumnya berlaku pada kerja sama *murabahah*. Di mana si pemilik dana sudah menyatakan harga pokok dan besar margin yang diinginkan (*required rate of profit*) kepada pedagang *dibo-dibo.Ketiga*, pada dasarnya pencatatan akuntansi bagi pedagang *dibo-dibo* tidak berupa catatan khusus. Namun hanya berupa sebuah ekspresi dalam

memberikan informasi transaksi dan biaya-biaya yang terkait dengan kegiatan dagang tersebut. Walaupun demikian, peneliti mencoba mengkonstruksikan penjabaran dari para informan yang menunjukan adanya margin yang diinginkan oleh pedagang *dibo-dibo*.

Saran

Saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya yang berminat melakukan penelitian budaya akuntansi agar dapat menggunakan alat analisis yang berbeda sehingga lebih mampu mengeksplorasi informasi dari para informan. Peneliti menggunakan desain riset fenomenologi dilengkapi alat analisis fenomenologi. Berkaitan dengan itu, penelitian lain yang berminat melakukan penelitian semacam ini dapat menggunakan analisis *symbolic interaction* sebagai alat analisis untuk mengungkap makna yang lebih dalam. Alat analisis tersebut menurut peneliti lebih mendalam untuk peneliti lain dalam memahami, menafsirkan atau menginterpretasikan makna atau informasi dari para informan.

DAFTAR RUJUKAN

Alquran. 1971. *Al quran dan Tafsir.* Kerjasama Departemen Agama dengan Lembaga Percetakan Al-Quran Raja Fahd, Arab Saudi.

Ali, M. A. I.. 2012. Memaknai *Disclosure* Laporan Sumber dan Penggunaan dana Kebajikan (*Qardhul Hasan* Bank Syariah; Kajian *Symbolic Interaction*. *Jurnal Akuntansi Multiparadgma,* hal. 187-209.

Atjo, R. A. 2008. Orang Ternate dan Kebudayaannya. CikoroTrirasuandar. Jakarta.

Antonio, M. S .2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Gema Insani Press. Jakarta.

Baydoun, N and Willett R. 1994. Islamic Accounting Theory, *The AAANZ Annnual Conference*. Wollongong, Australia.

Bogdan, Robert. dan Steven J. Taylor. 1992. An Introduction to Qualitative Research Method, Arif Furchan (Penerjemah), *Pengantar Metoda Penelitian Kualitatif,* Penerbit Usaha Nasional, Surabaya.

Groenewald, Thomas. 2004. A Phenomenological Research Design Illustrated, *International Journal of Qualitative Methods, 3 (1) April.*

Hamed, S.,Craig, R.and Clarke, F.1993. Religion:AConfounding Cultural Elementinthe InternationalHarmonisationofAccounting?. *Abacus,* 29 (2): 131-148.

Hasan, A. H. 2001. *Aroma Sejarah dan Budaya Ternate.* Antara Pustaka Utama. Jakarta.

Iskandar. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aplikasi untuk Penelitian Pendidikan, Hukum, Ekonomi dan Manajemen, Sosial, Humaniora, Politik,*

Agama danFilsafat, Gaung Persada, Jakarta.

Karim, A. A. 2006. *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*. Ed. 3. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.

Lewis, M. K dan Latifa M. Algaoud. 2005. *PerbankanSyariah: Prinsip, Praktik dan Prospek*, PT Serambi Ilmu semesta. Jakarta.

Miles. B.M., dan Denton A.E. 1992. *Analisis Data Kualitatif. Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. UI Press, Jakarta.

Moustakas, C. 1994. *Phenomenological Research Methods,* Sage Publications, USA.

Mulawarman D. A. 2007a. Menggagas Neraca Syari'ah Berbasis *Maal;* Kontekstualisasi "Kekayaan Altruistik Islami. *The 1st Accounting Conference: Bridging The Gap Between Theory, Research and Practice,* Universitas Indonesia.

Mulawarman, A D. 2007. Menggagas Laporan Arus Kas Syariah Berbasis Ma'isyah: Diangkat dari Habitus Bisnis Muslim Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi X Makassar*, hal. 1-26.

Manzilati, Asfi. 2009.*Tata Kelola Institusi (Institutional Arrangement) Kontrak Mudharaba Dalam Kerangka Teori Keagenan*.Simposium Nasional Ekonomi Islam IV , Yogyakarta, 8-9 Oktober 2009 ~ ISBN 978-979-3333-36-6.

Nada, Abdul Aziz bin Fathi as-Sayyid. 2003. *Mausu ah al-Adab al-Islamiyyah al-Murattabah ala al-Huruf al-Hijaiyyah. Dar Thayyibah li an-Nasyr wa at-Tawzi.*

Patton, M.Q. 2009. *Metode Evaluasi Kualitatif.* Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

PSAK 101. Revisi 2009. Ikatan Akuntansi Indonesia.

Sanders, P. 1982. A New Way of Viewing Organizational Research. *The Academic of Management Review*, **7**(3): 353-360.

Sukoharsono, E. G. 2006. Alternatif Riset Kualitatif Sains Akuntansi: Biografi, Phenomenologi, Grounded Theory, Ethnografi Kritis, dan Studi Kasus, *Analisis Makro dan Mikro, BPFE Universitas Brawijaya, Malang, 230-245.*

Triyuwono. 2006. *Akuntansi Syariah: Perspektif, Metodologi, dan Teori.* PT raja Grafindo Persada, Jakarta.

Turner, J. 2011. Sejarah Rempah: Dari Erotisme sampai Imperialisme. Komunitas Bambu. Jakarta.

Warde, I. 2009. *Islamic Finance, Keuangan Islam Dalam Perekonomian Global*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Yuliawan, A. 2012. Sistem Bagi Hasil Budaya Nusantara, Majalah Ekonomi Syariah, 11 (4):6-12.

Tabel 1 Akuntansi Konsep Dagang *Dibo-dibo*

Misalkan Bapak Idham (pedagang *dibo-dibo* ikan) mengambil ikan jenis cakalang berukuran sedang kepada pemilik dana sebanyak 10 baskom. 1 baskom ikan pada saat pengambilan di nilai dengan harga Rp 1.000.000. Tiap-tiap baskom terdapat 100 ekor ikan cakalang. Atas kesepakatan bersama, ikan cakalang tersebut kemudian di hargai atau dijual dengan harga Rp 15.000/ekor.

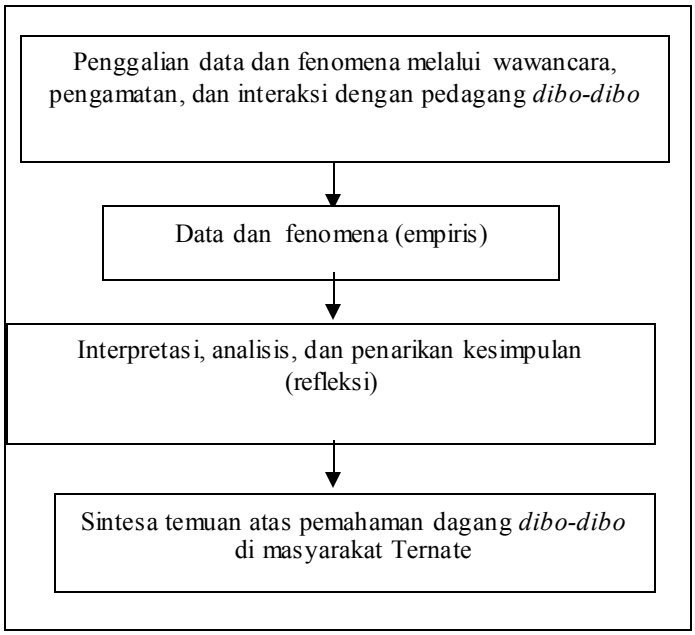
Maka model pencatatan akuntansi pedagang *dibo-dibo* ikan sebagai berikut:

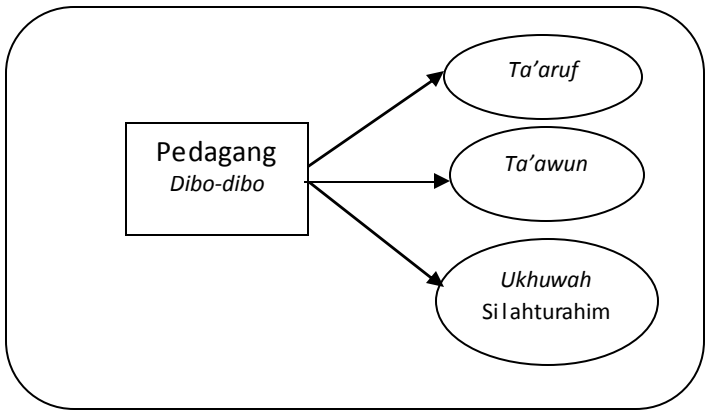
Penjualan		Rp 15.000.000
Harga Pokok Penjualan:		
Pembelian	Rp 10.000.000	
Biaya angkut & buruh	Rp 200.000+	
Harga Pokok Penjualan		(Rp 10.200.000)
Laba Kotor *dibo-dibo*		**Rp 4.800.000**
Dikurangi biaya:		
Biaya es Rp 200.000		
	Total biaya	(Rp 200.000)
Laba bersih *dibo-dibo*		**Rp 4.600.000**

Adapun keuntungan bagi pemilik, dapat dimodelkan sebagai berikut:

Penjualan		Rp 10.000.000
Harga Pokok Penjualan:		
Biaya umpan	Rp 100.000	
Biaya bahan bakar	Rp 1.400.000	
Biaya makan & minum	Rp 300.000	
Biaya rokok nelayan	Rp 120.000	
Total Biaya		(Rp 1.920.000)
Laba Kotor Bagi Pemilik		**Rp 8.080.000**
Dikurangi biaya:		
Upah nelayan (10 orang)		(Rp. 3.000.000)
Laba bersih yang diterima Pemilik		**Rp. 5.080.000**

Tabel 2 *Required Rate of Margin Dibo-dibo* Ikan





Gambar 1 Tahapan Penelitian

Harga dari pemilik modal	Rp 10.000.000
Keuntungan yang ingin diperoleh (50%)	Rp 5.000.000+
Harga jual kepada konsumen	**Rp 15.000.000**

Pedagang *dibo-dibo* ikan mengambil margin 50% dari harga yang diberikan oleh pemilik modal.

Gambar 2 Prinsip Dagang *Dibo-dibo*

Analisis Perbedaan Kinerja Keuangan Antara Bank Konvensional dan Bank Syariah yang Go Publik di BEI

Supardi
Zainollah
STIE Mandala Jember
Email : supardi_pal1960@yahoo.com; zainollahmsn@yahoo.co.id

Abstrak : Dengan terdapatnya keraguan terhadap nasabah bank syariah, maka penelitian bermaksud untuk melakukan analisis rasio LDR, NPL, CAR, NIM, ROE, ROA, BOPO dan KAP pada Bank Konvensional dan Bank Syariah, menganalisis pengaruh Rasio LDR, NPL, CAR, NIM, ROE, ROA, BOPO dan KAP terhadap jenis bank, serta menganalisis perbedaan rasio keuangan terhadap Bank Konvensional dan Bank Syariah. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang tercatat di BEI sampai akhir tahun 2015 yaitu sebanyak 5 bank konvensional dan 5 bank syariah. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis menggunakan analisis diskriminan. Variabel yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah kinerja bank syariah atau bank konvensional adalah LDR, NPL, NIM, ROE, ROA dan KAP. Supaya dapat diketahui kinerja bank syariah atau bank konvensional, maka dapat diketahui dari setiap analisis awal, baik dari *variable in the analysis* maupun *variable not in the analysis*. Dari hasil analisis diketahui perbedaan kinerja antara bank syariah dan bank konvensional ditinjau dari rasio LDR, NPL, NIM, ROE, ROA dan KAP, sedangkan rasio CAR dan BOPO tidak terdapat perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional.

Kata Kunci : *LDR, NPL, NIM, ROE, ROA dan KAP*

Kehadiran bank syariah ditengah-tengah perbankan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba.Perkembangan volume usaha hingga saat ini telah menunjukkan gambaransemakin besarnya animo umat Islam untuk memanfaatkan layanan jasa perbankansyariah apalagi dengan adanya fatma MUI (Majlis Ulama Indonesia) yang menyatakan bahwa bunga bank termasuk riba. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh KarimBusiness Consulting (2003) pertumbuhan bank syariah lebih tinggi dari rata-rata pertumbuhan perbankan nasional, kinerjanya sangat baik,dan banyak inovasi produk yang diterbitkannya.Selain itu, dalam satu dekade terakhir ini pasar keuangan seluruh dunia telahmengalami perubahan yang mendasar. Pasar modal mengalami perkembangan yangsangat pesat, baik dalam volume, nilai tansaksi maupun jenis-jenis instrumen yangdiperdagangkan. Tersedianya berbagai jenis instrumen di pasar uang dan pasar modalyang semakin berkembang itu menyebabkan peranan bank-bank komersial dalam pemberian kredit secara tradisional cenderung makin menurun karena beralihnya para penyimpan dan para peminjam dana kepada alternatif investasi dan pembiayaan yang lain.

Terjadinya krisis keuangan global pada tahun 2008 menyebabkan banyak sektor yang mengalami kelumpuhan dan gulung tikar, dampak krisis *global* ini tentu saja dirasakan oleh banyak kalangan di seluruh dunia. Krisis global tersebut juga menjadi goncangan bagi dunia perbankan. Diantaranya penyebab terjadinya krisis tersebut ialah kredit macet yang terjadi pada bank-bank konvensional dan aset-aset bank konvensional yang terlikuidasi karena bank tidak mampu membayar hutang-hutangnya. Dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil tersebut, bank syariah dinilai memiliki kemampuan untuk bertahan. Hal itu dibuktikan dengan proyeksi dari Bank Indonesia (selanjutnya disebut dengan BI) mengenai pertumbuhan Bank Syariah Nasional pada tahun 2010 ini sebagai pemulihan krisis global yang terjadi pada tahun 2008.

Dengan adanya proyeksi mengenai pertumbuhan Bank Syariah Nasional dilihat dari skenario proyeksi pesimis BI yang menyatakan bahwa pertumbuhan Bank Syariah Nasional berlangsung secara *organik* dengan proyeksi pertumbuhan perbankan syariah hanya sebesar 26,5 persen, dengan angka Rp 59,7 triliun (posisi Oktober 2009). Diperkirakan akhir Desember mencapai Rp 62 triliun. Angka pertumbuhan 26,5 persen ini merupakan yang terendah dalam sejarah perbankan syariah di Indonesia. Meskipun demikian, jika dibandingkan dengan perbankan konvensional yang hanya tumbuh 12,5 persen angka 26,5 persen masih *relatif* tinggi.

Kebijakan pada sektor perbankan lainnya adalah meningkatkan kapasitas pelayanan industri perbankan syariah. Sistem perbankan syariah terbukti lebih tahan terhadap hantaman krisis. Sistem perbankan syariah juga sudah mulai dijalankan oleh negara-negara non-muslim seperti *Inggris, Italia, Hong Kong, China, Malaysia, dan Singapura.* Bahkan menurut anggota Komite Ahli Bank Indonesia, perbankan syariah tetap stabil di saat krisis global berlangsung dikarenakan perbankan syariah merupakan pilihan yang *komprehensif, progresif*, dan menguntungkan. Dari sisi bunga, di saat Bank Indonesia menaikan BI *rate* menjadi 9,5% perbankan syariah tidak bisa mengikuti kenaikan suku bunga tersebut. Akibatnya, bank syariah menjadi kurang menarik untuk nasabah menaruh uangnya. Sementara di bank konvensional, kenaikan BI *rate* langsung direspon dengan menaikkan kembali bunganya mencapai 14% hingga 15%. Apalagi suku bunga Lembaga Penjaminan Simpanan (LPS) juga sudah mengalami kenaikan 10%. Hal yang sama sekali tak bisa dilakukan bank syariah.

Penelitian tentang kinerja keuangan antara bank syariah dan bank konvensional telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Akan tetapi penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Letak perbedaan tersebut antara lain. Pertama, penelitian ini berbeda dari segi objek penelitian dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya menggunakan satu objek sedangkan penelitian ini menggunakan lima objek bank syariah dan lima objek bank konvensional dengan menggunakan

analisis diskriminan. Kedua, Penelitian ini berbeda dari segi tahun amatan dengan penelitian sebelumnya. dalam penelitian ini mengambil tahun pengamatan tahun 2012 sampai 2015.

Fungsi laporan keuangan pada perbankan dapat menunjukkan kinerja yang telah dicapai perbankan pada suatu waktu. Kinerja keuangan tersebut dapat diketahui dengan menghitung rasio-rasio keuangan sehingga dapat diukur prestasi suatu perbankan. Alat yang biasa digunakan untuk mengetahui kinerja tersebut adalah dengan menggunakan analisis rasio, analisis yang digunakan yaitu rasio *likuiditas, solvabilitas, rentabilitas, dan operasi/efisiensi usaha*. Analisis rasio ini merupakan teknik analisis untuk mengetahui hubungan antara pos-pos tertentu dalam neraca maupun laporan rugi laba bank secara individual maupun secara bersama-sama. Laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan memang memberikan informasi posisi dan kondisi keungan perusahaan akan tetapi laporan tersebut perlu dianalisis lebih lanjut dengan alat analisa keuangan yang ada untuk mendapatkan informasi yang lebih berguna dan lebih spesifik dalam menjelaskan posisi dan kondisi keuangan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Menganalisis *Rasio LDR, NPL, CAR, NIM, ROE, ROA, BOPO dan KAP* pada Bank Konvensional dan Bank Syariah. 2) Menganalisis pengaruh *Rasio LDR, NPL, CAR, NIM, ROE, ROA, BOPO dan KAP* terhadap jenis bank. 3) Menganalisis perbedaan rasio keuangan terhadap Bank Konvensional dan Bank Syariah.

Bank Secara Umum

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentukbentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat (Booklet Perbankan Indonesia, 2014).

Bank yaitu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya (Kasmir, 2012:12)

Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Berdasarkan statusnya, bank dapat diklasifikasikan menjadi:

Bank Umum Konvensional

Bank Konvensional adalah bank yang dalam menentukan harganya menetapkan suatu tingkat bunga tertentu, baik untuk dana yang dikumpulkan menupun disalurkan (Hendro dan Rahardja, 2014:125). Bank Umum adalah bank yang melakukan kegiatan usahanya secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan

menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Booklet Perbankan Indonesia, 2014). Bank Syariah adalah bank umum yang melaksanakan usaha berdasarkan prinsip – prinsip syariah sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 6/24/PBI/2004 yang diterbitkan pada tanggal 14 Oktober 2004 (Hendro dan Rahardja, 2014:180). Bank syariah dalam menjalankan operasionalnya tidak mengenal bunga tetapi menggunakan sistem yang dinamakan sistem bagi hasil, sehingga bunga dalam perbankan syariah ditiadakan dan diganti dengan yang dinamakan sistem bagi hasil. Sedangkan bunga dalam perbankan islam dinamakan riba dan hal tersebut dianggap haram sehingga bank syariah tidak menggunakan sistem tersebut dalam opersionalnya.

Sistem bagi hasil dalam bank syariah adalah ketika pemilik modal (*surplus spending unit*) bekerja sama dengan pengusaha (*deficit spending unit*) untuk melakukan kegiatan usaha. Apabila kegiatan usaha menderita kerugian, kerugian ditanggung bersama. Sistem bagi hasil menjamin adanya keadilan dan tidak ada pihak yang terekploitasi (didzalimi).

Sistem bagi hasil dapat berbentuk *musyarakat* atau *mudharabah* dengan berbagai variasinya (Ascarya, 2006:26).

Analisa Rasio Keuangan

Di antara alat-alat analisa keuangan yang sering digunakan untuk mengukur kelemahan serta kekuatan yang dihadapi oleh perusahaan di bidang keuangan adalah analisa rasio. Analisa rasio keuangan digunakan sebagai alat penilaian laporan keuangan dengan cara membandingkan data keuangan yang berasal dari neraca dan laporan laba rugi. Ada beberapa pengertian analisa rasio yang dikemukakan oleh beberapa ahli. Menurut Riyanto (2000) yang dimaksud analisa rasio hanyalah alat yang dinyatakan dalam *arithmetical term* yang dapat digunakan untuk hubungan antara dua macam data *financia*l."

Selanjutnya pengertian analisa rasio seperti yang dikemukakan oleh, Kartadinata (2000) yaitu: "rasio keuangan adalah ukuran tingkat atau perbandingan antara dua *variabel* keuangan." Analisis ini merupakan suatu analisis yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kemampuan perusahaan sehubungan dengan usaha perusahaan untuk memperoleh laba yang maksimal dan juga dalam mengelola perusahaan semaksimal mungkin. Dari hasil analisa ini nantinya akan diketahui tingkat kemampuan perusahaan yang ditunjukkan dalam bentuk angka maupun persentase.

Kemudian Sawir (2005) menyatakan bahwa analisa rasio keuangan menghubungkan unsur-unsur neraca dan perhitungan laba/rugi satu dengan yang lainnya, dapat memberikan gambaran tentang sejarah perusahaan dan penilaian posisinya pada saat ini. Rasio ini memungkinkan manajer mengetahui reaksi *kreditor dan investor*. Penelitian ini terdapat hipotesis yaitu adanya perbedaan kinerja antara bank syariah dan bank konvensional ditinjau dari rasio LDR, NPL, CAR, NIM, ROE, ROA, BOPO dan KAP.

METODE

Definisi Operasional Variabel

Variabel Bebas

a. *Loan to Deposit Ratio (LDR)*

Rumus perhitungan *Loan to Deposit Ratio(LDR*) menurut Surat Edaran Bank Indonesia No 6/23/DPNP tanggal 31 Mei 2004 adalah sebagai berikut :

$$LDR = \frac{Total\ Kredit}{Total\ Dana\ Pihak\ Ketiga} \times 100\%$$

Dari rumus diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut, bahwa "Total Kredit" yang dimaksud merupakan jumlah besar kredit yang disalurkan bank kepada masyarakat. Sedangkan "Total Dana Pihak Ketiga" yang dimaksud adalah jumlah besar dana yang dihimpun bank dari masyarakat *(giro, tabungan, dan deposito)*

b. *Non Performing Loan (NPL)*

Besarnya NPL suatu bank dapat dihitung dengan rumus berikut. (Wisnu Mawardi, 2005:55).

$$NPL = \frac{Kualitas\ Produktif\ Bermasalah}{Aktiva\ Produktif} \times 100\%$$

c. *Capital Adequacy Ratio (CAR)*

Besarnya *CAR* suatu bank dapat dihitung dengan rumus berikut. (Lukman Dendawijaya, 2009 :144).

$$CAR = \frac{Modal\ Inti + Modal\ Pelengkap}{ATMR\ Neraca + ATMR\ Rekening\ Administratif} \times 100\%$$

d. *Net Interest Margin (NIM)*

Rumus Perhitungan *Net Interest Margin (NIM)* menurut Surat Edaran Bank Indonesia No 6/23/DPNP tanggal 31 Mei 2004 adalah sebagai berikut :

$$NIM = \frac{Pendapatan\ Bunga\ Bersih}{Aktiva\ Produktif} \times 100\%$$

Dari rumus diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut, bahwa "Pendapatan Bunga Bersih" yang dimaksud merupakan hasil dari pendapatan bunga dikurangi dengan beban bunga. Sedangkan "*Aktiva Produktif"* yang dimaksud adalah rata-rata *aktiva produktif yang* digunakan, terdiri dari *giro* pada bank lain, penempatan pada bank lain dan Bank Indonesia, *surat-surat berharga, surat-surat berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali*, *Obligasi Pemerintah, wesel ekspor dan tagihan lainnya, tagihan derivatif, pinjaman dan pembiayaan syariah/piutang, tagihan kseptasi, penyertaan saham serta komitmen dan kontinjensi yang berisiko kredit.*

e. *Return On Equity (ROE)*

Dalam penelitian ini saya menghitung *ROE* dengan menggunakan rumus :

$$ROE = \frac{Net\ Income}{Total\ Equity}$$

f. *Return On Asset (ROA)*

Rumus perhitungan *Loan to Deposit Ratio(LDR)* menurut Surat Edaran Bank Indonesia No 6/23/DPNP tanggal 31 Mei 2004, bahwa dari rumus diatas dapat dijelaskan sebagai berikut, "Laba Sebelum Pajak" yang dimaksud merupakan jumlah laba bersih dari kegiatan operasional sebelum dikurangi pajak.

Sedangkan "Total Asset" yang dimaksud adalah rata-rata volume usaha atau aktiva.

$$ROA = \frac{Laba\ Sebelum\ Pajak}{Total\ Asset} \times 100\ \%$$

g. *Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO)* Secara matematis *BOPO* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$BOPO = \frac{Biaya\ Operasional}{Pendapatan\ Operasional}$$

h. *Kualitas Aktiva Produktif (KAP)* Menurut Lukman Dendawijaya (2009:153) Mengemukakan bahwa salah satu komponen dalam penilaian *factor kualitas aktiva produktif (KAP)* dalam ketentuan yang lama adalah perbandingan (rasio) antara *penyisihan penghapusan aktiva produktif (PPAP)* dan jumlah *aktiva produktif yang diklasifikasikan (APYD).*

$$KAP = \frac{PPAP}{PPYD}$$

Variabel Terikat

Sebagai variabel terikat adalah jenis bank dimana dari penelitian ini Bank Konvensional diberi kode 1 dan Bank Syariah diberi kode 0.

Populasi dan Teknik Penarikan Sampel

Adapun yang dimaksud dengan populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro dan Supomo,2002:115). Atau dengan kata lain, populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian. Sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Populasi pada penelitian ini adalah industri perbankan yang telah *go public* di Indonesia, dengan alasan karena bank mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian, sehingga tingkat kesehatan bank harus dipelihara. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terctat di BEI sampai akhir tahun 2015 yaitu sebanyak 5 bank konvensional dan 5 bank syariah, yaitu: Bank BNI, Bank Mandiri, Bank BRI, Bank BTN, Bank Mega, Bank BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah, Bank BRI Syariah, Bank Muamalat, dan Bank Mega Syariah.

Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Penggunaan metode *purposive sampling* dilakukan agar sampel memenuhi kriteria untuk diuji sehingga hasil analisis data dapat digunakan untuk menjawab masalah penelitian (Indriantoro dan Supomo, 2002:131).

Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

a. Perusahaan tercatat sebagai perusahaan perbankan di BEI berturut-turut selama periode 2012-2015
b. Perusahaan menerbitkan laporan keuangan yang berakhir per 31 Desember.
c. Bank konvensional dan bank syariah yang sudah go public

Sekarang ada 10 sampel bank, dengan periode antara selama 6

tahun yang dimulai dari tahun 2012-2015, sekarang jumlah amatan menjadi: 4 tahun x 10 bank = 40 amatan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis diskriminan yaitu untuk menguji variabel-variabel yang berpengaruh terhadap jenis bank. Hipotesis dengan α sebesar 10%. Dari analisis diskriminan tersebut akan diketahui variabel-variabel yang *signifikan* berpengaruh terhadap jenis bank. Dalam hal ini persamaan diskriminan dapat di formulasikan sebagai berikut:

$$Z = \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 \ldots\ldots\ldots + \alpha_i X_i$$

Uj Hipotesis

a. Uji F *(F-test)*

Uji F dilakukan untuk pengujian masing-masing variabel. Hipotesis yang dilakukan:

Ho : Group means dari masing-masing kelompok adalah relatif sama.

H1 : Group means dari masing-masing kelompok memiliki perbedaan secara nyata.

Jika *Sig < 0,10* maka *Ho* ditolak, yang berarti ada perbedaan antar group.

Jika *Sig > 0,10* maka *Ho* tidak ditolak, yang berarti *group means* masing-masing kelompok relatif sama. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antar group.

b. Pengujian Variansi dari setiap variabel.

Analisis diskriminan mempunyai asumsi bahwa:

1) Variansi variabel bebas untuk setiap group seharusnya sama.
2) Variansi diantara variabel-variabel bebas seharusnya juga sama Hipotesis yang diajukan:

Ho : *Group covariance matrices* adalah *relative* sama.

H1 : *Group covariance matrics* adalah berbeda secara nyata.

Jika *Sig* < 0,10 maka Ho ditolak Jika *Sig* > 0,10 maka Ho tidak ditolak, yang berarti bahwa group *covariance* matrics adalah *relative* sama dan data dianggap telah memenuhi asumsi analisis *diskriminan* sehingga proses dapat diajukan.

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

Hasil analisis diskriminan adalah sebagai berikut :

1. Uji Kesamaan matriks *varians-covarians*(homoskedastisitas) dapat dilihat pada Tabel 1.

Berdasarkan hasil Box's M menunjukkan bahwa nilai signifikansi F lebih besar dari □ = 10% (0,512 > 0,1), yang berarti bahwa kovarians dalam setiap kelompok adalah homogen, sehingga memenuhi asumsi kovarians dalam analisis diskriminan.

2. Uji Kesamaan Rata-rata Group

Tabel 2 adalah hasil pengujian untuk setiap variabel bebas yang ada. Keputusan dapat diambil lewat dua cara : a. Dengan angka Wilk's Lambda Angka Wilk's Lambda berkisar 0 sampai 1. jika angka mendekati 0 maka data tiap grup cenderung berbeda, sedang jika

angka mendekati 1, maka data tiap grup cenderung sama. Dari tabel terlihat angka Wilk's Lambda berkisar antara 0,580 sampai 1,000, dari kolom Sig bisa dilihat bahwa variabel NPL, CAR dan ROE cenderung tidak berbeda. Hal ini berarti NPL, CAR dan ROE kinerja bank ternyata tidak berbeda secara nyata. Hanya disini kriteria mendekati angka 1 adalah sulit ditentukan secara pasti, karena hampir semua variabel di atas mempunyai angka Wilk's Lambda yang besar, namun tiga variabel yang tidak lolos. Untuk itu, pengujian dengan ANOVA, yang dibahas dibawah ini, lebih mudah dilakukan.

b. Dengan F Test

Yaitu dengan melihat angka Sig.

1) Jika Sig > 0,10 berarti tidak ada perbedaan antar grup.
2) Jika Sig < 0,10 berarti ada perbedaan antar grup.

Analisis dengan menggunakan uji F :

1) Variabel LDR, angka Sig adalah dibawah 0,10 (0,007). Hal ini berarti ada perbedaan antar grup.
2) Variabel NPL, angka Sig adalah di atas 0,10 (0,072). Hal ini berarti ada perbedaan antar grup.
3) Variabel CAR, angka Sig adalah di atas 0,10 (0,406). Hal ini berarti tidak ada perbedaan antar grup. Kesimpulan ini sama dengan jika berpatokan pada angka Wilk's Lambda yang hampir mendekati 1 untuk variabel CAR.
4) Variabel NIM, angka Sig adalah dibawah 0,10 (0,046). Hal ini berarti ada perbedaan antar grup.
5) Variabel ROE, angka Sig adalah di atas 0,10 (0,982). Hal ini berarti tidak ada perbedaan antar grup. Kesimpulan ini sama dengan jika berpatokan pada angka Wilk's Lambda sebesar 1 untuk variabel ROE.
6) Variabel ROA, angka Sig adalah dibawah 0,10 (0,000). Hal ini berarti ada perbedaan antar grup.
7) Variabel BOPO, angka Sig adalah di bawah 0,10 (0,001). Hal ini berarti ada perbedaan antar grup.
8) Variabel KAP, angka Sig adalah dibawah 0,10 (0,000). Hal ini berarti ada perbedaan antar grup.

Dari delapan variabel, ada lima variabel yang berbeda secara signifikan untuk dua grup diskriminan, yaitu LDR, NPL, NIM, ROA, BOPO dan KAP. Dengan demikian kinerja bank konvensional dan kinerja bank syariah dipengaruhi oleh LDR, NPL, NIM, ROA, BOPO dan KAP bank yang bersangkutan.

3. Pembuatan Model Diskriminan

Ada dua pendekatan yang digunakan yaitu : *direct* method dan *Stepwise discriminant analysis*. *Direct method* meliputi estimasi koefisien fungsi diskriminan dimana seluruh variabel bebas terlibat. Metode kedua yaitu *Stepwise discriminant analysis* yaitu variabel bebas diikutsertakan secara berurutan, didasarkan pada kemampuannya untuk mendiskriminasi antar kelompok.

Tabel *Group Statistics* pada tabel 3 dasarnya berisi data statistik (Deskriptif) yang utama, yakni rata – rata dan standar deviasi, dari kedua grup kinerja bank. Sebagai contoh kinerja yang termasuk bank syariah mempunyai LDR rata – rata 126,7380% sedangkan kinerja yang termasuk bank konvensional mempunyai LDR rata – rata 75,2300 dari tabel di atas juga terlihat ada 20 bank yang tergolong bank syariah, sedangkan 20 bank lainnya tergolong bank konvensional. Jika melihat semua variabel (LDR, NPL, CAR, NIM, ROE, ROA, BOPO dan KAP) terisi angka 20 atau 20 semuanya, maka pada kasus ini tidak ada data yang hilang *(missing)* sehingga total data untuk semua variabel adalah 40 buah.

Tabel 4 ini menyajikan variabel mana dari delapan variabel yang bisa dimasukan dalam persamaan diskriminan. Pada tahap ini variabel ROA adalah yang pertama terpilih karena angka F hitung variabel ROA mencapai 27,472 dan variabel kedua yang terpilih adalah KAP dengan angka F hitung variabel KAP mencapai 29,174, ketiga yang terpilih adalah LDR dengan angka F hitung variabel LDR mencapai 35,611.

Tabel 5 dan tabel selanjutnya sebenarnya hanyalah perincian (detail) dari proses *stepwise* pada tabel sebelumnya. Pada step satu variabel ROA adalah variabel yang masuk ke dalam model diskriminan. Hal ini disebabkan variabel tersebut mempunyai angka Sig of F to Remove yang paling sedikit yakni 0.000 (jauh dibawah 0.10). Kemudian pada step dua, dimasukan variabel kedua, yakni KAP. Variabel tersebut memenuhi syarat, karena mempunyai angka *Sig of F to Remove* di bawah 0,10 yakni 0,000. Pada step ketiga, yakni LDR. Variabel tersebut juga memenuhi syarat, dengan angka *Sig of F to Remove* di bawah 0,005 yakni 0,000. perhatikan perubahan angka pada variabel KAP dan LDR seiring dengan masuknya variabel ketiga, yakni variabel LDR.

Tabel 6 adalah kebalikan dari tabel sebelumnya, dimana pada tabel ini justru yang ditayangkan adalah proses pengeluaran variabel secara bertahap. Pada step 0 (keadaan awal), kedelapan variabel secara lengkap ditayangkan dengan angka. *Sig of F to Remove* sebagai factor penguji. Terlihat angka Sig of F to Remove yang terkecil adalah pada variabel ROA (0,000). Maka variabel ROA dikeluarkan dari Step 0 tersebut yang berarti variabel tersebut bukan termasuk variabel yang tidak dianalisis. Pada Step 1 sekarang terlihat tujuh variabel, dan terlihat angka Sig of F to Remove yang terkecil adalah pada variabel KAP yakni 0,000. Maka variabel KAP dikeluarkan dari Step 1 tersebut yang berarti variabel tersebut bukan termasuk variabel yang tidak dianalisis. Pada step 2 sekarang terlihat ada enam variabel, dan terlihat variabel LDR tersebut mempunyai angka *Sig of F to Remove* 0,000 Maka variabel LDR dikeluarkan dari Step 2 tersebut yang berarti variabel tersebut bukan termasuk variabel yang tidak dianalisis. Pada step 3 ada dua variabel yaitu NPL, CAR, NIM, ROE dan BOPO dan kelimanya tidak memenuhi syarat, sehingga dikeluarkan, yang berarti kelimanya tidak termasuk pada variable *not in*

the analysis, atau variabel yang tidak dianalisis lebih lanjut.

Wilk's lambda pada prinsipnya adalah varians total dalam discriminant scores yang tidak bisa dijelaskan oleh perbedaan diantara grup–grup yang ada. Pada tabel 7 yang terdiri atas tiga tahap, yang terkait dengan satu variabel yang secara berurutan dimasukan pada tahapan analisis sebelumnya. Pada step satu jumlah variabel yang dimasukan ada satu (ROA) dengan angka Wilk's Lambda adalah 0,580. hal ini berarti 58% varians tidak dapat dijelaskan oleh perbedaan antar grup-grup. Kemudian pada step 2, dengan tambahan variabel (KAP) angka Wilk's Lambda turun menjadi 0,388, pada step 3 angka itu turun lagi menjadi 0,252. Penurunan angka Wilk's Lambda tentu baik bagi model diskriminan karena varians yang tidak bisa dijelaskan juga semakin kecil (dari 58,0% menjadi 25,2%).

Dari kolom F dan Signifikasinya, terlihat baik pada pemasukan variabel 1, 2 dan 6, semuanya adalah signifikan secara statistic. Hal ini berarti ketiga variabel tersebut (ROA, KAP dan LDR) memang berbeda untuk kedua bank syariah dan konvensional.

Pada tabel 8 berisikan tentang *Canocanical correlation* yang mengukur keeratan hubungan antara diskriminan score dengan grup (dalam hal ini, karena ada dua kategori kinerja, maka ada dua grup). Angka 0,865 menunjukkan keeratan tinggi, dengan ukuran skala asosiasi antara 0 sampai 1.

Tabel 9 menyatakan angka akhir Wilk's Lambda, yang sebenarnya sama saja dengan angka terakhir dari step 3 pembuatan model diskriminan. Angka *Chi Square* sebesar 50,303 dengan tingkat signifikasi yang tinggi menunjukkan perbedaan yang jelas antara dua grup kinerja bank syariah dan bank konvensional.

Tabel 10 merupakan *Structure Matrix* menjelaskan korelasi antara variabel independent dengan fungsi diskriminan yang terbentuk. Terlihat variabel ROA paling erat hubungannya dengan fungsi diskriminan, diikuti oleh variabel KAP, NPL, BOPO, LDR, ROE, CAR dan NIM. Hanya disini variabel NPL, BOPO, ROE, CAR dan NIM tidak dimasukkan dalam model diskriminan.

Tabel 11 mempunyai fungsi yang hampir mirip dengan persamaan regresi berganda, yang dalam analisis diskriminan disebut sebagai Fungsi Diskriminan.

zScore = 0,827 LDR – 0,641 ROA + 1,013 KAP

tabel 12 Pada penelitian ini terdapat dua kategori bank, maka disebut Two-Group Discriminant, dimana grup yang satu mempunyai Centroid (Grup Means) negative dan grup yang satunya lagi mempunyai Centroid (Grup Means) positif. Angka pada tabel menunjukkan besaran Z yang memisahkan kedua grup tersebut.

Fungsi *centroids* pada kelompok pada tabel diatas digunakan untuk menentukan nilai *cut-score* pengelompokan bank syariah dan konvensional. Besarnya nilai *cutscore* dihitung dengan menggunakan rumus:

$$Cut\text{-}score = \frac{20(1{,}679) + 20(-1{,}679)}{40} = 0$$

Jadi artinya jika Z-scroe < 0 maka dikelompokkan sebagai bank konvensional dan jika Z-Score > 0 maka dikelompokkam sebagai bank syariah.

Tabel 13 memperlihatkan posisi ke 40 bank, yang dengan model diskriminan menghasilkan 20 bank ada di Grup Bank Syariah dan 20 bank ada di grup Bank Konvensional.

Sama seperti tampilan *Unstandardized (Canocanical)* pada tabel 14, fungsi diskriminandari Fisher pada prinsipnya membuat semacam persamaan regresi, dengan pembagian berdasar kode grup :

Bank yang termasuk kategori Bank Syariah zScore = -12,592 + 0,088 LDR + 1,068 ROA + 24,999 KAP Bank yang masuk kategori Bank Konvensional zScore = -7,653 + 0,039 LDR + 3,677 ROA + 7,745 KAP

4. Proses Perhitungan Ketepatan Prediksi dari Model yang sudah dibuat

Setelah fungsi diskriminan dibuat, kemudian klasifikasi dilakukan, maka selanjutnya akan dilihat seberapa jauh klasifikasi tersebut sudah tepat atau berapa persen terjadi misklasifikasi pada proses klasifikasi tersebut.

Pada bagian original terlihat bahwa bank yang pada data awal adalah tergolong bank syariah dan dari klasifikasi fungsi diskriminan tetap pada kelompok bank syariah, adalah 19 bank. Hal ini dapat dilihat pada tabel 15. Sedangkan dengan model diskriminan bank yang awalnya masuk grup bank syariah ternyata menjadi anggota grup bank konvensional adalah 1 bank. Demikian juga dengan grup bank konvensional yang tetap pada grup konvensional sejumlah 19 bank. Sedang dengan model diskriminan bank yang awalnya masuk grup bank konvensional ternyata menjadi anggota grup bank syariah adalah 1 bank. Dengan demikian ketepatan prediksi dari model adalah : (19 + 19)/40 = 1,00 atau 100%.

Pembahasan

Berikut penjelasan mengenai variabel yang ada perbedaan dan tidak ada perbedaan, yaitu: (1) Variabel LDR, angka Sig adalah dibawah 0,10 (0,007). Hal ini berarti ada perbedaan antar grup. (2) Variabel NPL, angka Sig adalah di atas 0,10 (0,072). Hal ini berarti tidak ada perbedaan antar grup. (3) Variabel CAR, angka Sig adalah di atas 0,10 (0,406). Hal ini berarti tidak ada perbedaan antar grup. Kesimpulan ini sama dengan jika berpatokan pada angka Wilk's Lambda yang hampir mendekati 1 untuk variabel CAR. (4) Variabel NIM, angka Sig adalah dibawah 0,10 (0,046). Hal ini berarti ada perbedaan antar grup. (5) Variabel ROE, angka Sig adalah di atas 0,10 (0,982). Hal ini berarti tidak ada perbedaan antar grup. Kesimpulan ini sama dengan jika berpatokan pada angka Wilk's Lambda sebesar 1 untuk variabel ROE. (6) Variabel ROA, angka Sig adalah dibawah 0,10 (0,000). Hal ini berarti ada perbedaan antar grup. (7) Variabel BOPO, angka Sig adalah di bawah 0,10 (0,001). Hal ini berarti ada perbedaan antar grup. (8) Variabel KAP, angka Sig adalah dibawah 0,10 (0,000). Hal ini berarti ada perbedaan antar grup.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kinerja antara bank syariah dan bank konvensional ditinjau dari rasio LDR, NIM, ROA, BOPO dan KAP, sedangkan rasio NPL, CAR dan ROE tidak terdapat perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional. Tidak terdapatnya perbedaan CAR, karena CAR sangat penting bagi suatu bank karena menunjukkan kemampuan bank dalam mempertahankan modal yang mencukupi dan kemampuan manajemen dalam mengidentifikasi, mengukur, mengawasi, dan mengontrol risiko-risiko yang timbul yang dapat berpengaruh terhadap besarnya modal bank. Tetapi, semakin besar CAR maka dapat mengurangi kemampuan bank dalam melakukan ekspansi usaha karena semakin besarnya cadangan modal yang digunakan untuk menutupi risiko kerugian. Terhambatnya ekspansi usaha akibat tinggi CAR yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja keuangan bank. Tingkat CAR tinggi mencerminkan bank yang terlalu berhati-hati dalam menjalankan operasionalnya. Hal ini menyebabkan bank cenderung mengabaikan kesempatan kegiatan yang berpotensi menghasilkan keuntungan. Ketentuan yang mewajibkan nilai CAR diatas 8% memberikan keuntungan berupa rasa aman dan terminimalisirnya risiko kebangkrutan pada bank. Benefit tersebut dapat mempengaruhi profitabilitas bank serta meningkatkan kepercayaan nasabah. Namun, dengan adanya ketentuan tersebut, strategi maupun langkah bank menjadi terbatasi akibat kewajiban memenuhi tingkat modal pada nilai tertentu. Hal ini berpengaruh pada pendapatan yang mungkin didapat oleh bank dengan memanfaatkan modalnya, tidak untuk dijaga pada tingkat tertentu demi memenuhi peraturan BI, melainkan untuk diutilisasi pada strategi dengan return lebih tinggi. Bank dengan nilai CAR yang rendah akan memiliki biaya yang tinggi dari kemungkinan terjadinya kebangkrutan.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut : Variabel yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah kinerja bank syariah atau bank konvensional adalah LDR, NPL, NIM, ROE, ROA dan KAP. Hal ini dapat dilihat dari setiap analisis awal, baik dari *variable in the analysis* maupun *variable not in the analysis*. Terdapat perbedaan kinerja antara bank syariah dan bank konvensional ditinjau dari rasio LDR, NPL, NIM, ROE, ROA dan KAP, sedangkan rasio CAR dan BOPO tidak terdapat perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional.

Saran

Saran yang dapat diberikan pada penelitian ini yaitu Bank Syariah dan Bank Konvensional diharapkan dapat meningkatkan kinerja keuangannya, karena perolehan laba yang dihasilkan mempengaruhi jumlah investor yang akan menanamkan modalnya, dan rasio tersebut dapat digunakan oleh para

investor sebagai pertimbangan sebelum melakukan investasi pada perusahaan perbankan. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian lebih lanjut, dan agar hasil penelitian lebih baik disarankan untuk menambah variabel lain yang menjadi pembeda kinerja keuangan bank.

DAFTAR RUJUKAN

Ascarya, 2007. *Akad dan Produk Bank Syariah*; Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Bastian, Indra & Suhardjono, 2006, *Akuntansi Perbankan*, Salemba Empat, Jakarta.

Dani, Rafi Ahmad. 2005, *Dilema Penyelamatan dan Penyelesaian Kredit Macet;* Artikel Bank & Manajemen No.84 Juli/Agustus 2005, Jakarta.

Gemala, 2006, *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syari'ah di Indonesia*; PT Elex Media Komputindo, Jakarta.

Hendro dan Rahardja, 2014, *Bank & Institusi Keuangan Non Bank Indonesia*; STIE YKPN, Jakarta.

Indriantoro, Supomo, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen;* Yogyakarta.

Kartadinata, Abas, 2000, *Akuntansi dan Analisis Biaya*, Rineka, Jakarta.

Kasmir, 2012, *Manajemen Perbankan (Edisi Revisi 2008)*; Rajawali, Jakarta.

Lukman Dendawijaya, 2003, *Manajemen Perbankan;* Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.

Riyanto, Bambang. 2000. *Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan*, BPFE, Yogyakarta.

Sawir, Agnes. 2003, *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*; Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Surat Keputusan Direktur Bank Indonesia Nomor 31/148/KEP/DIR Tanggal 12 Nopember 1998, *Tentang Pembentukan Penyisihan Penghapusan Aktiva Produktif;* Bank Indonesia, Jakarta.

Surat Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/1/PBI/2001, *Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum;* Bank Indonesia, Jakarta.

Umar, Husein, 2000, *Business an Introduction*, PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.

Tabel 1

Test Results

Box's M		75,256
F		1,463
	Approx.	6
	df1 df2	10462,189
	Sig.	,512

Tests null hypothesis of equal population covariance matrices.

Tabel 2

Tests of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df 1	df 2	Sig.
LDR	,822	8,207	1	38	,007
NPL	,917	3,435	1	38	,072
CAR	,982	,705	1	38	,406
NIM	,899	4,261	1	38	,046
ROE	1,000	,001	1	38	,982
ROA	,580	27,472	1	38	,000
BOPO	,728	14,202	1	38	,001
KAP	,620	23,305	1	38	,000

Tabel 3

Group Statistics

Bank		Mean	Std. Deviation	Valid N (listwise) Unweighted	Valid N (listwise) Weighted
Bank Syariah	LDR	126,7380	79,52297	20	20,000
	NPL	2,3545	1,00625	20	20,000
	CAR	14,9355	4,03811	20	20,000
	NIM	14,0795	5,51680	20	20,000
	ROE	19,6900	18,56218	20	20,000
	ROA	1,3085	,65188	20	20,000
	BOPO	83,8035	8,03988	20	20,000
	KAP	,4520	,26275	20	20,000
Bank Konvensional	LDR	75,2300	11,90899	20	20,000
	NPL	1,7235	1,14261	20	20,000
	CAR	15,8025	2,24291	20	20,000
	NIM	9,6030	7,97637	20	20,000
	ROE	19,7920	6,26720	20	20,000
	ROA	2,6750	,96669	20	20,000
	BOPO	74,0835	8,27080	20	20,000
	KAP	,1510	,09335	20	20,000
Total	LDR	100,9840	61,88897	40	40,000
	NPL	2,0390	1,10969	40	40,000
	CAR	15,3690	3,25387	40	40,000
	NIM	11,8412	7,13871	40	40,000
	ROE	19,7410	13,67472	40	40,000
	ROA	1,9918	1,06822	40	40,000
	BOPO	78,9435	9,43623	40	40,000
	KAP	,3015	,24721	40	40,000

Tabel 4

Variables Entered/Removed[a,b,c,d]

Step	Entered	Min. D Squared					
		Statistic	Between Groups	Exact F			
				Statistic	df1	df2	Sig.
1	ROA	2,747	Bank Syariah and Bank Konvensional	27,472	1	38,000	,000
2	KAP	5,992	Bank Syariah and Bank Konvensional	29,174	2	37,000	,000
3	LDR	11,277	Bank Syariah and Bank Konvensional	35,611	3	36,000	,000

At each step, the variable that maximizes the Mahalanobis distance between the two closest groups is entered.

a. Maximum number of steps is 16.

b. Maximum significance of F to enter is .05.

c. Minimum significance of F to remove is .10.

d. F level, tolerance, or VIN insufficient for further computation.

Tabel 5

Variables in the Analysis

Step		Tolerance	Sig. of F to Remove	Min. D Squared	Between Groups
1	ROA	1,000	,000		
2	ROA	,977	,000	2,330	Bank Syariah and Bank Konvensional
	KAP	,977	,000	2,747	Bank Syariah and Bank Konvensional
3	ROA	,968	,000	6,794	Bank Syariah and Bank Konvensional
	KAP	,669	,000	3,540	Bank Syariah and Bank Konvensional
	LDR	,684	,000	5,992	Bank Syariah and Bank Konvensional

Tabel 6

Variables Not in the Analysis

Step		Tolerance	Min. Tolerance	Sig. of F to Enter	Min. D Squared	Between Groups
0	LDR	1,000	1,000	,007	,821	Bank Syariah and Bank Konvensional
	NPL	1,000	1,000	,072	,344	Bank Syariah and Bank Konvensional
	CAR	1,000	1,000	,406	,070	Bank Syariah and Bank Konvensional
	NIM	1,000	1,000	,046	,426	Bank Syariah and Bank Konvensional
	ROE	1,000	1,000	,982	,000	Bank Syariah and Bank Konvensional
	ROA	1,000	1,000	,000	2,747	Bank Syariah and Bank Konvensional
	BOPO	1,000	1,000	,001	1,420	Bank Syariah and Bank Konvensional
	KAP	1,000	1,000	,000	2,330	Bank Syariah and Bank Konvensional
1	LDR	1,000	1,000	,041	3,540	Bank Syariah and Bank Konvensional
	NPL	,975	,975	,437	2,856	Bank Syariah and Bank Konvensional
	CAR	,926	,926	,085	3,303	Bank Syariah and Bank Konvensional
	NIM	,890	,890	,004	4,372	Bank Syariah and Bank Konvensional
	ROE	,689	,689	,013	3,966	Bank Syariah and Bank Konvensional
	BOPO	,429	,429	,828	2,756	Bank Syariah and Bank Konvensional
	KAP	,977	,977	,000	5,992	Bank Syariah and Bank Konvensional
2	LDR	,684	,669	,000	11,277	Bank Syariah and Bank Konvensional
	NPL	,445	,445	,008	8,175	Bank Syariah and Bank Konvensional
	CAR	,885	,885	,476	6,133	Bank Syariah and Bank Konvensional
	NIM	,856	,851	,003	8,734	Bank Syariah and Bank Konvensional
	ROE	,645	,645	,208	6,440	Bank Syariah and Bank Konvensional
	BOPO	,319	,319	,031	7,358	Bank Syariah and Bank Konvensional
3	NPL	,442	,384	,056	12,965	Bank Syariah and Bank Konvensional
	CAR	,769	,573	,461	11,516	Bank Syariah and Bank Konvensional
	NIM	,757	,605	,167	12,136	Bank Syariah and Bank Konvensional
	ROE	,638	,638	,174	12,107	Bank Syariah and Bank Konvensional
	BOPO	,217	,217	,810	11,302	Bank Syariah and Bank Konvensional

Tabel 7

Wilks' Lambda

Step	Number of Variables	Lambda	df1	df2	df3	Exact F			
						Statistic	df1	df2	Sig.
1	1	,580	1	1	38	27,472	1	38,000	,000
2	2	,388	2	1	38	29,174	2	37,000	,000
3	3	,252	3	1	38	35,611	3	36,000	,000

Tabel 8

Eigenvalues

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	2,968[a]	100,0	100,0	,865

a. First 1 canonical discriminant functions were used in the analysis.

Tabel 9

Wilks' Lambda

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1	,252	50,303	3	,000

Tabel 10

Structure Matrix

	Function
	1
ROA	-,494
KAP	,455
NPL[a]	,432
BOPO[a]	,333
LDR	,270
ROE[a]	-,219
CAR[a]	-,207
NIM[a]	-,046

Pooled within-groups correlations between discriminating variables and standardized canonical discriminant functions
Variables ordered by absolute size of correlation within function.

a. This variable not used in the analysis.

Tabel 11

Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function
	1
LDR	,827
ROA	-,641
KAP	1,013

Tabel 12

Functions at Group Centroids

Bank	Function
	1
Bank Syariah	1,679
Bank Konvensional	-1,679

Unstandardized canonical discriminant functions evaluated at group means

Tabel 13

Prior Probabilities for Groups

Bank	Prior	Cases Used in Analysis	
		Unweighted	Weighted
Bank Syariah	,500	20	20,000
Bank Konvensional	,500	20	20,000
Total	1,000	40	40,000

Tabel 14

Classification Function Coefficients

	Bank	
	Bank Syariah	Bank Konvensional
LDR	,088	,039
ROA	1,068	3,677
KAP	24,999	7,745
(Constant)	-12,592	-7,653

Fisher's linear discriminant functions

Tabel 15 Classification Results[b,c]

			Predicted Group Membership		
		Bank	Bank Syariah	Bank Konvensional	Total
Original	Count	Bank Syariah	19	1	20
		Bank Konvensional	1	19	20
	%	Bank Syariah	95,0	5,0	100,0
		Bank Konvensional	5,0	95,0	100,0
Cross-validated[a]	Count	Bank Syariah	19	1	20
		Bank Konvensional	1	19	20
	%	Bank Syariah	95,0	5,0	100,0
		Bank Konvensional	5,0	95,0	100,0

a. Cross validation is done only for those cases in the analysis. In cross validation, each case is classified by the functions derived from all cases other than that case.

b. 95 ,0% of original grouped cases correctly classified.

c. 95 ,0% of cross-validated grouped cases correctly classified.

Pelanggengan Utopia?
: Membuhul Ekonomi Islam dengan Teologi Pembebasan

Subagyo
FE Universitas Negeri Malang
Tiwi Nurjannati Utami
FPIK Universitas Brawijaya
Email: caksubagyo@gmail.com; tiwi@ub.ac.id

Abstrak: Naquib Mahfouz pernah mengatakan *"Demi mawar, duri-duri disirami"*, William Shakespeare pun pernah berujar *"What's in a name? That which we call a rose by any other name would smell as sweet"*. Bau wangi *(smell as sweet)* itu ada disini. Bau wangi yang terhirup dari *homo islamicus, Razy's Pyramid,* moralitas, etika, nilai, ekonomi Islam (EI) dan teologi pembebasan. Dipanggil apapun prinsip ini dengan sebutan apapun, baunya tetap akan wangi *(smell as sweet)*. Jangan terlalu *risau* dengan predikat. EI membutuhkan *homo islamicus*, bangunan keilmuan *(body of knowledge)* secara filosofis lalu praktis, dan teologi pembebasan. Teologi pembebasan sebagai upaya untuk menjaga *rose* dan *it's smell.* "Demi mawar, duri-duri disirami-*dengan teologi pembebasan*". Jika tidak, lalu apakah yang terjadi atas nasib *rose* dan *it's smell*, mencampakannya? Kebutuhan atas bangunan keilmuan pada *at the cognitive level* dan sekaligus *at the practical level* mesti segera dicukupkan. Komitmen kepada tatanan sosial yang adil, egaliter dan nir eksplotasi perlu juga ditegakkan. Kombinasi antara refleksi dan aksi, antara iman dan amal perlu realisasi. Puisi Widji Tukul *"Hanya satu kata LAWAN!",* kita gubah *"Hanya satu kata KERJAKAN?"*. Atau kita bermufakat untuk melanggengkan *utopia*?

Kata kunci: EI, keadilan, teologi pembebasan, ekonomi, moral, etika

'Pelipatan' Ekonomi Islam

Wacana Ekonomi Islam (EI), baik berupa pembeberan maupun penuturan sebagian besar memiliki kesan adanya 'pelipatan' substansi secara nyata. Pelipatan tersebut terwujud dalam konsep *"riba"*. Bahwa EI merupakan ekonomi yang tegas melarang *"riba"* adalah benar, namun EI bukanlah sekedar *"riba"* dan *"riba"* bukanlah sekedar larangan atas pembebanan bunga *(interest)*. EI jauh lebih luas secara substansial daripada wacana tersebut.

Dalam tataran realitas, manifestasi EI dalam kenyataannya masih sebatas pada institusi keuangan Islam, baik perbankan maupun non perbankan, yang dalam operasional institusi tersebut juga masih melakukan 'pelipatan' substansi dengan (hanya) mengkreasi instrumen-instrumen pendanaan atau utang yang disesuaikan dengan prinsip

EI terkait dengan bunga. Titik tekan (saat ini) masih sebatas pada instrumen yang bebas riba!

Melihat 'pelipatan' ini, purbasangka tidak bisa dihindari. Apakah 'pelipatan' ini sebagai sebuah desain sadar untuk menengelamkan substansi EI yang sesungguhnya penuh dengan semangat pembebasan? Sebuah upaya sadar (dan sungguh-sunguh) untuk membuat kerdil semangat pembebasan. Kecurigaan ini jika dilanjutkan, akan mewujud pada praduga adanya upaya sungguh-sungguh untuk mencegah EI menganggu status quo atas kekokohan hegemoni dari sistem ekonomi *mainstream* dan hegemoni kepentingan kekuasaan.

Kusam, Gugatan dan *Terapis*

Upaya 'pelipatan' EI, tampaknya juga sedang membangun hegemoni-nya sendiri. Dengan memberikan suatu sketsa bahwa EI telah tampil sebagai sistem ekonomi alternatif dan sebagai sistem alternatif bisa hidup penuh kedamaian dengan sistem ekonomi mainstream, (hanya) dengan mengkreasikan instrumen bebas riba. "Pelipatan' yang terus menerus (masih) mendapatkan sanjungan dari "semesta". Meskipun Daly & Sida (2016), menemukan kenyataan bahwa institusi keuangan Islam belum mampu memberikan kontribusi pertumbuhan ekonomi seperti halnya bank konvensional. Sangat disayangkan jika EI mengalami pengerdilan substansi serta kusam-nya kontribusi.

Disamping ihwal 'pelipatan' dan kusam-nya kontribusi, muncul gugatan, apakah EI hanyalah merupakan gerak evolusi berwujud islamisasi ekonomi atau adaptasi dan transformasi institusi sosial Islam dalam praktek ekonomi modern. (Nasr, 1989). Ataukah EI hanya sekedar mengambil jalan sebagai *"therapeutizatian of the economic",* dimana EI mengambil peran sebagai 'terapis' yang membasmi patalogi dan penyakit yang menggerogoti ekonomi mainstream. (Thomson, 1997).

Ihwal 'pelipatan', kusam-nya kontribusi, gugatan atas EI, ditambah lagi dengan kondisi keterjebakan EI. Keterjebakan yang dimaksud adalah EI terlalu terobsesi untuk berproses mengkreasi lembaga dan instrumen keuangan bebas-riba dan bukan berproses untuk menjadikan EI sebagai suatu "pandangan hidup" yang mengatur hubungan antara manusia dan lingkungan dalam aktivitas ekeonomi. (Andriansyah, 2012).

Keempat perkara itulah, 'pelipatan substansi', kusam-nya kontribusi, gugatan islamisasi dan keterjebakan yang melandasi pemikiran untuk berikhtiar 'membuka lipatan' substansi EI dan upaya membuhul atau membuat simpul ikatan antara EI dengan Teologi Pembebasan.

PEMBAHASAN

Muatan Tulisan

Bagian Kesatu

***Homo Islamicus* dan Ekonomi Islam**

Dalam EI, manusia dikonsepkan sebagai *homo islamicus* (Adas, 2006) yang dalam "hampir semua hal" berseberangan dengan konsep manusia sebagai *homo economicus*. Manusia sebagai *homo islamicus* selalu melakukan kombinasi antara tujuan kapitalis dengan tujuan *politico-religius*, dimana *homo islamicus* berusaha mencari kekayaan sebesar-besarnya dengan memberikan

kebaikan kepada agama, masyarakat, tanggung jawab sosial dan *altruistic*.

Konsep *homo islamicus* merupakan pembatasan atas homo economicus, dimana ada kebebasan bagi manusia untuk mengusahakan perolehan kekayaan sebesar-besarnya, namun kekayaan yang dihasilkan tersebut harus memiliki "spiritual gain" (Nasr, 1989) bagi diri dan agama-nya, kekayaan yang diperolehnya mesti memiliki manfaat bagi masyarakat, memiliki tanggung jawab sosial (baik dalam pengusahaan dan hasil), serta manusia homo islamicus harus memiliki semangat altruistic.

Yang menjadi ganjalan adalah, apakah konsep homo islamicus tersebut mesti merujuk pada status muslim atau *"islamicus"* sebagai nilai? Ketika dihubungkan dengan gugatan islamisasi atau transformasi institusi Islam dalam aktivitas ekonomi (seperti dijelaskan diatas), maka selayaknya "islamicus" dimaknai sebagai nilai-nilai Islam. Sehingga *homo islamicus* merupakan manusia yang berkharakter *islamicus* dalam tindakan tanpa memandang pada aspek keber-agama-an-nya secara formal.

Kaitan EI dengan *homo islamicus* bahwa pelaku ekonomi dalam sistem ekonomi yang diidealisasikan oleh EI merupakan *homo islamicus-homo islamicus* yang tidak hanya mengejar kekayaan secara material tetapi manusia yang juga mengejar *"spiritual gain"*. Manusia yang tidak hanya peduli pada hasil dari pengusahaan kekayaan namun juga memiliki kepedulian atas proses usaha memperoleh kekayaan dan tanggung jawab atas kekayaan yang dimilikinya. Ketiadaan homo islamicus, EI hanya akan tampak berhasil dalam menunjukkan perbedaan secara "ideologis" antara EI dengan *capitalism* dan *socialism*. Ketiadaan *homo islamicus,* EI akan gagal dalam implementasi.

Razy's Pyramid dan Ekonomi Islam

Mendasar pada Razy's Pyramid (Choudhury, 2011:82), *homo islamicus* memiliki piramida kebutuhan sebagai berikut: (1). *Devotion and Servitude. Homo islamicus* memiliki kebutuhan dasar untuk memiliki ketaatan dan penghambaan kepada Tuhan, (2). *Supportive Need. Homo islamicus* memuaskan kebutuhan atas pemenuhan kebutuhan yang mendukung mereka sebagai homo islamicus, (3). *Uprightness*. Homo islamicus membutuhkan ketulusan dan kejujuran dalam jiwa dan tindakan mereka, (4). *Guidance*. Kebutuhan homo islamicus atas petunjuk, bimbingan dan pedoman dalam melakukan tindakan, (5). *Benefaction*. Manusia *homo islamicus* membutuhkan untuk berbuat kebajikan, amal dan derma kepada sesama dan lingkungan-nya.

Razy's Pyramid ini memiliki kesamaan bentuk dengan Teori Hierarki Kebutuhan Maslow, namun dengan perbedaan substansi yang jelas. *Homo islamicus* memiliki hierarki kebutuhan dasar berupa ketaatan dan penghambaan kepada Tuhan. Kebutuhan atas ketaatan dan penghambaan mesti dipenuhi terlebih dahulu sebagai kebutuhan paling dasar dan paling awal mula. Setelah terpenuhi kebutuhan atas ketaataan dan penghambaan, baru homo islamicus memenuhi kebutuhan atas "segala sesuatu" yang bisa mendukung mereka sebagai makhluk *homo*

islamicus. Dilanjutkan dengan pemenuhan kebutuhan akan kejujuran dan ketulusan dalam jiwa dan tindakan mereka. Selanjutnya pemenuhan atas petunjuk, bimbingan dan pedoman sebagai *homo islamicus* dan terakhir pemenuhan atas kebutuhan untuk melakukan kebajikan, derma dan amal.

Razi's Pyramid ini mengayakan EI, bahwa pelaku ekonomi dalam EI, yaitu *homo islamicus* dalam pencapaian hierarki-hierarki kebutuhan-nya didasari pada ketaatan dan penghambaan kepada Tuhan. Ketaatan dan penghambaan menjadi kebutuhan dasar, sebelum homo islamicus berjuang untuk mengejar hierarki kebutuhan berikutnya. Sehingga, sikap dan jiwa yang penuh dengan ketaatan dan penghambaan kepada Tuhan akan membimbing usaha *homo islamicus* dalam melakukan tindakan ekonomi dalam EI.

Razi's Pyramid ini menyisakan ganjalan berupa, bagaimana kebutuhan ketaatan dan penghambaan kepada Tuhan ini mesti dipenuhi oleh *homo islamicus?* Apakah ketaatan dan penghambaan ini bersifat infinite? Bagaimana EI mengambil peran dalam usaha *homo islamicus* dalam memuaskan kebutuhan akan ketaatan dan penghambaan ini? Satu hal yang jelas, bahwa ketaatan dan penghambaan selalu berproses dan bersifat tidak terhingga, baik dalam makna spasial, temporer maupun *volume*.

Choudhury: Instrumen Ekonomi Islam

Choudhury (1999), mesyarahkan bahwa dalam EI terdapat 5 (lima) instrumen dalam EI. Instrumen yang dikatakan oleh Choudhury dapat disebut sebagai Prinsip EI. Kelima prinsip tersebut adalah: (1). *Abolition of interest*, (2). *Profit-sharing under economic cooperation between labour and capital,* (3). *Joint venture*, (4). *The institution of charity* dan (5). *Avoidance of wasteful use of resources.*

Abolition of interest dapat dimaknakan sebagai penghapusan bunga. EI merupakan sistem ekonomi yang bebas dari bunga. Dalam EI mengusahakan uang dari uang, *to make money from money* (Samuels, 2014), adalah larangan. Uang harus digunakan dalam kegiatan produktif atau dalam kegiatan perdagangan. Uang dalam Islam bukanlah modal, namun hanyalah *potential capital*. (Sampson, 2013).

Jika kata *abolition* disendirikan dan dipisah dari kata *interest*, maka didapatkan bahwa EI merupakan sistem ekonomi yang melakukan penghapusan budak. EI tidak menghendaki adanya perbudakan manusia atas manusia atau eksploitasi manusia atas manusia. EI mendasarkan pada prinsip dan norma yang bersumber dari Islam untuk keselamatan dan kesejahteraan manusia. (Langton, 2011:33). EI memberikan kebebasan seseorang bebas mengembangkan keahliannya, memperoleh kekayaan dengan keahlian-nya, namun tidak boleh dengan jalan menindas orang lain. (Asnawiyah, 2013).

Profit-sharing under economic cooperation between labour and capital. Konsep *Profit-sharing* dalam EI, diapresiasi oleh Robert Shiller, penerima Nobel Ekonomi, dengan mengatakan bahwa *profit-sharing* memiliki kontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi dan mendorong

adanya solidaritas sosial. (Ng, 2015:2). *Profit-sharing* juga bisa menjadi instrumen dalam integrasi sosial. *Profit-sharing* juga mendorong interaksi manusia dan kerjasama (cooperation) antar pelaku ekonomi. (Ng, 2015:2).

Joint venture. Dalam EI kerjasama *(cooperation)* merupakan prinsip yang utama. Bentuk kerjasama yang sesuai dengan EI adalah *joint venture* ini. Kerjasama dengan *joint venture* merupakan ejawantah dari konsep profit-sharing yang bisa menjadi instrumen integrasi sosial. (Ng, 2015:2).

The institution of charity. Keberadaan institusi ini merupakan prinsip dalam EI untuk menjalankan redistribusi kekayaan sebagai perwujudan "keadilan distributif" dalam Islam. Instrumen untuk melakukan redistribusi kekayaan adalah: *awqaf, qard al hassan, sadaqa dan zakah*. (Zulkhibri, 2016). Zakah merupakan manifestasi keadilan distributif dan bentuk atas *ethical market transformation*. (Choudhury, 1999).

Avoidance of wasteful use of resources. Dalam EI perilaku tidak berlebih-lebihan *(moderation)* menjadi prinsip yang penting. (El-Askher, 2006). Sumberdaya mesti dirawat dijamin ketersediaan, kualitas dan keberlanjutan atas ketercukupan untuk masa mendatang. *Homo islamicus* dilarang melakukan eksploitasi berlebihan atas semua sumberdaya. EI mementingkan kelestarian dan *social well-being*. (Choudhury, 2011:186).

Bagian Kedua
Moralitas, Etika, Nilai dan Ekonomi Islam
Moralitas

Moralitas, etika dan nilai merupakan titik sentral dalam EI. (Choudhury, 2011:54). Moralitas terkait dengan konsep terkait dengan tugas, kewajiban dan prinsip berperilaku berdasarkan kebajikan *(virtue)*. (Balckburn, 2013). Al-Qaradawi (2010) mengatakan bahwa moralitas bersirkulasi seperti darah dalam sistem EI secara keseluruhan dan dalam ajaran Islam. (Choudhury, 2011:56). JIka moralitas dapat diinternalisasikan, maka pelaku ekonomi akan mengusahakan pencapaian tujuan sosial yang menyeimbangkan antara kebebasan individual dan tanggung jawab sosial. (Ng, 2015:56). Iqtisad merupakan dasar dari aturan moral perilaku dalam Islam. Iqtisad dibedakan atas: praktis *(being practical)* dan etis *(being ethical)*, bertindak sesuai dengan panduan moralitas. (Ng, 2015:57).

Moralitas di-analogi-kan seperti darah oleh Al-Qaradawi. Moralitas-darah ini merupakan moralitas-darah Islam sebagai agama, moralitas-darah EI sebagai bentuk pengejawantahan ajaran agama dan moralitas-darah *homo islamicus* sebagai pelaku ekonomi yang mendasari jiwa tindak-nya dengan ketaatan dan penghambaan kepada Tuhan-nya. Menurut *biologization of the economic* (Thomson, 1997), moralitas-darah ini bersirkulasi dengan membawa spiritual gain dalam Islam itu sendiri sebagai ajaran dan pedoman hidup, dalam EI serta dalam "tubuh" *homo islamicus* sendiri. Tanpa moralitas-darah yang bersirkulasi, punahlah semua.

EI dibangun dari agama dan moral, atau nilai-nilai Islam. (Fang, 2014). EI bergerak dengan landasan nilai-nilai itu. Bahkan jika terjadi kegagalan pasar *(market failure)*,

sesungguhnya yang terjadi adalah kegagalan moral *(morale failure)*. (Reda, 2013). Sehingga moralitas adalah penjaga *(watch dog)* bagi gerak ekonomi dalam EI. Pada faset ini, ganjalan yang muncul adalah jika moralitas adalah penjaga EI, lantas siapa yang menjaga moralitas *homo islamicus?* Siapa dan dengan istrumen apa yang berposisi menjadi pengawas atas moralitas *homo islamicus?* Siapa pemberi sanksi atas hilangnya moralitas?

Etika

Padanan yang sesuai antara etika dengan terminologi Qur'an adalah khuluq. (Ray, 2014). Etika dalam EI memiliki struktur (Ng, 2015:56) sebagai berikut: keadilan *(justice)*, kejujuran *(honesty)*, saling mencintai *(mutual love)*, mendahulukan kepentingan orang lain *(altruism)*, kerjasama *(cooperation)*, empati *(compassion)*, toleransi *(tolerance)*, menghargai kepercayaan dan janji *(honoring trust and covenant)*, sabar dalam kesengsaraan *(patience in adversity)*, menahan diri untuk tidak menyakiti orang lain *(refraining from harm others)*, dan membersihkan hati dari penyakit-penyakit hati, seperti: dengki *(malice)*, iri hati *(jelousy)*, kepura-puraan *(pretensi)*, munafik *(hyprocrisy)*, dan cinta dunia *(love for worldly)*.

Etika dan nilai-nilai kemanusiaan akan merubah prinsip dan praktek ekonomi. Jika ilmu ekonomi diperkaya dengan nilai-nilai ini, maka akan meningkatkan efisiensi, keadilan dan kestabilan, harmoni serta kedamaian. (Islahi, 2014). Sungguh ada keluhuran yang luar biasa, saat etika dan nilai ini di-transformasi dalam implementasi tindak manusia homo islamicus. Jika itu tidak mustahil diterapkan, maka EI akan menjadi sistem ekonomi yang tidak hanya penuh dengan etika namun juga estetika, indah nian. Namun perlu dirawat, agar etika-etika ini tidak lantar hanya sebagai serdadu etika *(warrior ethics)* seperti yang pernah disinyalir oleh Max Weber silam. (Adas, 2006).

Nilai

EI mendasarkan pada prinsip dan norma yang bersumber dari Islam untuk keselamatan dan kesejahteraan manusia. (Langton, 2011:33). Nilai utama dalam Islam adalah keselamatan dan kesejahteraan masyarakat *(welfare of society)* dan keadilan sosial ekonomi *(sosio-economic justice)*. (Askari, 2009: 212). Dan EI harus memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan spiritual dan nilai-nilai Islam. (Askari, 2009:212).

EI memiliki 3 (tiga) konsep, yaitu: keesahaan *(unity)*, wakil Tuhan dimuka bumi *(vicegerency of human beings on earth)* dan kehendak bebas serta tanggung jawab *(free will and responsibility)*. El-Askher, 2006: 55) Sedangkan Khursid (1990) mengatakan bahwa dasar dari EI adalah *tawhid, rububiyyah, khalifah dan tazkiyah*. (Sardar, 1996). Selanjutnya Sardar (1996) juga mengatakan bahwa konsep EI adalah moral, spiritual dan material. EI menerapkan nilai-niai agama Islam dalam kehidupan ekonomi. (Helleiner, 2003).

Persaudaraan *(brotherhood)* dalam Islam merupakan pengorganisasian ruang-ruang sosial dengan pengembangan nilai etis yang bebas namun bertanggung jawab. (Bamyeh, 2008). Ajaran Islam memberikan pengaruh kepada perilaku

ekonomi individual yang akan meberikan konsekuensi pada masyarakat *(sosial outcomes)*. (Reda, 2013). Interaksi EI dilakukan dengan berlandaskan pada kesepakatan antar pelaku ekonomi *(mutual consent)*, yang harus memberikan dan memuaskan *mutual (personal) benefit*, social benefit dan fairness. Bahkan nilai EI perihal harga, dikatakan bahwa harga mesti mewujud dalam kondisi yang *mutual consent*, keadilan, kejujuran, transparansi, belas kasihan dan mengingat Tuhan. (Reda, 2013).

EI dimulai dari kondisi dan kharakteristik manusia *homo islamicus* (Nasr, 1989) yang memiliki implikasi pada konsep keseimbangan antara harmoni sosial dan kebahagiaan material dengan prinsip keesaan Tuhan dan keadilan *(justice)* yang menjadi pedoman bertindak ekonomi. Nilai dan aturan dalam EI berasal dari ajaran Islam, sehingga diharapkan dapat dengan baik membumi (terinternalisasi) dalam sistem keyakinan dan kepercayaan dan menjadi pembimbing normatif sebagai aspek trasedental ketuhanan. (Fang, 2014)

Kekayaan (wealth) dalam EI dijaga dalam sirkulasi yang menciptakan keuntungan sosial dan akumulasi kekayaan disertai dan diimbangi dengan fairness dan belas kasih. (Ray, 2014). EI menuntut adanya *spiritual self-dicipline*, yang akan mewujud menjadi spiritual capital. (Grine, 2013). EI merupakan sistem ekonomi yang sesunguhnya bisa menjamin keadilan, kedamaian, kesejahteraan dan ketentraman. (Abbas, 2009). Suatu sistem ekonomi yang tampak lebih beradab dan manusiawi.

Sesungguhnya paparan atas moralitas, etika dan nilai dalam EI, telah memberikan gambaran atas (setidaknya) ke-indah-permai-an EI. Jika paparan ini dihubungkan dengan pendapat Buchanan (1999) dalam (Choudhury, 2011), Buchanan mengatakan bahwa masalah dalam ekonomi liberal adalah ketakcukupan perhatian atas etika, moralitas, kebudayaan dan nilai. Maka pada dasarnya EI, bisa menjadi sistem ekonomi alternatif, meskipun tidak serta merta bisa menjadi substitusi. Namun setidaknya mampu berperan sebagai *therapeutization of the economic* bagi si sakit *liberal economic*.

Bagian Ketiga
Ilmu Ekonomi, Manajemen Keuangan dan Ekonomi Islam
Ilmu Ekonomi

Menurut Langton (2011:34), dikatakan bahwa ilmu ekonomi adalah ilmu yang mempelajari tindakan manusia dalam kondisi kelangkaan. Tindakan manusia dalam kondisi kelangkaan tersebut, selanjutnya oleh Langton, dipilah menjadi 2 (dua), yaitu: Pertama, menetapkan cita-cita, tujuan, norma dan nilai, dan (2). Kedua, bagaimana mereka mencapai-nya?. Yang kedua adalag bagian teknis dari ilmu ekonomi. Ilmu Ekonomi sesungguhnya merupakan bagian dari moral science. (Ng, 2015:55).

Ilmu ekonomi pada awalnya adalah bagian dari filosofi moral *(philosphy moral)*, yang merupakan bagian dari filosofi terapan *(applied philosphy)*. Dimana keharusan melakukan refleksi atas tindakan ekonomi akan mencapai keputusan terbaik dalam mencapai tujuan. Dan EI kembali mengajak untuk

melakukan refleksi atas tujuan moral dari ilmu ekonomi. (Brant, 2015).

Selanjutnya Brant (2015) mengatakan bahwa *"current curiculum of economic education suffer from a diminutive understanding of human being, [...] economic education has for a long time now worked with a higly abstracted and decontextualized idea of human being thar has absented other dimensions of human concern"*. Ilmu ekonomi sibuk dengan pengisahan perihal teknis dibandingkan dengan teoritisasi moralitas atas pasar, pertukaran dan distribusi.

Ilmu EI memilih jalan yang mana? Berkehendak untuk meniti jalan salah atas ilmu ekonomi saat ini, atau sibuk dengan menjalani "ritual" teknis untuk mencari justifikasi atas instrumen dan institusi keuangan atau menjalani *escapism* dengan mempelajari EI hanya untuk tataran kognitif semata *(at the cognitive level)* atau lebih memihak pada masalah praktis *(at the practical level)*. (Fang, 2014). Semestinya, Ilmu EI tidak mengekalkan terjadinya pemberian lisensi atas kecakapan manusia untuk berbuat tamak dan serakah *(greedy)*. Artinya Ilmu EI mesti mengambil jalan *praxis*.

Manajemen Keuangan

Tujuan dari interaksi keuangan tidak semata-mata untuk kepentingan material. Tetapi dalam EI interaksi keuangan merupakan interaksi yang bertujuan untuk kebahagiaan manusia *(human well-being)*, kehidupan yang baik *(good life)* dengan penekanan pada persaudaraan *(brotherhood)* dan keadilan sosial-ekonomi *(social-economic justice)* serta menuntut keseimbangan antara pemenuhan yang bersifat material dan spiritual. (Fang, 2014).

Manajemen keuangan dalam konsep Islam merupakan proses *inner conversation*. Tidak sekedar mengurusi masalah teknis, tetapi ada proses reflektif dan komtemplatif untuk mengambil keputusan. Ada proses pen-diskusi-an antara moralitas, etika dan nilai dalam proses pengambilan keputusan dengan menjaga perimbangan antara moral, spiritual dan material sebagai konsep EI. (Sardar, 1996). Inilah yang tidak sempat (baca: dianggap tidak penting) untuk dikisahkan dalam pembelajaran manajemen keuangan *(corporate finance)*.

Manajemen keuangan tidak hanya sebagai *rule-following behaviour*, namun mesti menjadi *rule-improving behaviour* dengan mengambil keputusan yang menguatkan atau mungkin merubah struktur organisasi atau relevan atau tidak relevan, menata ulang kendala yang didudukkan sebagai kepantasan/kepatutan/kewajaran dan meng-infus prosedur dengan moralitas, etika dan nilai serta mendesain kebijakan yang sesuai dengan moralitas, etika dan nilai. (Weir, 2012). Manajemen keuangan bukan semata-mata berpikir tentang penciptaan kekayaan *(wealth creation)* namun lebih daripada itu. Manajemen keuangan lahir sebagai instrumen penting untuk penyatuan masyarakat dengan nilai-nilai yang diyakini. (McDaniel, 2008).

Manajamen keuangan sebagai ilmu, mesti menginfiltasi nilai bahwa kekayaan dijaga dalam sirkulasi yang bisa menciptakan keuntungan sosial dan akumulasi kekayaan mesti diimbangi dengan *fainess* dan belas kasih. (Ray, 2014). Keuangan Islam

adalah ekuitas atau *value based* dan bukan *capital based*. (Sampson, 2013). Dalam Islam, uang bukanlah modal namun hanya sebagai *potential capital*. Dalam Islam, ada larangan untuk *to make money from money*. (Samuels, 2014).

Lantas, apakah EI bisa berjalan-jalan sendiri tanpa pelibatan ilmu ekonomi dan manajemen? Tidak bisa! EI harus bersama-sama ber-koloborasi dengan ilmu ekonomi dan manajemen baik dalam tataran kognitif *(at the cognitive level)* maupun dalam ranah praktis *(at the practical level)*. Pertanyaan selanjutnya adalah hegemoni atas ekonomi mainstream masih terjadi dan terus terjadi, baik dalam tataran kognitif dan praktis, apa yang bisa diperbuat dalam kondisi seperti ini? Jika tidak bisa berbuat apa-apa dan mengambil posisi menyerah, maka buatlah kebangaan saat memberikan ijasah bagi mahasiswa sebagai tanda dan lisensi *atas kemampuan dan keahlian total untuk menjadi homo economicus yang sangat tamak dan serakah!*

Bagian Keempat
***Homo Islamicus*, Teologi Pembebasan dan Ekonomi Islam**
Teologi Pembahasan

Islam menekankan keadilan disemua aspek kehidupan, keadilan juga menjadi prinsip EI. (Abbas, 2009, Choudhuey, 1999, Islahi, 2014, McDaniel, 2008, Ray, 2014, Fang, 2014, Nasr, 1989, Reda, 2013, Zulkhibri, 2016, Sardar, 1996, Askari, 2009, El-Askher, 2006, Ng, 2015, dan Langton, 2011). Keadilan tidak akan tercipta tanpa membebaskan golongan masyarakat lemah dan mayarakat marginal dari penderitaan. (Ahmad, 2011). Teologi pembebasan mengabdi untuk perubahan bukan mengabdi kepada kekuasaan dan status quo. Keberpihakan teologi pembebasan kepada mereka yang lemah dan tertindas. Tujuan dasar dari teologi pembebasan adalah persaudaraan yang universal *(universal brotherhood)*, kesetaraan *(equality)* dan keadilan sosial *(social justice)*. Teologi pembebasan menekankan pada aspek praksis, yaitu kombinasi seimbang antara aspek refleksi dan aksi, iman dan amal. (Ahmad, 2011).

Islam menurut pandangan Ali Syari'ati bukanlah agama yang hanya memperhatikan aspek spiritual dan moral, tetapi lebih daripada itu, islam adalah "ibu" dari ideologi emansipasi dan pembebasan. Ideologi pembebasan adalah pantulan pemikiran, sekaligus cerminan dari keadaan nyata, suatu praksis. (Azra, 1996). Teologi pembebasan Islam merupakan usaha praksis pembebasan manusia dari segala sistem ketidakadilan, penindasan dan status quo. Teologi pembebasan diakukan dengan berpijak pada Qur'an dan sejarah praksis pembebasan kenabian. (Abas, 2012).

Masyarakat yang sebagian anggotanya mengeksploitasi sebagian anggota lainnya yang lemah dan tertindas, maka tidak dapat disebut sebagai masyarakat Islam (Enginer, 1999 dalam Firdawati, 2004). Jika agama hendak menciptakan keadilan sosial dan menghindarkan diri dari sekedar pelipur lara dan tempat berkeluh kesah, agama harus mentransformasikan menjadi alat yang baik untuk melakukan perubahan sosial. Semangat Islam sejati adalah komitmen kepada tatanan sosial yang adil, egaliter dan nir eksploitasi. (Firdawati, 2004). Teologi pembebasan berarti pembebasan

manusia dari ketidakadilan, keterbelakangan, kebodohan dan penindasan. Cita-cita agama adalah mengubah tata nilai lama ke dalam tata nilai baru. (Ro'uf, 2007).

Buhulan Ekonomi Islam dan Teologi Pembebasan

Membuhul atau membuat simpul ikatan atas EI dan teologi pembebasan sesungguhnya termasuk didalamnya adalah *homo islamicus*. Homo islamicus sebagai subjek atau aktor dalam EI, sebagai pelaku aktif dalam memberikan tafsir dan membangun *(body of knowledge)*, EI, baik dalam tataran *at the cognitive level* maupun dalam tataran *at the practical level*. *Homo islamicus* sekaligus sebagai pelaku atau agen ekonomi, homo islamicus mengonsep dan sekaligus menjalankan konsep.

Dalam tataran teologi pembebasan, keberadaan *homo islamicus* juga menjalankan fungsi sebagai pembebas. Tanpa *homo islamicus* teologi pembebasan hanya menjadikan simbolikum semata. Ada tanpa makna. *Homo islamicus* menjadi penting saat membuhul antara EI dengan teologi pembebasan. Tanpa manusia yang bertindak maka tidak akan ada tindakan. Sedikit manusia yang melakukan tindakan juga tidak akan menghasilkan hasil optimal. Manusia *homo islamicus* adalah manusia yang memiliki kesadaran kritis dan berkemaun keras untuk melakukan refleksi seimbang dengan aksi, dan seimbang pula antara iman dan amal.

Bagaimana membangun manusia *homo islamicus* yang memiliki kesadaran kritis dan sanggup menjadi pembebas? Tampaknya memang agama mesti dikontektualisasi, entah dalam bentuk agama kontekstual, agama progresif atau (seperti Kuntowijoyo), menyebut dengan *profetik*. Nama tidaklah terlampau penting. Manusia homo islamicus mesti memiliki ketaatan dan penghambaan kepada Tuhan dan melakukan pengejawantahan ketaatan dan penghambaan itu yang berdampak langsung kepada masyarakatnya. Saat keadilan *(justice)* menjadi prinsip utama dalam nilai Islam, maka manusia *homo islamicus* mesti bisa berbuat adil dan memperjuangkan keadilan bagi yang lain, *"justice prociding human with enough 'capabilities' to live a life with dignity"*. Manusia homo islamicus tidak hanya peduli namun juga mau membebaskan sebagai tindak lanjut atas kepedulian.

Spirit Islam adalah komitmen untuk melawan hegemoni (counter hegemony) seperti sejarah kenabian. (Pasha, 2005). Maka setiap manusia homo islamicus harus memiliki kesadaran kritis dan kekuatan untuk melakukan *counter-hegemony*. Termasuk yang paling nyata dan dekat adalah penyikapan dan usaha pembebasan dari hegemoni keilmuan ekonomi mainstream, yang *value-free* dan tidak sesuai dengan prinsip *homo islamicus*. Manusia *homo islamicus* mesti berkesadaran kritis agar tidak terjerumus pada pelibatan total dalam hegemoni keilmuan itu. Manusia homo islamicus mesti tahu sebagai yang menjadi penindas dan siapa yang tertindas. Manusia *homo islamicus* memiliki kesadaran kelas dalam tindakan.

Jika manusia *homo islamicus* telah memiliki kesadaran kritis dan kekuatan sebagai pembebas, maka sesungguhnya bentuk "buhulan" antara EI dengan teologi pembebasan itu adalah *homo islamicus itu sendiri.* Selamat!

SIMPULAN

Segala sesuatu tidak ada yang mapan. Kemapanan itu hanya masalah *temporal* dan *spasial.* Meminjam prinsip *dialektika*, maka dalam setiap *tesa* akan diikuti dengan antitesa dan pada akhirnya lahir *sintesa.* Proses itupun akan ber-*dialetika* terus menerus. Maka sesungguhnya ini bukanlah penutup, tapi sekedar pembuka untuk *dialektika*. *"yitno yuwono leno keno".* Nuwun.

DAFTAR RUJUKAN

Abas, Z. 2012. *Konstruksi Paradigmatis Pemikiran Teologi Islam Kritis,* Al-Tahrir, Vol. 12, No.2, Nopember 341-358.

Abbas, P. 2009. *Dawam Rahardjo (Ekonomi Islam Antara Kapitalisme dan Sosialisme),* Media Akademika, Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Islam, Vo. 24, No. 2.

Adas, E. B. 2006. The Making of Entrepreneural Islam and the Islamic Spirit of Capitalism, Journal for Cultural Research. 10:02, 113-137.

Ahmad, M. K. 2011. *Teologi Pembebasan dalam Islam: Telaah Pemikiran Asghar Ali Engineer,* Ilmu Ushuluddin, Vol. 10, No.1, 52-65.

Andriansyah, Y. 2012 *Islam Progresif dan DInamika Ekonomi Islam,* Pusat Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Islam, UII, Yogyakarta.

Askari, H., Iqbal, Z., Mirakhor, A. 2009. *Islamic Finance & Economics: Progress & Challenges,* John Wiley & Sons, Singapore.

Asnawiyah, 2013. *Konsep Sosialisme Islam Menurut Sayid Quthb,* Jurnal Substantia, Vol. 15 No. 1.

Azra, A. 1996 *Akar-akar Ideologis Revolusi Iran: Filsafat Pergerakan Ali Syari'ati,* dalam Azyumardi Azra, Pergolakan Islam Politik; Dari Fundamnetalisme, Modernisme Hingga Post-Modernisme, Paramida, Jakarta.

Bamyeh, M. 2008 *Hermeneutics Againt Instrumental Reason: National and Post-National Islam in The 20th Century,* Third World Quartely. 29:3. 555-574.

Brant, J. & Panjwani, F. 2015. *Scholl Economics and The Aim of Education: Critique and Possibilities,* Journal of Critical Realism. 14:3, 306-324.

Choudhury, M. A. 2011 *Islamic Economics and Finance: An Epistemological Inquiry,* Emerald Group Publishing Limited, United of Kingdom.

Choudhury, M. A. 2011 *A Critique of Economic Theory and*

Modelling: A Meta-epistemological General-system Model of Islamic Economics, Social Epistemology, Vol. 25, No. 4. pp. 423-446.

Choudhury, M. A. 1999. *The Structure of Islamic Economics: A Comparative Perspective on Market, Ethic and Economics*, Consumption Market & Culture. 3:1, 61-97.

Daly, S. & Frikha, M. 2016. *Bank and Economic Growth in Developing Counries: What about Islamic Bank?,* Cogent Economics & Finance 4:1168728.

El-Askher, A. dan Wilson, R. 2006. *Islamic Economics: A Short History*, Brill, USA.

Fang, E. S. 2014. *Islamic Finance in Global Market: Materialism, Ideas and The Construction of Financial Knowledge,* Review of International Political Economy, 2014, DOI: 10.1080/09692290.2013.858229.

Firdawati, R. 2004 *Islam dan Teologi Pembebasan,* Journal Al-Manar Edisi I.

Grine, F. 2013 *Sustainability in Multi-religious Societies: An Islamic Perspective,* Journal of Beliefs & Value: 34:1, 72-86.

Helleiner, E. 2003. *Economic Liberalism and Its Critics: The Past as Prologue?,* Review of Political Economy. 10:4, 685-696.

Islahi, A. A. 2014. *The Economic Ideas of Muslim Scholars and Cristian Scholastics: Linkages and Parallels,* Islam and Cristian-Muslim Relations, 25:1, 49-66.

Langton, J. Trullols C. Turkistani, Abdullah Q. 2011. *Islamic Economics and Finance: An European Perspective,* IE Business Publishing & Palgrave Macmillan, United of Kingdom.

McDaniel, C. 2008. *Bulgakov's 'Philosophy of Economy': a Resource of Economic Bridge-Building Between Islam and The West,* Religion, State and Sociaety. 36:4, 451-467.

Nasr, S. V. R. 1989. *Islamics Economics: Novel Perspective,* Midlle Eastern Studies. 25:4, 516-530.

Ng, Adam, M. A. Ibrahim, M. H. 2015. *Social Capital and Risk Sharing,* Palgrave Macmillan, USA.

Pasha, M. K. 2005. *Islam, 'Soft' Orientalism and Hegemony: A Gramscian Rereading,* Critical Review of International Social and Political Philosphy. 8:4, 543-558.

Ray, D. E. 2014. *Refining Normative Stakeholder Theory: Insights from Judaism, Cristianity and Islam,* Journal of Management, Spirituality & Religion, 2014,

DOI: 10.1080/14766086.2014.910821.

Reda, A. 2013. *Islam and Markets,* Review of Social Economy. 71:1, 20-43.

Ro'uf, A. M. 2007. *Mengurai Radikalisme Agama di Indonesia Pasca Orde Baru,* Ulumuna, Jurnal Studi Keislaman, Volume XI, Nomor 1. 157-176.

Sardar, Z. 1996. *Beyond Development: An Islamic Perspective,* The European Journal of Development Research. 8:2, 36-66.

Sampson, I. T. 2013. *(De)Legitimising I-Banks: The Controversy Over Islamic Banking in Contemporary Nigeria,* Canadian Journal of African Studies. 47:3, 405-426.

Samuels, A. 2014. *Economics, Psychoterapy and Politics,* International Review of Sociology. 24:1, 77-90.

Thomson, George F. 1997. *Where Goes Economics and The Economies?,* Economy and Society. 26:4, 599-615.

Weir, D. 2012. *Management Teaching, The Spiritual Dimension and The Acceptance of The Islamics Other,* Journal of Management, Spirituality & Religion. 9:1, 67-81.

Zulkhibri, M. 2016. *Financial Inclusion, Financial Inclusion Policy and Islamic Finance,* Macroeconomics and Finance in Emerging Market Economies. DOI: 10.1080/17520843.2016.1173716.

Hakikat *Corporate Social Responsibilitiy* (CSR) dalam Perspektif Islam

Muhammad Fahrurrozi
Universitas Hamzanwadi Selong NTB
Ika Purwanti
Jurusan Manajemen Strategi FEB Universitas Brawijaya Malang
Email : ozyalu@gmail.com;ikapoer2@gmail.com

Abstrak : Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Islam merupakan salah satu cara dalam mencapai tujuan Ekonomi Islam, yaitu kesejahteraan ekonomi, keadilan, distribusi pendapatan yang adil, dan kebebasan individu dalam konteks kesejahteraan sosial masyarakat. Islam sangat mendukung implementasi CSR karena tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis menciptakan banyak permasalahan sosial, dan perusahaan bertanggung jawab untuk menyelesaikannya. CSR merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. Perusahaan harus sadar bahwa keberhasilannya dalam mencapai tujuan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal saja melainkan juga oleh komunitas yang berada di sekelilingnya. Dalam perspektif Islam, hakikat CSR mengemban 3 bentuk implementasi yang dominan, yaitu : (1) CSR terhadap stakeholders, (2) CSR terhadap lingkungan alam, dan (3) CSR terhadap kesejahteraan sosial secara umum. Artikel ini mengangkat tema "Hakikat CSR dalam Perspektif Islam'. Adapun tujuannya adalah untuk mendeskripsikan Peran CSR dari Lembaga Bisnis Syariah di Indonesia dalam rangka memenuhi prinsip maqasid al-syariah sehingga mampu tercipta sistem ekonomi yang berlandaskan Syariah Islam.

Kata Kunci : *CSR, Perspektif Islam*

Perkembangan ekonomi syari'ah di Indonesia boleh dikatakan mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini ditandai dengan banyak berdirinya lembaga keuangan dan non keuangan yang secara konsep maupun operasionalnya menggunakan prinsip-prinsip syari'ah. Bahkan di Indonesia, ekonomi syari'ah telah dikembangkan dalam bentuk pengajaran. Pembelajaran tentang ekonomi syari'ah telah diajarkan di beberapa perguruan tinggi baik negeri maupun swasta.

Basis utama sistem ekonomi syari'ah sesungguhnya tidak hanya terletak pada aspek kerangka dasarnya yang berlandaskan syari'ah, tetapi juga pada aspek tujuannya yaitu mewujudkan suatu tatanan ekonomi masyarakat yang sejahtera berlandaskan keadilan, pemerataan, dan keseimbangan. Atas dasar tersebut, maka pemberdayaan ekonomi syari'ah di Indonesia hendaknya dilakukan dengan strategi yang ditujukan bagi perbaikan kehidupan dan ekonomi masyarakat. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Secara konseptual, CSR merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line,* yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan

dalam kondisi keuangannya saja. Tetapi CSR harus berpijak pada *triple bottom line,* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri : 2008). Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Dalam pandangan Islam sendiri kewajiban melaksanakan CSR bukan hanya menyangkut pemenuhan kewajiban secara hukum dan moral, tetapi juga strategi agar perusahaan dan masyarakat tetap *survive* dalam jangka panjang (Anto & Astuti : 2008). Tujuan dari syariat Islam (*Maqashid al syariah*) adalah *maslahah* sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan *maslahah*, bukan sekedar mencari keuntungan. Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia dan strategis karena bukan sekedar diperbolehkan dalam Islam, melainkan justru diperintahkan oleh Allah yang tercermin dalam kandungan Firman Allah Q.S. Al-Baqarah : 148.

CSR merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*-nya. Perusahaan harus sadar bahwa keberhasilannya dalam mencapai tujuan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal saja melainkan juga oleh komunitas yang berada di sekelilingnya. Terdapat nilai penting yang harus diperhatikan dalam hubungan ini bahwa telah terjadi pergeseran hubungan antara perusahaan dan komunitas. Perusahaan yang semula memposisikan diri sebagai pemberi donasi melalui kegiatan *charity* kini memposisikan masyarakat sebagai mitra yang turut andil dalam kelangsungan eksistensi perusahaan.

CSR menjadi tuntutan yang tidak dapat dihindarkan seiring dengan adanya tuntutan masyarakat terhadap perusahaan. Perusahaan-perusahaan besar di Indonesia bahkan telah menjadikan CSR sebagai program kerja tahunan yang ditangani serius dalam berbagai bidang sosial. Beberapa perusahaan besar di Indonesia, seperti PT. HM Sampoerna yang konsisten pada Beasiswa dan Pendidikan, PT. Sido Muncul pada bidang Budaya, PT. Gudang Garam Tbk dalam pelestarian flora dan fauna, dan PT. Aqua Danone dalam pengadaan air bersih. Diantara perusahaan-perusahaan besar tersebut PT. Unilever Indonesia mendapat penghargaan sebagai kategori perusahaan program Kepedulian Sosial (CSR) terbaik di Indonesia – No. 1 dalam "*Anugerah Business Review 2007*". Demikian juga di dunia lembaga bisnis syariah, CSR juga telah menjadi tren baru yang menarik.

Di Indonesia, Pemerintah secara khusus mendorong peran serta perusahaan-perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR. Regulasi mengenai CSR tertuang dalam pasal 74 Undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Aturan lain yang juga memuat mangenai CSR adalah Undang-undang No. 25 tahun 2007 pasal 15(b) dan pasal 16 (d) tentang Penanaman Modal. Hal yang sama juga berlaku bagi entitas perbankan syariah dalam melaksanakan aktivitas CSR-nya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas mengenai perkembangan CSR yang telah menjadi isu bisnis dalam prinsip *maqasid al-syari'ah,* serta mengingat pentingnya menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat dalam

sebuah program yang berkelanjutan. Maka artikel ini diangkat dengan tujuan mendeskripsikan Peran CSR dari Lembaga Bisnis Syariah di Indonesia dalam rangka memenuhi prinsip *maqasid al-syariah* sehingga mampu tercipta sistem ekonomi yang berlandaskan *Syariah Islam*.

PEMBAHASAN

Makna Corporate *Social Responsibility* (CSR) *dalam Perspektif Islam*

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Ardianto : 2011).

CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi *inheren* dari ajaran Islam itu sendiri. Kewajiban melaksanakan CSR bukan hanya menyangkut pemenuhan kewajiban secara hukum dan moral, tetapi juga strategi agar perusahaan dan masyarakat tetap *survive* dalam jangka panjang. Jika CSR tidak dilaksanakan maka akan terdapat lebih banyak biaya yang harus ditanggung perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan melaksanakan CSR dengan baik dan aktif bekerja keras mengimbangi hak-hak dari semua *stakeholders* berdasarkan kewajaran, martabat, dan keadilan, serta memastikan distribusi kekayaan yang adil, akan benar-benar bermanfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang. Seperti meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan aktif, meningkatkan moral, meningkatkan produktivitas, dan juga meningkatkan pemberdayaan masyarakat.

Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia juga strategis karena bukan hanya sekedar diperbolehkan di dalam Islam, melainkan justru diperintahkan oleh Allah dalam Alqur'an Surat Al-Jumu'ah Ayat 148:

فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُوا۟ فِى ٱلْأَرْضِ وَٱبْتَغُوا۟ مِن فَضْلِ ٱللَّهِ وَٱذْكُرُوا۟ ٱللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: *Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung* (Q.S. Al-Jumu'ah: 10).

Manfaat dan Prinsip CSR

CSR dalam menjalankan tanggungjawab sosialnya didasari oleh tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom lines* (3P), yaitu *Profit, People,* dan *Planet.* Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memadai, sebab profit merupakan pondasi bagi perusahaan untuk dapat beroperasi dan berkembang.

Dengan pemerolehan profit yang memadai, perusahaan dapat membagi dividen kepada pemegang

saham, memberi imbalan yang layak kepada karyawan, membayar pajak kepada pemerintah, pemberian beasiswa kepada pelajar di sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan memberikan banyak dampak yang diharapkan kepada masyarakat. Kepedulian dan perhatian terhadap kesejahteraan masyarakat dapat dilakukan dengan cara perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas dan pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup, serta kompetensi masyarakat di berbagai bidang.

Beberapa proses produksi yang digunakan oleh perusahaan dapat berbahaya bagi lingkungan. Oleh karenanya perusahaan juga harus memperhatikan lingkungan, ikut berpartisipasi dalam usaha pemeliharaan dan pelestarian lingkungan. Perusahaan harus berpartisipasi mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana yang diakibatkan oleh kerusakan lingkungan. Dengan menjalankan CSR, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar profit jangka pendek, tetapi juga ikut berkontribusi dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Apa yang memotivasi perusahaan melakukan CSR? Kotler & Lee (2005) memberikan beberapa alasan tentang perlunya perusahaan menerapkan aktivitas CSR, yaitu dapat membangun *position brand*, mendongkrak penjualan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan loyalitas karyawan, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor dan analis keuangan.

Perusahaan yang melakukan praktek CSR secara etis akan dapat memperoleh kepercayaan dari pelanggannya, yang kemudian akan kembali untuk membeli lebih banyak produk perusahaan. Dengan memperlakukan karyawan perusahaan dengan baik, perusahaan memotivasi mereka untuk bekerja lebih keras lagi. Dengan membayar utang kepada kreditur secara tepat waktu, perusahaan dapat memperoleh kepercayaan kreditur ketika perusahaan membutuhkan lebih banyak pendanaan.

Berdasarkan paparan di atas, dapat dilihat bahwa kegiatan CSR memberikan manfaat kepada kedua belah pihak yaitu masyarakat dan perusahaan. Masyarakat sekitar sebagai pihak penerima manfaat dapat meningkatkan kesejahtaraan dan kualitas hidupnya, sedangkan perusahaan sebagai pelaksana mendapatkan timbal balik berupa penilaian positif terhadap citra perusahaan dari seluruh masyarakat penerima manfaat sehingga pada akhirnya akan mendapatkan dukungan yang menjamin keberlangsungan perusahaan serta loyalitas pelanggan. Paparan ini juga didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Esen (2013), hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan reputasi perusahaan dengan berbagai *stakeholder*. CSR telah menjadi salah satu dimensi kunci dari reputasi perusahaan dan menjadi identitas, *image*, dan keberhasilan organisasi perusahaan ketika dibandingkan dengan dimensi lainnya. CSR memicu proses pembentukan citra perusahaan. Dalam hubungannya dengan keberhasilan perusahaan,

pengaruh CSR bervariasi berdasarkan ukuran perusahaan, industri dan anggaran pemasaran (Brettel & Arendt : 2010).

Model *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Saidi dan Abidin (2004) menyebutkan 4 model atau pola CSR yang umumnya diterapkan di Indonesia, yaitu: Keterlibatan langsung : Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, biasanya perusahaan menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate*l. *secretary* atau *public affair manager*. Contoh CSR keterlibatan langsung adalah pemberian bantuan bencana alam, bantuan perbaikan sarana ibadah, bantuan peningkatan kesehatan, dll. Melalui yayasan atau organisasi sosial perubahan : Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. Perusahaan biasanya menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan. Contoh yayasan yang didirikan oleh grup usaha milik pengusaha muslim Chairul Tanjung, CT. Corp, adalah Yayasan CT Foundation. CT Foundation adalah yayasan yang mengelola SMA Unggulan di Medan, dimana sekolah tersebut merupakan sekolah berasrama yang memberikan beasiswa penuh selama masa pendidikan kepada siswa berprestasi belajar yang baik tetapi tidak mampu secara ekonomi.

Bermitra dengan pihak lain : Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/ organisasi non-pemerintah, instansi pemerintah, universitas, atau media massa baik dalam mengelola dana maupun dalam mengelola kegiatan sosialnya. Beberapa lembaga sosial atau organisasi non-pemerintah yang bekerjasama dengan perusahaan dalam melaksanakan CSR adalah Palang Merah Indonesia (PMI), Dompet Dhuafa, Instansi pemerintah (LIPI, Depdiknas, Depkes, Depsos), Perguruan Tinggi, Media Massa (Kompas, Kita Peduli Indosiar). Contoh bentuk program CSR jenis ini, misalnya perusahaan memberikan CSR berupa bantuan pengembangan budi daya pertanian pepaya organik yang bekerjasama dengan Fakultas Pertanian UB.

Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium : Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Pola CSR ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat "hibah pembangunan". Pihak konsorsium atau lembaga semacamnya yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara proaktif mencari mitra kerjasamadari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama. Contoh CSR dari PLN yang berupa pembangunan pembangkit listrik biogas di Desa Bojong Sleman. Pembangkit biogas ini memanfaatkan kotoran ternak sapi sebagai bahan utama. PLN telah mendukung pengembangan komunitas berbasis optimalisasi biogas dan potensi lokal di Sleman yang bekerja sama dengan Fakultas Teknik UGM.

***Peran Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Perspektif Islam**

Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang

dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya. Antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial, antara suatu masyarakat dengan masyarakat lain. CSR merujuk pada kewajiban-kewajiban perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada. Hakikat falsafah ekonomi Islam yang tercermin dalam CSR difirmankan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an, yaitu:

مِنْ أَجْلِ ذَٰلِكَ كَتَبْنَا عَلَىٰ بَنِي إِسْرَائِيلَ أَنَّهُ مَن قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ نَفْسٍ أَوْ
فَسَادٍ فِي الْأَرْضِ فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا وَمَنْ أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا
أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا ۚ وَلَقَدْ جَاءَتْهُمْ رُسُلُنَا بِالْبَيِّنَاتِ ثُمَّ إِنَّ كَثِيرًا مِّنْهُم
بَعْدَ ذَٰلِكَ فِي الْأَرْضِ لَمُسْرِفُونَ

Artinya: *Oleh karena itu Kami tetapkan (suatu hukum) bagi Bani Israil, bahwa: Barangsiapa yang membunuh seorang manusia, bukan karena orang itu (membunuh) orang lain, atau bukan karena membuat kerusakan dimuka bumi, Maka seakan-akan Dia telah membunuh manusia seluruhnya. dan Barangsiapa yang memelihara kehidupan seorang manusia, Maka seolah-olah Dia telah memelihara kehidupan manusia semuanya. dan Sesungguhnya telah datang kepada mereka Rasul-rasul Kami dengan (membawa) keterangan-keterangan yang jelas, kemudian banyak diantara mereka sesudah itu sungguh-sungguh melampaui batas dalam berbuat kerusakan dimuka bumi.* (Q.S. Al-Maidah ayat 32)

Menjaga lingkungan dan melestarikannya

Kaum muslim selalu didorong untuk menghargai alam. Bahkan Allah SWT telah menunjuk keindahan alam sebagai salah satu dari tanda-tanda kebesaran-Nya. Islam menuntun manusia agar mengelola kekayaan alam dengan ilmu dan amal. Di samping, mengingatkan agar dalam mengolah kekayaan alam tersebut memperhatikan batas-batas haram dan halal, juga memelihara kelestariannya.

Pada dasarnya Islam sangat menekankan agar kaum muslimin mau menggali kekayaan alam yang terhampar dan tersembunyi di muka bumi. Nikmat kekayaan alam tersebut perlu dieksplor dengan menggunakan berbagai ilmu sesuai dengan spesialisasinya masing-masing, tergantung pada kekayaan alam apa yang akan digali dan akan digunakan untuk kesejahteraan umat manusia. Kerja keras dalam mengolah kekayaan alam adalah bagian dari ibadah, karenanya dalam melakukan proses produksi sangat ditekankan agar kaum muslimin memperhatikan batas halal dan haram yang ditentukan oleh Pemilik dan Penguasa alam ini. Tanpa kecuali ditekankan pula agar

memelihara dan melestarikan alam yang telah diambil manfaatnya.

Betapa besar perhatian Islam terhadap masalah lingkungan. Perhatian tersebut seringkali disertai baik dengan ancaman maupun himbauan. Misalnya, dalam Q.S. Al-maidah ayat 64 dan Q.S. Al-Baqarah ayat 205 menyebutkan bahwa Allah tidak menyukai orang-orang yang membuat kerusakan. Di sisi lain, Islam juga menghimbau agar tidak menyia-nyiakan kekayaan pertanian, peternakan, mendorong menghidupkan tanah mati agar bermanfaat untuk pertanian, dan lain sebagainya. Dalam rangka mengelola dan melestarikan lingkungan sesuai dengan karakter ajaran Islam secara universal, harus selalu mengedepankan etika (akhlak). Oleh karena itu, norma-norma yang diaplikasikan dalam CSR adalah berbasis Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW.

1. Upaya untuk menghapus kemiskinan (Q.S. Al-Hasyr : 7)

مَآ أَفَآءَ ٱللَّهُ عَلَىٰ رَسُولِهِۦ مِنْ أَهْلِ ٱلْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِى ٱلْقُرْبَىٰ
وَٱلْيَتَـٰمَىٰ وَٱلْمَسَـٰكِينِ وَٱبْنِ ٱلسَّبِيلِ كَىْ لَا يَكُونَ دُولَةًۢ بَيْنَ ٱلْأَغْنِيَآءِ مِنكُمْ ۚ
وَمَآ ءَاتَىٰكُمُ ٱلرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَىٰكُمْ عَنْهُ فَٱنتَهُوا۟ ۚ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ ۖ إِنَّ ٱللَّهَ
شَدِيدُ ٱلْعِقَابِ

Artinya: *Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya.*

Selain harus bertanggung jawab kepada lingkungan alam sekelilingnya, kaum Muslim dan organisasi tempat mereka bekerja juga diharapkan memberikan perhatian kepada kesejahteraan umum masyarakat dimana mereka tinggal. Pengusaha muslim harus turut memperhatikan kesejahteraan anggotanya yang miskin dan lemah. Lembaga-lembaga bisnis Islam harus memberi perhatian kepada usaha-usaha amal dan mendukung berbagai tindakan kedermawanan.

Tujuan utama dari CSR adalah bukan sekedar membantu atau memberi barang kepada si penerima, melainkan berupa agar si penerima memiliki kemampuan atau kapasitas untuk mampu menolong dirinya sendiri. Terutama kelompok lemah atau kurang beruntung agar mereka memiliki kemampuan dalam memenuhi

kebutuhan dasarnya. Misalnya, melalui program-program pelatihan, pemberian modal usaha, perluasan akses terhadap pelayanan sosial, dan progran peningkatan kemandirian agar kelompok lemah tersebut mampu **mendatangkan keuntungan yang lebih besar** memberdayakan potensi yang dimilikinya.

Mendahulukan sesuatu yang bermoral bersih daripada sesuatu yang secara moral kotor, meskipun

مَا جَعَلَ ٱللَّهُ مِنۢ بَحِيرَةٍ وَلَا سَآئِبَةٍ وَلَا وَصِيلَةٍ وَلَا حَامٍ ۙ وَلَٰكِنَّ ٱلَّذِينَ كَفَرُوا۟
يَفْتَرُونَ عَلَى ٱللَّهِ ٱلْكَذِبَ ۖ وَأَكْثَرُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ

Artinya: *Allah sekali-kali tidak pernah mensyari'atkan adanya bahiirah, saaibah, washiilah dan haam akan tetapi orang-orang kafir membuat-buat kedustaan terhadap Allah, dan kebanyakan mereka tidak mengerti. (Surat Al-Maidah ayat 103)*

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak-kontrak atau perjanjian bisnis. Dalam beraktivitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil (*Al-Adl*) yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi implementasi CSR berlandaskan hukum syariah harus memperhatikan keseimbangan, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial. Islam juga melarang segala bentuk penipuan, *gharar* (spekulasi), *najsyi* (iklan palsu), *ihtikar* (menimbun barang) yang akan merugikan pihak lain.

Bagi para pekerja Muslim, Allah SWT memberikan peringatan yang jelas di dalam Al-Qur'an surah Al-A'raf ayat 33 : "*Katakanlah : Tuhanku hanya mengharamkan perbuatan yang keji, baik yang nampak maupun yang tersembunyi, dan perbuatan dosa, melanggar hak manusia tanpa alasan yang benar*".

Baik bagi pekerja maupun pelaku bisnis Muslim yang menyadari makna ayat di atas seharusnya tidak berbuat sesuatu dengan cara yang tidak etis.

2. Jujur dan amanah

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ لَا تَخُونُوا۟ ٱللَّهَ وَٱلرَّسُولَ وَتَخُونُوٓا۟ أَمَٰنَٰتِكُمْ وَأَنتُمْ
تَعْلَمُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui. (Surat Al-Anfal ayat 27)

Konsep jujur dan amanah dalam dunia bisnis merupakan niat dan i'tikad yang perlu diperhatikan baik dalam pengelolaan sumber daya maupun dalam mengemudikan perusahaan. Perusahaan yang mengimplementasikan CSR harus memahami dan menjaga kejujuran dan amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya, misalnya menciptakan produk yang berkualitas serta menghindari perbuatan tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis. Sikap jujur dan amanah dalam lembaga Perbankan Syariah misalnya, dapat dilakukan dengan pelaporan dan transparansi kepada yang berhak, amanah dalam pembayaran pajak, pembayaran karyawan, dan lain-lain. Amanah dan jujur dalam skala makro dapat direalisasikan dengan melaksanakan perbaikan sosial dan menjaga keseimbangan lingkungan.

Keempat hakikat moral CSR dalam Islam di atas merupakan upaya untuk menyelaraskan semua aspek kehidupan seorang Muslim sesuai dengan ajaran agamanya, sehingga sistem bisnis Syariah diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap tercapainya tujuan sosio-ekonomi Islam.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa bentuk peran CSR dalam perspektif islam meliputi 3 bentuk implementasi yang dominan, yaitu:

CSR terhadap para pelaku dalam perusahaan dan *stakeholder* (pelanggan, karyawan, investor, pemasok, pesaing, masyarakat)

CSR terhadap lingkungan alam

CSR terhadap kesejahteraan secara umum.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi inheren dari ajaran Islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam (*Maqashid Al-syariah*) adalah *maslahah* sehingga bisnis merupakan upaya untuk menciptakan *maslahah,* bukan sekedar mencari keuntungan. Maka secara otomatis aktivitas CSR di lembaga bisnis berbasis syariah juga melekat secara inheren sebagai konsekuensi kebersandaran lembaga bisnis syariah pada ajaran Islam. Berbeda dengan lembaga bisnis konvensional tidak dapat dipisahkan secara dikotomis antara orientasi bisnis dengan orientasi sosialnya.

Aktivitas-aktivitas sosial (CSR) dari lembaga bisnis syariah yang dilaksanakan dengan baik merupakan nilai tambah yang dapat berdampak pada meningkatnya profit jangka panjang dan *goodwill* yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan serta meningkatnya kepercayaan para *stakeholder* terhadap kinerja bisnis tersebut. Dalam perspektif Islam, kebijakan perusahaan dalam mengembangkan CSR terdapat tiga bentuk implementasi yang dominan, yaitu CSR terhadap stakeholder, lingkungan alam, dan kesejahteraan sosial secara umum.

Dalam rangka mewujudkan CSR beretika, pemerintah berupaya mendorong penerapan CSR di Bank Syariah dari sisi regulasi, yang dituangkan dalam Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas; Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Dukungan regulasi tersebut diharapkan bank-bank syariah harus tampil sebagai

pionir terdepan dalam mengimplementasikan CSR berbasis syariah.

Saran

Berdasarkan hasil penulisan ini, penulis menyarankan beberapa hal terkait CSR yang harus dilakukan ke depan guna mewujudkan visi Indonesia sebagai kiblat ekonomi syariah:

1. Pemerintah dan masyarakat harus meningkatkan pemahaman komprehensif mengenai konsep dan praktik CSR yang benar dan ideal. Agar mampu mempraktikkan program CSR tidak hanya sebatas kontribusi amal, tetapi mampu menciptakan sebuah sistem dengan pemerintah dan masyarakat dimana diantara saling berhubungan satu sama lain dan saling memberikan keuntungan. CSR yang berbentuk *charity* perlu dikurangi, sebagai langkah awal untuk mengarahkan CSR dalam bentuk pemberdayaan. *Charity* dapat menimbulkan ketergantungan masyarakat dan rendahnya rasa tanggung jawab terhadap penggunaan dana CSR. Perlu dilakukan pengkajian penelitian lebih lanjut mengenai CSR antara lembaga bisnis konvensional dengan lembaga bisnis syariah. Selain itu juga penelitian yang difokuskan pada perusahaan yang melaksanakan CSR sebagai strategi bisnisnya. Mengingat CSR dapat menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga reputasi dan loyalitas atau citra perusahaan. Hal ini akan dapat menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang sulit ditiru oleh pesaing.
2. Dunia usaha berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup. Dengan demikian, efektivitas kegiatan CSR terhadap pembangunan berkelanjutan perusahaan sebagai dampak global dari kegiatan CSR merupakan kajian yang cukup menarik untuk diteliti lebih dalam. Sehingga penelitian dapat berfokus pada prinsip CSR (3P).

DAFTAR RUJUKAN

Anto, Hendri M.B & Astuti, D.R. 2008. *Persepsi Stakeholder terhadap Pelaksanaan Corporate Social Resposibility* : Kasus pada Bank Syariah di DIY. Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol 10 No. 1 Januari 2008.

Brettel, M. & Arendt, S. 2010. Understanding The Influence of Corporate Socual Responsibility on Corporate Identity, Image, and Firm Performance. *Journal of Management Decision,* 48 (10) : 1469-1492.

Daniri, M. 2008. *Standarisasi Tanggung jawab Sosial Perusahaan (Bagian I)".* (Online), (http://www.madaniri.com/2008/01/17/standarisasi-tanggungjawab-sosial-perusahaan-bag-i/), diakses 07 Agustus 2016.

Kotler, P. & Lee, N. 2005. *Corporate Social Responsibility, Doing the Most Good for Your Company and Your Cause.* New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.

Esen, E. 2013. The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR) Activities on Building Corporate Reputation.

Sustainability and Corporate Social Responsibility Journal, 11 : 133-150.

Saidi & Abidin. 2004. *Corporate Social Responsibility : Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia.* Jakarta : ICSD.

Kepemimpinan Islami Pengurus Koperasi dalam Mengemban Amanah Rapat Anggota Tahunan

Sutrisno
Program Studi Manajemen Universitas Negeri Malang
E mail : sutrisno_um@yahoo.com

Abstrak : Undang undang No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian antara lain mengatur tentang tugas Pengurus. Pasal 29 ayat 2 Pengurus merupakan pemegang kuasa Rapat Anggota. Tugas ini selanjutnya dijabarkan dalam pasal 30 ayat 1 butir 3 bahwa Pengurus bertugas menyelenggarkan Rapat Anggota. Rapat anggota merupakan forum pertanggung jawaban Pengurus dalam melaksanakan tugas dalam satu tahun buku. Tugas yang perlu dilakukan oleh Pengurus dalam Rapat Anggota tertuang pada pasal 30 ayat 1 butir b dan d.
Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 19/PER/M.KUKM/IX/2015 Tentang Penyelenggaraan Rapat Anggota Koperasi, pasl 7 ayat 1 dan 2 tentang tugas Pengurus. Tugas Pengurus adalah menyelenggarakan Rapat Anggota Tahunan yang diselenggarakan satu tahun sekali dan menyelenggarakan rapat anggota yang membahas rencana program kerja dan rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi sebelum memasuki tahun berikutnya.
Tugas Pengurus mengelola organisasi dan usaha koperasi, mempertanggung jawabkan kegiatan dalam Rapat Anggota Tahunan, merupakan bagian dari amanah yang perlu dilakukan oleh Pengurus. Kepercayaan yang diberikan oleh anggota, dijawab oeh Pengurus dengan melaksanakan tugas dengan baik. Pengurus adalah pemimpin dalam pengembangan koperasi. Pengembangan koperasi Syariah memerlukan pemimpin yang berorientasi dengan nilai nilai Islami. Kepemimpinan, berdasarkan nilai-nilai Islam sebagai kekuatan utama dari legitimasi kepemimpinan (Hassan, dkk :2011), konsep Taqwa telah dioperasionalkan sebagai memiliki dua komponen yang berbeda, Spiritualitas dan Tanggung Jawab (Zandi dkk : 2015), setiap tindakan yang menarik manusia lebih dekat kepada Allah akan dipertimbangkan bagi manajer dan organisasi mereka sebagai pencapaian tertinggi (Tosanloo dan Mahmoudi (2014)

Kata kunci : *Amanah Pengurus, Kepemimpinan Islami*

Pengurus koperasi merupakan salah satu perangkat organisasi koperasi yang utama. Sebagai perangkat organisasi yang utama, bahwa keberadaan Pengurus mutlak diperlukan dalam organisasi koperasi. Rapat anggota dan Pengawas juga merupakan alat perlengkapan organisasi koperasi yang utama. Kegiatan Pengurus ada kaitannya dengan dua perangkat tersebut (Rapat anggota dan Pengawas).

Pengembangan koperasi yang berbasis Syariah, adalah bagian dari keinginan anggota masyarakat yang menginginkan mengembangkan koperasi yang mendasarkan pada nilai nilai Islam. Pengembangan organisasi yang bertumpu pada pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh perangkat organisasi koperasi (Rapat

anggota, Pengurus dan Pengawas) juga didukung dengan partisipasi anggota. Pengurus yang mempunyi tugas utam mengembangkan organisasi dan usaha koperasi, perlu melekatkan kepemimpinannya dengan nilai nilai Islam.

Proses pemilihan Pengurus, Pengurus yang terpilih salah satu pertimbangan anggota adalah kepercayaan terhadap anggota yang terpilih. Pengawasan oleh anggota yang terbatas terhadap pelaksanaan kegiatan Pengurus, Anggota menginginkan memperoleh pelayanan dari koperasi dengan bertumpu pada kegiatan yang dilakukan oleh Pengurus. Pengurus banyak diharapkan oleh anggota untuk memenuhi sebagian dari kebutuhan ekonomi.

Mempertimbangkan posisi strategis Pengurus, selaras dengan berkembangnya koperasi syariah, kepemimpinan Pengurus dengan melekatkan nilai nilai Islam. Amanah yang diberikan oleh anggota atas dasar kepercayaan perlu dijawab oleh Pengurus dengan tindakan jujur ((QS Ash Shaff: 2). Koperasi yang merupakan kumpulan orang pada dasarnya juga merupakan kumpulan kepentingan. Meskipun yang terhimpun dalam koperasi adalah mempunyai kepentingan ekonomi yang sama, tetap membuka kemungkinan perbedaan kepentingan diantara anggota.

Melaksanakan tugas dengan kemungkinan ada perbedaan pendapat , kembalikan kepada Al Qur'an dan sunahnya, hal yang demikian lebih utama (bagi mu) dan lebih baik akibatnya. (QS An Nissa: 59). Perlu ada komunikasi antara anggota dengan Pengurus. Media komunikasi perlu dicptakan oleh Pengurus. Penyediaan kotak saran sebagai salah satu alternatif. Ciri organisasi koperasi yang bersifat terbuka, Pengurus mempunyai kewajiban untuk menggali kepentingan anggota. Layanan yang dilakukan oleh koperasi perlu memperoleh umpan balik dari anggota.

PEMBAHASAN

Amanah Rapat Anggota Tahunan

Pernyataan bahwa koperasi merupakan organisasi dari-oleh dan untuk anggota, dari aspek oleh anggota antara lain tercermin bahwa yang dapat dipilih mejadi Pengurus adalah anggota. Pengurus dipilih dari dan oleh anggota dalam rapat anggota tahunan. Ciri demokratis sebagai salah satu ciri koperasi, pemilihan Pengurus dalam rapat anggota diharapkan dengan cara musyawarah mufakat. Kemungkinan yang lain keputusan diambil dengan pemungutan suara.

Setiap anggota yang hadir dalam rapat anggota mempunyai satu suara. Keputusan dinyatakan sah apabila rapat anggota memenuhi kourum. Pemilihan Pengurus dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung, rapat anggota dapat menominasikan sejumlah nama sebagai calon Pengurus. Selanjutnya rapat anggota menetapkan nama nama yang dinominasikan untuk menjadi Pengurus. Pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan musyawarah mufakat atau pungutan suara.

Secara tidak langsung, rapat anggota memilih sejumlah anggota diberi tugas sebagai formatur. Formatur dengan jangka waktu tertentu diberi tugas untuk memilih anggota yang diberi amanah menjadi Pengurus. Keputusan fomatur mengikat anggota, sehingga

kepengurusan yang disusun oleh formatur merupakan kepengurusan yang sah.Pengambilan sumpah dan pelantikan dilaksanakan oleh Pejabat Dinas Koperasi & UKM atau dinas yang terkait.

Apabila formatur hanya diberi waktu yang singkat dan harus melaporkan rumusan Pengurus pada rapat anggota yang sedang berlangsung, pengambilan sumpah dan pelantikan dilaksanakan secara langsung pada rapat anggota tersebut. Apabila waktu yang diberikan kepada formatur cukup longgar, pegambilan sumpah dan pelantikan dapat disepakati oleh Pejabat yang terkait dengan koperasi yang besangkutan.

Hirarkhi hubngan kerja antara rapat anggota tahunan dengan Pengurus merupakan mekanisme tahunan. Tugas Pengurus sebagai kuasa rapat anggota diartikan bahwa Pengurus mempunyai kewajiban untuk menyelenggarakan rapat anggota tahunan. Terdapat 2(dua) ketentuan tentang tanggung jawab Pengurus dalam menyelenggarakan rapat anggota tahunan. Rapat anggota yang membahas tentang laporan pertanggung jawaban Pengurus dan Pengawas dilaksanakan pada tahun buku berikutnya, selambat lambatnya 6(enam) bulan setelah tutup buku.

Rapat anggota yang secara khusus membahas rencana program kerja dan dan rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi, dilaksanakan sebelum tutup buku. Pelaksanakan sebelum tutup buku, supaya pada awal tahun anggaran Pengurus sudah mempunyai program kerja dan anggaran pendapatan belanja koperasi. Apabila rapat anggota belum dilaksanakan, berarti pada awal tahun/tahun buku berikutnya Pengurus menggunakan acuan tahun sebelumnya.

Penempatan Pengurus sebagai personifikasi koperasi, salah satu yang diembang oleh Pengurus (Ketua),mewakili koperasi dalam berhubungan dengan pihak ketiga. Pemilihan Badan Hukum oleh koperasi, koperasi dalam melakukan hubungan kerja dengan pihak ketiga dengan kemungkinan koperasi dapat menuntut atau dituntut di Pengadilan. Konsekwensi dari tugas ini kemungkinan koperasi akan memperoleh manfaat atau koperasi akan mengalami kerugian. Ketentuan UU No.25/1992 Tentang Peroperasian, pasal 34 ayat 1 Pengurus, baik bersama-sama,maupun sendiri-sendiri,menanggung kerugian yang di derita Koperasi ,karena tindakan yang dilakukan dengan kesengajaan atau kelalaiannya.

Rapat anggota luar biasa (pasal 8 ayat 1 Permenkop & UKM Nomor 19/PER/M.KUKM/IX/2015) Rapat Anggota Luar Biasa dapat diselenggarakan oleh Pengurus koperasi atas permintaan anggota atau pengurus dan dibentuk panitia oleh anggota karena berbagai alasan yang sangat penting dan mendesak. Penyelenggaraan rapat anggota luar biasa, ada indikasi Pengurus tidak mampu untuk melaksanakan rapat anggota tahunan. Mekanisme tahunan tidak dapat dilakukan oleh Pengurus, memungkinkan adanya indikasi Pengurus tidak mampu mengemban amanah anggota.

Pengurus perlu memahami bahwa pemilihan menjadi Pengurus salah satu unsur adalah keprcayaan dari anggota. Posisi sebagai Pengurus untuk mengemban amanah mengembangkan koperasi (organisai dan usaha) untuk kepentingan anggota.

Kepercayaan anggota dengan harapan memperoleh layanan dari koperasi. Perolehan layanan dari koperasi dengan harapan terpenuhi sebagian dari kepentingan ekonomi anggotanya.

Pengawasan kegiatan Pengurus dapat dilakukan oleh anggota baik dalam rapat anggota maupun di luar rapat. Pengawasan dalam rapat anggota dapat dilakukan apabila anggota mempunyai kesempatan (waktu) untuk mempelajari laporan pertanggung jawaban Pengurus dan Pengawas. Kesempatan untuk mempelajari, laporan pertanggung jawaban harus sudah diterima anggota sebelum pelaksanaan rapat anggota. Anggota juga diberi keempatan untuk memberikan masukan tertulis, dan masukan tersebut sebagai bagian dari acara pembahasan di rapat anggota.

Pengawasan di luar rapat, dapat dilakukan oleh anggota di kantor kooerasi. Kesempatan yang baik bagi anggota untuk memberikan masukan pada waktu anggota menikmati layanan dari koperasi. Ciri koperasi sebagai organisasi yang terbuka, Pengurus perlu melakukan upaya komunikasi dengan anggota tentang kegiatan yang dilakukan oleh koperasi. Kegiatan incidental yang dilakukan oleh Pengurus berdialog dengan anggota tentang layanan yang diberikan oleh koperasi.

1. Tugas mengemban amanah

Dua amanah yang dilakukan oleh Pengurus adalah mengelola koperasi di bidang organisasi dan di bidang usaha. Amanah ini dilakukan oleh Pengurus dengan mendasarkan pada program kerja dan program anggaran pendapatan dan belanja koperasi. Rencana program kerja dan rencana anggaran pendapatan belanja koperasi disusun oleh Pengurus, selanjutnya dibahas dan diputuskan dalam rapat anggota tahunan.

Dua amanah di bidang organisasi adalah kegiatan keanggotaan dan pelaksanaan rapat anggota. Tugas Pengurus di bidang keanggotaan adalah proses penerimaan dan pemberhentian anggota koperasi. Keanggotaan koperasi sifatnya aktif, artinya seseorang masuk menjadi anggota koperasi dengan mengajukan permohonan kepada Pengurus. Seseorang dapat mengajukan permohonan menjadi anggota koperasi apabila seseorang tersebut warga Negara Indonesia, mampu melakukan tindakan hokum dan memenuhi syarat yang diatur Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga koperasi.

Hal yang spesifik tentang keanggotaan koperasi, adalah pemenuhan syarat yang ditetakan dalam anggaran dasar dan anggaran rumah tangga koperasi. Menjadi sesuatu yang spesifik karena seseorang masuk menjadi anggota koperasi, karena ada persamaan kepentingan ekonomi dalam lingkup usaha koperasi. Aspek inilah yang diperhatikan oleh Pengurus dalam penetapan seseorang menjadi anggota koperasi.

Penerimaan seseorang menjadi anggota koperasi, mengawali koperasi sebagai organisasi dari anggota. Koperasi merupakan kumpulan orang yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Tanggung jawab anggota adalah untuk mengisi kegiatan koperasi sebagai rganisasi oleh dan untuk anggota. Pengangkatan Pengurus dari dan oleh anggota adalah salah satu bentuk kooerasi sebagai rganisasi oleh anggota. Koperasi

sebagai organisasi untuk anggota, tanggung jawab anggota dalam koperasi adalah partisipasi.

Kebijakan Pengurus penerimaan anggota pada tahap calon anggota, pada dasarnya Pengurus ingin mengetahui tentang kualitas partisipasi anggota baru tersebut. Status sebagai calon anggota, ada beberapa hak dan kewajiban yang berbeda dengan anggota. Hak untuk hadir dalam rapat anggota, tetapi belum mempunyai hak untuk ikut dalam pengambilan keputusan. Mempunyai hak memperoleh layanan dari koperasi tetapi layanan yang dinikmati belum mempunyai konsekwensi memperoleh Sisa Hasil Usaha (SHU).

Seseorang dinyatakan sebagai anggota koperasi apabila telah memenuhi kewajiban membayar simpanan pokok dan telah terdaftar dalam buku anggota. Status sebagai calon anggota, kewajiban yang perlu dipenuhi adalah membayar simpanan wajib. Status keanggotaan akan diperoleh apabila Pengurus mempertimbangkan bahwa calon anggota tersebut sudah layak untuk menjadi anggota.

Tugas di bidang organisasi yang lain adalah tanggung jawab Pengurus untuk merencaakan dan melaksanakan rapat anggota (tahunan). Perencanaan menyangkut aspek teknis penyelenggaraan dan persiapan laporan pertanggung jawaban. Aspek teknis menyangkut tempat pelaksanaan dan aspek aspek lain yang terkait dengan persiapan pelaksanaan.Laporan pertanggung jawaban Pengurus antara lain menyangkut ((pasal 7 ayat 3 butir b dan c Permenkop & UKM Nomor 19/PER/M.KUKM/IX/2015) Materi laporan pertanggungjawaban pengurus sekurang-kurangnya memuat perkembangan kondisi organisasi, laporan keuangan, perkembangan usaha, serta evaluasi rencana/target dan pencapaian program; masalah-masalah lain terkait pengembangan koperasi yang diajukan oleh Pengurus atau para anggota koperasi.

Terdapat 2(dua) laporan penting yang perlu disusun oleh Pengurus. Pertama perkembangan organisasi dan usaha koperasi. Di bidang organisasi antara lain dilaporkan tentang perkembangan anggota dan kebijakan Pengurus terkait dengan keanggotaan. Di bidang akan menyangkut tentang perkembangan layanan koperasi dan kebijakan pendukung di bidang layanan kepada anggota. Kedua, penjelasan Pengurus tentang pencapaian butir yang pertama dikaitkan dengan pencapaian progam kerja dan program anggaran pendapatan dan belanja koperasi.

Salah satu keputusan rapat anggota tahunan adalah memutuskan rencana kerja dan rencana anggaran belanja dan pendapatan (RK/RAPB) tahun berikutnya. Pembahasan tentang RK/RAPB menjadi rencana kerja dan rencana anggaran pendapatan dan belanja kiperasi (RK/APB) menjadi bagian yang penting dalam rapat anggota tahunan. Laporan tentang layanan koperasi pada dasarnya menjawab kepentingan ekonomi anggota. Pengurus perlu menempatkan anggota baik sebagai pelanggan maupun sebagai mitra kerja koperasi.

Menempatkan sebagai pelanggan, bahwa layanan yang diberikan oleh koperasi akan menjawab sebagian kepentingan ekonomi anggota. Seseorang masuk menjadi anggota koperasi, salah satu latar belakangnya karena ada

keterbatasan memenuhi kebutuhan secara mandiri. Bergabung menjadi anggota koperasi dengan harapan dapat terpenuhi sebagian kebutuhan ekonomi, karena ada kesempatan yang diberikan oleh anggota yang lain. Kesempatan diberikan oleh anggota yang lain, karena sementara anggota yang lain belum memerlukan layanan, dan kesempatan itu dimanfaatkan.

Menempatkan sebagai mitra, bahwa kepentingan ekonomi anggota tidak hanya ingin menikmati layanan dari koperasi, tetapi dimungkinkan anggota mempunyai layanan yang sama dengan koperasi. Koperasi memberikan layanan dengan membuka toko bahan kebutuhan pokok anggota, anggota yang mempunyai kegiatan dalam pemenuhan kebutuhan pokok dapat menjadi mitra koperasi. Kemitraan dapat dalam 2(dua) bentuk. Pertama anggota memasok kebutuhan pokok ke koperasi, dan yang kedua anggota mengambil kebutuhan pokok dari koperasi untuk dijual ke konsumen akhir.

Aspek lain yang perlu diperhatikan, bahwa layanan koperasi kepada anggota mendasarkan pada prinsip memberikan layanan. Keuntungan bagi koperasi diperlukan untuk menjaga kelangsungan hidup koperasi. Prinsip memberikan layanan, kooerasi tidak mengejar keuntungan yang maksimal. Perolehan sisa hasil usaha (SHU) yang tinggi kurang memberikan manfaat apabila anggota juga mempunyai kewajiban yang tinggi dalam memperoleh layanan dari koperasi. Anggota melakukan partisipasi pada koperasi (memanfaatkan layanan) minmal anggota mempertimbangkan ada keuntungan secara komparasi dengan layanan sejenis yang ada di sekitar anggota.

Daya tarik layanan koperasi dibandingkan dengan usaha sejenis di sekitar anggota, anggota memperoleh dua keuntungan dengan menikmati layanan koperasi. Pertama, terpenuhi sebagian kebutuhannya dan yang kedua akan memperoleh sebagian dari SHU koperasi, karena menikmati layanan koperasi. Amanah yang perlu dipegang oleh Pengurus, mengembangkan layanan koperasi, anggota memperoleh kepuasan dengan layanan tersebut, kooerasi memperoleh manfaat dengan perolehan SHU untuk menjaga kelangsungan hidup koperasi. Dana cadangan yang merupakan bagian dari SHU, dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan layanan usaha koperasi.

Pengembangan koperasi diharapkan selain dapat memberikan manfaat bagi anggotaya, menempatkan diri sebagai kooerasi yang berkualitas (pasal 1 ayat 6 PerMenKop dan UKM Nomor 21/Per/M.KUKM/IX/2015 Tentang Pemeringkatan Koperasi) Koperasi Berkualitas adalah koperasi yang memiliki kinerja baik dalam bidang kelembagaan, usaha, keuangan serta bermanfaat bagi anggota sebagai badan hukum aktif dan badan usaha yang dicirikan oleh prinsip-prinsip kohesivitas dan partisipasi anggota yang kuat dengan kinerja usaha yang semakin sehat dan berorientasi kepada usaha anggota serta memiliki kepedulian social. Kriteria koperasi yang berkualitas tidak berbeda dengan amanah Pengurus dalam mengelola koperasi di bidang organisasi da usaha.

2. Kepemimpinan Islami dalam mengemban amanah

Proses pemilihan Pengurus dan Pengawas pada dasarnya atas dasar kepercayaan anggota. Masing masing anggota mempunyai hak untuk memilih dan dipilih. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga koperasi telah mengatur syarat syarat untuk dapat dipilih menjadi Pengurus dan atau Pengawas. Pemilihan Pengurus dilaksanakan secara langsung dalam rapat anggota. Rapat anggota apabila menggunakan tahap pencalonan, tahap pencalonan juga dilaksanakan pada rapat anggota tersebut.

Anggota yang ingin memanfaatkan hak untuk dipilih, kesempatan untuk mengajukan untuk dipilih hanya pada kesempatan rapat anggota tersebut. Anggota yang diajukan untuk dipilih, kesempatan menyatakan kesediaan juga terbatas dalam rapat anggota tersebut. Anggota yang memanfaatkan haknya untuk memilih, juga mempunyai keterbatasan tentang calon yang akan dipilih. Sejumlah keterbatasan baik yang dimiliki oleh anggota yang akan dipilih dan anggota yang akan memilih, memungkinkan pemilihan anggota menjadi Pengurus dan atau Pengawas didasarkan atas kepercayaan anggota. Kepercayaan untuk mengemban amanah mengelola organisasi dan usaha koperasi untuk Pengurus dan menjadi partner Pengurus untuk melaksanakan pengawasan kegiatan yang dilakukan oleh Pengurus, bagi Pengawas.

Kepemimpinan juga dapat digambarkan sebagai kontrak sosial antara pemimpin dan pengikutnya, di mana fungsi pemimpin adalah memimpin, melestarikan dan melayani para pengikutnya (Khaliq Ahmad, dalam Hassan dkk: 2011). Selain itu, kepemimpinan,(Siddiq dalam Hassan dkk:2011) adalah salah satu kepercayaan dan tanggung jawab (taklif), bukannya berhubungan dengan kebesaran dan kesombongan (Tashrif).

Menempatkan sebagai pemimpin dengan memiliki kontrak sosial, artinya pemimpin juga mempunyai tanggung jawab sosial terhadap amanah yang diemban. Koperasi sebagai organisasi kumpulan orang, tanggung jawab Pengurus dan Pengawas dalam mengelola organisasi dan usaha koperasi perlu dipertanggung jawabkan dalam rapat anggota. Tanggung jawab sosial semakin melekat, karena pengawasan yang dilakukan oleh anggota terbatas. Tanggung jawab sosial Pengawas juga tinggi karena keterbatasan pengawasan yang dilakukan oleh anggota

Taqwa yang melekat pada seorang pemimpin dengan menempatkan taqwa dalam dua koponen yang berbeda, spiritual dan tanggung jawab (Zandi dkk : 2014). Taqwa merupakan berkah Allah SWT, yang akan membentuk karakter seorag pemimpin. Karakter seorang pemimpin yang memungkinkan membentuk kesetiaan orang orang yang dipimpinnya.Aspek spiritual menyangkut tiga dimensi, iman, ibadah dan taubah (Ibeahim dalam Zandi dkk : 2014).

Nilai nilai ke Islaman Pengurus koperasi, dengan melekatkan amanah dalam mempimpin koperasi dengan kemampuan memilah apa yang dianjurkan dan apa yang dilarang dalam agama Islam. Mengemban amanah dengan dasar kepercayaan dari anggota, perlu diwujudkan dengan tanggung jawab melaksanakan amanah dengan baik. Laporan pertanggung jawaban yang dilakukan

dalam rapat anggota tahunan adalah bentuk tanggung jawab apa yang sudah dilakukan. Penyusunan rencana kerja dan rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi untuk tahun berikutnya merupakan bentuk tanggung jawab lanjutan dalam mengembangkan koperasi.

Proses pengambilan keputusan atas laporan pertanggung jawaban Pengurus, keterbukaan Pengurus dalam melaksanakan amanah perlu diwujudkan kepada anggota. Informasi tentang kendala dalam mengemban amanah perlu disampaikan kepada anggota. Pentingnya partisipasi anggota dalam mewujudkan pencapaian amanah juga perlu disampaikan. Keberhasilan koperasi merupakan tanggung jawab baik anggota maupun Pengurus dan pelaksana koperasi yang lain (Pengawas, karyawan). Keberhasilan koperasi bukan hanya tanggung jawab Pengurus. Anggota perlu memaknai fungsi anggota sebagai pemilik sekaligus pengguna layanan koperasi.

Manajemen adalah faktor yang paling penting dalam kelangsungan hidup dan kesuksesan dari suatu organisasi dan memainkan peran penting dan vital dalam pertumbuhan dan perkembangan organisasi. Tujuan utama dari manajemen menghubungkan individu, efisiensi dan efektivitas, perbaikan, perencanaan sumber daya manusia, mengidentifikasi bakat dan mengembangkan karakter mereka dan sebagainya (Farhadi et al, dalam Tosanloo: 2014).Pengurus sebagai salah satu unsur dari manajemen, kemampuan mengelola sumberdaya yang ada, akan mendekatkan pencapian tujuan koperasi. Koperasi didirikan dan dikembangkan untuk meningkatkan kesejahreraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Kepemimpinan Islam (Kasturi dalam Wan Daud dkk 2014) bahwa untuk mencapai kinerja yang unggul dari organisasi, perlu dihubungkan dengan integritas pengikut terhadap pemimpinnya. Kualitas kepemimpinan Islam berfungsi sebagai sumber daya manusia yang penting untuk mengembangkan kinerja organisasi. Oleh karena itu, penerapan kepemimpinan Islam akan membutuhkan pengamatan kualitas kepemimpinan. Kualitas kepemimpinan ini sebagai salah satu faktor kunci dalam strategi peningkatan kinerja sumber daya manusia.

Kemampuan Pengurus untuk menggali partisipasi anggota menjadi salah satu kunci pengembangan koperasi. Anggota bergabung menjadi anggota koperasi, karena ada kesamaan kepentingan ekonomi. Layanan yang diberikan oleh koperasi pada dasarnya untuk memenuhi sebagian kepentingan ekonomi anggota. Anggota menikmati layanan koperasi adalah bentuk partisipasi. Respon positif atas layanan koperasi oleh anggota, menunjukkan kualitas Pengurus dalam memenuhi sebagian kebutuhan anggota.

Pemimpin Muslim yang baik (Thaib, & Che Pa,2014) antara lain menempatkan sebagai pemimpin sebagai tugas suci, bagian dari ibadah. Manajemen dalam Islam terdiri dari banyak persyaratan yang ketat termasuk hak-hak pekerja, akuntabilitas, dan tanggung jawab terhadap masalah publik dan eksternalitas. prinsip-prinsip Islam mengatur setiap proses manajerial seperti distribusi sumber daya dan

keuntungan, tujuan dan hasil. Pemimpin muslim mempunyai kemampuan dalam inovasi, kemampuan untuk menciptakan dan menemukan pengetahuan dan teknik-teknik baru untuk meningkatkan dan memfasilitasi gaya hidup sehat.

Mewujudkan kepemimpinan Muslim dalam pengembangan koperasi, Pengurus koperasi harus mampu menjawab kepentingan anggota bergabung dalam koperasi. Sejumlah anggota bergabung di koperasi antara lain mempertimbangkan keterbatasan kemampuan memenuhi sebagian kebutuhan secara mandiri. Bergabung menjadi anggota dengan dukungan anggota yang lain, selanjutya keterbatasan anggota tersebut dapat terpenuhi. Kemampuan dan tanggung jawab Pengurus dalam mengembangkan koperasi, merupakan tumpuan anggota. Inovasi dalam mengembangkan layanan dengan tetap memperhatikan kepentingan ekonomi anggota.

SIMPULAN

Mekanisme pengambilan keputusan dalam pemilihan Pengurus, pertimbangan anggota dalam memilih Pengurus antara lain atas dasar kepercayaan. Kepercayaan anggota dengan mempertimbangkan aspek kejujuran.anggota yang dipilih menjadi Pengurus. Aspek kejujuran dipertimbangkan oleh anggota karena Pengurus juga memerlukan ketrampilan dalam mengelola koperasi. Koperasi sebagai badan usaha, perlu dijaga kelangsungan hidupnya sehingga dapat memberikan manfaat bagi anggotanya. Keterbatasan pengawasan yang dilakukan oleh anggota, aspek kejujuran juga diperlukan. Keterbatasan pengawasan yang dilakukan oleh anggota, dengan kemungkinan keterbatasan pengetahuan anggota tentang koperasi. Kondisi ini perlu ada perubahan. Prinsip koperasi salah satunya pendidikan perkoperasian bagi anggota. Prinsip ini dimaknai bahwa Pengurus mempunyai kewajiban untuk melakukan pendidikan anggota.

Pengurus koperasi dengan melekatkan kepemimpinan Islam antara lain kemampuan untuk melakukan inovasi. Inovasi perlu dilakukan baik di bidang organisasi dan di bidang usaha. Di bidang organisasi misalnya menempatkan rapat anggota tahunan sebagai pemegang kekuasaan tertinggi dalam koperasi. Pengurus mampu melaksanakan rapat anggota tahunan yang memberikan hak penuh kepada anggota, sesuai dengan hak anggota yang melekat pada pelaksanaan rapat anggota tahunan. Qourum yang merupakan ketentuan sah nya rapat anggota, inovasi untuk mendorong anggota hadir perlu dilakukan.

Kepemimpinan dalam Islam yang perlu dilakukan oleh Pengurus antara lain, Melaksanakan tugas dengan kemungkinan ada perbedaan pendapat , kembalikan kepada Al Qur'an dan sunahnya, hal yang demikian lebih utama (bagi mu) dan lebih baik akibatnya. (QS An Nissa: 59), Mengelola koperasi terkait didalamnya mengelola kepentingan anggota. Dimungkinkan dalam pengelolaan tersebut muncul kepentingan anggota yang kurang selaras dengan kebijakan yang ditempuh oleh Pengurus. Pengambilan keputusan yang didasarkan untuk kepentingan anggota, meningkatkan kesejahteraan anggota, memberikan pelayanan yang sama kepada anggota,

sebagai upaya untuk mengurangi perbedaan pendapat.

Terdapat suri tauladan dari Rasulluloh,bagi orang orang yang ingin memperoleh rahmad dari Allah SWT dan hari kiamat, dengan banyak menyebut Allah (QS Al Ahzaab : 21). Pengurus koperasi yang mengemban amanat anggota, tanggung jawab dalam mengemban amanah tidak hanya terbatas untuk dipertanggung jawabkan kepada anggota, tetapi tangung jawab kepada Allah SWT. Salah satu tugas manusia untuk memakmurkan bumi, dapat dimaknai amanah Pengurus untuk meningkatkan kesejahteraan anggota, bagian dari upaya memakmurkan bumi.

Mengapa kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan (QS Ash Shaff: 2). Mengemban amanah sebagai Pengurus aspek kejujuran perlu dikedepankan. Kejujuran akan menumbuhkan kepercayaan. Kepercayaan selanjutnya akan menumbuhkan partisipasi anggota. Tumbuhnya partisipasi akan mendekatkan pencapian tujuan koperasi, karena anggota menempatkan posisinya sebagai pemilik sekaligus pengguna layanan koperasi.

DAFTAR RUJUKAN

Hassan, M. E. M. Muhamad, Nordin ;Abdullah, Nur Atiqah ; dan Adham, Khairul Akmaliah (2011), *Islamic Value, Leadership Legitimacy And Organizational Sustainability*, International Journal of Economics, Management and Accounting 19, no. 2 (2011): 169-86, © 2011 by The International Islamic University Malaysia.

Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 19/PER/M.KUKM/IX/2015 Tentang Penyelenggaraan Rapat Anggota Koperasi.

Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 21/Per/M.KUKM/IX/2015 Tentang Pemeringkatan Koperasi.

Tosanloo,Masoud Piri dan Mahmoudi, Shima Kazemi Malek (2014) *Investigating The Role Of Islamic Management In Organizations (Review Article)*, Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences ISSN: 2231– 6345 (Online) An Open Access, Online International Journal Available at http:/http: //www.cibtech.org/sp.ed/jls/ 2014/01/jls.htm 201 4 Vol. 4 (S1) April-June, pp. 306-312/.

Thaib, Lukman ; Che Pa, Bharuddin (2014), *Islamic Business Leadership Modelling for Sustianable Development,* International Journal of Multidisciplinary Academic Research Vol. 2, No. 1, 2014, page 25-32.

Undang undang No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian.

Wan Daud,Wan Norhayate ; Rahim ,Marlisa Abdul & Nasurdin, Aizzat Mohd (2014) *Quality of Islamic Leadership and Organizational Performance withinthe Takaful Industry in Malaysia: A Conceptual Study,*

Asian Social Science; Vol. 10, No. 21; 2014 ISSN 1911-2017 E-ISSN 1911-2025 Published by Canadian Center of Science and Education, http://dx.doi.org/10.5539/ass.v10n21p135-144.

Zandi,Gholamreza :Sulaiman , Mohamed: Rashed , Nayal **(..),** *Spirituality and Leader's Effectiveness: An Islamic Perpective,* Asian Economic and Finacial Review, 2015, 5(1):155-166 *ISSN(e): 2222-6737/ISSN(p): 2305-2147* journal homepage: http://www.aessweb.com/journals/5002.

Jual Beli On- Line Secara Syar'i Berdasarkan Al Quran Dan Al Hadist

Henny Triyana H
Universitas Udayana
Email : hennytriyana_hasibuan@yahoo.com

Abstrak: Penggunaan media internet untuk mendukung proses jual beli sangat efisien. Bagi pihak penjual atau toko online, mereka tidak perlu repot membangun toko, terikat jam kerja, memiliki pegawai yang banyak, maupun memajang barang dagangan secara fisik. Sedangkan bagi pihak pembeli keuntungan berbelanja melalui media online (internet) antara lain dapat mengunjungi merchant kapan saja dan dapat dilakukan dimana saja.Dalam hukum Islam tidak ada larangan dalam hal media yang digunakan untuk melakukan transaksi (QS Al Baqarah 275 dan 282), namun yang harus diperhatikan oleh pihak penjual dan pihak pembeli pada saat melakukan transaksi jual beli adalah memperhatikan unsur-unsur ijab qabul, obyek perjanjian, pihak-pihak yang melaksanakan perjanjian dan isi perjanjian. Selain itu harus memenuhi prinsip-prinsip syari"ah yaitu jual beli tersebut harus bebas dari unsur ribawi, gharar dan maisyir.

Kata Kunci *: Jual Beli, Online, Hukum Syariah*

Kemajuan teknologi informasi telah memanjakan umat manusia. Berbagai hal yang dahulu seakan mustahil dilakukan, kini dengan mudah terlaksana. Dahulu, praktik perdagangan banyak dibatasi waktu, tempat, ruang, dan lainnya. Namun kini batasan-batasan itu dapat dilampaui. Keterbatasan ruang tidak lagi menjadi soal, sebagaimana perbedaan waktu tidak lagi menghambat untuk menjalankan berbagai perniagaan. Dengan demikian, secara logis kapasitas perniagaan dan juga hasilnya semakin berlipat ganda.

Di antara kemajuan teknologi informatika yang banyak membantu perdagangan ialah internet. Dengan memanfaatkan jaringan online atau *e-marketing*. Bagi perusahaan, *e-marketing* memberikan banyak keuntungan mulai dari memperluas cakupan pasar, menemukan pelanggan potensial di seluruh pelosok dunia hingga meningkatkan *brand image* perusahaan. Sementara itu bagi pelanggan, *e-marketing* memungkinkan proses jual beli produk atau jasa tanpa harus bertatap muka langsung dimana pelanggan dapat menemukan berbagai produk atau jasa yang sesuai pilihannya dengan mudah tanpa harus menghabiskan waktu berkeliling ke berbagai toko (*offline shop*). *E-marketing* merupakan bagian dari *e-business* atau *ecommerce*.

Berbisnis sendiri di dalam islam sangat dianjurkan. Menurut Al-Hadist, Rasulallah SAW menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui berdagang. Hal tersebut bermakna bahwa berdagang merupakan jalan dimana pintu-pintu rezeki banyak dibukakan sehingga karunia Allah terpancar daripadanya. Jual beli merupakan sesuatu yang

diperbolehkan (QS 2 : 275). Di dalam ayat tersebut jelas sekali disebutkan bahwa Allah menghalalkan jual beli. Artinya jual beli memang boleh dilakukan asalkan sesuai dengan tuntunan ajaran islam. Tentu saja yang dimaksud adalah jual beli secara *off line* dimana pelanggan bertatap muka langsung dengan pedagang dan melihat langsung produk yang ingin dibeli. Jual beli adalah bentuk dasar dari kegiatan ekonomi manusia. Lalu bagaimana dengan jual beli *online* yang marak saat ini, dimana proses jual beli dilakukan secara elektronik melalui internet juga *website*. Karena itulah perlu dipahami hukum jual beli *online* secara syariat islam serta langkah-langkah apa yang dapat dilakukan sehingga jual beli *online* menjadi benar dan sah menurut syariat islam.

PEMBAHASAN

Pengertian Jual beli On Line

Transaksi secara online merupakan transakasi pesanan dalam model bisnis era global yang non face, dengan hanya melakukan transfer data lewat dunia maya *(data intercange)* via internet, yang mana kedua belah pihak, antara originator dan adresse (penjual dan pembeli), atau menembus batas System Pemasaran dan Bisnis-Online dengan menggunakan Sentral shop, Sentral Shop merupakan sebuah Rancangan *Web Ecommerce smart* dan sekaligus sebagai Bussiness Intelligent yang sangat stabil untuk diguakan dalam memulai, menjalankan, mengembangkan, dan mengontrol Bisnis.

Perkembangan teknologi inilah yang bisa memudahkan transaksi jarak jauh, dimana manusia bisa dapat berinteraksi secara singkat walaupun tanpa *face to face*, akan tetapi didalam bisnis adalah yang terpenting memberikan informasi dan mencari keuntungan.

Adapun mengenai definisi mengenai jual beli on line secara umumnya adalah dengan merujuk pada semua bentuk transaksi komersial, yang menyangkut organisasi dan transmisi data yang digeneralisasikan dalam bentuk teks, suara, dan gambar secara lengkap. Sedangkan pihak-pihak yang terlibat sebagaiman yang telah diungkapkan dalam akad salam diatas, mungkin tidak beda jauh, hanya saja persyaratan tempat yang berbeda.

Sebagaimana halnya transaksi-transaksi yang lain, jual beli online juga memiliki kelebihan dan kekurangan. Adapun kelebihan jual beli online adalah:

1) Dapat mempermudah transaksi jual beli Pembeli dimudahkan dalam melakukan proses transaksi pembelian sebuah produk dimana pembeli dapat membeli produk yang dibutuhkan kapanpun ia mau. Demikian halnya juga dengan penjual, dimana penjual dimudahkan dalam memperkenalkan produknya ke calon pembeli dari berbagai wilayah termasuk secara global.

2) Tidak membutuhkan waktu lama Proses jual beli dapat berlangsung dengan cepat hanya dalam hitungan menit. Pembeli dapat memilih produk yang diinginkannya dengan membandingkan produk sejenis pada penjual yang berbeda. Pembeli juga tidak harus menghabiskan waktu ke luar rumah untuk membeli produk yang diinginkan tersebut.

3) Dapat menghemat biaya Jual beli online mampu memberikan penghematan biaya baik kepada penjual maupun pada pembeli. Penjual dapat menghemat biaya pemasaran

produknya sedangkan pembeli dapat menghemat berbagai biaya jika berbelanja langsung ke toko offline. Artinya, kedua-duanya sama-sama diuntungkan.

Di sisi lain, kelebihan yang mendasar yang ada pada transaksi online ini adalah si pembeli dan penjual sama-sama memiliki tingkat kejujuran dan kepercayaan yang tinggi sehingga keduanya tidak pernah merasa dirugikan. Adapun kekurangannya adalah bahwa jual beli on line ini memberikan ruang untuk melakukan penipuan sehingga merugikan orang lain. Hal ini menjadi penyebab diperlukannya sebuah kejelasan produk maupun status penjual online itu sendiri guna menghindari adanya kasus penipuan.

Dasar Hukum Jual Beli On Line Menurut Al Quran dan AL Hadist

Dalam islam dituntut untuk lebih jelas dalam memberikan sutu landasan hukum, maka dari itu islam melampirkan sebuah dasar hukum yang terlampir dalam al-Qur'an, al-Hadits dan Al-hadits. Perlu diketahui sebelumnya mengenai transaksi ini secara khusus dalam al qur an tidak ada, yang selama ini dijadikan landasan hukum adalah transaksi jual beli secara global, jual beli on line termasuk salah satu jual beli dalam bentuk khusus, maka hadist Nabi dan ijma' ulama banyak menjelaskannya dan tentunya Al-Qur'an yang membicarakan secara global sudah mencakup atas diperbolehkannya jual beli akad salam. Adapun landasan hokum islam mengenai hal tersebut adalah : Al Quran Surat Al Baqaroh ayat 275 dan 282.

Adapun hadits tentang dasar hukum diperbolehkannya transaksi ini adalah, dari Abdullah bin Abbas, ia berkata, Nabi datang ke Madinah, dimana masyrakat melakukan transaksi salam (memesan) kurma selama dua tahun dan tiga tahun, kemudian Nabi bersabda, barang siapa melakukan akad terhadap sesuatu, hendaklah dilakukan dengan takaran yang jelas, timbangan yang jelas, dan sampai batas waktu yang jelas.

Jual Beli On Line Dalam Perspektif Syariah.

Hukum kontrak dalam Islam disebut dengan "Akad" yang berasal dari bahasa Arab "al aqd" yang berarti perikatan, perjanjian, kontrak atau permufakatan (al ittifaq), dan transaksi. Tanpa bermaksud mengurangi makna dan unsur yang terkandung di dalamnya, maka dalam penulisan artikel ini istilah yang dipergunakan adalah perjanjian (dalam lingkup jual beli). Menurut Wahab al Zuhaili dan Ibnu Abidin, sebagaimana yang dikutipoleh Abdul Manan (2006: 32) beliau menggunakan istilah "kontrak" (akad) yang secara terminologi berarti pertalian antara ijab dan qabul sesuai dengan kehendak syari"ah (Allah dan Rasul-Nya) yang menimbulkan akibat hukum pada obyeknya. Ijab dan qabul dimaksudkan untuk menunjukkan adanya keinginan dan kerelaan timbal balik para pihak yang bersangkutan terhadap isi kontrak. Oleh karena itu ijab dan qabul ini menimbulkan hak dan kewajiban atas masing-masing pihak yang melakukan kontrak.

Menurut Hasbi Ash Shiddiqie dalam bukunya Memahami Syari"at Islam, sebagaimana dikutip oleh Abdul Manan, mengatakan bahwa suatu kontrak (baca perjanjian) harus memenuhi empat rukun yang tidak boleh ditinggalkan yaitu ijab qabul,

objek perjanjian, pihak-pihak yang mengadakan perjanjian dan Isi kontrak perjanjian. (Manan; 2006: 39-42).

1. Ijab qabul.

Formulasi ijab qabul dalam suatu perjanjian jual beli dapat dilaksanakan dengan ucapan lisan, tulisan atau isyarat bagi mereka yang tidak mampu berbicara atau menulis. Bahkan dapat dilaksanakan dengan perbuatan yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak untuk melakukan suatu perjanjian. Tidak ada petunjuk baik dalam Al-Qur‟an maupun Al-Hadits yang mengharuskan penggunaan bentuk atau kata-kata tertentu dalam pelaksanaan ijab qabul yang dibuat oleh para pihak. Formulasi ijab qabul dapat dilaksanakan menurut kebiasaan sepanjang tidak bertentangan dengan syara‟.

Menurut Wahbah Zuhaili (Manan; 2006: 39) ada tiga syarat yang harus dipenuhi agar suatu ijab dan qabul dipandang sah serta memiliki akibat hukum, yakni : tujuan yang terkandung dalam pernyataan itu jelas. adanya kesesuaian antara ijab dan qabul. antara ijab dan qabul menunjukkan kehendak para pihak secara pasti, tidak ada keraguan sedikitpun, tidak berada dibawah tekanan dan tidak berada dalam keadaan terpaksa.

Dalam transaksi online, pembeli setelah melihat-lihat daftar barang dan harga berikut prosedur pembayaran dan pengirimannya, apabila ia menyetujui aturan-aturan yang tercantum pada form tata cara pembelian maka ia akan melakukan proses order dengan mengisi form pembelian dan diakhiri dengan klik ”OK”.

Dengan pembeli melakukan klik ”OK” dapat dipahami jika pembeli telah setuju untuk terikat perjanjian jual beli dengan penjual. Sehingga telah terjadi kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli, yang mana pihak penjual sepakat untuk mengirimkan barang yang dipesan dan pembeli sepakat untuk menyerahkan uang (melalui transfer bank, kartu Kredit/debit, ATM). Namun apabila pembeli keberatan dengan apa yang tercantum dalam form, maka dapat mengabaikannya dengan menghentikan transaksi (tekan *cancel* atau *close*).

Tindakan pembeli agar berhati-hati dan tidak tergesa-gesa dalam membaca peraturan mengenai cara pemesanan, cara pembayaran dan cara pengiriman barang yang dibuat dan di posting oleh penjual merupakan upaya agar terhindar dari kesalahan melakukan transaksi yang tidak dikehendaki, sehingga apabila pembeli setuju dengan peraturan tersebut ia akan menekan tombol ”OK”, dan manakala tidak setuju ia akan menekan tombol ”cancel”.

2. Obyek perjanjian.

Obyek perjanjian dalam muamalah jangkauannya sangat luas, bentuknya pun berbeda-beda satu dengan yang lain. Para ahli hukum Islam sepakat bahwa obyek perjanjian harus memenuhi empat syarat yaitu (Manan; 2006:40) :

a) Obyek harus sudah ada secara konkrit ketika perjanjian dilangsungkan, atau diperkirakan ada pada masa yang akan datang.

b) Dibenarkan syara‟.

c) Obyek harus dapat diserahkan ketika terjadi perjanjian, namun tidak harus seketika melainkan dapat diserahkan pada saat yang telah ditentukan dalam kontrak.

d) Obyek harus jelas dan dapat ditentukan (mu‘‘ayyan) dan harus diketahui oleh kedua belah pihak yang membuat perjanjian

Selain itu untuk mencegah terjadinya sengketa atau timbul hal-hal yang tidak diinginkan, para fuqaha membedakan dua macam kekeliruan Manan; 2006:46) :

a) Kekeliruan pada jenis obyek perjanjian, dipandang sebagai kesalahan fatal yang dapat menyebabkan tidak sahnya perjanjian sehingga sejak awal batal demi hukum.

b) Kekeliruan pada sifat perjanjian, dipandang sebagai kesalahan ringan yang tidak sampai merusak aqad, karena aqad dipandang sah tetapi bagi pihak yang merasa dirugikan dengan adanya perjanjian itu dapat meminta pembatalan kepada pengadilan.

Dalam transaksi on line, pembeli dapat melihat barang atau jasa yang ditawarkan pada layar monitor, namun obyek tersebut tidak bisa seketika diperoleh karena harus menunggu dikirim oleh pihak penjual. Lamanya masa pengiriman tergantung dari lokasi (tempat tinggal atau kantor) pembeli, apakah di tengah kota atau di daerah yang terpencil, di luar pulau bahkan di negara yang berbeda. Disamping itu pembeli tidak dapat langsung memeriksa kondisi barang yang akan ia beli, apakah sesuai dengan yang di posting atau tidak, apakah ada cacatnya atau tidak.

Menurut hukum Islam keadan demikian dibolehkan, sepanjang obyek yang diperdagangkan bukan barang haram seperti minuman keras (khamar), Selain itu pihak penjual wajib memastikan bahwa barangnya telah ada atau segera dibuatkan dan siap dikirim sesuai dengan janji yang telah ia posting pada toko virtualnya (web)

3. Pihak pihak yang melaksanakan perjanjian.

Pihak-pihak yang melaksanakan perjanjian (subyek hukum) adalah manusia dan badan hukum. Dalam hal subyek hukum ini maka hal yang perlu diperhatikan yaitu kecakapan bertindak, kewenangan dan perwakilan. Apabila hal ini terpenuhi maka perjanjian yang dibuatnya mempunyai nilai hukum yang dibenarkan syara‘‘ (Manan; 2006:42).

Pelaku perjanjian (jual beli online) disyaratkan harus mukhallaf (aqil baligh, berakal, sehat, dewasa/bukan mumayyid dan cakap hukum). Jadi tidak sah perjanjian (jual beli online) apabila dilakukan oleh anak-anak dan orang gila serta orang-orang yang berada di bawah pengampuan. Para ahli hukum Islam sepakat bahwa batasan umur pelaku perjanjian diserahkan kepada adat setempat dan atau perundang-undangan yang berlaku dalam suatu negara (Sudarsono; 2003:6).

Dalam hukum Islam dikenal orang-orang yang tidak cakap bertindak dalam hukum yang disebut sebagai tidak cakap bertindak, yaitu orang yang tidak sempurna akalnya dalam hal memelihara hartanya dan kebaikan tasharruf padanya, dalam hal ini anak-anak yang belum dewasa, orang gila dan orang yang selalu membuat mubazir dalam hidupnya (Sudarsono; 2003:41).

Badan hukum tidak secara khusus diatur dalam sistem perdagangan Islam, tetapi ada beberapa dalil hukum yang membolehkan membentuk badan hukum dengan istilah al-syirkah. Nabi Muhammad SAW tidak pernah

melarang bentuk kerjasama al-syirkah sepanjang mendatangkan kemashalatan bagi manusia dan mendatangkan kemakmuran bagi seluruh masyarakat. Hukum Islam juga tidak mengatur mengenai kapan al-syirkah diakui sebagai subyek hukum, melainkan menyerahkan hal tersebut kepada peraturan perundang-undangan masing-masing negara sepanjang mendatangkan kemaslahatan bagi masyarakat (Sudarsono; 2003:42).

Dalam transaksi online yang dilakukan oleh manusia sebagai subyek hukum adalah sah sepanjang ia adalah orang-orang yang cakap menurut syara‟‟, namun karena antara penjual dan pembeli tidak bertatap muka secara langsung maka kemungkinan untuk terjadinya penipuan mengenai usia sangat potensial. Apabila hal ini terjadi maka, pihak yang dirugikan penjual dapat membatalkan perjanjian kepada pihak yang berwenang atau pengadilan.

Menurut Abdul Halim Mahmud al Ba‟‟ly, sebagaimana dikutip oleh Abdul Manan, bahwa penipuan (tadlis) ada tiga macam (Sudarsono; 2003:6) yaitu :

a) Penipuan yang berbentuk perbuatan yaitu menyebutkan sifat yang tidak nyata pada obyek perjanjian.

b) Penipuan yang berupa ucapan, seperti berbohong yang dilakukan oleh satu pihak agar pihak lain mau melakukan perjanjian. Penipuan juga dapat terjadi pada harga barang yang dijual dengan menipu memberi penjelasan yang menyesatkan.

c) Penipuan dengan menyembunyikan cacat pada obyek perjanjian padahal ia sudah mengetahui kecacatan tersebut.

Berdasarkan pernyataan Abdul Halim Mahmud al Ba‟‟ly perjanjian jual beli online tetap sah dan tidak melanggar syara‟‟ sepanjang antara pihak penjual dan pihak pembeli sama-sama memiliki itikad baik untuk tidak berbuat curang (bebas dari upaya penipuan).

4. Tujuan kontrak dan akibatnya.

Adalah untuk apa suatu perjanjian dilakukan oleh seseorang dengan orang lain dalam rangka melaksanakan suatu muamalah, adapun yang menentukan akibat hukum dari suatu kontrak adalah al musyarri‟‟ (yang menetapkan syariat, yakni Allah sendiri). Dengan kata lain, akibat hukum dari suatu perjanjian harus diketahui melalui syara‟‟ (hukum Islam) dan harus sejalan dengan kehendak syara‟‟, sehingga apabila tujuannya bertentangan dengan syara‟‟ adalah tidak sah sehingga tidak menimbulkan akibat hukum (Manan; 2006).

Menurut Ahmad Azhar Basyir, sebagaimana dikutip oleh Abdul Manan, syarat sah dari suatu perjanjian adalah (Manan; 2006:43) :

a) Tujuan perjanjian tidak merupakan kewajiban yang telah ada atas pihak-pihak yang bersangkutan tanpa perjanjian yang diadakan, tujuan hendaknya baru ada pada saat aqad diadakan. Misalnya perjanjian ijarah (perjanjian kerja) yang diadakan antara suami istri untuk melakukan pekerjaan rumah tangga. Perjanjian ini tidak sah sebab tujuan perjanjian telah menjadi kewajiban istri untuk melakukan pekerjaan itu menurut ketentuan agama, walaupun tanpa adanya perjanjian tersebut.

b) Tujuan harus berlangsung adanya hingga berakhirnya pelaksanaan perjanjian. Misalnya dalam perjanjian sewa-menyewa rumah dalam jangka waktu dua tahun, tujuannya untuk mengambil manfaat dari perjanjian

tersebut, jika manfaat tidak tercapai maka perjanjian menjadi rusak sejak tujuannya hilang.

c) Tujuan perjanjian harus dibenarkan syara‟, jika syarat ini tidak terpenuhi maka perjanjian tidak sah. Misalnya perjanjian riba.

Dalam transaksi online, tujuan yang hendak dicapai penjual adalah memperoleh sejumlah uang, sedangkan bagi pembeli tujuannya adalah mendapatkan barang/jasa yang ditawarkan, sehingga akibat hukumnya adalah kedua belah pihak memiliki kewajiban untuk serah terima uang dengan barang/jasa. Jika masing-masing pihak telah melaksanakan hak dan kewajibannya tersebut maka ini dibenarkan syara‟, namun jika masing-masing pihak atau salah satunya ada itikad yang tidak baik untuk tidak melaksanakan hak atau kewajibannya atau dengan kata lain ada unsur penipuan dan tipu muslihat, inilah yang bertentangan dengan syara‟ sehingga tidak diperbolehkan.

Hal yang bertentangan dengan syara‟ tersebut misalnya pihak merchant tidak mengirimkan barang yang di order atau apabila mengirimkan ternyata tidak sesuai sebagaimana yang telah di posting, atau ternyata barang yang dikirim ada cacatnya. Demikian juga jika pihak buyer tidak mengirimkan uang pelunasan atas barang yang ia order, misalnya dalam tata cara pembayaran pihak penjual membuat keleluasaan peraturan (trik ini biasa digunakan sebagai upaya untuk menarik minat pembeli namun rawan disalah gunakan oleh pembeli bahwa barang akan dikirim setelah buyer membayar 50% dan sisa pembayarannya dilunasi apabila buyer telah menerima barang tersebut

Langkah-Langkah yang Dapat Dilakukan sehingga Jual Beli Online Menjadi Benar dan Sah Menurut Syariat Islam

Terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan agar jual beli online menjadi benar dan sah menurut syariah islam, diantaranya adalah :

1) Barang yang dijual Merupakan produk halal

Kewajiban menjaga hukum halal dan haram dalam objek jual beli tetap berlaku, termasuk dalam jual beli *online*. Islam mengharamkan hasil jual beli barang atau jasa yang haram, sebagaimana ditegaskan dalam Hadist: ‚*Sesungguhnya bila Allah telah mengharamkan atas suatu kaum untuk memakan sesuatu, pasti Ia mengharamkan pula hasil penjualannya*.‟ (HR Ahmad, dan lainnya). Boleh jadi ketika berbisnis secara *online*, rasa segan kepada orang lain berkurang. Tapi perlu disadari bahwa Allah *'Azza wa Jalla* mencatat halal atau haramnya bisnis yang dilakukan. Oleh karena itu, kehalalan produk atau jasa yang diperjualbelikan menjadi sangat penting.

2) Produk yang dijual harus memiliki manfaat

Produk tersebut selain halal haruslah yang memiliki manfaat. Penjual harus menjual produk yang memang benar-benar bermanfaat. Tidak sekedar menjual produk semata melainkan juga dapat berguna kepada pembeli maupun bagi agama. Seperti yang disebutkan di dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-Isra' ayat 27: Artinya: ‚*Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudarasaudara syaitan, dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya*. (QS. Al-Isra': 27)

3) Produk yang dijual harus dapat diserahkan

Hendaknya produk yang dijual secara online merupakan milik si penjual sendiri atau setidaknya ia memiliki hak kuasa atas produk tersebut. Dari Hakim bin Hizam, ‚Beliau berkata kepada Rasulullah, 'Wahai Rasulullah, ada orang yang mendatangiku. Orang tersebut ingin mengadakan transaksi jual beli, denganku, barang yang belum aku miliki. Bolehkah aku membelikan barang tertentu yang dia inginkan di pasar setelah bertransaksi dengan orang tersebut?' Kemudian, Nabi bersabda, 'Janganlah kau menjual barang yang belum kau miliki.'

4) Kejelasan status penjual

Hal penting lainnya yang harus diperhatikan dalam setiap jual beli adalah kejelasan status penjual. Apakah sebagai penjual sekaligus pemilik, atau paling kurang sebagai perwakilan dari pemilik barang, sehingga berwenang menjual barang. Ataukah hanya menawarkan jasa pengadaan barang, lalu mendapat imbalan tertentu. Ataukah sekadar seorang pedagang yang tidak memiliki barang namun bisa mendatangkan barang yang diinginkan pembeli atau pelanggan. Status penjual yang jelas disebutkan dalam *website* akan membuktikan bahwa penjual memang benar ada dan jujur. Entah itu mencantumkan nomor kontak yang valid, foto diri, alamat yang jelas dan dapat dikunjungi atau bertatap muka langsung atau informasi pribadi lainnya akan sangat berarti bagi pembeli.

5) Kesesuaian harga dengan kualitas barang

Dalam jual beli *online*, banyak juga pembeli yang kecewa dan kesal. Contoh kasus setelah melihat pakaian yang telah dibeli secara *online* ternyata kualitas kainnya atau ukurannya tidak sesuai. Sebelum hal tersebut terjadi sudah seharusnya sebagai pembeli, mempertimbangkan dengan sungguh-sungguh, apakah harga yang ditawarkan telah sesuai dengan kualitas barang yang akan dibeli. Sebaiknya juga meminta foto yang asli dari keadaan barang yang akan dijual. Akan jauh lebih baik lagi jika penjual *online* tersebut sudah dikenal banyak pihak atau direkomendasikan oleh banyak pelanggan bahkan bisa ditemui secara langsung. Kredibilitasnya sebagai penjual *online* pun sudah tidak diragukan lagi. Dengan kata lain, penjual sudah terpercaya dan tidak berbohong tentang produk atau jasa yang dijualnya.

6) Kejujuran

Bisnis secara *online*, walaupun memiliki banyak keunggulan dan kemudahan, namun bukan berarti tanpa masalah. Berbagai masalah dapat saja muncul pada jual beli *online*. Terutama yang berkaitan dengan amanah. Bisa jadi ada orang yang melakukan pembelian atau pemesanan, namun setelah barang dikirim, tidak melakukan pembayaran atau tidak melunasi sisa pembayaran. Bila sebagai pembeli, bisa jadi setelah melakukan pembayaran, atau setelah mengirim uang muka, ternyata penjual berbohong dan tidak mengirimkan barang. Kemudian barang yang dikirim tidak sesuai dengan apa yang digambarkan di *website*-nya atau tidak sesuai dengan apa yang penjual sebutkan. Sebagaimana disebutkan dalam Hadist berikut ini:

Dari Abdullah r.a. dari Nabi saw beliau bersabda: *"Sesungguhnya kejujuran akan membimbing pada kebaikan, dan kebaikan itu akan membimbing ke surga, sesungguhnya jika seseorang yang senantiasa berlaku jujur hingga*

ia akan dicatat sebagai orang yang jujur. Dan sesungguhnya kedustaan itu akan mengantarkan pada kejahatan, dan sesungguhnya kejahatan itu akan menggiring ke neraka. Dan sesungguhnya jika seseorang yang selalu berdusta sehingga akan dicatat baginya sebagai seorang pendusta.

Oleh karena itu, kejujuran memang ditekankan dalam setiap bisnis, meskipun pada jual beli *online* hal tersebut justru lebih utama. Di dalam jual beli *online*, baik sebagai penjual maupun pembeli diharapkan untuk lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi *online*. Sebaiknya mengenali dan mempelajari berbagai kiat aman menjalankan bisnis *online* atau membuka toko *online* terlebih dahulu sehingga memahami betul bagaimana proses dan alur jual beli *online* yang ada saat ini

SIMPULAN

Jual beli melalui melalui media online adalah sah menurut syara‟ (hukum Islam) terdapat dalam Al Quran surat Al Baqarah ayat 275 dan 282 sepanjang memenuhi empat kriteria yaitu pertama Ijab qabul berupa tindakan nyata (perbuatan konkrit berupa meng-klik tombol ”OK”) berarti ada kerelaan pihak pembeli untuk terikat pada ketentuan tata cara pembelian, pembayaran dan pengiriman barang, disamping itu ada tindakan nyata dari pihak penjual untuk memproses order yang diminta pihak pembeli. Kedua, obyek perjanjian dapat berwujud apa saja kecuali asal barangnya haram sehingga diharamkan pihak-pihak yang melaksanakan perjanjian haruslah mukhallaf (aqil baligh, berakal, sehat, dewasa/bukan mumayyid dan cakap hukum). Keempat, tujuan kontrak dan akibatnya yaitu kewajiban pembeli untuk membayar harga yang telah ia setujui dan kewajiban penjual mengirim barang yang telah di order oleh pembeli dalam kondisi baik dan tanpa cacat, bebas dari penipuan dan tipu muslihat. Langkah-Langkah yang dapat dilakukan sehingga jual beli online menjadi benar dan sah menurut Syariat Islam, baramg yang dijual merupakan produk halal, memiliki manfaat, obyek dapat diserahkan, Kesesuaian barang dengan kualitas, Kejelasan status penjual dan Jujur

DAFTAR RUJUKAN

Abdul, H. B dan Teguh P. 2005. *Bisnis e-commerce Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*. Yogyakarta :Pustaka Pelajar

Budi A. R. 2005. Aspek Hukum Internet Banking. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Edmon M. 2005. Pengantar Hukum Telematika Suatu Kompilasi Kajian. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Manan, A. Hukum Kontrak Dalam Sistem Ekonomi Syariah, Varia Peradilan, Majalah Hukum Tahun Ke XX1 No.247 Juni 2006

Sudarsono, H . 2003, Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar. Yogyakarta: Ekonisia FE-UII

Kontribusi LKM dan LKMS terhadap Usaha Para Anggota dalam Dimensi Keadilan Distributif

(Study Empiris KSU BMT Rizky Prima & KSU Cari Makmur di Kota Semarang)

Lasmiatun
Universitas Wahid Hasyim Semarang
Email : lasmiatunmsi@gmail.com

Abstrak : Kemudahan akses modal akan memberikan pengaruh yang positif dalam perkembangan sebuah usaha yang membantu meringankan permasalahan kemiskinan dengan rasa saling membutuhan ini akan menguatkan sebuah kerjasama bertahan lebih lama karena itu adalah sifat alami dan tidak berdasarkan pada keharusan, sinergitas antara LKM dan anggota yang baik akan mengarah pada nilai tambah penerimaan yang lebih besar, diharapkan LKM bisa membimbing, sehingga pengusaha kecil dapat mengembangkan usahanya, sehingga itu menjadi sebuah kerjasama yang terpercaya dalam kehidupan bermasyarakat yang adil dan pengembangan usaha itu untuk memperbaiki kesejahteraan mereka. Jadi dengan hadirnya LKM (KSU Cari Makmur) and LKMS (KSU BMT Rizky Prima) dalam menyediakan modal sangat penting bagi mereka, terutama untuk kelompok yang kurang beruntung memiliki kesempatan berusaha atau melakukan bisnis untuk meningkatkan pendapatan mereka, jika pendapatan meningkat berarti kemiskinan akan berkurang dan kesenjangan ekonomi di masyarakat juga berkembang mewujudkan keadilan.

Kata Kunci: *Modal, Kemiskinan, LKM, LKMS, Keadilan*

Kemiskinan merupakan masalah krusial yang dihadapi oleh masyarakat Jawa Tengah pada khususnya dan Indonesia pada umumnya. Jika dikorelasikan dengan teori lingkaran kemiskinan Ragnar Nurkse (*the ficious circle of poverty*), masalah ini berawal dari kurangnya modal yang dapat diakses untuk melakukan kegiatan usaha. Kekurangan modal mengakibatkan produktivitas rendah, sehingga tidak mampu menyisihkan sebagian pendapatannya untuk ditabung. Tabungan rendah menyebabkan investasi rendah yang pada gilirannya akan mengakibatkan kekurangan modal. Begitu seterusnya seperti lingkaran yang tidak berujung pangkal. Oleh karena itu, langkah untuk menanggulangi kemiskinan antara lain dengan mematahkan salah satu mata rantai kemiskinan tersebut, misalnya dengan memberikan bantuan pinjaman modal. Tanpa akses dari LKM, para masyarakat miskin akan mengantungkan pembiayaannya sendiri yang sangat terbatas.

Dalam perspektif teori keadilan John Rawls, pemberian modal kepada kelompok ekonomi lemah agar mereka memiliki kesempatan yang lebih baik untuk dapat mengakses sumber ekonomi sehingga kualitas kehidupan ekonomi mereka bisa lebih meningkat termasuk dalam prinsip keadilan yang ke dua bagian dua, yaitu the principle of fair equality of opportunity (prinsip kesamaan kesempatan yang adil). John Rawls menyatakan bahwa prinsip ini dimaksudkan untuk memberikan keuntungan terbesar bagi orang-orang yang kurang beruntung, serta memberikan penegasan bahwa dengan kondisi dan kesempatan yang sama di mana semua posisi dan jabatan harus terbuka bagi semua orang. Mengapa pelayanan jasa modal kepada kelompok ekonomi lemah ini sangat penting? Hal

ini terkait dengan kenyataan bahwa kelompok ekonomi lemah yang sering dikategorikan dalam UKM tidak dapat sepenuhnya mengakses layanan bank karena berbagai alasan terkait dengan ketiadaan jaminan atau agunan yang bisa diberikan kepada bank konvensional. Dengan demikian mereka umumnya bukanya kelompok yang bankable. Oleh sebab itu kehadiran LKMS untuk memberikan jasa permodalan sangat berarti sekali bagi mereka. Dalam perspekstif keadilan ala Rawls, layanan jasa permodalam LKMS ini dapat dipandang sebagai upaya untuk memberikan opportunity kepada kelompok yang tidak beruntung agar memperoleh keuntungan yang besar, karena dengan modal yang diberikan, kelompok yang tidak beruntung ini memiliki kesempatan untuk berusaha atau berbisnis yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan mereka. Jika pendapatan meningkat berarti kemiskinan berkurang dan kesenjangan ekonomi dalam masyarakat juga akan berkurang.

Rakyat, terutama yang berada pada strata bawah, umumnya membutuhkan dana bagi kebutuhan utama mereka yaitu kebutuhan siklus kehidupan (life cycle needs), darurat (emergency needs), dan dalam rangka memanfaatkan peluang (opportunity needs). Siklus kehidupan seperti kelahiran anak, menyekolahkan anak, menikah jelas membutuhkan pembiayaan yang tidak sedikit. Pembiayaan berbagai jenis pengeluaran ini seringkali melebihi kemampuan rakyat miskin, sehingga mereka membutuhkan sumber dana dari luar. Selain itu, rakyat miskin juga membutuhkan berbagai pengeluaran tidak terduga baik yang bersifat personal maupun non personal. Pengeluaran tidak terduga yang bersifat personal misalnya sakit, kehilangan pekerjaan, upacara adat, kecurian, dan semacamnya. Adapun yang bersifat non personal seperti digusur tempat tinggalnya oleh penguasa, kerusuhan dan sebagainya. Mengingat sebagian besar penghasilan mereka habis untuk konsumsi, anggaran untuk kejadian-kejadian yang sifatnya darurat ini hampir tidak ada. Sebagaimana yang digambarkan di atas, permasalahan yang ingin di bahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Bagaimana Peran LKM dalam Pengentasan Kemiskinan. (2) Bagaimana Posisi UKM di Jawa Tengah. (3) Apakah LKMS (BMT Rizky Prima) dan LKM (KSU Cari Makmur) di Jawa Tengah sudah Menciptakan Keadilan Distributif. (4) Bagaimana Hubungan Prinsip Saling Memerlukan, Saling memperkuat dan Saling menguntungkan antara LKM dan UKM.

PEMBAHASAN

Peran LKM dalam Pengentasan Kemiskinan

Kemudahan memperoleh modal akan berdampak positif pada pertumbuhan usaha-usaha keluarga miskin yang mandiri. Hal ini akan diikuti dengan peningkatan pendapatan sehingga taraf kehidupannya sebagai rumah tangga sangat miskin (RTSM), rumah tangga miskin (RTM), atau rumah tangga hampir miskin (RTHM) akan meningkat. Terlebih jika mencermati kondisi Jawa Tengah, pemenuhan modal usaha bagi keluarga miskin lebih mendesak dibutuhkan.

Pinjaman dalam bentuk kredit kecil dan mikro merupakan upaya yang tepat dalam menangani dan mengentaskan kemiskinan. Hal ini mengingat bahwa kunci pemberdayaan keluarga miskin adalah menjadikannya sebagai wirausaha yang tangguh. Oleh karena itu, program subsidi keuangan dengan jenis pinjaman mikro terutama untuk masyarakat berkategori miskin tetapi memiliki kegiatan ekonomi (economically active working poor) dan kelompok masyarakat

berpenghasilan rendah (lower income) adalah inisiatif sekaligus stimulus hadirnya pelaku ekonomi yang mandiri. Melalui kredit usaha kecil dan mikro, diharapkan akan lahir dan berkembang pengusaha-pengusaha kecil di berbagai lapisan masyarakat. Ini berarti sesuai dengan perspektif keadialn John Rawls bahwa mereka akan memiliki kesempatan untuk dapat mengakses sumber ekonomi sehingga keadilan di dalam masyarakat bisa dicapai.

LKM sebagai lembaga keuangan alternatif dapat memainkan peran dan fungsi strategis tidak saja pada permodalan bagi usaha keluarga miskin, tetapi lebih jauh pada peningkatan taraf kehidupannya, searah dengan program pengentasan kemiskinan yang dilakukan secara simultan dan berkelanjutan. Hal yang menguatkan peran strategis LKM adalah potensi lembaga keuangan mikro sebagai kelembagaan sosial telah mengakar bersama tradisi perekonomian yang ada pada masyarakat. Harapannya, LKM tampil mengambil peran aktif untuk mendinamisasikan tumbuh kembangnya perekonomian rakyat (grassroots), terutama yang dilakukan oleh masyarakat miskin.

LKM dapat melakukan beberapa hal, di antaranya yaitu memberikan motivasi kepada keluarga miskin dalam kebiasaan menabung dan berusaha bersama dalam kelompok. LKM dapat mengarahkan keluarga miskin membentuk kelompok yang berbasis modal tabungan, selanjutnya membentuk koperasi sebagai usaha bersama atau menjadi anggotannya. Pada sisi lain, LKM dengan jaringan yang ada membangun kesadaran penerapan sistem keuangan tanggung rentang, sehingga seluruh dinamika yang ada dalam kelompok menjadi tanggung jawab bersama dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan anggota atau masyarakat.

UU No. 1 tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro menjelaskan bahwa sektor keuangan di Indonesia merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendorong peningkatan perekonomian nasional dan masyarakat. Perkembangan dan kemajuan pada sektor keuangan, baik bank maupun lembaga keuangan mikro perlu dipertahankan. Aspek kelembagaan, organisasi, regulasi (kebijakan) dan sumber daya manusia (SDM) perlu adanya peningkatan dan perbaikan, khususnya pada lembaga keuangan mikro.

Lembaga Keuangan Mikro (LKM) memiliki peran strategis sebagai intermediasi dalam aktivitas perekonomian bagi masyarakat yang selama ini tidak terjangkau jasa pelayanan lembaga syari'ah/konvensional. LKM telah banyak dibentuk dan tersebar mulai dari perkotaan sampai perdesaan, atas prakarsa pemerintah, swasta maupun kalangan lembaga swadaya masyarakat dalam bentuknya yang formal, non formal, sampai informal dengan karakteristik masing-masing. Namun, seluruh LKM memiliki fungsi yang sama, yaitu sebagai intermediasi dalam aktivitas suatu perekonomian. Selain itu, ada banyak pihak yang meyakini LKM sebagai alat pembangunan yang efektif untuk mengentaskan kemiskinan.

Salah satu kelemahan sistem keuangan konvensional adalah adanya pengambilan tambahan dana dari dana pokok yang dipinjamkan kepada pihak pengelola UKM, yaitu berupa sistem bunga. Sistem bunga telah menjadi hal yang umum dalam kegiatan ekonomi di Indonesia termasuk Jawa Tengah. Sistem bunga yang dijalankan oleh lembaga-lembaga keuangan mikro ternyata menuai kontroversi dari para ahli ekonomi. Bunga yang telah diberlakukan merupakan bentuk riba dalam Islam. Riba merupakan segala bentuk penambahan untuk mencapai keuntungan sepihak yang terdapat dalam transaksi

pihak-pihak tertentu. Perkembangan bunga di lembaga keuangan mikro yang diidentikkan dengan riba dalam Islam tersebut kemudian berpengaruh buruk terhadap masyarakat, terutama yang berada di bawah garis kemiskinan. Masyarakat mengalami kesulitan dalam mengakses dan mengembalikan pembiayaan yang telah dipinjam dari sebuah lembaga keuangan yang menerapkan sistem pengembalian berbunga tersebut. Hal ini mendorong dibentuknya sistem pembiayaan dari lembaga keuangan yang baru untuk mempermudah pelayanan kepada masyarakat miskin dalam upaya pengentasan kemiskinan.

Posisi UKM di Jawa Tengah

Kontribusi UKM bagi pembangunan Jawa Tengah tidak bisa dilihat dengan sebelah mata, karena saat terjadi gulung tikar usaha besar pada tahun 2007/2008, UKM lah yang menyelamatkan sendi perekonomian. UKM memiliki posisi penting dalam penyerapan tenaga kerja. Oleh karena itu, UKM diharapkan menjadi tulang punggung peningkatan perekonomian di masa mendatang. Namun, ada beberapa permasalahan yang berhubungan dengan karakteristik UKM: Pertama, rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM) yang bekerja di UKM; Kedua, rendahnya produktivitas tenaga kerja yang berimbas pada rendahnya gaji dan upah; Ketiga, kualitas barang yang dihasilkan relatif rendah; Keempat, mempekerjakan tenaga kerja wanita lebih besar daripada pria; Kelima, lemahnya struktur permodalan dan kurangnya akses untuk menguatkan struktur modal tersebut; Keenam, kurangnya inovasi dan adopsi teknologi-teknologi baru; Ketujuh, kurangnya akses pemasaran ke pasar yang potensial.

Jika UKM memperoleh akses pembiayaan, maka akan mampu memenuhi kebutuhan modalnya sehingga dapat memiliki usaha. Menurut perspektif teori keadilan distributif yang dikemukakan John Rawls, memberikan layanan pinjaman modal kepada pengusaha kecil berarti memberikan opportunity kepada mereka untuk dapat mengakses sumber ekonomi sehingga akan mengurangi kesenjangan ekonomi antara yang kuat dan yang lemah. Dalam hal ini UKM dapat meningkatkan kemampuan dalam memproduksi barang sehingga meningkatkan skala ekonominya. Seiring dengan hal itu, UKM akan meningkat penjualannya sehingga pendapatan dan labanya juga meningkat. Namun, untuk mendapatkan akses pembiayaan dari LKM, ada beberapa resiko yang harus dihadapi oleh UKM: Pertama, adalah ketidaksiapan menyusun laporan keuangan dan persyaratan lainnya yang bankable, yang sesuai dengan persyaratan yang diminta LKM; Kedua, tingkat kemampuan UKM dalam mempertahankan efektivitas pembiayaan, di antaranya mengenai cost of capital, yaitu biaya yang harus dikeluarkan oleh seseorang untuk mendapatkan modal, seperti beban bunga, mengurus administrasi dan lain-lain yang terkait mendapatkan modal; Ketiga, program pendampingan. Sektor UKM kebanyakan didominasi oleh kalangan dengan pendidikan yang tidak terlalu tinggi. Inilah tantangan bagi pemerintah, dengan otoritas yang dimiliki seharusnya dapat mengandeng LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) yang berfungsi sebagai pendamping bagi pengembangan UKM. Pendampingan dapat dilakukan dengan penunjukkan LSM berbasis daerah yang mungkin dapat memecahkan persoalan kendala usaha yang ada di masing-masing daerah, karena mereka yang lebih paham akan kondisi yang ada di daerahnya tersebut.

Prinsip saling membutuhkan akan menjamin kemitraan berjalan lebih lama karena bersifat alami dan tidak atas dasar belas kasihan. Selanjutnya, dengan begitu usaha besar akan menempatkan usaha

kecil sebagai partner. Pola ini dapat dilakukan dengan pola bapak-anak angkat dilakukan pendampingan, agar tidak sampai terjadi bapak angkat membagi dana pembinaan tanpa peduli dinamika bisnis anak angkatnya. Selain itu, agar tidak terjadi bapak angkat merasa bahwa kemitraan yang terjalin hanya sekedar memenuhi misi sosial. Untuk menjembatani gap yang ada antara bapak angkat dan anak angkat, dibutuhkan prinsip saling membutuhkan di antara dua usaha tersebut. Supaya pada masa selanjutnya akan muncul prinsip saling membutuhkan dan saling membantu. Inilah konstruksi realitas yang perlu dibangun di masa yang akan datang

.

LKMS BMT Rizky Prima dan KSU Cari Makmur dalam Keadilan Distributif

Kegiatan usaha bidang keuangan yang banyak membantu masyarakat miskin dan berpenghasilan rendah telah banyak berkembang. Salah satu bentuk kegiatan usaha tersebut yaitu LKM Syari'ah Baitul Maal wat Tamwil (BMT). Koperasi merupakan bentuk badan usaha yang memiliki payung hukum, salah satunya adalah UU No. 17 tahun 2012. Koperasi yang merupakan salah satu bentuk LKM bukan bank, memiliki misi ikut berperan nyata dalam menyusun perekonomian yang berdasar atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi yang mengutamakan kemakmuran masyarakat, bukan kemakmuran perseorangan sesuai dengan yang tertulis dalam UU No. 17 tahun 2012 tentang landasan, asas dan tujuan koperasi (Bab II pasal 2, 3 dan 4). Koperasi memiliki landasan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Dasar pendirian koperasi adalah asas kekeluargaan. Koperasi bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya, dan masyarakat pada umumnya, sekaligus sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari tatanan perekonomian nasional yang demokratis dan berkeadilan. Penjelasan tentang UU No. 17 tahun 2012 menuliskan bahwa dalam rangka mewujudkan misinya, koperasi tak henti-hentinya berusaha mengembangkan dan memberdayakan diri agar tumbuh menjadi kuat dan mandiri sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Selain itu, koperasi berusaha berperan nyata mengembangkan dan memberdayakan tata ekonomi nasional yang berdasar atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur. Untuk mencapai hal tersebut, keseluruhan kegiatan koperasi harus diselenggarakan berdasarkan nilai yang terkandung dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 serta nilai-nilai dan prinsip koperasi.

Salah satu bentuk koperasi yang kegiatan utamanya bergerak dalam usaha simpan pinjam adalah KSP. KSP didirikan untuk melayani kebutuhan anggota-anggotanya (pasal 84). Koperasi yang didirikan harus mendapatkan izin usaha simpan pinjam dari Menteri Koperasi dan UKM. Kegiatan yang berada dalam KSU meliputi penghimpunan dana dari anggota, pemberian pinjaman kepada anggota dan menempatkan dana pada KSU sekundernya. Berdasarkan isi dalam Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia tahun 2010-2014, bahwa Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945 pasal 33 ayat 1 dan 4 melandaskan kegiatan perkoperasian selaras dengan asas kekeluargaan dan kesejahteraan.

BMT yang merupakan LKM syariah juga telah mampu menjawab kebutuhan masyarakat dalam hal akses terhadap dana dari lembaga keuangan. Hal tersebut memperlihatkan bahwa

jumlah portofolio pembiayaan lebih rendah sehingga lebih banyak masyarakat yang mendapatkan pembiayaan. Kinerja per kantor menunjukan bahwa BMT mampu melayani masyarakat lebih baik daripada perbankan, namun masih relatif sama dengan Credit Union (CU) yakni lembaga pembiayaan jaringan lembaga keuangan bukan bank. Selain itu, sumber dana BMT relatif lebih mandiri karena merupakan dana yang dihimpun dari masyarakat anggota. Lembaga BMT juga telah memulai rintisan untuk melakukan microinsurance. BMT sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah telah menepis banyak mitos, sekaligus telah berhasil membangun kategori baru yang sekarang menjadi pokok-pokok bahasan sentral di dalam Industri atau Bisnis Keuangan Mikro yang berlaku secara internasional.

Sistem keuangan Islam dipegang oleh pemerintah berdasarkan sistem syari'ah (hukum Islam), bersumber pada Al Qur'an dan Hadist, yang kemudian diikuti oleh konsensus dari ahli hukum dan para interpretator hukum Islam. Menurut konsep syariah, model keuangan syariah harus menekankan keuntungan dan bagi hasil serta melarang pengembalian pinjaman tambahan. Dengan kata lain, banyak pembiayaan yang diharuskan dibayar melebihi dan di atas jumlah aktual dari biaya yang harus dikembalikan, yang dikenal sebagai bunga sedangkan bunga merupakan konsep yang dilarang dalam Islam. Syariah juga melarang kegiatan yang berhubungan dengan ketidakpastian, resiko dan spekulasi. Investasi dalam kesepakatan bisnis dalam alkohol, obat-obatan terlarang dan perjudian juga merupakan hal yang tidak sesuai dan dilarang dengan hukum syari'ah. Sistem keuangan Islam harus berdasarkan pada ketentuan syari'ah secara keseluruhan, tidak hanya menjadi nama dan label saja. Hal tersebut harus merefleksikan filosofi, nilai, etika dan tujuan dari sistem syariah Islam.

Konsep pembangunan dalam Islam memiliki tiga dimensi, yaitu pembangunan diri secara individu, pembangunan fisik, pembangunan fisik bumi, dan pembangunan manusia secara kolektif, yang termasuk keduanya. Pembangunan pertama mengkhususkan proses dinamis pertumbuhan dari manusia menuju kesempurnaan. Pembangunan yang kedua mengacu pada penggunaan sumber daya alam untuk membangun bumi dalam menyediakan kebutuhan material individu dan seluruh masyarakat. Dimensi pembangunan yang ketiga adalah pembangunan yang mengacu pada kemajuan masyarakat secara keseluruhan menuju integrasi penuh dan persatuan. Kebahagiaan dan pemenuhan kebutuhan dalam kehidupan seseorang tidak ditentukan oleh peningkatan pendapatan, namun dengan pembangunan yang menyeluruh dalam diri seseorang tersebut.

Kesejahteraan seluruh lapisan masyarakat untuk menghilangkan kesenjangan sosial yang terjadi dalam masyarakat Indonesia merupakan salah satu tujuan dari implementasi keberadaan LKM yang tengah berkembang di masyarakat dalam beberapa tahun terakhir. Jawa Tengah merupakan provinsi yang mengalami tingkat pertumbuhan PDRB dari bunga dinilai tidak menguntungkan masyarakat yang berada dalam tingkat miskin. Konsep operasional lembaga keuangan yang dinilai menghormati hak-hak manusia untuk mendapatkan kehidupan yang sejahtera adalah sistem bukan riba yang mendasarkan transaksi penyediaan modal keuangan pada konsep bagi hasil. BMT sebagai salah satu lembaga penyedia jasa keuangan bukan bank yang memiliki potensi akses lebih besar kepada masyarakat miskin, begitu pula dengan LKM.

Peran LKM dan LKMS dalam pemberian modal kepada anggotanya menciptakan keadilan distributive, dapat

dilihat hasil wawancara dengan Bu wahyu anggota KSU Cari Makmur dan Bp Susetyo Anggota KSU BMT Rizky Prima sebagai Berikut:

1) ”Usaha butik saya memang ada kemajuannya bu, delapan bulan yang lalu saya pinjam di KSU Cari Makmur sebesar Rp. 8.000.000 dengan jasanya sebesar 2 persen, dengan bantuan ini saya pergunakan untuk membeli baju2 dari solo untuk usaha, alhamdulilah usaha berkembang saya bisa menyekolahkan anak saya sampai perguruan tinggi.”. (Wawancara dengan Bu Wahyu, 23 Juli 2016)
2) “Saya menjadi Anggota di KSU BMT Rizky Prima baru sebulan bu, dan saya mempunyai simpanan tabungan sebesar Rp 4.000.000, tapi saya ingin sekali membeli montor Honda Vario seharga Rp 15.300.000,-. karena saya belum punya montor baru, saya mengajukan untuk dibantu, alhamdulilah saya bersyukur KSU BMT Rizky Prima ini bisa bantu dengan pembiayaan murabahah bu, sehingga sepeda montor itu bisa saya miliki untuk anter jemput anak sekolah”. (Wawancara dengan P Susetyo, 2 Agustus 2016)

Selain permodalan LKM dan LKMS juga memberi program – program yang bersifat sosial, yang mempunyai tujuan untuk kesejahteraan masyarakat atau anggotannya. Sementara itu KSU BMT Rizky Prima lebih banyak memobilisasi Dana Zakat yang dihimpun dari *income* anggota dari bagi hasil, yaitu disebut dengan istilah zakat karyawan. Seperti yang telah diketahui, zakat merupakan harta orang kaya yang dikelola oleh beberapa orang yang disebut amil, lalu dibagikan kepada kelompok fakir dan miskin serta kelompok lain yang telah ditentukan dalam Al Qur’an. Zakat berkembang menjadi konsep mu’amalat atau kemasyarakatan, yaitu suatu konsep tentang cara manusia harus melaksanakan kehidupan bermasyarakat, termasuk dalam bentuk ekonomi. Keberadaan lembaga keuangan mikro menjadi sangat strategis dalam menghimpun dan memobilisasi dana zakat. Peran dan fungsi ini berimplikasi pada adanya perubahan cara pandang pentingnya melakukan institusionalisasi zakat sehingga dalam pelaksanaanya tidak lagi diserahkan pada kehendak pribadi.

Zakat merupakan bagian dari suatu sistem yang secara struktural diharapkan mampu mengatasi masalah kemiskinan dan mendorong perkembangan masyarakat. Zakat selalu dikemukakan sebagai suatu konsep untuk mengatasi kemiskinan. Namun demikian, menjadikan zakat sebagai sumber ekonomi produktif menuntut pengelolaan. Sesungguhnya Allah Ta’ala telah mewajibkan atas hartawan muslim kewajiban zakat yang dapat menanggulangi kemiskinan. Tidaklah mungkin terjadi seorang fakir menderita kelaparan atau kekurangan pakaian, kecuali karena kebakhilan. Dampak kemiskinan telah menjadi realitas sosial (social reality) yang tidak bisa dinafikan. Kemiskinan telah menjadi sebuah variabel laten yang memiliki potensi kuat untuk memporak-porandakan tatanan sosial yang teratur (social order). Kemiskinan itulah yang menjadi api penyulut lahirnya anarkisme sosial yang disebabkan oleh dorangan rasa iri dan kecemburuan sosial ekonomi. Mereka merasa terbelenggu kebebasannya sebagai anak manusia yang terhormat dan bermartabat sehingga tidak dapat menikmati kebebasan sebagaimana layaknya.

Hubungan Prinsip Saling Memerlukan, Saling Memperkuat dan Saling Menguntungkan antara LKM dan UKM

Sangat menarik bahwa hubungan antara LKM dan UKM didasarkan atas prinsip-prinsip saling memerlukan, memperkuat, dan menguntungkan. Prinsip saling memerlukan antara LKM dan UKM merupakan serangkaian dari proses saling mengenal calon mitranya, mengenali keunggulan dan kelemahan usahanya. Pemahaman terhadap keunggulannya yang akan berdampak pada efisiensi, turunnya biaya produksi dan sebagainya. Penerapan dalam kemitraan perusahaan besar dapat menghemat tenaga dalam mencapai target tertentu dengan menggunakan tenaga kerja yang dimiliki oleh UKM. Sebaliknya, industri lebih kecil umumnya relatif lebih lemah dalam hal kemampuan teknologi, kemudian didukung permodalan yang dimiliki LKM. Dengan demikian, sebenarnya ada saling ketergantungan antara pihak-pihak yang bermitra.

Prinsip saling memperkuat dalam kemitraan usaha sebelum kedua belah pihak memulai untuk bekerja sama dibutuhkan karena pasti ada suatu nilai tambah yang ingin diraih oleh masing-masing pihak yang bermitra. Nilai tambah ini, selain diwujudkan dalam bentuk nilai ekonomi seperti peningkatan modal dan keuntungan dan perluasan pangsa pasar, juga nilai tambah yang non ekonomi seperti peningkatan kemampuan manejemen, penguasaan teknologi dan kepuasan tertentu. Keinginan ini merupakan konsekuensi logis dan alamiah dari adanya kemitraan. Keinginan yang didasari hal-hal tersebut akan memperkuat keunggulan-keunggulan yang dimilikinya sehingga dengan bermitra LKM dan UKM terjadi suatu sinergi antara pelaku yang bermitra. Sinergi tersebut akan menyebabkan nilai tambah yang diterima akan lebih besar. Dengan demikian, terjadi saling isi mengisi atau saling memperkuat dari kekurangan masing-masing pihak yang bermitra.

Prinsip kemitraan, selain saling memperkuat, juga mengandung makna sebagai tanggung jawab moral. Hal ini dikarenakan LKM mampu membimbing agar pengusaha kecil mampu mengembangkan usahanya sehingga menjadi mitra yang handal dan tangguh dalam meraih keuntungan untuk kesejahteraan bersama. Hal ini harus disadari oleh masing-masing pihak yang bermitra bahwa mereka memiliki perbedaan dan menyadari keterbatasan masing-masing. Baik yang berkaitan dengan manajemen, penguasaan ilmu, maupun SDM. Oleh karena itu, masing-masing pihak harus mampu untuk saling mengisi serta melengkapi kekurangan-kekurangan yang ada. Meskipun memiliki fungsi dan peran sebagai tulang punggung ekonomi rakyat dan membantu mengatasi kemiskinan dan mengurangi jurang ekonomi yang menurut perspektif John Rawls sebagai refleksi dari ketidakadilan, di sisi lain UKM juga mengalami berbagai permasalahan. Selain modal yang sudah dibahas di atas, juga mengalami masalah manajemen usaha. Hal ini dikarenakan para pelaku usaha ekonomi kecil, umumnya menerapkan manajemen yang berbasis keluarga, termasuk dalam aspek permodalan dan tenaga kerja. Dilema manajerial ini menyebabkan usaha kecil tidak memiliki disfungsi yang jelas antara input dan output. Usaha dengan input dan output rumah tangga sulit menetapkan orientasi dan perencanaan usaha masa depan (jangka panjang). Usaha ekonomi mikro kecil yang pada umumnya menerapkan manajemen yang berbasis keluarga ini menerapkan hubungan kepercayaan dan kekerabatan. Hal ini dilakukan karena alasan kemudahan komunikasi dalam mengantisipasi permasalahan yang

muncul di belakang hari. Ketika usaha mikro kecil ini dihadapkan oleh kesulitan modal untuk menggaji tenaga karyawan, misalnya, dengan memperkerjakan kerabat sendiri, hal ini dapat diatasi dengan saling pengertian atas ikatan kekerabatan. Selain itu, permasalahan UKM yang lain adalah teknologi. Teknologi merupakan sesuatu yang harus diperhatikan, karena dalam menjalankan usahanya, mengandalkan alat-alat berbasis manual-tradisional. Bahkan sebagian dari mereka menghabiskan waktu bertahun-tahun untuk membuat satu desain alat yang dapat membantu mempercepat proses pembuatan produk industri. Mereka yang dalam kesehariannya bersandar pada teknologi yang lahir dari kreativitas berpikirnya sendiri (hand made), kesulitan memperoleh tenaga terampil yang mampu menguasai dan mengembangkan teknologi-teknologi baru. Ketidakmampuan menyediakan mesin-mesin untuk produksi karena harga yang tinggi (high price) juga menjadi kendala yang sangat berarti bagi kelompok usaha kecil. Kendala teknologi ini mempengaruhi usaha kecil ekonomi dalam mengembangkan pangsa pasar dan memasyarakatkan produk-produk secara lebih luas. Cakupan pasar usaha ekonomi mikro kecil pada umumnya berorientasi di pasar domestik dengan kelompok sasaran yang sangat terbatas, yaitu masyarakat kelas bawah. Ini tidak berarti bahwa ekonomi mikro kecil tidak memiliki potensi untuk menembus pasar.

Hal yang penting diketahui, karena masyarakat kecil yang dapat dikategorikan wong cilik, berperan ganda sebagai pemilik usaha di satu sisi dan menjadi tenaga kerja di sisi lain. Mereka mempekerjakan tenaga buruh murah, kualitas sumber daya manusia yang tidak memadai dan jam kerja yang tidak teratur. Aktor usaha ekonomi kecil tidak memiliki piramida manajemen yang jelas, melainkan hanya mengandalkan relasi kekerabatan. Mereka memiliki keterbatasan SDM. Keterbatasan ini menjadi kendala penting bagi usaha ekonomi mikro kecil, terutama dalam aspek – aspek entrepreneurship, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, quality control, organisasi bisnis, akunting, data processing, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Upaya peningkatan kualitas dan pengembangan SDM bagi aktor usaha kecil memerlukan perhatian yang sungguh-sungguh guna meningkatkan kinerja ekonominya. Kinerja ini dapat meningkat jika aktor usaha memiliki keterampilan dan kualitas keterampilan dan sumber daya manusia yang memadai. Peningkatan kualitas keterampilan dan sumber daya manusia ini dapat dilakukan secara simultan dengan penciptaan iklim usaha yang kondusif dengan penekanan pada pembudayaan jiwa kewirausahaan melalui pendekatan learning by doing.

SIMPULAN

Kemiskinan merupakan masalah krusial yang dihadapi oleh masyarakat Jawa Tengah pada khususnya dan Indonesia pada umumnya. Jika dikorelasikan dengan teori lingkaran kemiskinan Ragnar Nurkse (the vicious circle of poverty), masalah ini berawal dari kurangnya modal yang dapat diakses untuk melakukan kegiatan usaha. Oleh karena itu, langkah penanggulangan kemiskinan antara lain dengan mematahkan salah satu mata rantai kemiskinan tersebut, misalnya dengan memberikan bantuan pinjaman modal. KSU Cari Makmur selain memberi pinjaman juga memberi program – program yang bersifat sosial, yang mempunyai tujuan untuk kesejahteraan masyarakat atau anggotannya. KSU BMT Rizky Prima memobilisasi Dana Zakat yang dihimpun dari income anggota dari bagi hasil, yaitu disebut

dengan istilah zakat karyawan. Zakat merupakan bagian dari suatu sistem yang secara struktural diharapkan mampu mengatasi masalah kemiskinan dan mendorong perkembangan masyarakat. Dalam perspektif konsep keadilan distributif menurut John Rawls, pemberian modal yang dilakukan oleh LKMS kepada kelompok sosial yang kurang beruntung dapat dipandang sebagai suatu bentuk pemberian kesempatan (opportunity) kepada kelompok ini agar memiliki akses terhadap sumber ekonomi yang pada gilirannya dapat mengkondisikan penciptaan keadilan di dalam masyarakat.

Kemudahan memperoleh modal akan berdampak positif pada pertumbuhan usaha-usaha keluarga miskin yang mandiri. Harapannya, LKM tampil mengambil peran aktif untuk mendinamisasikan tumbuh kembangnya perekonomian rakyat (grassroots), terutama yang dilakukan oleh masyarakat miskin. UU No. 1 tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro menjelaskan bahwa sektor keuangan di Indonesia merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendorong peningkatan perekonomian nasional dan masyarakat. Lembaga Keuangan Mikro (LKM) memiliki peran strategis sebagai intermediasi dalam aktivitas perekonomian bagi masyarakat yang selama ini tidak terjangkau jasa pelayanan lembaga syari'ah/konvensional. Kegiatan usaha bidang keuangan yang banyak membantu masyarakat miskin dan berpenghasilan rendah telah banyak berkembang, salah satunya yaitu LKM Syari'ah Baitul Maal wat Tamwil (BMT). BMT telah mampu menjawab kebutuhan masyarakat dalam hal akses terhadap dana. Sistem Keuangan Islam dipegang oleh pemerintah berdasarkan sistem syari'ah (hukum Islam), bersumber pada Al Qur'an dan Hadist, yang kemudian diikuti oleh konsensus dari ahli hukum dan para interpretator hukum Islam. Hal tersebut harus merefleksikan filosofi, nilai, etika dan tujuan dari sistem syariah Islam. Sudah semestinya pemerintah sebagai pemegang kendali dalam penciptaan regulasi harus memberikan prioritas kepada upaya untuk memberikan opportunity yang lebih besar kepada kelompok ekonomi lemah agar bisa memperoleh akses yang lebih mudah untuk mendapatkan modal dan dapat menjalan usahanya dalam iklim yang kondusif sehingga bisa meningkatkan kualitas kesejahteraannya.

Konsep pembangunan dalam Islam memiliki tiga dimensi, yaitu pembangunan diri secara individu, pembangunan fisik, pembangunan fisik bumi, dan pembangunan manusia secara kolektif, yang termasuk keduanya. Pembangunan pertama mengkhususkan proses dinamis pertumbuhan dari manusia menuju kesempurnaan. Pembangunan yang kedua mengacu pada penggunaan sumber daya alam untuk membangun bumi dalam menyediakan kebutuhan material individu dan seluruh masyarakat. Dimensi pembangunan yang ketiga adalah pembangunan yang mengacu pada kemajuan masyarakat secara keseluruhan menuju integrasi penuh dan persatuan.

Kontribusi LKM dalam penelitian ini adalah bentuk pinjaman dari pihak LKM kepada pihak UKM dalam bentuk modal (finansial) dengan jumlah pinjaman dan beban bunga yang di tentukan oleh pihak LKM Syariah dan Konvensional sesuai dengan plafon atau standar yang ada, dengan persyaratan jaminan yang telah ditentukan pihak LKM. Namun, masih banyak UKM yang kekurangan pendampingan dan tidak dapat berinovasi lebih baik, sehingga kalah bersaing sehingga perlu peningkatan kapasitas baik institusional maupun personal.

UKM memiliki posisi penting dalam penyerapan tenaga kerja. Namun, ada beberapa permasalahan yang berhubungan dengan karakteristik UKM. Pertama, rendahnya kualitas sumber daya manusia. Kedua, rendahnya produktivitas tenaga kerja yang berimbas pada rendahnya gaji dan upah. Ketiga, kualitas barang yang dihasilkan relatif rendah. Keempat, mempekerjakan tenaga kerja wanita lebih besar daripada pria. Kelima, lemahnya struktur permodalan dan kurangnya akses untuk menguatkan struktur modal tersebut. Keenam, kurangnya inovasi dan adopsi berbagai teknologi baru. Ketujuh, kurangnya akses pemasaran kepasar yang potensial.

Prinsip saling membutuhkan akan menjamin kemitraan berjalan lebih lama karena bersifat alami dan tidak atas dasar belas kasihan. Dengan demikian, sebenarnya ada saling ketergantungan antara pihak-pihak yang bermitra. Prinsip saling memperkuat dalam kemitraan usaha juga dibutuhkan. Sinergi dua pihak akan menyebabkan nilai tambah yang diterima akan lebih besar. Dengan demikian, terjadi saling isi mengisi atau saling memperkuat dari kekurangan masing-masing pihak yang bermitra. Prinsip kemitraan, selain saling memperkuat, juga mengandung makna sebagai tanggung jawab moral. Hal ini dikarenakan LKM mampu membimbing agar pengusaha kecil mampu mengembangkan usahanya sehingga menjadi mitra yang handal dan tangguh dalam meraih keuntungan untuk kesejahteraan bersama dalam kerangka sebuah masyarakat yang berkeadilan.

DAFTAR RUJUKAN

Albana Abu. 2013. *"Perkembangan BMT di Jawa Tengah"*. Semarang: KJKS BMT Hudatama.

Asisten Deputi Dukungan Kebijakan Dalam Negeri Kedeputian bidang dukungan kebijakan. 2013. "Kajian Kebijakan: *Penguatan Peran Pemerintah Daerah dalam Percepatan Pengetasan kemiskinan*". Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara.

Bank Indonesia. 2012. "*Outlook Perbankan Syariah 2013"*. Jakarta.

Direktorat Penangulangan Kemiskinan, 2010 " *Perkembangan Keuangan Mikro untuk pengetasan kemiskinan*", Jakarta: Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas).

Kamus Besar Bahasa Indoensia (KBBI) online. "*kbbi.web.id"*. 27 April 2013.

Keputusan Menteri Negara Koperasi dan UMKM RI No. 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS).

Rawls John, 2011. "*A. Theory of Justice (Teori Keadilan)*", Dasar-dasar filsafat politik untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dalam negara, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

UU. RI No. 1 tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro.

UU No. 17 tahun 2012 tentang Perkoperasian.

UU No. 21 tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan.

UU No. 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.

Wawancara dengan Bu Wahyu Tanggal 23 juli 2016.

Wawancara dengan P Susetyo Tanggal 2 Agustus 2016.

Analisis Perbandingan Efisiensi Kinerja Bank Konvensional dan Bank Syariah dengan Metode *Data Envelopment Analysis* (DEA) Tahun 2012-2014

Irmaniar Astuti Ansori
Program Studi Manajemen Universitas Negeri Malang
Fadia Zen
Lulu Nurul Istanti
Program Studi Manajemen Universitas Negeri
Email: irmaniaraa@gmail.com; fadia.zen.fe@um.ac.id; luluistatnti@yahoo.com

Abstrak: Penilaian efisiensi perbankan merupakan hal yang sangat penting karena bank merupakan lembaga intermediasi keuangan yang sangat berpengaruh dalam perkembangan perekonomian nasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan kinerja efisiensi perbankan konvensional dan perbankan syariah tahun 2012—2014 dengan menggunakan metode non-parametrik *Data Envelopment Analysis* (DEA). Pendekatan yang digunakan untuk menentukan variabel input dan variabel output dalam peneletian ini adalah pendekatan intermediasi. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling,* dan diperoleh 22 sampel penelitian yang terdiri dari 15 bank konvensional dan 7 bank syariah. Melalui uji beda *independent t-test sample* dapat diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan yang siginifikan pada kinerja efisiensi bank konvensional dan bank syariah tahun 2012—2014 baik dengan model CRS, VRS dan SE.

Kata Kunci: kinerja efisiensi, bank konvensional, bank syariah, *Data Envelopment Analysis* (DEA)

Industri perbankan memiliki peranan yang sangat penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Sebab, bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai lembaga inter-mediasi dalam kegiatan perekonomian, sebagai lembaga moneter, sebagai lembaga penyelenggara sistem pem-bayaran dan sebagai lembaga pendorong perekonomian nasional (Sulhan & Siswanto, 2008:3). Di Indonesia, bank dibedakan menjadi dua jenis yaitu Bank Konvensional dan Bank Syariah. Pada tahun 1990-an perbankan di Indonesia didominasi oleh Bank Konvensional, akan tetapi saat ini bank syariah terus mengalami perkembangan yang positif. Berikut ini adalah data perkembangan jumlah bank umum konvensional dan bank umum syariah di Indonesia pada tahun 2012—2014 dapat dilihat pada tabel 1.

Semakin bertambahnya jumlah bank di Indonesia, maka pengukuran kinerja efisiensi sangat penting untuk dilakukan. Menurut Astiyah dan Husman (dalam Purwanto & Widyarti, 2011:4) efisiensi bank merupakan sarana penting untuk lebih meningkatkan efektifitas kebijakan moneter, di mana perbankan yang efisien diperkirakan dapat memperlancar proses transmisi kebijakan moneter, sehingga kebijakan moneter dapat lebih efisien dan mencapai sasaran. Efisensi dapat didefinisikan sebagai perbandingan

antara output dengan input, atau jumlah output yang dihasilkan dari suatu input yang digunakan. Suatu perusahaan dikatakan efisien apabila dengan menggunakan input yang lebih sedikit dibanding perusahaan lain namun mampu menghasilkan output yang sama atau dengan jumlah input yang sama dapat menghasilkan output yang lebih besar (Huri & Susilowati, 2004:97).

Pengukuran kinerja efisiensi perbankan tidak hanya dapat dilakukan dengan membandingkan rasio keuangan saja, tetapi dapat juga dilakukan dengan pendekatan parametrik dan non parametrik. Pendekatan parametrik meliputi Stochastic Frontier Approach (SFA), dan Distribution Free Approach (DFA), sedangkan pendekatan non parametrik dengan Data Envelopment Analysis (DEA) (Purwanto & Widyarti, 2011:4). Perbedaan utama antara pendekatan parametrik dan non parametrik adalah pada pendekatan parametrik memasukkan random error pada frontier, sementara pendekatan non parametrik tidak memasukkan random error. Perbedaan lainnya adalah pada pendekatan parametrik diperlukan pengetahuan mengenai bentuk fungsi yang tepat dari frontier dan ukuran sampel yang cukup dibutuhkan untuk menghasilkan kesimpulan secara statistika. Sedangkan pendekatan non parametrik tidak menggunakan informasi sehingga data, asumsi, dan sampel yang lebih sedikit dapat digunakan namun tidak dapat ditarik kesimpulan secara statistika. Meskipun demikian, kedua pendekatan tersebut akan menghasilkan hasil yang mirip. Hal ini akan terjadi apabila sampel yang dianalisis merupakan unit yang sama dan menggunakan proses produksi yang sama (Hadad, dkk, 2003:2).

Pada penelitian ini, pengukuran kinerja efisiensi dilakukan dengan menggunakan metode non parametrik Data Envelopment Analysis (DEA). Data Envelopment Analysis (DEA) merupakan suatu pendekatan non parametrik yang digunakan untuk mengukur efisiensi relatif dari suatu frontier produksi, berdasarkan data empiris yang dikelompokkan menjadi multiple inputs dan multiple outputs. Data Envelopment Analysis (DEA) memiliki keunggulan tidak memerlukan asumsi terhadap fungsi produksi karena pendekatan ini meng-generate fungsi produksi dari data yang diobservasi dan dapat digunakan untuk menganalis input dan output yang berbeda-beda (Ascarya, dkk, 2009:4). Terdapat dua model dalam pendekatan DEA, yakni model Constan Return to Scale (CRS) yang disebut juga efisiensi keseluruhan (Overall Efficiency) dan Variable Return to Scale (VRS) atau yang sering disebut dengan efisiensi teknik (Technical Efficiency). Model CRS ini mengimplementasikan skala pengembalian usaha yang sama terhadap penambahan input. Misalnya saja penambahan 1% input akan menghasilkan penambahan 1% output. Sedangkan model VRS mengimplementasikan skala pengembalian usaha yang tidak sama terhadap penambahan input, bisa lebih tinggi (increasing) ataupun lebih rendah (decreasing). Dari kedua model pendekatan tersebut dapat diformulasikan perhitungan kinerja efisiensi skala atau Scale Efficiency (SE).

Penelitian ini menggunakan pendekatan intermediasi yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Ascarya, Yumanita & Rokhimah (2009), dalam menentukan variabel input dan variabel output yang digunakan. Menurut Ascarya, dkk (2009:7), pendekatan aset kurang tepat

apabila diterapkan pada perbankan syariah yang lebih menitikberatkan kepada pembiayaan pada sektor rill, sedangkan pendekatan produksi dapat diterapkan pada perbankan syariah sepanjang operasi perbankan syariah dalam fungsi yang lebih universal sehingga pendekatan intermediasi dipandang paling tepat untuk menggambarkan fungsi perbankan syariah yang sesungguhnya. Oleh karena itu, variabel input yang digunakan dalam penelitian ini adalah total simpanan, aset tetap dan biaya tenaga kerja. Sedangkan variabel output yang digunakan adalah total kredit atau pembiayaan dan pendapatan operasional.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

"Terdapat perbedaan yang signifikan pada kinerja efisiensi Bank Konvensional dan
Bank Syariah berdasarkan metode Data Envelopment Analysis (DEA) periode 2012-2014."

METODE

Penelitian ini termasuk jenis penelitian komparatif, karena bermaksud untuk membandingkan. Sedangkan dilihat dari pendekatannya, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, karena menggunakan data berupa angka dan memerlukan alat bantu statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah Bank Konvensional dan Bank Syariah yang terdaftar di Bank Indonesia pada periode 2012—2014, yaitu sebanyak 119 Bank Konvensional dan 12 Bank Syariah. Melalui teknik purposive sampling diperoleh sampel sebanyak 22 bank yang terdiri dari 15 bank konvensional dan 7 bank syariah. Data dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan Bank Konvensional dan Bank Syariah di Indonesia pada periode 2012—2014 yang sudah dipublikasikan oleh Bank Indonesia.

Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis melalui beberapa tahap. Pertama pengukuran kinerja efisiensi menggunakan metode Data Envelopment Analysis (DEA). Efisiensi teknis diukur dengan menghitung rasio antara output dan input perbankan, dengan rumus sebagai berikut (Pratikto & Sugianto, 2011:111).

$$H_s = \frac{\sum_{i=1}^{m} U_i Y_{is}}{\sum_{j=1}^{n} V_j X_{js}}$$

Dimana:
H_s = efisiensi teknik bank s
Y_{is} = jumlah *output i* yang diproduksi oleh bank s
X_{js} = jumlah *input j* yang digunakan oleh bank s
U_i = bobot *output i* yang dihasilkan oleh bank s
V_j = bobot *input j* yang diberikan oleh bank s dan i dihitung dari 1 ke m serta j hitung dari 1 ke n

Bank dikatakan efisien, apabila memiliki angka rasio mendekati 1 atau 100%, sebaliknya apabila mendekati 0% menunjukkan efisiensi bank yang semakin rendah atau terjadi inefisiensi. Analisis kinerja efisiensi pada penelitian ini menggunakan model CRS, VRS dan SE, di mana pengukuran dilakukan dengan melalui alat bantu *software MaxDEA*. Kedua dilakukan uji normalitas, untuk mengetahui apakah data hasil pengukuran efisiensi normal atau tidak. Apabila data normal, maka uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji beda *independent t-test sample*. Pengukuran uji normalitas

dan uji beda pada penelitian ini menggunakan alat bantu *software SPSS 21*.

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

Sebelum mengetahui hasil perhitungan perbedaan kinerja efisiensi bank konvensional dan bank syariah meng-gunakan metode *Data Envelopment Analisis* (DEA), akan terlebih dahulu dipaparkan bagaimana kondisi variabel input dan variabel output yang digunakan dalam penelitian. Berikut ini adalah kondisi variabel input dan variabel output pada bank konvensional dan bank syariah.

Variabel input yang pertama adalah total simpanan. Rata-rata total simpanan pada bank syariah jauh lebih tinggi dibandingkan rata-rata total simpanan pada bank konvensional. Baik pada bank konvensional maupun bank syariah, rata-rata total simpanan selalu menunjukkan pertumbuhan yang naik dari tahun ke tahun. Variabel input yang kedua adalah aset tetap. Rata-rata aset tetap pada bank syariah jauh lebih tinggi dibandingkan rata-rata aset tetap pada bank konvensional. Pada bank syariah, per-tumbuhan aset tetap sangat tinggi dibandingkan dengan per-tumbuhan aset tetap pada bank konvensional. Variabel input yang terakhir adalah biaya tenaga kerja. Rata-rata biaya tenaga kerja pada bank syariah jauh lebih tinggi dibandingkan ratarata biaya tenaga kerja pada bank konvensional. Baik pada bank konvensional maupun bank syariah, rata-rata total simpanan selalu menunjukkan pertumbuhan yang naik.

Sedangkan variabel output yang pertama adalah totak kredit/pembiayaan. Rata-rata total kredit yang disalurkan oleh bank konvensional mengalami kenaikan dari tahun ke tahun dibandingkan dengan rata-rata total pembiayaan yang disalurkan bank syariah yang sempat mengalami penurunan di akhir tahun penelitian. Variabel output yang kedua adalah pendapatan operasional. Pertumbuhan rata-rata pendapatan operasional pada bank syariah lebih baik dibandingkan pada bank konvensional karena pada akhir tahun penelitian bank konvensional mengalami penurunan pendapatan operasional di-bandingkan tahun sebelumnya.

Dari data tersebut, dilakukan perhitungan kinerja efisiensi menggunakan metode *Data Envelopment Analysis* (DEA) model CRS, VRS dan SE melalui alat bantu *software MaxDEA,* sehingga dapat diketahui rata-rata kinerja efisiensi bank konvensional dan bank syariah pada tabel 1 dan 2.

Setelah dilakukan pengukuran kinerja efisiensi, selanjutnya dilakukan uji hipotesis. Sebelumnya, dilakukan uji normalitas terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data yang akan diukur normal atau tidak. Berdasarkan uji normalitas, dapat diketahui hasilnya pada tabel 4.

Karena data yang akan diukur seluruhnya normal, maka uji beda dapat dilakukan menggunakan *independent t-test sample.* Berikut ini adalah ringkasan hasil analisis uji beda *independent t-test sample* untuk model DEA-CRS, VRS dan SE terlihat pada tabel 5.

Berdasarkan hasil uji beda independent t-test sample DEA-CRS, dapat diketahui bahwa nilai sig 0,273 > 0,05, berarti terdapat kesamaan varians antar kelompok, atau data yang diukur adalah homogen. Berdasarkan uji beda

tersebut juga diketahui t hitung sebesar 0,685 dan dengan df atau derajat bebas sebesar 20 menghasilkan nilai sig (2-tailed) sebesar 0,501. Sehingga dapat dinyatakan bahwa 0,501 > 0,05, maka H0 diterima, H1 ditolak. Artinya tidak terdapat perbedaan kinerja efisiensi bank konvensional dan bank syariah selama periode 2012—2014 dengan menggunakan Data Envelopment Analysis (DEA) model CRS.

Sedangkan hasil uji beda independent t-test sample DEA-VRS, dapat diketahui bahwa nilai sig 0,881 > 0,05, berarti juga terdapat kesamaan varians antar kelompok atau data yang diukur adalah homogen. Berdasarkan uji beda tersebut juga diketahui t hitung sebesar 0,763 dan dengan df atau derajat bebas sebesar 20 menghasilkan nilai sig (2-tailed) sebesar 0,455. Sehingga dapat dinyatakan bahwa 0,455 > 0,05, maka H0 diterima, H1 ditolak. Artinya tidak terdapat perbedaan kinerja efisiensi bank konvensional dan bank syariah selama periode 2012—2014 dengan menggunakan Data Envelopment Analysis (DEA) model VRS.

Perhitungan pengujian hipotesis yang terakhir adalah perbandingan kinerja bank konvensional dan bank syariah dengan menggunakan Data Envelopment Analysis (DEA) model SE dapat diketahui bahwa nilai sig 0,001 ≤ 0,05, berarti data yang diukur adalah tidak homogen. Namun, berdasarkan hasil t hitung sebesar 1,556 dan dengan df atau derajat bebas sebesar 20 menghasilkan nilai sig (2-tailed) sebesar 0,135. Sehingga dapat dinyatakan bahwa 0,135 > 0,05, maka H0 diterima, H1 ditolak. Artinya melalui model ini juga tidak terdapat perbedaan kinerja efisiensi bank konvensional dan bank syariah selama periode 2012—2014 dengan menggunakan Data *Envelopment Analysis* (DEA) model SE.

Pembahasan

Pada kelompok bank konvensional maupun pada kelompok bank syariah, rata-rata total simpanan selalu menunjukkan pertumbuhan yang positif. Artinya, secara keseluruhan masing-masing sampel penelitian mampu meningkatkan jumlah simpanannya, yang menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat untuk menaruh uang di bank semakin tinggi. Meskipun pada tahun 2013 bank syariah mengalami pertumbuhan total simpanan yang kurang signifikan karena adanya perlambatan pertumbuhan ekonomi. Sedangkan bank konvensional tidak terlalu terpengaruh dengan adanya perlambatan pertumbuhan ekonomi tersebut.

Untuk variabel input aset tetap, bank konvensional mengalami penurunan pada tahun 2013. Penurunan ini sebagian besar disebabkan adanya penyusutan aset tetap yang tinggi oleh beberapa bank konvensional. Sedangkan pada bank syariah rata-rata jumlah aset tetap mengalami pertumbuhan yang positif. Hal ini mengindikasikan bahwa bank syariah banyak melakukan investasi dalam bentuk aset tetap. Kondisi ini terjadi karena bank syariah melihat prospek pada masa yang akan datang sehingga meningkatkan jumlah aset tetapnya.

Biaya tenaga kerja pada bank konvensional mengalami pertumbuhan yang positif pada setiap tahunnya. Hal serupa juga terjadi pada bank syariah. Artinya, baik pada bank konvensional maupun pada bank syariah telah mengalami ekspansi usaha yang lebih besar sehingga membutuhkan tenaga kerja yang lebih banyak, sehingga

menggunakan biaya tenaga kerja manusia yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya. Hal ini juga dapat mengindikasikan bahwa kegiatan operasional pada perbankan semakin tinggi. Akan tetapi rata-rata biaya tenaga kerja pada bank syariah jauh lebih tinggi dibandingkan pada bank konvensional. Pertumbuhan ini seiring dengan tumbuhnya aset perbankan syariah. Hal tersebut disebabkan adanya program untuk meningkatkan kompetensi sumber daya manuasia perbankan syariah, maka dilakukan program pelatihan analisa pembiayaan bank syariah yang bekerjasama dengan ICDIF-LPPI, program TOT (Training of Trainers) yang bekerja sama dengan universitas-universitas di Indonesia, serta program bantuan untuk mendukung kegiatan sosialisasi dan edukasi perbankan syariah (LPKS, 2013:38).

Sedangkan pada variabel output total kredit pada kelompok bank konvensional rata-rata mengalami pertumbuhan yang positif, begitu pula rata-rata total pembiayaan pada bank syariah juga selalu menunjukkan pertumbuhan yang positif namun sempat mengalami penurunan pada tahun 2014. Menurunnya total pembiayaan yang disalurkan bank syariah dipengaruhi oleh ketatnya likuiditas sumber dana pembiayaan seiring kontraksi moneter, ekspektasi kenaikan risiko kredit, dan implementasi kebijakan prudensial seperti Financing To Value (FTV) dan down payment pembiayaan konsumsi (LPKS, 2013:38). Pada bank konvensional, pertumbuhan total kredit yang disalurkan mengalami pertumbuhan yang relatif konstan dari tahun ke tahunnya dan tidak pernah mengalami pertumbuhan yang menurun. Artinya, kepercayaan masyarakat untuk melakukan pinjaman kepada bank konvensional masih tinggi dan tidak terpengaruh dengan kondisi ekonomi pada tahun 2013 yang sempat mengalami perlambatan.

Pada kelompok bank konvensional rata-rata pertumbuhan pendapatan operasional naik dari tahun 2012 menuju tahun 2013, namun sempat mengalami penurunan pada tahun 2014. Penurunan pendapatan operasional tersebut disebabkan oleh adanya pengetatan likuiditas sepanjang tahun 2014 yang berdampak pada naiknya tingkat suku bunga secara signifikan dengan akibat turunnya hasil bunga dari bisnis perbankan. Selain itu, penurunan pendapatan operasional juga disebabkan oleh adanya penurunan pendapatan non bunga dari instrumen yang diperdagangkan dan lebih rendahnya margin dari transaksi penjualan mata uang asing dikarenakan kondisi pasar yang kurang stabil. Sementara itu pada kelompok bank syariah, rata-rata pertumbuhan pendapatan operasional selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan pendapatan operasional pada bank syariah tersebut ditopang oleh pendapatan dari aset produktif (penyaluran dana) yang didominasi oleh pendapatan dari pembiayaan. Pertumbuhan pendapatan operasional lainnya didukung oleh kenaikan pendapatan dari transakasi valas dan dari adanya koreksi pencadangan kerugian aset produktif (LPKS, 2012:13).

Berdasarkan hasil pengukuran kinerja efisiensi menggunakan metode DEACRS, DEA-VRS dan DEA-SE, ketiganya menujukkan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan kinerja efisiensi antara bank konvensional dengan bank syariah tahun 2012—2014. Tidak terdapatnya perbedaan yang

signifikan antara bank konvensional dan bank syariah adalah karena bank merupakan lembaga yang memiliki peraturan yang ketat sehingga seluruh kegiatan operasionalnya harus sesuai dengan regulasi yang sudah ditetapkan. Misalnya saja adalah aturan penetapan LDR (Loan to Deposit Ratio) pada bank konvensional dan FDR (Financing to Deposit Ratio) pada bank syariah, keduanya memiliki aturan yang sama yakni harus berada di antara 78%□92%.

Regulasi lainnya yang sama yang diberlakukan pada bank konvensional dan bank syariah adalah tentang peraturan Kewajiwan Penyediaan Modal Minimun (KPMM), di mana bank wajib menyediakan modal minimum sesuai dengan profil risiko. Selain KPMM yang sesuai dengan profil risiko, bank juga wajib membentuk tambahan modal sebagai penyangga. Pada peraturan tersebut, prosentase yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan untuk bank konvensional dan bank syariah adalah sama. Beberapa kesamaan regulasi yang telah ditetapkan tersebut menjadikan kinerja efisiensi bank konvensional dan bank syariah tidak memiliki perbedaan. Sebab, kedua kelompok bank tersebut harus menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Purwanto & Widyarti (2010) yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan efisiensi antara bank konvensional dan bank syariah. Penelitian tersebut mengukur kinerja efisiensi menggunakan satu model saja, yaitu DEA-CRS yang menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan kinerja efisiensi bank konvensional dan bank syariah. Hasil penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyono (2014) yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan kinerja efisiensi bank konvensional dan bank syariah dengan metode Data Envelopment Analysis (DEA). Pada hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa kinerja efisiensi bank konvensional lebih baik dibandingkan dengan kinerja efisiensi bank syariah. Menurut penelitian tersebut, bank konvensional merupakan bank yang telah lama beroperasi di Indonesia dibandingkan dengan bank syariah. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ascarya, dkk (2009) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara kinerja bank konvensional dan bank syariah. Berdasarkan penelitian tersebut, secara keseluruhan perbankan konvensional menunjukkan kinerja yang semakin efisien yang semakin baik dan konvergen, namun perbankan syariah relatif lebih efisien dibandingkan dengan perbankan konvensional dilihat dari efisiensi skala, efisiensi teknis maupun efisiensi keseluruhan selama periode observasi.

Berdasarkan data potential improvement, sumber ketidakefisienan pada bank syariah rata-rata terletak pada variabel input biaya tenaga kerja yang berlebih. Ratarata biaya tenaga kerja pada bank syariah lebih tinggi dibandingkan rata-rata biaya tenaga kerja pada bank konvensional. Selain itu, rata-rata biaya tenaga kerja pada bank syariah memiliki pertumbuhan yang sangat tinggi apabila dibandingkan dengan pertumbuhan biaya tenaga kerja pada bank konvensional. Menurut Sutawijaya & Lestari (2009) kasus yang sering terjadi adalah ketika terjadi peningkatan jumlah tenaga kerja yang tidak diimbangi dengan kemampuan yang memadai menyebabkan bank mengalami produktivitas. Sedangkan

sumber ketidakefisienan sebagian bank pada kelompok bank konvensional terletak pada aset tetap yang berlebih, sebagian lagi terletak pada biaya tenaga kerja yang kurang efisien, selain itu, secara keseluruhan bank konvensional harus meningkatkan jumlah kredit yang disalurkan.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Pertumbuhan variabel input (total simpanan, aset tetap dan biaya tenaga kerja) dan variabel output (total kredit/pembiayaan dan pendapatan operasional) secara rata-rata selalu mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, baik pada bank konvensional maupun pada bank syariah. (2) Tidak terdapat perbedaan kinerja efisiensi bank konvensional dan bank syariah tahun 2012—2014 dengan metode *Data Envelopment Analysis* (DEA), baik dengan model *Constant Return to Scale* (CRS), *Variable Return to Scale* (VRS) maupun *Efficiency Scale* (SE). Hal tersebut dikarenakan bank merupakan lembaga yang memiliki peraturan yang ketat sehingga seluruh kegiatan operasionalnya harus sesuai dengan regulasi yang sudah ditetapkan. Adanya peraturan-peraturan yang sama yang diberlakukan pada bank konvensional dan bank syariah membuat kinerja efisiensi pada bank konvensional dan bank syariah tidak memiliki perbedaan yang signifikan.

Saran

Berdasarkan temuan dari penelitian ini, maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut: (1) Bagi perbankan, apabila ingin meningkatkan efisiensi, maka bank yang belum efisien harus mengalokasikan kelebihan input yang dimilikinya menjadi output yang lebih produktif. Perbankan juga bisa melihat peneyebab inefisiensi terletak pada variabel apa dan memperbaiki variabel tersebut sehingga memiliki kinerja efisiensi yang maksimal. (2) Bagi pemerintah, dengan adanya hasil perbandingan kinerja efisiensi antara bank konvensional dan bank syariah dalam penelitian ini, maka dapat dijadikan patokan untuk membuat regulasi arah kebijakan perbankan yang selanjutnya. (3) Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih luas dibandingkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, supaya dapat menggambarkan efisiensi perbankan nasional. Peneliti selanjutnya juga disarankan menggunakan BUKU (Bank Umum Kelompok Usaha) sebagai kriteria dalam pengambilan sampel sehingga batasan aset bank yang diteliti lebih jelas.

DAFTAR RUJUKAN

Abidin, Z & Endri. 2009. *Kinerja Efisiensi Teknis Bank Pembangunan Daerah: Pendekatan Data Envelopment Analysis (DEA)*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. (Online), 11 (1). 21-29. (http://jurnalakuntansi.petra.ac.id), diakses pada 2 Februari 2015.

Ascarya, Yumanita, D & Rokhimah, G.S. 2009. *Analisis Efisiensi*

Perbankan Konvensional dan Perbankan Syariah di Indonesia dengan Data Envelopment Analysis. Dalam Huda, N & Nasution, M.E (Eds), Current Issues Lembaga Keuangan Syariah (1-36). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Bank Indonesia. 2012. *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah*. (Online), (http://bi.go.id), diakses pada 4 Maret 2016.

Banker, R.D, Charnes, A & Cooper, W.W. 1984. *Some Models for Estimating Technical and Inefficiencies in Data Envelopment Analysis. Management Science. (Online)*, 30 (9). (http://researchgate.net), diakses pada 8 Januari 2016.

Cahyono, F.A. 2014. *Analisis Perbedaan Kinerja Efisiensi Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional dengan Pendekatan Data Envelopment Analysis (DEA) (Studi pada 10 Perusahaan Perbankan di Indonesia 2011-2013). Malang: Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang.*

Charnes, A, Cooper, W.W & Rhodes, E. 1978. *Measuring the Effiency of Decision Making Units. European Journal of Operational Research. (Online),* Vol. 9. 429444. (http://sciencedirect.com), diakses pada 8 Januari 2016.

Hadad, D.M, dkk. 2003. *Analisis Efisiensi Industri Perbankan Indonesia Penggunaan Metode Nonparametrik Data Envelopment Analysis. Biro Stabilitas Sistem Keuangan, Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan. Bank Indonesia.* Research Paper, 5 (7). (Online), (http://bi.go.id), diakses pada 2 Februari 2015.

Huri, M.D & Susulowati, I. 2004. *Pengukuran Efisiensi Relatif Emiten Perbankan dengan Metode Data Envelopment Analysis (DEA) (Studi Kasus: Bank-bank yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta Tahun 2002). Jurnal Dinamika Pembangunan. (Online)*, 1 (2). 95-110. (http://eprints.undip.ac.id), diakses pada 2 Februari 2015.

Kontan. 2015. *Lima Arah Kebijakan Perbankan Syariah Tahun 2015*. (Online), (http://keuangan.kontan.co.id), diakses pada 4 Maret 2016.

Otoritas Jasa Keuangan. 2014. Statistik Perbankan Indonesia. Vol: 13. No. 1. (Online), (http://ojk.go.id), diakses pada 24 februari 2015.

Otoritas Jasa Keuangan. 2013. Laporan Perkembangan Keuangan Syariah. (Online), (http://ojk.go.id), diakses pada 4 Maret 2016.

Pratikto, H & Sugianto, I. 2011. Kinerja Efisiensi Bank Syariah Sebelum dan Sesudah Krisis Global Berdasarkan Data Envelopment Analysis. Jurnal Ekonomi Bisnis.Th.16. No. 2. (Online), 16 (2). 108-117. (http://fe.um.ac.id) diakses pada 2 Februari 2015.

Purwanto, R & Widyarti, E.T. 2011. Analisis Perbandingan Efisiensi Bank Umum Konvensional (BUK) dan Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia dengan Metode Data Envelopment Analysis (DEA) (Periode 2006-2010). (Online), (http://ejournal.undip.ac.id) diakses pada 2 Februari 2015.

Sulhan & Siswanto, E. 2008. Manajemen Bank: Konvensional dan Syariah. Malang: UIN-Malang Press.

Sutawijaya, A & Lestari, E.P. 2009. Efisiensi Teknik Perbankan Indonesia Pasca Krisis Ekonomi: Sebuah Studi Empiris Penerapan Model DEA. Jurnal Ekonomi Pembangunan. (Online), 10 (1). 49-67. (http://publikasiilmiah.ums.ac.id) , diakses pada 2 Februari 2015.

Universitas Negeri Malang. 2010. Pedoman Penulisan Karya Ilmiah: Skripsi, Tesis, Disertasi, Artikel , Makalah, Tugas Akhir, Laporan Penelitian. Edisi Kelima. Malang: Universitas Negeri Malang.

Tabel 1 Perkembangan Jumlah Bank Konvensional dan Bank Syariah di Indonesia Tahun 2012—2014

Tahun	2 012		2013		2014	
Jenis	Jumlah Bank	Jumlah Kantor	Jumlah Bank	Jumlah Kantor	Jumlah Bank	Jumlah Kantor
Bank Konvensional	120	16.625	120	18.558	119	19.948
Bank Syariah	11	1.734	11	1.987	12	2.151
Total	131	18.359	131	20.545	131	22.099

(Sumber: Statistik Perbankan Indonesia, 2014)

Tabel 2 Kinerja Efisiensi Bank Konvensional

Bank Konvensional	2012		2013		2014	
	I	II	I	II	I	II
CRS	80%	83%	82%	88%	82%	88%
Pertumbuhan		4%	-1%	7%	-7%	7%
VRS	84%	87%	87%	91%	89%	92%
Pertumbuhan		4%	0%	5%	-2%	3%
SE	94%	95%	95%	96%	93%	96%
Pertumbuhan		1%	0%	1%	-2%	3%

Tabel 3 Kinerja Efisiensi Bank Syariah

Bank Syariah	2012		2013		2014	
	I	II	I	II	I	II
CRS	84%	80%	80%	85%	81%	80%
Pertumbuhan		-5%	0%	6%	-5%	-1%
VRS	92%	88%	90%	95%	91%	92%
Pertumbuhan		-4%	2%	6%	-4%	1%
SE	92%	92%	90%	90%	89%	88%
Pertumbuhan		0%	-2%	0%	-1%	-1%

Tabel 4 Ringkasan Hasil Uji Normalitas

No	Bank	Model Pendekatan	Keterangan
1	Bank Konvensional	DEA-CRS	Normal
		DEA-VRS	Normal
		DEA-SE	Normal
2	Bank Syariah	DEA-CRS	Normal
		DEA-VRS	Normal
		DEA-SE	Normal

Tabel 5 Ringkasan Hasil Uji Beda *Independent t-Test Sample*

No	Model	Sig	t	df	Sig. (2-tailed)
1	DEA-CRS	0,273	0,685	20	0,501
2	DEA-VRS	0,881	0,763	20	0,455
3	DEA-SE	0,001	1,556	20	0,135

Optimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Meningkatkan Eksistensi Sentra UKM Islami Studi pada Tenun Ikat Khas Kediri Berbasis Data Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional terhadap *Turnover Intention*

Bambang Agus Sumantri
Erwin Putra Permana
Universitas Nusantara PGRI Kediri
Email:putrawonorejo80@yahoo.com

Abstrak : Tujuan penelitian ini Mengetahui kecederungan pola secara parsial dan pengaruh secara simultan Optimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Meningkatkan Eksistensi Sentra UKM Islami Tenun Ikat Khas Kediri Berbasis Data Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional terhadap *Turnover Intention*. Mengetahui tingkat Optimalisasi *Human Capasity Empowering* dapat Meningkatkan Eksistensi Sentra UKMIslami Tenun Ikat Khas Kediri Berbasis Data Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional terhadap *Turnover Intention*.Identifikasi data (jenis dan sumber data), objek penelitian ini adalah seluruh pengrajin sentra tenun ikat Kelurahan Bandar Kidul di wilayah Kota Kediri. Metode pengumpulan data, sumber data primer diperoleh dari hasil kuesioner tertutup kepada semua pengrajin Tenun Ikat Di Sentra Pengrajin Tenun Ikat Kelurahan Bandar Kidul Kota Kediri) dengan skala *linkert* berdimensi lima selanjutnya dijelaskan dengan statistika deskriptif. Kerangka analisis, pertama perkembangan teori pertumbuhan sentra UKM dan Perkembangan pengrajin tenun ikat di dunia. Kedua, sentra UKM tenun ikat di Kota Kediri. Ketiga, analisis sentra tenun ikat menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM).Keempat, analisis struktur, analisis perilaku, dan analisis kinerja sentra UKM tenun ikat Kelurahan Bandar Kidul Kota Kediri.Kelima, faktor-faktor yang mempengaruhi optimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Meningkatkan *Power Full* Sentra UKM Tenun Ikat Khas Kediri kepuasan kerja dan komitmen organisasionalsebagai unsur penguat dalam meminimalisirterhadap *Turnover Intention* pengrajin UKM. Dimana pengukuran digunakan skala linkert (berskala 5): 1 = rendah, 2 = rendah, 3 = cukup, 4 = kuat, dan 5 sangat kuat.
Kecederungan pola secara parsial dan pengaruh secara simultan Optimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Meningkatkan Eksistensi Sentra UKM Tenun Ikat Khas Kediri Berbasis Data Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional terhadap *Turnover Intention* memiliki nilai 4.0 dari skor tertinggi 5.0 sehingga masih dimungkinkan untuk dioptimalkan lagi.

Kata Kunci: *Optimalisasi, Human Capasity Empowering, Eksistensi Sentra UKM Islami, Tenun Ikat Khas Kediri, Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional, dan Turnover Intention.*

Menurut Veithzal dan Deddy (2012), manusia sebagai salah satu dimensi dalam organisasi memegang peran sangat penting, yang merupkana salah satu faktor dan pendukung organisasi.Perilaku organisasi pada hakikatnya adalah hasil-hasil interaksi antara individu-individu dalam organisasi.Oleh karena itu, untuk memahami perilaku organisasi sebaiknya diketahui terlebih dahulu dari perilaku individu, karena perilaku

individu sebagai pendukug organisasi. Untuk itu perlu diketahui dahulu apa yang disebut dengan perilaku individu, apa yang mendasari perilaku individu, bagaimana proses pengambilan keputusan individu, bagaimana nilai, sikap, tingkah laku kerja, sifat-sifat manusia, dan perbedaan individu. Termasuk dalam hal ini adalah cara pengrajin selaku pebisnis dalam Usaha Kecil dan Menengah dalam menjalankan usahanya. Berkenaan cara salah satu perilaku pengrajin dalam organisasi yang mempegaruhi organisasi adalah *turnover intention*.

Berkenaan dengan *turnover intention* sebagai perilaku individu yang mana berdampak pada organisasi.Dimana, menyatakan bahwa niat, maksud, tujuan untuk keluar (*turnover intention*) karyawan yang tinggi merupakan ciri organisasional yang efektif merupakan pandangan yang kontroversial.Karena *turnover intention* karyawan yang tinggi berarti juga lebih banyak beban bagi organisasi. Akan tetapi, beberapa organisasi akan memperoleh manfaat jika karyawan yang merusak dan berkinerja rendah keluar. Masalah tingkat *turnover intention* dan berakhir dengan keputusan karyawan keluar, dimana berdampak pada organisasi memerlukan banyak biaya karena mengurangi *output*.Dan masalah ini menganggu karena menyebabkan jadwal dan program yang harus dimodifikasi.(Carla, 2000; Paul 2000; Julie 2002 dalam Ivancevich et.al, 2007).

Berkaitan dengan *turnover intention* setidaknya ada dua variabel yang berpengaruh. Dua variabel yang berpengaruh, yaitu kepuasan kerja dan komitmen organisasional. Perilaku individu berkaitan kepuasan kerja merupakan faktor yang memengaruhi *turnover intention*. Berkaitan dengan komitmen organisasional dapat diwujudkan dalam penjadwalan kerja yang fleksibel, perawatan kesehatan di tempat kerja, kebijakan waktu yang longgar untuk kelahiran dan perawatan orang lanjut usia, dan rekreasi merupakan bagian tren yang sedang tumbuh dalam hal membantu pekerja yang kelebihan beban kerja dapat dengan baik mengelola waktu dan kehidupan pribadi mereka. Komitmen organisasional unsur penting dalam kehidupan suatu organisasi bisnis. Di Indonesia salah satu organisasi bisnis adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM).UKM pada dasarnya berperan penting di berbagai sektor ekonomi sebagai penyedian lapangan kerja, pengembangan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru, sebagai sumber inovasi, dan hal ini dapat dibuktikan pada masa krisis pada tahun 1998 UKM mampu menyelamatkan perekonomian Indonesia.

Sebanyak 97,3 persen UKM mampu menyerap tenaga kerja dari total angkatan kerja dan memiiliki kontribusi yang cukup besar terhadap investasi di Indonesia namun tingkat pendidikannya masih sangat rendah hal itu disebabkan kondisi bukan dari usaha yang dilahirkan. Penyebab dari timbulnya permasalahan UKM dalam menopang pembangunan ekonomi nasional diantaranya karena iklim usaha yang belum kondusif, sektor UKM yang menghadapi masalah (terbatasnya akses UKM kepada teknologi dan lembaga Litbang, kurangnya kepedulian UKM, kurangnya insentif lembaga pendukung UKM, belum terbangun prinsip kemitraan struktur/strategi pengembangan usaha, masih adanya gap/kesenjangan kebutuhan UKM,

pengalokasian KUR dari bank kepada pihak pelaku UKM yang masih terkendala dalam hal administrasi (laporan pencatatan hasil usaha dan perizinan usaha).Selanjutnya Dr. Enni Sri Hartati Direktur *Institute For Development of Economic and Finance (INDEF),* menyatakan:

"Tidak ada perubahan yang berarti dengan mengagungkan Usaha Mikro Kecil Menengah Umum (UKM) karena produktivitas UKM yang besar dengan usaha besar masih jauh. Persoalan krusial dari UKM bukan terletak pada modal melainkan pada akses pasar, namun di sisi lain dalam modal adalah hambatan apabila dilihat dari ekspansinya." (12 Nopember 2015: http: // www. Lemhannas .go.id).

Berkaitan organisasi perusahaan yang berhubungan dengan kepuasan kerja dan komitmen organisasional terhadap *turnover intention* terdapat fakta yang menarik dalam sentra Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di kota Kediri, salah satunya adalah setra UKM yang mana berada pada kawasan masyarakat mayoritas beragama Islam. Menurut hasil survey lapangan Yusna, dkk (2015) tentang jumlah pengrajin tenun ikat Bandar kidul 1990-2004 berjumlah 25 pengrajin. Sedangkan 2014 sampai saat ini yang aktif hanya 10 pengrajin. Tenun ikat Bandar Kidul Kediri merupakan daerah kerajinan tangan yang mengolah produk mentah berupa benang hingga menjadi produk setengah jadi (kain). Dalam proses pembuatannya tenun ikat Bandar Kidul Kediri masih menggunakan alat yang sederhana bahkan setiap proses masih dikerjakan secara manual tanpa menggunakan mesin. Berkenaan perkembangan kerajinan tenun Ikat Bandar Kidul Kediri mengalami penurunan dan peningkatan. Hal ini kurangnya kesadaran masyarakat akan produk lokal dan produk tradisional sehingga permintaan akan produk menurun. Hal ini akibatnya membuat jumlah pengrajin tenun ikat terus berkurang.

Selain itu dampak krisis ekonomi 1998 telah membuat banyak kerajinan tangan tenun ikat terhenti. Mahalnya bahan baku dan rendahnya harga jual membuat pengrajin terpaksa harus menghentikan produksinya untuk mengurangi kerugian yang lebih banyak. Saat krisis ekonomi, pengrajin mulai membuat tenun ikat kembali dengan modal seadanya.Banyak dari pengrajin yang tidak melanjutkan usahanya kembali karena telah menemukan pekerjaan yang lebih menjamin hidup mereka.Bahkan kebanyakan dari pengrajin telah menjual alat produksi tenun ikat yang disebut Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) saat krisis moneter melanda.

Berdasarkan penjelasan diatas maka judul penelitian ini adalah **Optimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Meningkatkan Eksistensi Sentra UKM Islam Studi pada : Tenun Ikat Khas Kediri Berbasis Data Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional terhadap *Turnover Intention.*** Masalah utama UKM di Indonesia adalah adanya optimalisasi *human capasity empowering* sehingga sulit untuk berkembang.Hal ini menunjukkan belum adanya kepuasan kerja dan komitmen organisasional. Penelitian ini akan mencoba menganalisis permasalah ini dengan menitikberatkan pada optimalisasi *human capasity empowering* untuk meningkatkan eksistensi sentra UKM tenun ikat khas kediri berbasis data kepuasan kerja dan komitmen organisasional terhadap *turnover intention.*

Pertanyaan penelitian yang akan dijawab oleh studi ini adalah sebagai berikut: (1) Bagaimana kecederungan pola secara parsial dan pengaruh secara simultan Optimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Meningkatkan Eksistensi Sentra UKM Tenun Ikat Khas Kediri Berbasis Data Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional terhadap *Turnover Intention* ? (2) Apakah tingkat Optimalisasi *Human Capasity Empowering* dapat Meningkatkan Eksistensi Sentra UKM Tenun Ikat Khas Kediri Berbasis Data Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional terhadap *Turnover Intention* ?.

Optimalisasi *Human Capasity Empowering*

Kapasitas merupakan hal yang penting bagi suatu kelembagaan sebab kapasitas menyebabkan berbagai pihak yang terkait dengan kelembagaan tersebut berperilaku dan memberikan respon dengan tepat.Berdasarkan analisis struktur, analisis perilaku, dan analisis kinerja.

Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja, menurut Veithzal dan Deddy (2012) adalah penilian dari pekerja tentang seberapa jauh pekerjaannya secara keseluruhan memuaskan kebutuhannya.Kepuasan kerja juga adalah sikap umum yang merupakan hasil dari beberapa sikap khusus terhadap faktor-faktor pekerjaan penyesuaian diri dan hubungan sosial individu di luar kerja.Kepuasan kerja pada dasarnya adalah mempunyai segi sosial ekonomi (gaji dan jaminan sosial) dan segi soail psikologi (kesempatan untuk maju, mendapatkan penghargaan, masalah pengawasan pergaulan antara karyawan dengan karyawan, dan antara karyawan dengan atasan).

Selanjutnya, Aprila dan Robinson (2005) konsep kepuasan kerja berkenaan dengan bagaimana perasaan karyawan terhadap pekerjaannya dan harapannya pada organisasi tempat ia bekerja. Terdapat dua pendekatan mengenai konsep untuk memahami kepuasan kerja, yaitu: pertama, *component satisfaction* (komponen kepuasan) mengasumsikan bahwa kepuasan kerja merupakan berbagai sikap yang berbeda terhadap komponen-komponen pekerjaan. Misalnya sikap terhadap pekerjaan itu sendiri, apakah menantang atau tidak terhadap upah, apakah cukup atau tidak.Kedua, *overal satisfaction*, yaitu perasaan secara keseluruhan terhadap pekerjaan yang ditentukan oleh atas niat dan frekuensi pengalaman baik negatif atau positif.

Komitmen Organisasional

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, pengertian komitmen adalah perjanjian atau keterikatan untuk melakukan sesuatu; kontrak.Sedangkan pengertian janji adalah perkataan yang menyatakan kesediaan dan kesanggupan untuk berbuat.Jadi komitmen berarti memiliki kualitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan janji.Biasanya istilah komitmen digunakan untuk hal-hal penting.

Baron dan Greenberg (1990) menyatakan bahwa komitmen memiliki arti penerimaan yang kuat individu terhadap tujuan dan nilai-nilai perusahaan di mana individu akan berusaha dan berkarya serta memiliki hasrat yang kuat untuk tetap bertahan di perusahaan tersebut. Barringer, Macy dan Worthman, 1996; Ibrayeva, 1999 yang menyatakan bahwa komitmen perilaku para pengusaha berkaitan dengan pengaruh proses kognitif, variabilitas lingkungan dan

aspek manajerial untuk memperkuat hubungan antara kewirausahaan dengan kinerja perusahaan.

March & Simon, 1958; Mobley, 1977; 1982; Porter & Steers, 1973; Vroom, 1964 dalam Roy & Iveron, 1994) yang lebih memberikan fokus perhatian pada respon atau tanggapan afektif individu atau karyawan terhadap kondisi organisasi, pekerjaan dan pasar tenaga kerja (misalnya, ekspektasi orientasi, ekspektasi kognitif dan ekpektasi pekerjaan tentang karakteristik pekerjaan, yang jika tidak terpenuhi akan mendorong mereka untuk meninggalkan pekerjaan tersebut). Respon afektif yang utama terdiri dari kepuasan kerja, komitmen sikap, pencarian kerja (intensitas dan perilaku), dan komitmen perilaku.Komitmen afektif ditentukan oleh keikatan *(attachment)* emosional atau psikologis

Komitmen dalam berorganisasi adalah suatu konstruk psikologis yang merupakan karakteristik hubungan anggota organisasi dengan organisasinya dan memiliki implikasi terhadap keputusan individu untuk melanjutkan keanggotaannya dalam berorganisasi.Merupakan derajat keterikatan relatif pekerja terhadap organisasinya (Porter & Steers, 1991).Komitmen Perilakuadalah tingkat intensitas karyawan untuk tetap berada dalam suatu organisasi (Halaby, 1986 dalam Iveron & Roy, 1994). Keyakinan dan dukungan yang kuat terhadap sasaran dan nilai-nilai organisasi, keinginan yang kuat untuk tetap ada dalam organisasi, serta kemauan untuk menggunakan usaha-usaha yang dapat dipertimbangkan (*considerable effort*) atas nama organisasi (Mowday, Steers, dan Porter, 1979; Porter et al., 1974). Ekspresi komitmen perilakuantara lain : tetap bertahan menjadi anggota organisasi, tidak mengeluh dan berpaling ke organisasi lain bila organisasi mengalami kemunduran, memiliki inisiatif dan motif berprestasi, bekerja keras, dan bersedia berkorban tenaga dan pikiran demi keberhasilan organisasi (Porter & Steers, 1991).

Berkenaan konsep komitmen organiasi (Mowday, Steers, and Porter 1982) merupakan pendekatan sikap.Dimana komitmen didefinisikan sebagai (1) keinginan yang kuat untuk tetap sebagai anggota organisasi tertentu, (2) keinginan untuk berusaha keras sesuai keinginan organisasi, dan (3) keyakinan tertentu, dan penerimaan nilai dan tujuan organisasi.

Selanjutnya, Moor (1998) menyatakan komitmen terhadap suatu organisasi melibatkan tiga sikap: (1) rasa identifikasi dengan tujuan organisasi, (2) perasaan terlibat dalam tugas-tugas organisasi, dan (3) perasaan setia terhadap organisasi. Menurut Chow dan Holden, (1997) berkaitan penelitian menunjukkan bahwa tidak adanya komitmen dapat mengurangi efektifitas organisasi.

Berkaitan dengan komitmen organisasi pendapat Meyer and Allen (1984), mengemukakan tiga komponen tentang komitmen organisasional: (1) *Affective Commitmen*, terjadi apabila karyawan ingin menjadi bagian dari organisasi karena adanya ikatan emosional (*emotional attachment)* atau meras mempunyai nilai sama dengan organisasi, (2) *Continuance Commitment*, yaitu kemauan individu untuk tetap bertahan dalam organisasi karena tidak menemukan pekerjaan lain atau karena rewards ekonomi tertentu, (3) *Normative Commitment,* timbul dari nilai-nilai karyawan. Karyawan bertahan menjadi anggota organisasi karena adanya kesadaran bahwa

berkomitmen terhadap organisasi merupakan hal yang memang seharusnya dilakukan.

Selanjutnya berkenaan dengaan perkembangan komitmenn organisasi berkaitan dengan penghargaan intrinsik. Dimana organisasi yang mampu mmenuhi kebutuhan karyawan dengan menyediakan kesempatan pencapaian prestasi, dan mengakui pencapaian yang muncul akan memiliki perubahan yang signifikan dalam komitmen karyawannya. Oleh karena itu, manajer perlu mengembangkan sistem penghargaan yang berfokus pada kepentingan pribadi atau harga diri, menginterasikan tujuan individu dan organisasi, serta merancang pekerjaan yang matang (Ivancevich; Konopske; dan Matteson, 2007).

Turnover intention

Berkenaan turnover intention menurut Siti dan Titik (2011), menyatakan bahwa *(intention)* niat merupakan sebuah istilah yang terkait dengan tindakan dan merupakan unsur yang penting dalam sejumlah tindakan, yang menunjukkan pada keadaan pikiran seseorang yang diarahkan untuk melakukan sesuatu tindakan, yang senyatanya dapat atau tidak dapat dilakukan diarahkan sesuatu tindakan, yang senyatanya dapat atau tidak dapat dilakukan diarahkan entah pada tindakan sekarang atau yang akan datang. Niat memainkan peranan yang khas dalam mengarahkan tindakan, yakni menghubungkan antara pertimbanganyang mendalam yang diyakini dan diinginkan seseorang dengan tindakan tertentu.

Selanjutnya menurut Ivancevich dkk (2007) *turnover intention* merupakan kajian dalam bidang ilmu perilaku terapan. Dimana merupakan cara menajamen memandang para pekerja dalam konteks kinerja individu yang merupakan pondasi kinerja organisasi. Oleh karena itu, untuk menciptakan manajemen yang efektif, memahami perilaku individu sangat penting. Dalam segi perilaku individu, terdapat tiga pengaruh penting terhadap perilaku organiasi dan motivasi dalam organisasi, yaitu: karakteristik individu, motivasi individu, dan penghargaan.

Menurut Hartono (2002) dalam Palupi (2011) bahwa *turnover intention* karyawan bisa dilihat dari lima indikasi yaitu: absensi yang meningkat, mulai malas bekerja, peningkatan terhadap pelanggaran tata tertib kerja, peningkatan protes terhadap atasan, perilaku negatif yang sangat berbeda dari biasanya. Untuk itu, jika ingin menekan kemungkinan terjadinya *turnover intention* maka harus mampu menterjemahkan keinginan karyawan atas indikator-indikator tersebut dengan mengupayakan agar karyawan memiliki kepuasan.

Setiap bentuk kesesuian antara harapan karyawan atas pekerjaan, promosi, kompensasi yang didapat, hubungan dengan sesama rekan kerja, dan kondisi kerja yang mendukung berarti mampu menenkan kemungkinan terjadinya *turnover intention* karyawan.Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan kerja karyawan.Kepuasan kerja yang tidak terpenuhi dalam lingkungan pekerjaan memungkinkan karyawan rentan terhadap keinginan untuk keluar atau berpindah kerja.Kepuasan kerja dapat memegaruhi karyawan untuk menentukan pilihan apakah terus bekerja atau keluar kerja.

Teori perilaku terencana *(theory of planned behavior)* yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) menjelaskan mengenai perilaku spesifik dalam diri individu. Dimana

niat *(intense)* seringkali dipandang sebagai suatu kecenderungan bertingkah laku dari sikap. Biasanya diasumsikan bahwa komponen afektif (menyangkut kehidupan emosional seseorang) dari sikap.Pengertian ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara sikap dan intensi (niat).

Menurut teori perilaku terencana, faktor utama dari suatu perilaku yang ditampilkan individu adalah niat untuk menampilkan perilaku tertentu.Niat diasumsikan sebagai faktor motivasional yang memengaruhi perilaku.Niat merupakan indikasi seberapa kuat seseorang berusaha atau seberapa banyak usaha yang dilakukan untuk menampilkan suatu perilaku.Sebagai aturan umum, semakin kuat niat seseorang untuk terlibat dalam suatu perilaku, semakin besar kecenderungan ia untuk benar-benar melakukan perilaku tersebut.

Niat untuk berperilaku dapat menjadi perilaku yang sebenarnya hanya jika perilaku tersebut ada di bawah kontrol individu yang bersangkutan. Individu tersebut memiliki pilihan untuk memutuskan menampilkan perilaku tertentu atau tidak sama sekali. Sampai seberapa jauh individu akan menampilkan perilaku, juga tergantung pada faktor-faktor non motivasional.

Salah satu contoh dari faktor non motivasional adalah ketersediaan kesempatan dan sumber yang dimiliki (misal, uang, waktu, dan bantuan dari pihak lain). Faktor motivasional dan non motivasional mencerminkan kontrol akual terhadap perilaku.Jika kesempatan dan sumber-sumber yang dimiliki tersedia dan terdapat niat untuk menampilkan perilaku, maka kemungkinann perilaku itu muncul, sangatlah besar. Dengan kata lain, suatu perilaku akan muncul, jika terdapat motivasi (niat) dan kemampuan (kontrol perilaku).

Mobley (1978) memberikan penjelasan tentang proses psikologis yang mendasari seseorang mengundurkan diri dari kerja. Berawal konsekuensi dari ketidakpuasan kerja adalah munculnya pikiran untuk meninggalkan kerja.Pikiran tersebut, pada gilirannya memunculkan pertimbangan tentang manfaat yang diharapkan dari pencarian kerja dan kerugian jika berhenti.

Langkah selanjutnya adalah keinginan untuk mencari alternatif.Keinginan untuk mencari alternatif tersebut diikuti dengan tindakan pencarian yang sesungguhnya. Jika alternatif tersebut tersedia, evaluasi terhadap alternatif tersebut akan dimulai. Evaluasi terhadap alternatif tersebut akan diikuti dengan upaya membandingkan antara pekerjaan saat ini dengan pekerjaan alternatif. Jika perbandingan tersebut mendukung pilihan alternatif, maka akan mengilhami keinginan untuk berhenti, yang diikuti dengan pengunduran diri yang sesungguhnya.

Power Full Sentra UKM

Konsep pemberdayaan UKM melalui pendekatan ”Sentra” diartikan sebagai model perkuatan, pengembangan dan penumbuhan UKM yang dilakukan melalui pengelompokkan berdasar jenis usaha. Hal ini didasari pada pemikiran bahwa model pembinaan UKM secara massal dinilai sangat tidak efektif, dan terkesan menghabiskan anggaran. Sentra UKM, adalah pengelompokan jenis usaha yang sejenis (minimal 20 UKM) dikelompokkan dalam satu wilayah tertentu (Maschasin, 2013).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah usaha kecil yang berskala "*one man enterprise*" (mandiri) antara 5 -20 karyawan, memiliki kebebasan yang relatif lebih tinggi dalam memilih "masuk ke" atau "keluar dari" pasar dibandingkan dengan skala usaha yang lain (Soeryadjaya, 1988, p.188).

Selanjutnya, sentra UKM dapat dicirikan sebagai berikut: Merupakan unit kecil kawasan, memiliki ciri tertentu (minimal 20 UKM), Didalamnya terdapat kegiatan proses produksi suatu jenis usaha yang menghasilkan produk unggulan, Satu kesatuan fungsional secara fisik lahan, geografis, agroklimat, infrstruktur, dan kelembagaan sumber daya manusia, Berpotensi untuk berkembangnya kegiatan ekonomi dibawah pengaruh pasar dari suatu produk yang mempunyai nilai jual dan daya saing tinggi.

Pengrajin Tenun Ikat Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM)

Pengrajin tenun ikat dengan produknya tenun ikat Kediri layak diangkat dan diperkenalkan pada dunia karena merupakan bagian tradisi yang sangat bernilai. Tenun ikat Kediri merupakan produk lokal yang sangat bernilai tinggi dan menjadi ciri khas kota Kediri. Dimana dalam proses pembuatan kain tenun ikat menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM). Produk kain tenun ikat dikerjakan dalam bentuk usaha kecil menengah (UKM) dari Kelurahan Bandar Kidul, Kecamatan Mojoroto Kota Kediri.

METODE

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Metode untuk mencapai tujuan penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan dan analisis data sebagai berikut: (1) Identifikasi data (jenis dan sumber data), objek penelitian ini adalah seluruh pengrajin sentra tenun ikat Kelurahan Bandar Kidul di wilayah Kota Kediri. Populasi yang diambil tanpa membedakan jenis kelamin, pendidikan, dan pengalaman kerja. Pengrajin sentra tenun ikat Kelurahan Bandar Kidul di wilayah Kota Kediri sampai dengan Mei 2016 sebanyak 10 pengrajin. Periode yang dipilih dalam penelitian ini adalah dua titik waktu yaitu 2006 dan 2016. (2) Metode pengumpulan data, sumber data primer diperoleh dari hasil kuesioner tertutup kepada semua pengrajin Tenun Ikat Di Sentra Pengrajin Tenun Ikat Kelurahan Bandar Kidul Kota Kediri) dengan skala *linkert* berdimensi lima selanjutnya dijelaskan dengan statistika deskriptif. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen berkaitan Tenun Ikat di Sentra Pengrajin Tenun Ikat Bandar Kidul Kediridi wilayah Kota Kediri, Dinas Koperasi dan UKM Kota Kediri, Kadin Kota Kediri, Dinas Perdagangan, Pertambangan, dan Energi Kota Kediri dan Biro Pusat Statistik Kota Kediri, serta dari berbagai literatur yang berkaitan dengan penelitian. (3) Kerangka analisis, pertama perkembangan teori pertumbuhan sentra UKM dan Perkembangan pengrajin tenun ikat di dunia. Kedua, sentra UKM tenun ikat di Kota Kediri. Ketiga, analisis sentra tenun ikat menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM). Keempat, analisis

struktur, analisis perilaku, dan analisis kinerja sentra UKM tenun ikat Kelurahan Bandar Kidul Kota Kediri. Kelima, faktor-faktor yang mempengaruhi optimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Meningkatkan *Power Full* Sentra UKM Tenun Ikat Khas Kediri kepuasan kerja dan komitmen organisasionalsebagai unsur penguat dalam meminimalisirterhadap *Turnover Intention* pengrajin UKM. Dimana pengukuran digunakan skala linkert (berskala 5): 1 = rendah, 2 = rendah, 3 = cukup, 4 = kuat, dan 5 sangat kuat.

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan identifikasi potensi dan permasalahan UMKM Tenun Ikat Kediri, Kajian Potensi dan Permasalahan serta Pengembangan UMKM Tenun Ikat Kediri KerjasamaBank Indonesia Kediri dengan Yayasan Bina Negeri Kediri November 2009setelah diadakan dengan analisa SWOT, bahwa posisi UMKM Tenun Ikat Kediri berada di diagram 3. Artinya, UMKM tenun ikat Kediri menghadapi peluang pasar yang sangat besar untuk dikembangkan, tetapi di lain pihak menghadapi kendala/kelemahan internal. Sehingga fokus strategi perusahaan adalah meminimalkan internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih besar. Oleh seba itu kelemahan-kelemahan yang saat ini masih menjadi hambatan berkembangnya UMKM perlu adanya campur tangan dari beberapa pihak, baik pengusaha, pemerintah, pemerintah daerah, dinas koperasi dan UMKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Pemasaran, Perbankan dan BDS. Kemampuan pengusaha sangatlah terbatas, oleh sebab itu campur tangan dan komitmen dari semua pihak untuk membantu memecahkan masalah-masalah yang dihadapi oleh UMKM tersebut sangatlah perlu. Faktor-faktor yang mendukung potensi berkembangnya tenun ikat Kediri sebagai-berikut: (1) Sejarah mencatat bahwa di masa lampau tenun ikat mampu menjadi daya pikat masyarakat baik di tingkat lokal, regional maupun nasional. (2) Dari aspek pemasaran, menunjukkan bahwa permintaan tenun ikat dari tahun ke tahun mengalami kenaikan yang signifikan. (3) Dari aspek produksi, pengusaha UMKM tenun ikat pada umumnya adalah generasi penerus, sehingga sangat menguasai aspek produksi. (4) Dari aspek permodalan, saat ini pengusaha UMKM tenun ikat masih mengandalkan modal sendiri dan masih belum banyak mengetahui informasi akses perbankan dan manfaat kredit perbankan. (5) Dari kebijakan pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah sangat mendukung keberadaan UMKM, apalagi tenun ikat ditetapkan sebagai komoditi unggulan kota Kediri.

Bahan Penelitian Lainnya

Sardanto (2016), Tenun ikat kelurahan Bandar Kidul Kediri merupakan salah satu ikon sentra UMKM di Kota Kediri. Tenun ikat ini merupakan salah satu usaha yang diwariskan secara turun temurun.Perkembangan bisnis tenun ikat di Kediri perkembangannya melambat bahkan stagnan.Kajian ini bersifat kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi menggunakan metode interview, observasi dan diskusi dengan 10 responden selaku pengrajin

tenun ikat.Dalam pembahasan kajian ini, menganalisa faktor-faktor membuat pengrajin tenun ikat tetap mempertahankan bisnis keluarga.Faktor yang menyebabkan adanya keberlanjutan adalah komitmen keluarga dan kepercayaan pada keluarga yang masih sangat kuat.Bisnis keluarga yang diteliti umumnya berada pada tahap dewasa dengan manajemen dan kepemilikannya masih dikuasai keluarga.

Lokasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Pengrajin Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul di wilayah Kota Kediri. Populasi yang diambil tanpa membedakan jenis kelamin, pendidikan, dan pengalaman kerja. Pengrajin Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul di wilayah Kota Kediri sebanyak 10 pengrajin.

Karena sedikitnya jumlah individu yang ditentukan maka populasi penelitian ini termasuk pada jenis populasi terbatas *(finit)*.Maka dalam penelitian ini menggunakan metode sensus atau *complete enumeration*, atau penelitian ini tidak menggunakan sampel sehingga teknik pengambilan sampel tidak diperlukan. Sensus adalah cara pengumpulan data bila seluruh elemen populasi diselidiki satu per satu sehingga sensus sering disebut pencatatan atau perhitungan yang lengkap dari seluruh elemen populasi dan sensus memberikan hasil data dengan nilai sebenarnya *(true value parameter).*

Perubahan yang diamati/diukur

Kepuasan kerja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berkenaan dengan bagaimana perasaan karyawan terhadap pekerjaannya dan harapannya pada organisasi tempat ia bekerja (Aprilia & Robinson, 2005). Selanjutnya, kepuasan kerja dalam hal ini merupakan adaptasi dari instrumen pengukuran yang dikembangkan oleh Kendall dan Hulin yaitu berkenaan dengan kepuasan kerja dapat digunakan *"job descriptive index"* dimana merupakan suatu intrumen pengukuran kepuasan kerja. Dimana peneliti membuat instrumen penelitian sebanyak tujuh indikator yaitu : (1) Karakter pekerjaan adalah sejauh mana pekerjaan dianggap menarik, menyediakan kesempatan untuk belajar, dan memberikan tanggung jawab. (2) Peluang promosi adalah ketersediaan peluang untuk maju dalam karir dan promosi. (3) Imbalan/gaji adalah jumlah pembayaran yang diterima dan tingkat keseuaian antara pembayaran tersebut dengan pekerjaan yang dilakukan. (4) Supervisi adalah kompetensi teknis dan keterampilan interpersonal dari atasan langsung. (5) Keamanan pekerjaan adalah keyakinan bahwa posisi seorang relatif aman dan ada peluang untuk terus bekerja dalam organisasi. (6) Kondisi kerja adalah sejauh mana lingkungan kerja fisik memberikan kenyamana dan mendukung produktivitas. (7) Rekan kerja adalah sejauh mana rekan kerja bersahabat, berkompeten, dan memberikan dukungan.

Komitmen Organisasional, yang dimaksud dalam penelitian ini adalah adaptasi dari pendapat Moore (1998) dan berkaitan dengan komitmen organisasi diukur dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Meyer dan Allen (1984). Dimana berkenaan instrumen pengukuran komitmen organisasi, peneliti membuat instrumen penelitian sebanyak enam indikator yaitu : (1) Indentifikasi tujuan dan nilai-nilai organisasi adalah keyakinan kuat karyawan untuk

menerima nilai-nilai organisasi dan tujuan. (2) Keterlibatan yang tinggi dalam lingkungan kerja adalah karyawan berpartisipasi dalam semua kegiatan, baik pekerjaan dan non-pekerjaan yang berkaitan organisasi. (3) Kesetiaan pada organisasi adalah hasrat tertentu untuk memelihara keanggotaan organisasi. (4) Komitmen afektif adalah emosi yang melekat pada diri karyawan untuk mengidentifikasi dan melibatkan dirinya dengan organisasi. (5) Komitmen normatif adalah merasa bahwa mereka memang seharusnya tetap bekerja pada organisasi tempat mereka bekerja sekarang. (6) Komitmen berkelanjutan adalah kesadaran karyawan yang berkaitan dengan akibat meninggalkan organisasi.

Turnover intention, berkenaan *turnover intention* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keinginan individu yang diukur dengan intrumen yang dikembangkan oleh Teori perilaku terencana *(theory of planned behavior)*yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Dimana pengembangan instumen pengukur untuk mengetahui tingkat *turnover intention*. Selanjutnya peneliti membuat instrumen penelitian sebanyak empat indikator sebagai berikut: (1) Perasaan adalah keadaan pikiran yang diarahkan untuk melakukan tindakan. (2) Motivasi adalah keinginan untuk melakukan tindakan. (3) Sikap adalah proses pemberian arti lingkungan oleh seorang individu, dimana sikap merupakan pernyataan evaluatif, baik yang menyenangkan maupun yang tidak, tentang suatu objek, orang, ata peristiwa. (4) Perilaku adalah melakukan aktivitas kerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsi.

Gambaran Umum Subjek Penelitian

Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri merupakan suatu sentra (kawasan) kerajinan Tenun Ikat yang diusahakan oleh masyarakat setempat.Dimana kerajinan masyarakat setempat ini dalam kategori usaha mikro kecil menengah.Usaha kerajinan ini mengalami pasang surut. Tenun ikat di Bandar Kidul Kota Kediri sudah ada sejak tahun 1950-an dibuat dengan cara tradisional (tidak menggunakan mesin. Produk yang dihasilkan saat waktu itu berupa sarug kotak atau disebut "sarung palikat". Seiring dengan perkembanganya teknologi sarung palikat mulai di buat oleh mesin yang berdampak harga jual lebih murah, sehingga berdampak permintaan pasar akan sarung palikat Bandar Kidul menjadi menurun. Akhirnya para pengrajin mulailah membuat sarung goyor kembang yang mempunyai motif lebih menarik dari sarung palikat.

Sarung palikat ternyata belum dapat membawa tenun ikat Bandar kidul menjadi di kenal masyarakat. Sarung goyor memang diminati oleh masyarakat, akan tetapi kebanyakan tidak tahu bahwa produk tersebut adalah kerajinan tangan (ATBM). Selain itu permintaan untuk sarung goyor hanya ramai saat menjelang bulan Ramadhan dan hari raya Idul Fitri.

Selanjutnya tahun 2000 mulai tercetus ide untuk membuat kain tenun ikat yang dapat dinikmati masyarakat setiap waktu tanpa melihat bulan atau musim.Dengan prakarsa ibu Walikota yang menjabat saat itu mulailah pegrajin tenun ikat membuat kain tenun ikat (ATBM).Kain pertama dibuat dengan menggunakan motif yang ada pada sarung.Produk baru kain tenun ikat ternyata mendapatkan respon yang sangat baik dari masyakat. Warga

Kediri yang awalnya tidak mengetahui akan kerajinan tenun ikat Bandar Kidul Kediri menjadi tahu setelah kemunculan produk kain tenun tersebut.

Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri merupakan daerah kerajinan tangan yang mengolah mentah berupa benang hingga menjadi produk setengah jadi berupa kain. Dalam proses pembuatannya Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri masih menggunakan alat yang sederhana bahkan setiap proses masih dikerjakan secara manual tanpa menggunakan mesin.

Proses perjalanan waktu kerajinan Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri mengalami penurunan dan peningkatan secara kualitas dan kuantitas. Hal ini karena kurangnya kesadaran masyarakat akan produk lokal dan produk tradisional sehingga permintaan akan produk menurun. Hal ini akhirnya membuat jumlah pengrajin tenun ikat semakin terus berkurang.Selain itu adanya dampak krisis ekonomi tahun 1997 telah membuat banyak kerajinan tangan tenun ikat terhenti. Mahalnya bahan baku dan rendahnya harga jual membuat pengrajin terpaksa harus menghentikan produksinya untuk mengurangi kerugian yang lebih banyak. Berikut tabel 1.1 adalah data dari jumlah pengrajin tenun ikat ATBM Bandar Kidul tahun 1990 – 2004 yang dapat dilihat pada tabel 1.

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa setiap pengrajin memiliki merk atau *brand* yang sama. Pada saat ini pembuat tenun ikat masih belum berfikir untuk memberi *brand* pada produk mereka, mereka hanya membuat merek sesuai dengan merk sarung yang diminati saat itu.

Saat perekonomian Indonesia dan dunia membaik para pengrajin tenun ikat mulai memproduksi sarung goyor, akan tetapi tidak semua pengrajin memproduksi tenun. Data pengrajin tenun ikat yang masih aktif sampai tahun 2016 dapat dilihat pada tabel 2.

Pembahasan

Optimalisasi Variabel

Kepuasan kerja

Dimana hasil penelitian kepuasan kerja: (1) merasa pendapatan yang saya terima selama bekerja di Sentra Tenun Ikat ini sudah sesuai dengan yang saya inginkan, memiliki nilai4.1 dari skor tertinggi 5.0. (2) merasa ketika saya bekerja keras, maka saya memperoleh intensif yang sesuai dengan harapan saya, memiliki nilai4.1 dari skor tertinggi 5.0. (3) merasa telah diberi kesempatan untuk terus maju dalam pengembangan usaha dan itu membuat saya puas, memiliki nilai 4.1 dari skor tertinggi 5.0. (4) merasa tidak puas karena selama beberapa tahun bekerja di Sentra Tenun Ikat ini, secarafinansialsaya tidak pernah naik menjadi lebih baik, padahal saya merasa sudah menunjukkan kinerja yang baik, memiliki nilai3.4 dari skor tertinggi 5.0. (5) merasa senang sekali denganprogram pemberdayaan pemerintah untuk saya dan keluarga, memiliki nilai4.1 dari skor tertinggi 5.0. (6) tidak senang karena saya terlalu sering bekerja lembur dan tidak ada yang menggantikan saya, memiliki nilai3.2 dari skor tertinggi 5.0. (7) merasa senang karena dapat berbagi tugas dengan sesama pengusaha, sehingga pekerjaan tidak terlalu berat saya rasakan, memiliki nilai4.0 dari skor tertinggi 5.0. (9) merasa senang dengan diadakannya training pengembangan kepribadian oleh pemerintah karena dapat meningkatkan potensi saya, memiliki nilai3.8 dari

skor tertinggi 5.0. (10) merasa senang karena pemerintahsudah menghargai setiap usaha dan kerja keras saya, memiliki nilai4.2 dari skor tertinggi 5.0. (11) Penghargaan untuk mempromosikan pengrajin yang diterima tidak sesuai dengan harapan dan kerja keras dalam bekerja selama di Sentra Tenun Ikat ini, memiliki nilai3.3 dari skor tertinggi 5.0. (12) merasa bosan dengan rutinitas kerja karena pekerjaanpengrajinTenun Ikat tidak pernah memberikan kesempatanrekreasi saya dan keluarga, memiliki nilai3.6 dari skor tertinggi 5.0. (13) merasa senang telah diberi kesempatan untuk dapat mengungkapkan ide-ide saya untuk kemajuan Sentra Tenun Ikat oleh pemerintah, memiliki nilai 4.4 dari skor tertinggi 5.0. (14) merasa lemah dan lesu karena di Sentra Tenun Ikat tidak disediakan klub olahraga untuk menunjang semangat saya, memiliki nilai3.6 dari skor tertinggi 5.0. (15) Tunjangan yang saya terimadaripemerintah selama ini dari Sentra Tenun Ikat belum sesuai dengan keinginan saya, memiliki nilai3.1 dari skor tertinggi 5.0. (16) merasa suasana kerja di sentratenunikat sangat nyaman dan membuat saya betah untuk berlama-lama disana, memiliki nilai3.6 dari skor tertinggi 5.0. (17) bosan dengan adanya training pengembangan kepribadian yang rutin diadakan oleh Dinasterkait, memiliki nilai3.8 dari skor tertinggi 5.0. (18) merasa fasilitas parkir di Sentra Tenun Ikat ini baik dan membuat saya aman untuk membawa atau meninggalkan kendaran saya di lahan parkir Sentra Tenun Ikat ini, memiliki nilai4.4 dari skor tertinggi 5.0. (19) merasa tidak diberi kesempatan untuk mengungkapkan ide-ide saya bagi Sentra Tenun Ikat dan ini bertentangan dengan hati nurani saya, memiliki nilai3.5 dari skor tertinggi 5.0. (20) merasa senang karena mendapatkan tunjangan asuransi untuk saya dan keluarga, serta dapat dengan mudah menggunakannya ketika sewaktu-waktu saya atau keluarga ada yang sakit, memiliki nilai3.7 dari skor tertinggi 5.0. (21) merasa diakui oleh Dinasterkait atas posisi yang saya pangku saat ini dan ini membuat saya merasa dihargai, memiliki nilai 3.4 dari skor tertinggi 5.0. (22) tidak merasa dihargai oleh Dinas terkait atas setiap usaha dan kerja keras saya, memiliki nilai4.0 dari skor tertinggi 5.0. (23) senang karena sering pulang kerja tepat waktu dan jarang lembur, memiliki nilai3.5 dari skor tertinggi 5.0. (24) merasa bosan karena tidak ada kegiatan lain disela-sela pekerjaan saya, memiliki nilai 3.6 dari skor tertinggi 5.0. (25) merasa tidak pernah diikutsertakan dalam setiap rapat pengambilan keputusan dalam hal tersebut membuat saya menjadi tidak puas dengan keadaan saya dan setiap keputusan yang diambil Dinasterkait, memiliki nilai 3.1 dari skor tertinggi 5.0. (26) merasa suasana kerja di unit saya membosankan dan membuat saya tidak nyaman, memiliki nilai3.7 dari skor tertinggi 5.0. (27) merasa senang atas adanya klub olahraga yang disediakan Sentra Tenun Ikat, yang mana hal tersebut membuat saya merasa bersemangat, memiliki nilai4.0 dari skor tertinggi 5.0. (28) merasa senang atas adanya klub olahraga yang disediakan Sentra Tenun Ikat, yang mana hal tersebut membuat saya merasa bersemangat, memiliki nilai2.8 dari skor tertinggi 5.0. (29) merasa tidak puas atas tunjangan asuransi yang saya dapat dengan waktu yang lama dari Sentra Tenun Ikat ternyata susah dan berbelit-belit ketika saya gunakan

pada waktu saya dan keluarga sakit, memiliki nilai3.2 dari skor tertinggi 5.0. (30) merasa fasilitas parkir di Sentra Tenun Ikat ini sangat baik dan membuat saya merasa aman, memiliki nilai3.6 dari skor tertinggi 5.0. (31) merasa selalu diikutsertakan dalam setiap pengambilan keputusan yang berhubungan dengan Sentra Tenun Ikat, yang mana hal tersebut menimbulkan kesesuaian antara saya dengan Dinas terkait, memiliki nilai 3.7 dari skor tertinggi 5.0.

Komitmen Organisasional

Dimana hasil penelitian kepuasan kerja: (1) merasa pekerjaan sebagai bagian dalam hidup saya, memiliki nilai 4.3 dari skor tertinggi 5.0. (2) merasa Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul ini memberi inspirasi bagi saya untuk bekerja sebaik-baiknya, memiliki nilai 4.4 dari skor tertinggi 5.0. (3) merasa situasi kerja yang ada di kurang kondusif, memiliki nilai 3.0 dari skor tertinggi 5.0. (4) menemukan pekerjaan baru besok, saya merasa akan meninggalkan Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul ini, memiliki nilai 3.2 dari skor tertinggi 5.0. (5) merasa akan mendapat fasilitas yang lebih baik jika saya keluar dari usaha Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul ini dan pindah ke tempat dan bidang lain, memiliki nilai 3.4 dari skor tertinggi 5.0. (6) seseorang mengkritik atau menjelek-jelekan Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul ini, saya merasa dapat menjelaskan kebenarannya, memiliki nilai 4.1 dari skor tertinggi 5.0. (7) merasa malas membuang waktu untuk pekerjaan saya, memiliki nilai 4.0 dari skor tertinggi 5.0. (8) merasa nilai-nilai yang saya kejar sama dengan nilai-nilai di Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul ini, memiliki nilai 3.8 dari skor tertinggi 5.0. (9) merasa selalu bersedia menerima semua jenis pekerjaan untuk membuat Sentra TenunIkatBandar Kidul ini tetap hidup, memiliki nilai 3.5 dari skor tertinggi 5.0. (10) merasa bekerja di Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul ini bukan perbudakan, memiliki nilai 4.1 dari skor tertinggi 5.0. (11) akan merasa gembira sekali jika dapat hidup tanpa bekerja sama sekali, memiliki nilai 3.2 dari skor tertinggi 5.0. (12) merasa bahwa pekerjaan bukan hal yang penting dalam hidup saya, memiliki nilai 2.7 dari skor tertinggi 5.0. (13) merasa takut dengan apa yang akan terjadi jika saya keluar dari Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul ini, memiliki nilai 3.7 dari skor tertinggi 5.0. (14) merasa akan terlalu banyak kenikmatan hidup yang hilang jika saya keluar dari Sentra Tenun Ikat ini, memiliki nilai 3.7 dari skor tertinggi 5.0. (15) Jika saya menemukan pekerjaan baru, saya rasa tidak akan meninggalkan Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul ini, memiliki nilai 3.6 dari skor tertinggi 5.0. (16) Saya pikir pembagian kerja yang dilakukan oleh Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul cukup proposional dan baik, memiliki nilai 3.8 dari skor tertinggi 5.0. (17) merasa tidak dapat menjelaskan kebenaran fakta ketika seseorang mengkritik Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul ini, memiliki nilai 3.3 dari skor tertinggi 5.0. (18) merasa, di Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul sering kali terjadi persaingan yang sehat antarapengrajin, memiliki nilai 4.0 dari skor tertinggi 5.0. (19) merasa bahwa alasan utama tetap bekerja disini karena kalau bekerja ditempat lain saya tidak mendapat fasilitas sebaik disini, memiliki nilai 3.7 dari skor tertinggi 5.0. (20) merasa sangat terlibat di pekerjan saya secara pribadi, memiliki nilai 4.0 dari skor tertinggi 5.0. (21) Saya rasa hal yang paling

membosankan adalah pekerjaan saya, memiliki nilai 3.4 dari skor tertinggi 5.0. (22) merasa informasi penting yang yang menyangkut hak pekerjapengrajin sudah disampaikan kepada pengrajin, memiliki nilai 3.8 dari skor tertinggi 5.0. (22) Saya rasa tidak banyak pengorbanan untuk bisa keluar dari Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul ini sekarang, memiliki nilai 2.7 dari skor tertinggi 5.0. (23) Menurut saya, lingkungan kerja yang ada di Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul kurang nyaman, memiliki nilai 3.6 dari skor tertinggi 5.0. (24) Saya rasa tidak ada kesamaan nilai-nilai yang saya kejar dengan Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul tempat saya bekerja, memiliki nilai 2.8 dari skor tertinggi 5.0. (25) Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul ini sering membuat saya merasa malas untuk bekerja, memiliki nilai 3.6 dari skor tertinggi 5.0. (26) Saluran informasi yang ada di Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul kurang merata, sehingga banyak pengrajin tidak mengetahui informasi baru, memiliki nilai 3.1 dari skor tertinggi 5.0. (27) merasa tidak mau berkorban apapun untuk Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul ini, bahkan untuk kemajuan Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul sekalipun, memiliki nilai 3.6 dari skor tertinggi 5.0. (28) merasa hal-hal yang paling membuat saya tertarik adalah seputar pekerjan saya, memiliki nilai 4.1 dari skor tertinggi 5.0. (29) merasa sangat berat untuk meninggalkan Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul ini meski saya menginginkan, memiliki nilai 3.6 dari skor tertinggi 5.0.

Turnover intention

Dimana hasil penelitian, *turnover intention*: (1) Sepanjang waktu saya siap membantu rekan sesama pengusaha dalam menyelesaikan tugas secara sukarela, memiliki nilai 4.0 dari skor tertinggi 5.0. (2) berkoordinasi dengan rekan sesama pengusaha dalam menjalankan tugas, memiliki nilai 4.0 dari skor tertinggi 5.0. (3) Tiba lebih awal di tempat kerja sehingga bisa memulai tugas lebih awal, memiliki nilai 4.2 dari skor tertinggi 5.0. (4) Mempercayai bahwa segala sesuatu yang telah ditentukan dan diputuskan oleh organisasi merupakan hal yang terbaik, memiliki nilai 3.6 dari skor tertinggi 5.0. (5) Memberi krtitik membangun untuk peningkatan kualitas produk dan pelayanan oleh Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul, memiliki nilai 3.8 dari skor tertinggi 5.0. (6) Membaca dan memperhatikan pengumuman-pengumuman Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul, memiliki nilai 3.7 dari skor tertinggi 5.0. (7) Membiarkan rekan sesama pengusaha menyelesaikan tugas-tugasnya, meskipun akan lebih cepat jika saya bantu, memiliki nilai 2.1 dari skor tertinggi 5.0. (8) Mempersulit tugas rekan sesama pengusaha di bagian yang lain agar tidak diremehkan, memiliki nilai 4.0 dari skor tertinggi 5.0. (9) Baru melakukan tugas kalau sudah mendekati *date line*, memiliki nilai 3.1 dari skor tertinggi 5.0. (10) Beberapa hal yang digariskan organisasi bertentangan denga prinsip dan harapan saya, memiliki nilai 2.8 dari skor tertinggi 5.0. (11) Berdiri di depan untuk melindungi reputasi Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul ketika diterpa isu, memiliki nilai 4.1 dari skor tertinggi 5.0. (12) Tidak membantu karyawan baru beradaptasi dengan lingkungan kerja, memiliki nilai 3.6 dari skor tertinggi 5.0. (13) Segan memberi penjelasan tentang berbagai informasi yang berkaitan dengan tugas, memiliki nilai 2.7 dari skor tertinggi 5.0. (14) Tidak menyelesaikan tugas

dan tidak menghadiri rapat dan acara-acara Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul tepat waktu, memiliki nilai 3.6 dari skor tertinggi 5.0. (15)Tidak perlu membicarakan hal-hal yang buruk tentang Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul, memiliki nilai 3.7 dari skor tertinggi 5.0. (16) Tidak terlalu memikirkan tentang apa yang akan terjadi dengan Sentra Tenun Ikat Bandar Kidul, memiliki nilai 3.7 dari skor tertinggi 5.0. (17) Datang rapat meskipun tidak mengikuti secara intensif tentang apa yang didiskusikan, memiliki nilai 2.5 dari skor tertinggi 5.0. (18) Tidak menjelaskan teknik pengerjaan tugas kepada rekan sesama pengusaha baru, memiliki nilai 3.5 dari skor tertinggi 5.0. (19) Tidak bersedia menjadi tempat bertanya sehingga rekan sesama pengusaha mendapat teguran atasan, memiliki nilai 3.6 dari skor tertinggi 5.0. (20) Meminta toleransi waktu pengerjaan tugas sehingga penyelesaiannya lebih lama dan didapat hasil yang lebih baik, memiliki nilai 2.3 dari skor tertinggi 5.0. (21) Instropeksi diri ketika hasil kerja tidak sesuai harapan, memiliki nilai 4.1 dari skor tertinggi 5.0. (22) Memberi saran-saran konstruktif hanya membuang-buang waktu saja, memiliki nilai 3.0 dari skor tertinggi 5.0. (23) Berinisiatif memperkenalkan diri dan membantu tamu maupun calon pembeli, memiliki nilai 4.0 dari skor tertinggi 5.0. (24) Tidak mendiskusikan persoalan yang muncul dengan rekan pengusaha tenun ikat, memiliki nilai 3.5 dari skor tertinggi 5.0. (25) Lebih baik mencari alasan untuk tidak masuk daripada bekerja, memiliki nilai 3.4 dari skor tertinggi 5.0. (26) Mencari siapa penyebab yang harus bertangung jawab ketika hasil kerja kurang memuaskan, memiliki nilai 3.1 dari skor tertinggi 5.0. (27) Mendramatisir hal-hal yang kurang memuaskan dan menceritakannya pada rekan sesama pengusaha, memiliki nilai 3.5 dari skor tertinggi 5.0. (28) Mengobrol dengan rekan sesama pengusaha pada saat melaksanakan tugas merupakan hal yang biasa dan dapat menyenangkan, memiliki nilai 3.7 dari skor tertinggi 5.0. (29) Membiarkan tamu maupun calon pembeli menunggu tanpa memberi informasi yang jelas, memiliki nilai 3.2 dari skor tertinggi 5.0. (30) Tidak menyampaikan keseluruhan informasi sehingga rekan sesama pengusaha menanggung akibatnya, memiliki nilai 3.3dari skor tertinggi 5.0.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Kecederungan pola secara parsial dan pengaruh secara simultan Optimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Meningkatkan Eksistensi Sentra UKM Tenun Ikat Khas Kediri Berbasis Data Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional terhadap *Turnover Intention* memiliki nilai 4.0 dari skor tertinggi 5.0 sehingga masih dimungkinkan untuk dioptimalkan lagi. Tingkat Optimalisasi *Human Capasity Empowering* dapat Meningkatkan Eksistensi Sentra UKM Tenun Ikat Khas Kediri Berbasis Data Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional terhadap *Turnover Intention* memiliki nilai 4.0 dari skor tertinggi 5.0 sehingga masih dimungkinkan untuk dioptimalkan lagi. Sentra UKM Tenun Ikat Khas Kediri sejauh mana dikaji berkaitan Optimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Meningkatkan Eksistensi Berbasis Data Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional terhadap *Turnover*

*Intention*memiliki nilai 4.0 dari skor tertinggi 5.0 sehingga masih dimungkinkan untuk dioptimalkan lagi. *Turnover Intention* pada Sentra UKM Tenun Ikat Khas Kediri analisis pada faktor-faktor yang menentukan Optimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Meningkatkan Eksistensi Berbasis Data Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasionalmemiliki nilai 4.0 dari skor tertinggi 5.0 sehingga masih dimungkinkan untuk dioptimalkan lagi. Adapun implikasi yang dihasilkan : (1) Pola secara parsial dan pengaruh secara simultan Optimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Meningkatkan *Power Full* Sentra UKM Tenun Ikat Khas Kediri kepuasan kerja dan komitmen organisasionalterhadap *turnover intention* pengrajin UKM. (2) Mengukur tingkat Optimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Meningkatkan *Power Full* Sentra UKM Tenun Ikat Khas Kediri berdasarkankepuasan kerja dan komitmen organisasionalterhadap turnover intention pengrajin UKM. (3) Mengkaji sejauh mana Optimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Meningkatkan *Power Full* Sentra UKM Tenun Ikat Khas Kediriberdasarkan kepuasan kerja dan komitmen organisasionalterhadap *turnover intention* pengrajin UKM. (4) Menganalisis faktor-faktor yang menentukan Optimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Meningkatkan *Power Full* Sentra UKM Tenun Ikat Khas Kediriberdasarkan kepuasan kerja dan komitmen organisasionalterhadap *turnover intention* pengrajin UKM.

.

Saran

Pola secara parsial dan pengaruh secara simultan Optimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Meningkatkan *Power Full* Sentra UKM Tenun Ikat Khas Kediri kepuasan kerja dan komitmen organisasionalterhadap *turnover intention* pengrajin UKM. Perlu dilakukan penelitian dengan skala sentra UKM yang lebih luas berkaitanOptimalisasi *Human Capasity Empowering* untuk Meningkatkan *Power Full* Sentra UKM Tenun Ikat Khas Kediri berdasarkankepuasan kerja dan komitmen organisasionalterhadap turnover intention pengrajin UKM. Adanya penambahan variabel dalam penelitian misalnya kepemimpinan, kebijakan publik, dan budaya

DAFTAR RUJUKAN

Aprilia dan Robinson (2005). Pengaruh Komitmen Organisasi, Kepuasan Kerja, dan Keperilakuan Etis terhadap Keinginan Berpindah pada Profesional Bidang Teknologi Informasi. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol.5 No.1 Hal:23-24. Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu.

Arzu S Wasti (2003). *Organization Commitmen, Turnover intentions and the influnce of Cultural Value.Journal of Occupational and Organizational Psychology* 76.No. 3 September.303-15.

Chow S dan Holden R (1997).*Toward an Understanding of Loyality the Maderating Role of Trust.Journal Management Issues.* Musim Semi.255-98.

Fishbein M. dan Ajzen I (1975).*Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Reseach. USA. Addison Wesley.*

Ivancevich John M., Robert Konopaske dan Michael T. Matteson (2007). Perilaku dan Manajemen Organisasi.Jilid 1. (terjemahan). Erlangga Jakarta.

Maschasin (2013). Strategi Pemberdayaan UKM.

Meyer, J.P. dan Allen, N.J. (1984) *Testing the "side bet theory" of organizational commitment: some methodological onsiderations, Jurnal of Apllied Psychology* 69: 372-378.

Mowday R.T., Steers R.M., and Porter. L.W. 1982) *Employee-Organizational Linkange: The Psychology of Commitmen, Abseteeism, and Turnover. New York: Academic Press.*

Moor K.R. (1998) *Trust and Reltionship Commitmen in Logistic Alliance: A Buyer Perspective. Journal of Purschasing and Materials Management.Pebruary. 24-37.*

Mobley W.H. (1978) "*An Evaluation of Precursors of Hospital Employee Turnover", Journal of Applied Psychology,* 63:404-414.

Murti Sumarni (2011). Pengaruh Employee Retention terhadap Turnover intentions dan Kinerja Karyawan.Journal Akmenika.Volume 8. UPN.

Palupi, Sri Rahayu. (2011). Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Turnover intentions Karyawan PT. X di Sidoarjo.Skripsi.Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Narotama Surabaya.

Samad, Sarminah. (2006). Memprediksi Niat Perputaran: Kasus Malaysia Pemerintah Dokter. *"Journal of American Academy of Business Cambridge 8 (2) March: 113-119, ABI/INFORM Global.*

Sardanto, Rino. (2016). Kajian Bisnis Keluarga Tenun Ikat Berbasis Kearifan Lokal. Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis VI. Universitas Tarumanegara. Jakarta. ISBN. No: 2089-1040.

Siti Nurhasanah dan Titik Amarwati.(2011). Sikap, Nilai, dan Intensi Kewirausahaan. Proceeding Seminar Nasional "Perkuatan UKM sebagai leading sector perekonomian Indonesia.Diesnatalis 47 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Malang. ISBN: 978-979-7962-11-1.255-263.

Ulber, Silalahi. (2009). Metode Penelitian Sosial. Cetakan Pertama. Refika Aditama Bandung.

Veithzal Rivai dan Deddy Mulyadi (2012).Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi. Edisi Ketiga. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Witt A, Martha C. Andrew, dan Michele Kumar. (2000). *The Role of Participation in Decision-Making in the Organizational Politics-Job Satisfaction Relationship, Human Relation* 53. No. 3 Maret 2000. 341-59.

Kajian Potensi dan Permasalahan serta Pengembangan UMKM Tenun Ikat Kediri. (2009). Kerjasama Bank Indonesia Kediri dengan Yayasan Bina Negeri Kediri.

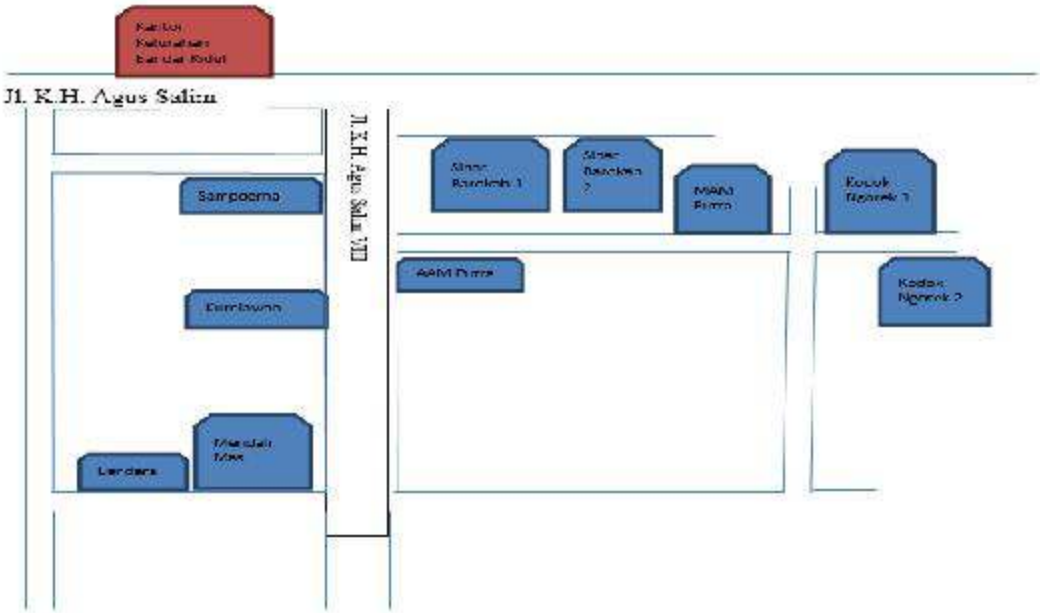
Yusna, dkk (2015).Makalah Tugas Manajemen Koperasi dan UKM.Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Ked

Tabel 1 Pengrajin tenun ikat ATBM Bandar Kidul tahun 1990 – 2004

No	Nama Usaha Tenun Ikat	Pengrajin Pemilih Usaha	Jumlah Alat (ATBM)
1	KB	Kabul	10
2	Kodok Ngorek	M. Ghufron	3
3	Sinar Terag	Moh. Kholil	3
4	Bentoel Barokah	Nur Khamid	3
5	Sinar Solo	Rameli	2
6	Kurniawan	Musta'in	4
7	KB II	Salekan	2
8	Medali Mas	Munawar	3
9	Bintang Timor	Moch. So'in	4
10	Botol Terang	Machfud	2
11	Pelangi Indah	Moch. Saib	3
12	Sinar Barokah	Sudarmanto	3
13	Ujung Lima	Anwar Sugiono	7
14	Sempoerna	Imam Syafi'i	5
15	Bandara	Abdurrahman	4
16	Kerang Mas	Salamet Margono	3
17	Bintang Timor	Mulyadi	2
18	Bintang Timor	Ihkwan	2
19	Bintang Timor	Khojin	2
20	Bintang Timor	Sokran	1
21	Bintang Timor	Rauken	2
22	Bintang Timor	Budi	3
23	Bintang Timor	Khamim	3
24	Bintang Timor	Khowi	2

Tabel 2 Pengrajin tenun ikat ATBM Bandar Kidul tahun 2016

No	Nama Usaha Tenun Ikat	Pengrajin Pemilih Usaha	Jumlah Alat (ATBM)
1	Sinar Barokah 1	Sudarmanto	15
2	Sinar Barokah 2	Erwin Wahyu N.	5
3	Sempurna 1	Imam Syafi'i	11
4	Sempurna 2	M. Asharul Ma'arif	7
5	Kodok Ngorek 1	Ifa Khuriah/Sholkhan	12
6	Kodok Ngorek 2	Solehuddin	15
7	AAM Kodok Ngorek Putra	Eko Hariyanto, S.E.	2
8	Tenun Ikat Kurniawan	H. Ta'in	20
9	Medali Mas	Siti Ruqoyah/Munawar	40
10	Haromain/Bandara	Ishom	8



Gambar 1 Denah Lokasi Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri 2016

Pemasaran Syariah Industri Kecil di Wilayah Pesisir Kabupaten Pasuruan

Madziatul Churiyah
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang,
Email: maziatul_c@yahoo.com

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan karakter masyarakat pesisir serta penguatan industri kecil di pesisir Kab. Pasuruan melalui pemasaran syariah. Metode penelitian menggunakan deskriptif analitik dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter masyarakat pesisir Kab. Pasuruan yang sebagian besar suku Madura adalah religius, ulet, mandiri dan pekerja keras yang menjadi modal sosial untuk peningkatan daya saing industry kecil melalui pemasaran syariah di wilayah tersebut.

Kata Kunci: pemasaran syariah, pesisir

Indonesia memiliki pantai terpanjang di dunia, dengan garis pantai sepanjang 81.000 km, dari 67.439 desa di Indonesia kurang lebih 9.261 desa dikatagorikan sebagai desa pesisir dan sebagian besar penduduknya miskin (Kusnadi, 2006). Kawasan pesisir merupakan kawasan yang unik ditinjau dari karakteristiknya ekososio-sistemnya, yakni: (a) kawasan pesisir merupakan *multiple-use zona* yang memiliki keanekaragaman hayati yang tinggi, dan memiliki *open access* untuk semua yang berkepentingan, (b) beberapa habitat di kawasan pesisir menpunyai atribut ekologis" *(spesies endemic*, spesies langka dll) dan "proses-proses ekologis" (daerah pemijahan, daerah asuhan, alur migrasi biodata dll) yang menentukan daya dukungan kawasan pesisir dalam menunjang pembangunan yang berkelanjutan, dan (c) seluruh limbah dan sediment yang berasal dari daratan (kawasan hulu) akan mengalir dan terakumulasi di kawasan pesisir (Setiawan, 2004).

Bank dunia memperhitungkan bahwa 108,78 juta orang atau 49% dari total penduduk Indonesia dalam kondisi miskin dan rentan menjadi miskin. Kalangan tersebut hidup hanya kurang dari 2 dollar AS atau sekitar Rp. 19.000, – per hari. Badan Pusat Statistik (BPS) dengan perhitungan yang agak berbeda dari Bank dunia, mengumumkan angka kemiskinan di Indonesia "hanya" sebesar 34,96 juta orang (15,42%). Angka tersebut diperoleh berdasarkan ukuran garis kemiskinan ditetapkan sebesar 1,55 dollar AS. Namun, terlepas dari perbedaan angka-angka tersebut, yang terpenting bagi kita adalah bukan memperdebatkan masalah banyaknya jumlah orang miskin di Indonesia, tapi bagaimana menemukan solusi untuk mengatasi masalah kemiskinan tersebut.

Wilayah pesisir sebagai suatu wilayah peralihan antara daratan dan lautan merupakan sumber daya pontensial di Indonesia. Wilayah ini merupakan kawasan yang mempunyai karakteristik dan problem yang unik

dan kompleks. Unik secara ekonomi karena berkontribusi penting sebagi sarana pelabuhan dan bisnis komersial lainnya, yang dapat menghasilkan banyak keuntungan financial. Karena itu tidaklah mengherankan jika wilayah pesisir dihuni oleh lebih dari setengah penduduk dunia (Safari, 2006). Walaupun wilayah pesisir dihuni oleh banyak orang serta memiliki potensi yang sangat besar, namun tidak sedikit orang gagal memanfaatkannya. Sebagai contoh masyarakat pesisir nelayan kecil, umumnya masih sangat miskin dengan tingkat pendapatan rendah, posisi tawar mereka sangat rendah dan permasalahan hidup lainnya.

Wilayah pesisir Kabupaten Pasuruan sebagian besar hampir 80% penduduknya berasal dari suku Madura, seperti yang kita ketahui bahwa karakter dari Suku Madura adalah mereka religious, sangat ulet dalam menekuni sector informal sehingga kemandiriannya dalam bidang usaha tidak diragukan lagi. Etos kerja mereka yang sedemikian kuat bisa saja diperoleh secara genetik, atau terpola karena situs sosial-budaya yang melingkupi kehidupan mereka sehari-hari. Atau mungkin pula karena kombinasi keduanya (Triyuwono, 2009). Bagi orang Madura tidak ada pekerjaan yang bakal dianggapnya berat, kurang menguntungkan, atau hina, selama kegiatannya bukan tergolong maksiat, sehingga hasilnya akan halal dan diridhoi sang Maha Penciptanya.Kesempatan bisa bekerja akan dianggapnya sebagai rahmat dari Allah SWT, sehingga mendapatkan pekerjaan merupakan panggilan hidup yang akan ditekuninya dengan sepenuh hati. Sebagai akibatnya orang Madura tidak takut kehilangan tanah atau hartanya, akan tetapi mereka sangat takut kehilangan pekerjaannya.

Jenis pekerjaan yang banyak ditekuni oleh masyarakat pesisir di Kabupaten Pasuruan selain nelayan, mereka juga membuka industry-industri rumahan dengan kapasitas yang masih kecil. Usaha-usah tersebut antara lain pengolahan ikan kering, industry abon ikan, industry pengoalahan makanan hasil laut, industry kerupuk ikan, industri kerajinan dari kulit kerang dan masih banyak lagi. Industri-industri kecil ini merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara Indonesia. Industri kecil menempati posisi yang strategis untuk mempercepat perubahan struktural dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak, sebagai wadah kegiatan usaha bersama bagi produsen maupun konsumen. Industri kecil juga berperan dalam memperluas penyediaan lapangan kerja, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pendapatan. Hal ini tentu akan berpengaruh terhadap peningkatan daya saing dan daya tahan ekonomi nasional.

Namun kenyataannya industry-industri kecil sekitar pantai di Kab. Pasuruan ini sulit berkembang bahkan masyarakatnya cenderung miskin. Salah satu penyebab kemiskinan masyarakat pesisir khususnya nelayan adalah karena karakteristik masyarakat nelayan yang sangat tergantung pada musim. Pada saat musim penangkapan nelayan sibuk melaut namun sebaliknya pada musim paceklik banyak nelayan yang terpaksa menganggur. Ketergantungan ini disebabkan mereka tidak mampu mengakses teknologi dan belum adanya diversifikasi pekerjaan di kawasan pesisir (Sumodiningrat, 2012). Persoalan lain dari industry kecil di

wilayah pesisir Kab. Pasuruan adalah ketergantungan terhadap pasar. Hal ini disebabkan komoditas yang dihasilkan harus segera dijual untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari atau membusuk sebelum laku dijual. Industri kecil di pesisir ini belum memberikan *service* dalam bisnisnya, belum membangun *positioning and differentiation*, dan yang terpenting lagi mereka belum memiliki akses pasar secara luas dan tidak ada jaringan usaha yang kokoh.

Karakteristik ini mempunyai implikasi yang sangat penting yaitu masyarakat pesisir sangat peka terhadap fluktuasi harga. Perubahan harga sekecil apapun sangat mempengaruhi kondisi sosial masyarakat pesisir. Pun demikian kondisi industry kecil di pesisir Kab. Pasuruan yang sebagian besar adalah suku Madura, masyarakatnya selalu bersyukur, sangat efisien terhadap waktu dalam bekerja sebagaimana terungkap dalam pepatah *atolo ngèras mandi* (berkeramas sambil mandi). Dalam mengerjakan sesuatu orang Madura selalu bersikap *du'-nondu' mèntè tampar* (duduk menunduk memintal tali). Ungkapan ini bermakna bahwa meskipun kelihatan duduk, orang Madura tetap ulet dan rajin melakukan kegiatan yang bermanfaat.

Bermodal karakter religius, ulet, mandiri, pekerja keras inilah seharusnya industry kecil di pesisir Kab. Pasuruan bisa bertahan dan memiliki daya saing dibandingkan daerah lain. Diharapkan dari industry-industri kecil yang mampu berdaya saing ini dapat memberikan kontribusi yang riil dalam penguatan perekonomian daerah, turut serta dalam mendorong pertumbuhuan ekonomi, mengurangi kemiskinan serta meningkatkan taraf hidup penduduk di pesisir.

Berdasarkan permasalahan di atas dan modal sosial yang dimiliki masyarakat pesisir Kab pasuruan, maka perlu adanya kajian tentang pemasaran syariah untuk industry kecil di Kab. Pasuruan. *Syariah Marketing* merupakan suatu proses bisnis yang keseluruhan prosesnya menerapkan nilai-nilai Islam. Suatu cara dalam memasarkan suatu proses bisnis yang mengedepankan nilainilai yang mengagungkan keadilan dan kejujuran. Dengan *Syariah Marketing*, seluruh proses tidak boleh ada yang bertentangan dengan perinsipperinsip yang islami. Dan selama proses bisnis ini dapat di jamin, atau tidak terjadi penyimpangan terhadap perinsip syariah, maka setiap transaksi apa pun dalam pemasaran dapat diperbolehkan. Seperti Nabi Muhammad yang telah menunjukkan kita bagaimana cara berbisnis yang berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, dan sikap amanah sekaligus bisa tetap memperoleh keuntungan yang optimal (HR. at-Tirmidzi).

Pemasaran Syariah (*Islamic Marketing*) merupakan solusi terhadap kebutuhan pasar yang memimpikan penerapan bisnis yang sesuai dengan nilai dan kaidah agama. Ada empat hal yang menjadi *Key Success Factors* (KSF) dalam mengelola suatu bisnis, agar mendapat celupan nilai-nilai moral yang tinggi (Muflih, 2006) yaitu: 1) *Shiddiq* (benar dan jujur), jika seorang pemimpin senantiasa berperilaku benar dan jujur dalam sepanjang kepemimpinannya, jika seorang pemasar sifat *shiddiq* haruslah menjiwai seluruh perilakunya dalam melakukan pemasaran, dalam berhubungan dengan pelanggan, dalam bertransaksi dengan nasabah, dan

dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnisnya. 2) Amanah (terpercaya, kredibel) artinya, dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel, juga bermakna keinginan untuk untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Diantara nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya adalah amanah. 3) Fathanah (cerdas), dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdikan atau kebijaksanaan. Pemimpin yang fathanah adalah pemimpin yang memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. 4) *Thabligh* (komunikatif), artinya komunikatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat ini akan menyampaikannya dengan benar dan dengan tutur kata yang tepat (*bi al-hikmah)*. Berbicara dengan orang lain dengan sesuatu yang mudah dipahaminya, berdiskusi dan melakukan presentasi bisnis dengan bahasa yang mudah dipahami sehingga orang tersebut mudah memahami pesan bisnis yang ingin kita sampaikan.

Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan karakter masyarakat pesisir Kab. Pasuruan yang sebagian besar adalah suku Madura, serta memaparkan penguatan industri kecil di pesisir Kab. Pasuruan melalui pemasaran syariah.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitik dengan pendekatan fenomenologi. Dalam Pendekatan rumpun kualitatif, langklah-langkah fenomenologis tidak terlepas dari ciri umum yang ditampilkan dalam penelitian kualitatif. Melalui pendekatan fenomenologi, diharapkan deskripsi atas fenomena yang tampak di lapangan dapat diinterpretasi makna dan isinya lebih dalam. Subjek penelitian ini yang dimaksudkan adalah pada subyek yang menjadi sasaran penelitian ini. Namun subjek tersebut ada yang sifatnya menyeluruh yaitu semua kegiatana yang berkaitan dengan strategi pemasaran syariah dalam penguatan daya saing industri kecil di wilayah pesisir Kabupaten Pasuruan. Data kualitatif diperoleh melalui wawancara, observasi dan studi dokumentasi di lapangan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga cara yaitu: teknik observasi, teknik wawancara, dan teknik dokumentasi. Analisis data dilakukan secara induktif. Analisis induktif sebagaimana dikemukakan oleh Moleong (1994: 5) analisis ini digunakan atas dasar pertimbangan: (1) proses induktif lebih dapat mengemukakan kenyataan-kenyataan ganda yang.terdapat dalam data; (2) analisis induktif lebih dapat membuat hubungan peneliti responden menjadi eksplisit, dapat dikenal dan akuntabel; (3) analisis tersebut lebih dapat menguraikan latar belakang secara penuh dan dapat membuat keputusan-keputusan tentang dapat tidaknya pengalihan kepada masalah yang lain; dan (4) analisis induktif lebih dapat menemukan pengaruh bersama, menghitung nilai-nilai secara eksplisit sebagai bagian dari struktur analitik. Pelaksanaan penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis, diupayakan pula terjadi proses reduksi, interpretasi, dan analisis data dengan mengikuti alur pendekatan tersebut.

PEMBAHASAN

Karakteristik Masyarakat Pesisir Kabupaten Pasuruan

Upaya memacu usahanya masyarakat pesisir Kab. Pasuruan memiliki semangat kerja tinggi yang tertuang dalam istilah bahasa mereka, yakni: 1) *Bharenteng* (sangat giat), seperti dapat diharapkan bahasa Madura menyediakan banyak ungkapan untuk menunjukkan sifat kerajinan dan kesungguhan bekerja. Tidak semua ungkapan itu memiliki padanan dalam bahasa Indonesia (dan juga bahasa daerah lain) sehingga dijumpai kesulitan tidak sedikit dalam mencoba menerjemahkannya. kerajinan dan kegiatan bekerja yang dapat dilakukan oleh orang Madura. 2) *Kar-ngakar colpe'* (bekerja keras), kerajinan bukanlah satu-satunya sifat etos kerja orang Madura yang secara luas diakui, sebab keuletannya bekerja keras untuk *nyare kasap* (mencari sesuap nasi) juga dikagumi orang banyak. 3) *Nyaronen* (usaha yang diikhtiarkan), orang Madura terkenal mau melakukan apa saja- berat dan susah atau ringan dan mudah, secara fisik kotor atau bersih, terlihat hina atau terkesan mulia, berimbalan besar atau kecil- selama diketahuinya bahwa segala sesuatunya halal dan diridhai oleh ajaran agama. 4) *Jhak-ajhak* (kerja sama), Keserampakan atau kebersamaan banyak orang dalam menjawab, menyatakan kesepakatan atau penolakan, atau bertindak bersamasama secara serentak. Keberhasilan karena kerja sama pasti terjamin kalau setiap unsur mau bersikap menyatukan diri *mara panebbha' esempay* (seperti sapu lidi diikat- 'bersatu kita teguh bercerai kita jatuh').

5) *Bhume Songennep ta' abingker* (*lisensi merantau*), menyadari bahwa pulaunya yang sempit dan tidak subur serta miskin sumber daya alam sangat membatasi ruang gerak untuk mencari sesuap nasi, dari awal orang Madura tidak sungkan *alajar* (berlayar- dengan kata lain merantau). 6) *Ajhar lara lapar* (belajar berpayahpayah), dalam bahasa Madura terdapat peribahasa yang berbunyi *tajhem ta' eghangse* (tajam tanpa diasah). Peribahasa itu dimaksudkan untuk menunjukkan adanya orang-orang yang dapat menjadi pandai karena kesungguhannya belajar sendiri. 7) *Asel ta'adhina asal* (tidak lupa diri), karena pembawaan *ebir* (suka pamer) bisa menyebabkan orang Madura lupa diri, sifat ini biasanya diperlihatkan oleh orang *ghila anyar* (gila oleh barang baru), yang sampai lupa daratan karena kesenangan pada suatu barang yang baru saja didapatkan.

Hasil wawancara dengan informan yang merupakan pelaku industry kecil di Kab Pasuruan menyatakan bahwa masyarakat pesisir kab. Pasuruan memiliki etos kerja yang bagus. Etos kerja tersebut adalah:

1. Merantau

Masyarakat Madura perantauan adalah orang-orang Madura yang sengaja merantau atau keluar dari Pulau Madura untuk memperbaiki nasib dan ekonominya. Sampai tahun 2007, jumlah masyarakat Madura berkisar 13,5 juta jiwa, dan hanya tiga juta yang tinggal di pulau garam ini, Syukur (2007). Dari data yang dijelaskan diatas dapat terlihat bahwa masyarakat etnis Madura senang sekali merantau bahkan sudah menjadi budaya. Jika orang Madura pergi merantau maka yang akan dituju pertama kali adalah sanak keluarganya yang lebih dahulu berada atau bermukim di sana. Keuletan masyarakat Madura perantauan yang seperti itu tidak

cukup, orang Madura perantauan telah membuktikan dirinya sebagai pelaku ekonomi sangat berani dalam berkompetisi secara terbuka dengan pemodal besar.

2. Kerja Keras

Etnis Madura dikenal sebagai manusia sensitif dalam hal mempertahankan harga diri. Peristiwa *carok* yang seringkali mengorbankan nyawa pada hakikatnya adalah karena bersentuhan dengan harga diri masing-masing pihak yang terlibat, baik secara individu maupun kelompok. Etos kerja yang tinggi di kalangan mereka dapat disebabkan oleh banyak faktor, antara lain adalah karena "harga diri," sebagaimana dapat dipahami dari pepatah "*etembang noro' oreng, ango'an alako dhibi' make lane'kene'*" Triyuwono (2009). Artinya, daripada ikut orang lain lebih baik bekerja (usaha) sendiri walaupun hanya kecilkecilan.

Penguatan Industri Kecil di pesisir Kab. Pasuruan Melalui Pemasaran Syariah

Sejarah mencatat bahwa sistem ekonomi yang bisa bertahan di seluruh belahan bumi terhadap "terjangan krisis ekonomi" hanyalah sistem ekonomi yang dibangun di atas prinsip "Islam atau sering disebut ekonomi syariah". Sebuah sistem ekonomi yang benar-benar adil, bermoral dan menghasilkan kesejahteraan berdasarkan objektivitas untuk semua orang hanya ditemukan di dalam Islam.Maka tidak heran bila ekonomi syariah kini menjadi trend global dan keunggulannya diakui berbagai kalangan. Siapa pun yang menangkap kebaikan sistem ekonomi syariah, dialah yang akan memperoleh kemashalatannya. Manfaat ekonomi syariah, tidak terbatas bagi muslim yang meyakini kebenaran risalah Islam saja, tetapi ekonomi syariah memberi maslahat dan keuntungan bagi siapa pun yang menggunakannya.

Ekonomi syariah merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalahmasalahekonomi rakyat yang dilhami oleh nilai nilai Islam. Hal yang sama juga dikemukakan oleh A4Suhe (2013) yang mengatakan bahwa "Ekonomi syariah merupakan ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang diatur berdasarkan syariat Islam dan di dasari dengan keimanan". Ekonomi syariah atau sistem ekonomi koperasi berbeda dari kapitalisme, sosialisme, maupun negara kesejahteraan (*Welfare State*). Berbeda dari kapitalisme karena Islam menentang eksploitasi oleh pemilik modal terhadap buruh yang miskin, dan melarang penumpukan kekayaan. Selain itu, ekonomi dalam kaca mata Islam merupakan tuntutan kehidupan sekaligus anjuran yang memiliki dimensi ibadah yang teraplikasi dalam etika dan moral.Ekonomi Syariah atau Ekonomi dalam Islam (Islamic Economic) harus mampu memberikan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat, memberikan rasa adil, kebersamaan dan kekeluargaan serta mampu memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada setiap pelaku usaha (http://id.wikipedia.org/ wiki/Ekonomi_syariah).Selain itu, ekonomi syariah menekankan empat sifat,yaitu: (1) Kesatuan (*unity)*; (2) Keseimbangan (*equilibrium*); (3) Kebebasan (*free will*); 4) Tanggungjawab (*responsibility*). Manusia sebagai wakil (*khalifah*) Tuhan di dunia tidak mungkin bersifat individualistik, karena semua (kekayaan) yang ada di bumi adalah

milik Allah semata, dan manusia adalah kepercayaanNya di bumi.

Salah satu elemen dari ekonomi syariah adalah "Pemasaran syariah". Seperti telah disinggung di atas bahwa untuk penguat para industry kecil , mereka dapat menggunakan "pemasaran syariah" (*Islamic marketing*). Pemasaran dalam Islam adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Pemasaran sendiri adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. *Syariah Marketing* merupakan suatu proses bisnis yang keseluruhan prosesnya menerapkan nilai-nilai Islam. Suatu cara dalam memasarkan suatu proses bisnis yang mengedepankan nilainilai yang mengagungkan keadilan dan kejujuran. Dengan *Syariah Marketing*, seluruh proses tidak boleh ada yang bertentangan dengan perinsipperinsip yang islami. Dan selama proses bisnis ini dapat di jamin, atau tidak terjadi penyimpangan terhadap perinsip syariah, maka setiap transaksi apa pun dalam pemasaran dapat diperbolehkan. Seperti Nabi Muhammad yang telah menunjukkan kita bagaimana cara berbisnis yang berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, dan sikap amanah sekaligus bisa tetap memperoleh keuntungan yang optimal (HR. at-Tirmidzi).

Pemasaran Syariah (*Islamic Marketing*) merupakan solusi terhadap kebutuhan pasar yang memimpikan penerapan bisnis yang sesuai dengan nilai dan kaidah agama. Menurut Sula & Kertajaya (2006), ada 4 karakteristik syariah marketing yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar sebagai berikut: 1) Teistis (*rabbaniyyah*) : jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang teistis atau bersifat ketuhanan ini adalah yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan dan menyebarluaskan kemaslahatan. 2) Etis (*akhlaqiyyah*) : Keistimewaan lain dari syariah marketer selain karena teistis (rabbaniyyah) juga karena ia sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya, karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh agama. 3) Realistis (*al-waqiyyah*) : syariah marketer adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan syariah islamiyah yang melandasinya. Syariah marketer adalah para pemasar professional dengan penampilan yang bersih, rapi dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya, bekerja dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral dan kejujuran dalan segala aktivitas pemasarannya. 4) Humanistis (*insaniyyah*) : keistimewaan syariah marketer yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal, yaitu bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Syariat Islam diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, jenis kelamin, warna kulit, kebangsaan dan status. Hal inilah yang membuat syariah memiliki sifat

universal sehingga menjadi syariah humanistis universal.

Hasil wawancara dan observasi industri kecil di Pesisir Kab. Pasuruan tentang pemasaran syariah para informan mengungkapkan sebagai seorang muslim mereka masyarakat Kab. Pasuruan yang kental dengan nilai-nilai religiusnya tentu sangat memegang contoh cara berdagang Rasulullah SAW. Sejalan dengan sifat yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam berbisnis, ada 3 konsep dasar dalam syariah marketing ini yakni : a) Strategi untuk *mind-share*, yang berarti cara berfikir secara bijaksana (*wisdom*),kreatif, inovatif dan dalam mencari ide untuk memasarkan suatu produk atau jasa, b) Taktic untuk *market share*, yakni bagaimana usaha kita dalam mempengaruhi sasaran pasar melalui tulisan, gambar atau ucapan yang baik dan santun. Dimana dalam berpromosi tidak lagi mengekploitasi *wants* semata yang lebih mengedepankan "alasan emosional dalam membeli produk". c) *Value to heart*, pemasaran yang dilandaskan pada "nilai-nilai agama" dan dilaksanakan dengan sepenuh hati dalam segala transaksi hingga mampu memuaskan konsumen dan *stakeholder (*Tresnati & Maharani, 2014).

Lebih lanjut Kartajaya (2006) bahwa pemasaran syariah sangat baik diterapkan dalam peta bisnis di Indonesia dan dia akan bertahan, karena prinsip dasarnya adalah kejujuran. Ini yang dibutuhkan oleh semua orang. Hal yang sama juga dikemukkan oleh Kertajaya dan Sula, 2006) yang mengatakan bahwa Syariah marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Hal ini berarti bahwa dalam syariah marketing, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (value), tidak boleh ada halhal yang bertentangan dengan akad dan prinsipprinsip muamalah yang Islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan. Islam memandang bahwa pemasaran sebagai jual beli yang harus dipajang dan ditunjukkan keistimewaan-keistimewaannya dan kelemahan-kelemahan dari barang tersebut agar pihak lain tertarik membelinya.

SIMPULAN

Karakter masyarakat pesisir Kab. Pasuruan yang sebagian besar adalah suku Madura adalah bekerja keras dan merantau serta telah menerapkan akhlaq bisnis Islam dengan baik seperti kejujuran, kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis, ramah-tamah, tidak boleh menjelekkan bisnis orang lain, takaran, ukuran, dan timbangan yang benar, bisnis tidak boleh menggangu kegiatan ibadah kepada Allah SWT, dan bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba. Karakter positif masyarakat tersebut menjadi modal sosial untuk menerapkan marketing syariah agar bisnis yang dilakukan memiliki daya saing

.

DAFTAR RUJUKAN

Hermawan, K., Sula,M .2006. Syariah Marketing. Bandung: Mizan.

Kusnadi. 2006. *Konflik Sosial Nelayan*. Yogyakarta: LKIS.

Moleong, L.J. 1994. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rosdakarya.

Muflih, M. 2006. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Safari, B. 2006. *Kewirausahaan Pemuda Bahari*, Jakarta: Deputi Bidang Kewirausahaan Pemuda dan Industri Olahraga Republik Indonesia.

Setiawan, B.W. 2004. *Interaksi Daratan dan Lautan*. Jakarta: LIPI.

Tresnati, R., Maharani, N. 2014. Kajian Tentang Srategi Pemasaran Syariah Dalam Penguatan Daya Saing UKM Menghadapi AEE 2015 Di Indonesia. Proceedings SNEB 2014: Hal. 1.

Triyuwono, I. 2009. *Spiritualitas Etos Kerja dan Etika Bisnis Oreng Meddhurah*. Malang: UIN Malang press.