



PERBANKAN SYARIAH:

**Kontribusi dalam Pembiayaan
Usaha Menengah-Besar**

Editor: Muhammad Soekarni

PERBANKAN SYARIAH:

**Kontribusi dalam Pembiayaan
Usaha Menengah-Besar**

Dilarang mereproduksi atau memperbanyak seluruh atau sebagian dari buku ini dalam bentuk atau cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

© Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang No. 28 Tahun 2014

All Rights Reserved

PERBANKAN SYARIAH:

**Kontribusi dalam Pembiayaan
Usaha Menengah-Besar**

Editor:

Muhammad Soekarni

LIPI Press

© 2016 Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI)
Pusat Penelitian Ekonomi

Katalog dalam terbitan

Perbankan Syariah: Kontribusi dalam Pembiayaan Usaha Menengah-Besar/Muhammad Soekarni (Ed.).–Jakarta: LIPI Press, 2016.

xvi + 112 hlm.; 14,8 x 21 cm

ISBN 978-979-799-853-0

1. Perbankan

2. Syariah

3. Pembiayaan

332.1

Copy editor : Heru Yulistiyan

Proofreader : Fadly Suhendra, Risma Wahyu H.

Penata Isi : Astuti Krisnawati dan Rahma Hilma Taslima

Desainer sampul : Rusli Fazi

Cetakan pertama : September 2016



Diterbitkan oleh:

LIPI Press, anggota of Ikapi

Jln. Gondangdia Lama 39, Menteng, Jakarta 10350

Telp: (021) 314 0228, 314 6942. Faks.: (021) 314 4591

E-mail: press@mail.lipi.go.id

Website: lipipress.lipi.go.id



LIPI Press

@lipi_press

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
PENGANTAR PENERBIT	xi
KATA PENGANTAR.....	xiii
PRAKATA	xv
BAB I PROLOG: PERHATIAN BANK SYARIAH DALAM PENGEMBANGAN DUNIA USAHA <i>Muhammad Soekarni dan Yeni Saptia</i>	1
BAB II PERKEMBANGAN DAN KINERJA PEMBIAYAAN PERBANKAN SYARIAH <i>Muhammad Soekarni</i>	11
BAB III KUALITAS PELAYANAN PEMBIAYAAN SEKTOR USAHA MENENGAH DAN BESAR <i>Yeni Saptia</i>	41
BAB IV PENGARUH PEMBIAYAAN TERHADAP KINERJA USAHA MENENGAH DAN BESAR <i>Mochammad Nadjib</i>	75
BAB V EPILOG <i>Muhammad Soekarni</i>	103
INDEKS	109
BIOGRAFI PENULIS.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Pembiayaan BUS dan UUS Berdasarkan pada Sektor Ekonomi, 2009–2014 (Rp Miliar)	22
Tabel 2.2	Pembiayaan BUS dan UUS Berdasarkan pada Akad Pembiayaan, 2009–2014 (Rp Miliar)	25
Tabel 2.3	Pembiayaan Nonlancar Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Berdasarkan pada Jenis Penggunaan, 2009–2014 (Rp Miliar)	29
Tabel 2.4	Pembiayaan Nonlancar Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Berdasarkan pada Golongan Pembiayaan, 2009–2014.....	30
Tabel 2.5	Pembiayaan Bank Syariah Berkah Berdasarkan pada Akad (Dalam Juta Rupiah)	32
Tabel 3.1	Dimensi dan Indikator CARTER.....	51
Tabel 3.2	Nilai Rata-rata Persepsi, Harapan, dan Kesenjangan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Berkah (BSB).....	56
Tabel 3.3	Tingkat Kesesuaian antara Persepsi dan Harapan Dimensi	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Perkembangan Pembiayaan BUS dan UUS Menurut Jenis Penggunaan, 2009–2014	14
Gambar 2.2	Pembiayaan BUS dan UUS Berdasarkan pada Golongan Pembiayaan, 2009–2014 (Rp Miliar).....	20
Gambar 2.3	Perkembangan NPF BUS dan UUS, 2009–2014.....	28
Gambar 3.1	Data Responden Menurut Jenis Usaha	53
Gambar 3.2	Pembagian Kuadran IPA	55
Gambar 3.3	Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan Bank Syariah Berkah (BSB) Berdasarkan pada Enam Dimensi	59
Gambar 3.4	Diagram Kartesius Dimensi Prinsip Syariah (<i>Compliance</i>) Bank Syariah Berkah (BSB)	60
Gambar 3.5	Diagram Kartesius Dimensi Keyakinan (<i>Assurance</i>) Bank Syariah Berkah (BSB).....	62
Gambar 3.6	Diagram Kartesius Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>) Bank Syariah Berkah (BSB).....	64
Gambar 3.7	Diagram Kartesius Dimensi Fisik Nyata (<i>Tangible</i>) Bank Syariah Berkah (BSB).....	65
Gambar 3.8	Diagram Kartesius Dimensi Empati (<i>Empathy</i>) Bank Syariah Berkah (BSB)	67
Gambar 3.9	Diagram Kartesius Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) Bank Syariah Berkah (BSB)	70

PENGANTAR PENERBIT

Sebagai penerbit ilmiah, LIPI Press mempunyai tanggung jawab untuk menyediakan terbitan yang berkualitas. Penyediaan terbitan ilmiah yang berkualitas adalah salah satu perwujudan tugas LIPI Press untuk ikut serta dalam mencerdaskan kehidupan bangsa sebagaimana yang diamanatkan dalam pembukaan UUD 1945.

Bunga rampai *Perbankan Syariah: Kontribusi dalam Pembiayaan Usaha Menengah-Besar* mengulas mengenai peran pembiayaan perbankan syariah, terutama terhadap Usaha Menengah dan Besar (UMB). Buku yang terdiri atas lima bab ini akan menjawab beberapa pertanyaan pokok secara lebih spesifik mengenai aspek-aspek yang meliputi: peranan pembiayaan perbankan syariah dalam membantu mengembangkan UMB; kualitas pembiayaan yang disalurkan perbankan syariah kepada UMB; pengaruh pembiayaan perbankan syariah terhadap kinerja UMB; serta hambatan dan tantangan yang dihadapi perbankan syariah dalam menyalurkan pembiayaan, khususnya yang disalurkan pada UMB.

Semoga buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat, baik bagi mahasiswa, peneliti, praktis perbankan, maupun masyarakat pada umumnya untuk lebih mengetahui mengenai perbankan syariah dari perspektif yang lebih beragam.

LIPI Press

KATA PENGANTAR

Ucapan syukur atas izin Allah Swt., bahwa lahir tambahan referensi bagi penggiat ekonomi keuangan syariah, khususnya manajemen perbankan syariah. Judul buku ini menantang para bankir syariah untuk memasuki paradigma baru, yaitu pengembangan usaha menengah dan besar.

Buku ini mengambil *positioning* cukup unik, yaitu percepatan pengembangan usaha menengah dan besar. Isi dalam Bab 2, menurut kami, dapat diwakili dengan pernyataan “semakin besar pembiayaan ritel konsumtif maka semakin rendah percepatan pengembangan usaha menengah besar.” Isi dalam Bab 3 dapat diwakili dengan pernyataan “semakin baik sistem prosedur pelayanan maka semakin jelas tugas bagi karyawan dalam memberikan pelayanan yang terbaik”. Terakhir, isi dalam Bab 4 dapat diwakili dengan pernyataan “semakin tidak berani membedakan diri dengan bank konvensional maka bank syariah akan semakin sulit mengutamakan pembiayaan berbasis bagi hasil.”

Selamat kepada para penulis, teman-teman dari LIPI. Sukses maju terus LIPI untuk bangsa dan negara.

Kuncoro Hadi,
Wakil Dekan FE
Universitas Al Azhar Indonesia

PRAKATA

Buku ini dimaksudkan untuk menjawab tiga pertanyaan pokok, yaitu Bagaimana perkembangan dan kinerja yang telah disalurkan perbankan syariah (Bank Umum Syariah/BUS dan Unit Usaha Syariah/UUS)? Bagaimana kualitas pembiayaan yang disalurkan perbankan syariah kepada kelompok Usaha Menengah Besar (UMB)? dan Seberapa besar pengaruh pembiayaan perbankan syariah terhadap kinerja UMB? Buku ini diangkat dari hasil penelitian yang menggunakan data sekunder dan primer. Data sekunder berasal dari statistik perbankan syariah yang diterbitkan Bank Indonesia, sedangkan data primer berdasarkan hasil wawancara mendalam kepada manajemen salah satu bank syariah, dan penyebaran kuesioner kepada nasabah yang telah memperoleh pembiayaan, baik pembiayaan investasi maupun modal kerja dari bank yang bersangkutan.

Hasil analisis data sekunder jelas menunjukkan bahwa perbankan syariah telah memainkan peran cukup nyata dalam membantu perkembangan dunia usaha dengan cara menyalurkan pembiayaan modal kerja dan investasi. Keberhasilan tersebut antara lain dapat ditunjukkan oleh laju pertumbuhan pembiayaan yang disalurkan lebih tinggi dibandingkan laju pertumbuhan kredit perbankan nasional; nilai pembiayaan nonlancar masih berada dalam batas aman yang ditetapkan BI (di bawah 5%); dan penyaluran pembiayaan

oleh Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) untuk keperluan pembiayaan modal kerja dan investasi yang terus bertambah. Hasil penelusuran pada salah satu bank umum syariah menunjukkan bahwa, UMB masih mendapatkan porsi relatif kecil, yaitu sekitar 19% dari total pembiayaan yang disalurkan, padahal pihak manajemen bank yang bersangkutan menyadari bahwa potensi pembiayaan untuk segmentasi menengah besar cukup tinggi. Beberapa faktor yang menyebabkan kecilnya porsi pembiayaan terhadap UMB tersebut, antara lain masih relatif kecilnya aset yang dimiliki; pembiayaan untuk UMB perlu menerapkan analisis kelayakan yang lebih tajam dan rumit; keinginan mengoptimalkan intermediasi ke daerah-daerah untuk pembiayaan mikro dan ritel; dan margin atau bagi hasil pembiayaan yang disalurkan kepada UMB relatif kecil bila dibandingkan margin atau bagi hasil pembiayaan ritel untuk UMKM. Sementara itu, hasil *importance performance analysis* (IPA), yaitu metode yang digunakan untuk mengetahui bagaimana ekspektasi dan persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan jasa pembiayaan, menunjukkan masih terdapat kesenjangan antara kualitas pelayanan yang diberikan bank dan apa yang diharapkan oleh nasabah. Hal ini terlihat dari adanya gap (kesenjangan) negatif antara persepsi dan harapan nasabah yang terjadi pada semua dimensi kualitas pelayanan.

Meskipun kualitas pembiayaan yang diselenggarakan bank syariah belum sepenuhnya sesuai dengan harapan, namun nasabah menjelaskan bahwa pembiayaan yang mereka peroleh cukup besar pengaruh positifnya terhadap kinerja usaha yang sedang mereka kerjakan. Manfaat tersebut tidak hanya dapat dilihat dari aspek materi dalam bentuk peningkatan omset, perluasan skala usaha, pertumbuhan jumlah karyawan dan peningkatan perolehan laba, tetapi juga dirasakan oleh sebagian nasabah dalam bentuk kepuasan batin, ketenangan dalam menjalankan usaha serta keberkahan. Manfaat spiritual ini tentunya tidak bisa dinilai dengan uang, namun memberikan arti yang luar biasa bagi yang merasakannya.

Tim Penulis

BAB I

PROLOG: PERHATIAN BANK SYARIAH DALAM PENGEMBANGAN DUNIA USAHA

 Muhammad Soekarni dan Yeni Saptia

A. PENGANTAR

Tujuan perbankan telah dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, yaitu menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Walaupun tujuan tersebut belum tercapai sepenuhnya, sulit untuk dibantah bahwa keberhasilan dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi selama ini tidak terlepas dari peran sektor perbankan. Salah satu peran penting yang dimainkan oleh perbankan adalah menyalurkan kredit atau pembiayaan kepada masyarakat, terutama pelaku usaha.

Perbankan telah berkembang pesat di Indonesia ditinjau dari jumlah bank, jaringan kantor, penguasaan aset, kredit/pembiayaan yang disalurkan, dan berbagai indikator lainnya. Dalam sistem *dual banking* yang dijalankan di Indonesia, dikenal bank umum dan bank perkreditan rakyat (BPR) konvensional serta bank umum syariah dan BPR syariah. Dalam konteks buku ini, pembahasan lebih difokuskan pada peran perbankan syariah dalam pengembangan dunia usaha.

Secara umum, perbankan syariah telah menjalankan peran penting dalam membantu percepatan pertumbuhan sektor riil melalui pembiayaan untuk modal kerja dan investasi pelaku usaha, terutama usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kesimpulan ini didukung hasil kajian Soekarni dkk. (2010), yang menjelaskan bahwa 1) *financing to deposit ratio* (FDR) yang relatif tinggi; 2) terjadinya peningkatan nilai pembiayaan perbankan syariah yang disalurkan untuk modal kerja dan investasi; 3) semakin besarnya porsi penyaluran pembiayaan modal kerja dan investasi perbankan syariah terhadap total kredit Bank Umum; serta 4) UMKM mendapatkan porsi yang lebih besar daripada pembiayaan yang disalurkan perbankan syariah.

Namun, perbankan syariah masih menghadapi berbagai tantangan dan hambatan dalam menjalankan kegiatannya. Menurut Soekarni dkk. (2010), terdapat beberapa contoh tantangan dan hambatan yang berkaitan dengan aspek pembiayaan *pertama*, masih kecilnya porsi pembiayaan yang menggunakan akad bagi hasil (*musyarakah* dan *mudharabah*). Padahal, sebagaimana dijelaskan Perwataatmadja (2007), akad pembiayaan yang mempunyai dampak langsung terhadap pertumbuhan ekonomi (berupa peluang usaha, kesempatan kerja, dan peningkatan pendapatan) adalah pembiayaan dalam bentuk *musyarakah* dan *mudharabah*. Namun, kenyataannya, akad yang masih banyak digunakan oleh perbankan syariah adalah akad perdagangan (*murabahah*, *salam*, dan *istishna*).

Kedua, adanya kecenderungan peningkatan pembiayaan yang bermasalah (nonlancar). Hal ini perlu mendapat perhatian karena perbankan tampaknya mengalami kesulitan untuk pembiayaan nonlancar tersebut, terutama pada pembiayaan yang disalurkan pada UMKM. Dengan kata lain, risiko pembiayaan untuk UMKM memang relatif lebih besar.

Ketiga, masih terbatasnya pembiayaan yang disalurkan pada usaha berskala menengah dan besar. Perbankan syariah, baik bank umum syariah (BUS) maupun unit usaha syariah (UUS), selama ini lebih banyak mengalokasikan pembiayaan kepada UKM dibanding-

kan pembiayaan untuk selain usaha menengah dan besar (UMB). Fenomena tersebut pada satu sisi menunjukkan bahwa perbankan syariah telah memberikan perhatian lebih besar kepada sektor UKM. Namun, di sisi lain, kenyataan itu juga menimbulkan pertanyaan, mengapa porsi pembiayaan yang disalurkan kepada selain UMB masih terlalu kecil?

Kajian yang banyak dilakukan selama ini pada umumnya masih mengangkat kasus pembiayaan perbankan syariah untuk UMKM, sedangkan penelitian yang mendalami kasus pembiayaan untuk kasus UMB masih jarang ditemukan. Padahal, perbankan syariah diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran pembiayaannya kepada usaha besar melalui pembiayaan korporasi.

Buku ini dimaksudkan untuk mengkaji dinamika serta kualitas pembiayaan perbankan syariah yang disalurkan kepada UMB. Analisis kualitas pembiayaan dan persepsi nasabah atasnya bersifat studi kasus pada salah satu bank syariah. Responden nasabah pembiayaan adalah pengusaha yang memiliki usaha berskala menengah-besar (UMB). Untuk mengetahui bagaimana ekspektasi dan persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan jasa pembiayaan pada usaha menengah dan besar, digunakan teknik analisis *importance performance analysis* (IPA).

B. LANDASAN KONSEPTUAL

Kegiatan bank syariah pada dasarnya merupakan perluasan jasa perbankan bagi masyarakat yang membutuhkan dan menghendaki pembayaran imbalan yang tidak didasarkan pada sistem bunga, tetapi atas prinsip syariah. Oleh sebab itu, bank syariah dalam menjalankan operasinya tidak menggunakan sistem bunga, tetapi menggunakan sistem bagi hasil yang sesuai dengan prinsip syariah sebagai dasar penentuan imbalan yang diterima atas jasa pembiayaan yang diberikan dan/atau pemberian atas dana masyarakat yang disimpan pada bank syariah. 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 dalam harta.

Lembaga keuangan Islam telah berjalan baik selama periode tingginya tingkat pertumbuhan industri tersebut. Namun, dengan adanya perubahan kondisi keuangan global yang cepat, mempertahankan tingkat pertumbuhan itu merupakan satu di antara beberapa tantangan yang harus dihadapi. Selama ini bank-bank Islam telah mengambil keuntungan dari pertumbuhan permintaan yang cepat. Namun, semakin banyaknya jumlah bank Islam dan pertumbuhan bunga dari lembaga-lembaga keuangan konvensional membuat industri tersebut menjadi sangat kompetitif. Dewasa ini, lembaga keuangan Islam menikmati keuntungan kompetitif akibat adanya hambatan masuk bagi lembaga-lembaga keuangan konvensional yang belum begitu memahami hukum syariah. Namun, meningkatnya kesadaran serta pengenalan terhadap instrumen-instrumen Islam, kemajuan teknologi, globalisasi, dan pasar membuat lembaga-lembaga keuangan konvensional yang lebih berpengalaman dan lebih maju secara profesional akan menciptakan kompetisi yang makin ketat pada masa yang akan datang (Iqbal dan Mirakhor 2002, 57).

Apa yang dikemukakan Iqbal dan Mirakhor di atas lebih merupakan tinjauan tentang tantangan yang dihadapi lembaga keuangan Islam dan tingkat kompetisinya dengan lembaga keuangan konvensional di tingkat global. Adapun kondisi yang terjadi di Indonesia, sebagaimana dijelaskan Djalil (2007), terletak pada kurangnya pemahaman masyarakat. Penetrasi produk dan jasa dari industri perbankan serta keuangan syariah masih kecil jika dibanding dengan potensi pasar Indonesia yang luas. Hal ini diduga akibat kurang dipahaminya atau kurang memasyarakatnya konsep-konsep bisnis syariah.

Beberapa fungsi dari pembiayaan yang diberikan oleh bank Islam kepada masyarakat penerima, antara lain adalah meningkatkan daya guna uang karena uang yang mengendap di bank (yang diperoleh dari para penyimpan uang) tidak *idle* (diam), tetapi disalurkan pada usaha-usaha yang bermanfaat untuk meningkatkan produktivitas

secara menyeluruh; meningkatkan daya guna barang; meningkatkan peredaran uang; menimbulkan semangat untuk berusaha; sebagai faktor stabilitas ekonomi; sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional; serta sebagai alat hubungan ekonomi internasional (Muhammad 2004).

Pembiayaan syariah dapat dikelompokkan menjadi tiga bentuk, yaitu pembiayaan modal kerja; pembiayaan investasi; serta pembiayaan konsumsi aneka barang, perumahan, dan properti. Kebutuhan pembiayaan modal kerja dapat dipenuhi dengan cara bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*) serta jual-beli (*murabahah* dan *salam*). Sementara itu, pembiayaan investasi dapat dipenuhi dengan cara bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*), jual-beli (*murabahah*, *istishna*), serta sewa (*ijarah* atau *ijarah muntahiya bittamlik*). Adapun pembiayaan konsumsi aneka barang dapat dipenuhi dengan cara bagi hasil (*musyarakah mutanaqisah*), jual beli (*murabahah*) serta sewa (*ijarah muntahiya bittamlik*) (Ascarya 2008).

Pembiayaan merupakan produk jasa yang ditawarkan oleh perbankan syariah kepada nasabahnya. Disebut sebagai produk jasa karena pembiayaan tersebut merupakan suatu manfaat atas penggunaan produk tersebut yang ditawarkan kepada pihak lain. Kotler (2004) mendefinisikan jasa sebagai berikut:

“A Service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or not be tied to physical product.”

Berdasarkan pada pemikiran di atas, jasa dapat diartikan sebagai tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Namun, apa yang dihasilkan dapat terkait dengan produk yang ada fisiknya ataupun tidak.

Penilaian terhadap pembiayaan yang disalurkan perbankan kepada dunia usaha tidak hanya pada besaran nilai uangnya, tetapi juga penting dilihat kualitasnya. Dalam kaitan ini, perlu ada pemahaman

yang tepat tentang kualitas yang dimaksud. Kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Sugiarto 1999). Hal ini senada dengan pernyataan Heizer dan Render (2001), yang menjelaskan bahwa kualitas adalah kemampuan produk atau jasa untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sementara Tenner dan DeToro (1992), mendefinisikan kualitas sebagai berikut:

“A basic business strategy that provides goods and services that completely satisfy both internal and external customers by meeting their explicit and implicit expectations.”

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah kesesuaian karakteristik yang ada pada produk atau jasa dengan tujuan yang diinginkan konsumen sehingga dapat memberikan kepuasan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti citra kualitas produk jasa pembiayaan yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi pihak perbankannya, melainkan sudut pandang atau persepsi nasabah karena pihak nasabah yang menikmati produk jasa tersebut.

Peranan perbankan syariah dalam perekonomian dapat diukur melalui kontribusinya pada pembiayaan (investasi dan modal kerja). Aspek yang perlu didalami terkait dengan pembiayaan tersebut adalah variasi produk yang ditawarkan, kualitas pembiayaan yang disalurkan serta hambatan dan tantangan yang dihadapi. Tingkat keberhasilan dalam penyaluran pembiayaan tersebut akan dipengaruhi oleh aspek internal atau manajemen yang dijalankan oleh perbankan syariah itu sendiri dan aspek eksternal yang berada di luar kontrol perbankan syariah. Apabila produk-produk pembiayaan perbankan syariah cukup bervariasi dan sesuai dengan kebutuhan nasabah serta pelayanan yang diberikan juga sesuai dengan yang diharapkan nasabah, tentu akan banyak kalangan dunia usaha yang tertarik. Dengan demikian, nilai pembiayaan perbankan syariah akan semakin berkembang seiring

dengan peningkatan perbaikan pelayanan terhadap nasabah pembiayaan.

C. SISTEMATIKA PENULISAN

Buku ini ditulis dalam lima bab. Bab I, yang ditulis oleh Muhammad Soekarni dan Yeni Saptia, menguraikan terlebih dahulu ihwal justifikasi pentingnya mengkaji peranan perbankan syariah ditinjau dari aspek pembiayaan terhadap UMB dan landasan konseptual yang mendasarinya.

Bab II berisi tentang dinamika pembiayaan yang disalurkan perbankan syariah. Bab yang ditulis Muhammad Soekarni ini menganalisis fluktuasi nilai pembiayaan yang telah disalurkan perbankan syariah berdasarkan pada jenis penggunaan, sektor usaha, dan akad/skim pembiayaan selama periode 2006–2014 berdasarkan pada data sekunder. Analisis yang dilakukan bersifat deskriptif-analitik.

Selanjutnya, Bab III tulisan Yeni Saptia menganalisis kualitas pembiayaan, khususnya pembiayaan nonretail, yang telah disalurkan oleh perbankan syariah selama ini kepada pelaku usaha skala UMB. Analisis pada bab ini bersifat kuantitatif berdasarkan pada data primer yang dikumpulkan langsung di lapangan.

Bab IV mendeskripsikan secara panjang lebar tentang seberapa besar pengaruh pembiayaan yang disalurkan bank syariah terhadap kinerja usaha nasabah pembiayaan yang menikmatinya. Akhirnya, pada Bab V, dikemukakan benang merah dari empat bab yang telah dipaparkan sebelumnya sekaligus mengusulkan beberapa rekomendasi kebijakan.

D. PENUTUP

Kehadiran perbankan syariah telah memberikan warna baru dalam sektor perbankan dan ikut ambil bagian dalam menunjang pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satu wujud nyata kontribusi tersebut adalah

penyaluran pembiayaan yang dibutuhkan dunia usaha untuk investasi dan modal kerja. Kontribusi tersebut penting untuk ditingkatkan di masa mendatang. Dalam konteks ini, pihak perbankan syariah perlu meningkatkan pemahamannya tentang sejauh mana kualitas pembiayaan yang telah mereka salurkan selama ini dari perspektif *users*, yaitu dunia usaha yang telah menikmati pembiayaan. Pemahaman tersebut penting untuk merancang program-program pembiayaan yang lebih sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh nasabah pembiayaan.


DAFTAR PUSTAKA

- Ascarya. 2008. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Avkiran, Necmi K. 1994. "Developing an Instrument to Measure Customer Service Quality in Branch Banking." *International Journal of Bank Marketing* 12 (6):10–18.
- Brandt, D.R. 2000. "An 'Outside-In' Approach to Determining Customer-Driven Priorities for Improvement and Innovation." *White Paper Series* 2. <http://www.burke.com/whitepapers>.
- Djalil, Mucharor. 2007. "Kajian Industri Perbankan dan Keuangan Syariah." *InfoBank* Edisi Khusus Syariah.
- Heizer, Jay, dan Barry Render. 2001. *Operation Management* Edisi Keenam. USA: Prentice-Hall International Inc.
- Iqbal, Zamir, dan Abbas Mirakhor. 2002. "The Development of Islamic Financial Institutions and Future Chalengges." Dalam *Islamic Finance: Innovation and Growth*, diedit oleh Simon Archer dan Rifaat Ahmed Abdel Karim. London: Euromoney Books.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2004. *Principles of Marketing*. International Edition, Prentice Hall International, Inc.
- Latu, Tavite M., dan Andre M. Everett. 2000. *Review of Satisfaction Research and Measurement Approaches*. New Zealand: Department of Conservation.
- Martina, John A., dan James John C. 1997. "Importance Performance Analysis." *Journal of Marketing* 41:77–79.
- Muhammad. 2004. *Manajemen Dana bank Syariah*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Othman, AbdulQawi, dan Lynn Owen. 2001. "The Multidimensionality of CARTER Model to Measure Customer Service Quality (CSQ) in Islamic Banking Industry: A Study in Kuwait Finance House." *International Journal of Islamic Financial Service* 3 (1):1–26.
- Parasuraman, A., Valarie Zeithaml, dan Leonard L. Berry. 1994. "Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research." *Journal of Marketing* 58:11–124.
- Perwataatmadja, Karnaen A., dan Hendri Tanjung. 2007. *Bank Syariah: Teori, Praktik, dan Peranannya*. Jakarta: Celestial Publishing.
- Shafie S., Azmi, W.N., dan Haron, S . 2004. "Adopting and Measuring Customer Service Quality in Islamic Banks: A Case Study of Bank Islam Malaysia Berhad." *Journal of Muamalat and Islamic Finance Research* 1 (1).
- Soekarni, Muhammad, Mochammad Nadjib, dan Yani Mulyaningsih. 2010. *Peranan dan Tantangan Perbankan Syariah dalam Mendorong UMKM Sektor Perdagangan*. Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi LIPI.
- Sugianto, Endar. 1999. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tenner, A., dan Irving J. DeToro. 1992. *Total Quality Management: Three Steps to Continuous Improvement*. USA: Addison-Wesley.
- Zeithaml, Valarie, A. Parasuraman, dan Leonard L. Berry. 1990. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.

BAB II

PERKEMBANGAN DAN KINERJA PEMBIAYAAN PERBANKAN SYARIAH

 Muhammad Soekarni

A. PENGANTAR

Salah satu upaya penting yang perlu dilakukan untuk mempercepat pertumbuhan dan perkembangan ekonomi adalah memperluas akses pembiayaan bagi segenap dunia usaha. Pembiayaan tersebut dibutuhkan dunia usaha untuk dua kegiatan utama, yaitu investasi (membuka/mengembangkan usaha) dan modal kerja. Semua lapisan dunia usaha, baik usaha mikro (UMi), usaha kecil (UK), usaha menengah (UMe), maupun usaha besar (UB), membutuhkan kemudahan untuk mendapatkan pembiayaan tersebut. Oleh karena itu, pemerintah bersama pemangku kepentingan lainnya perlu melakukan sinergi untuk membuka akses pembiayaan tersebut secara luas, lebih mudah, terjangkau, dan merata antardaerah.

Para pelaku usaha biasanya memperoleh modal finansial dari bank karena aksesnya relatif mudah dan jaringan kantornya lebih luas di berbagai daerah, dari kota sampai desa. Meskipun lembaga keuangan nonbank, seperti pasar modal, modal ventura, koperasi, asuransi, perusahaan dana pensiun, dan pegadaian, semakin berkembang, peran bank masih cukup dominan dalam memasok kebutuhan dana masyarakat, terutama dunia usaha. Semenjak 1992, perbankan di Indonesia makin bervariasi dengan kehadiran perbankan syariah.

Bank syariah ini memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh perbankan konvensional (Soekarni 2014).

Dalam sistem perbankan konvensional, selain berperan sebagai jembatan antara pemilik dana dan dunia usaha, bank masih menjadi penyekat di antara kedua belah pihak karena tidak adanya *transferability risk* dan *return*. Hal ini berbeda dengan sistem perbankan syariah. Pada perbankan syariah, bank menjadi mitra investasi, wakil, atau pemegang amanat (*custodian*) dari pemilik dana atas investasi di sektor riil. Investasi tersebut difasilitasi dengan skema bagi hasil (*mudharabah*) dan kemitraan (*musyarakah*). Dengan skema tersebut, keberhasilan dan risiko dunia usaha didistribusikan kepada pemilik dana sehingga menciptakan suasana yang harmoni di antara keduanya. Selain itu, perbankan syariah memfasilitasi kegiatan distribusi melalui skema pembiayaan jual-beli (*murabahah*) dan sewa-menyewa (*ijarah*) (Machmud dan Rukmana 2010, 7).

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa (a) transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*; (b) transaksi sewa-menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiyah bittamlik*; (c) transaksi jual-beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam*, dan *istishna'*; (d) transaksi pinjam-meminjam dalam bentuk piutang *qardh*; dan (e) transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa berdasarkan pada persetujuan atau kesepakatan antara bank syariah dan/atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan/atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ujrah*, tanpa imbalan, atau bagi hasil.

Bab ini dimaksudkan untuk menganalisis perkembangan pembiayaan yang telah disalurkan oleh perbankan syariah, khususnya bank umum syariah (BUS) dan unit usaha syariah (UUS), selama periode 2009–2014. Unit analisis dibagi menjadi dua, yaitu tingkat makro dan mikro. Analisis makro pembiayaan perbankan syariah diwakili

oleh BUS dan UUS menggunakan data Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia tentang fluktuasi nilai pembiayaan yang telah berhasil disalurkan berdasarkan pada jenis penggunaan, golongan debitur, sektor usaha, akad/skim pembiayaan, dan pembiayaan bermasalah (nonlancar). Sementara itu, pada tingkat mikro, analisis dilakukan berdasarkan pada data sekunder yang bersumber dari laporan resmi Bank Syariah Berkah (nama samaran) serta didukung data primer hasil wawancara dengan pihak manajemen dan nasabah pembiayaan.

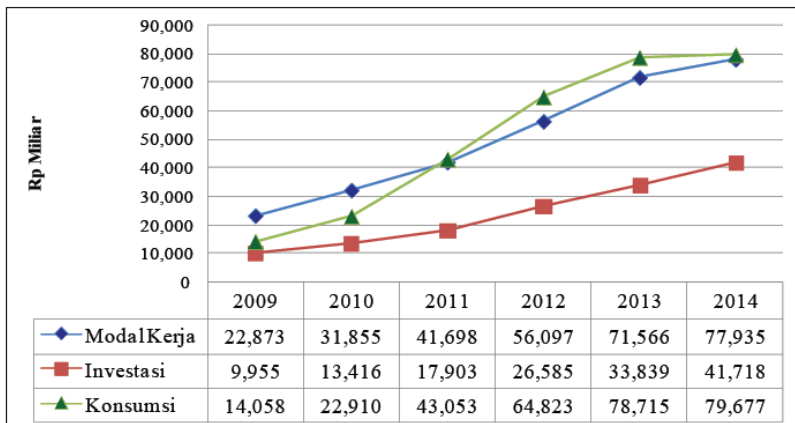
B. PERKEMBANGAN PEMBIAYAAN YANG DISALURKAN BUS DAN UUS BERDASARKAN JENIS PENGGUNAAN

Nilai pembiayaan yang disalurkan perbankan syariah kepada masyarakat telah berkembang cukup signifikan, baik secara total maupun menurut jenis penggunaan. Selama periode 2006–2010, total pembiayaan yang disalurkan oleh BUS dan UUS telah tumbuh 2,3 kali lipat, yaitu dari Rp20,4 triliun menjadi Rp68,2 triliun (Soekarni 2014). Selanjutnya, total pembiayaan yang disalurkan oleh BUS dan UUS tumbuh semakin cepat, yaitu di atas empat kali lipat selama periode 2009–2014, dari Rp46,9 triliun menjadi Rp199,3 triliun. Jika dirata-ratakan, tingkat pertumbuhan tersebut mencapai 46,9% per tahun.

Pembiayaan yang disalurkan oleh perbankan syariah itu terdiri atas tiga kelompok penggunaan, yaitu modal kerja, investasi, dan konsumsi. Apabila diperhatikan satu per satu, awalnya porsi pembiayaan untuk modal kerja lebih besar dibandingkan porsi pembiayaan investasi dan konsumsi. Namun, laju pertumbuhan pembiayaan untuk konsumsi relatif lebih cepat jika dibanding dengan laju pertumbuhan modal kerja dan investasi. Akibatnya, sejak 2011, nilai pembiayaan konsumsi mulai melebihi pembiayaan yang disalurkan untuk investasi dan modal kerja. Adapun porsi pembiayaan untuk investasi hampir tidak mengalami perubahan selama periode 2009–2014.

Perincian perkembangan pembiayaan menurut jenis penggunaan tersebut disajikan dalam Gambar 2.1. BUS dan UUS telah menyalurkan pembiayaan untuk penggunaan modal kerja sebesar Rp22,873 triliun atau mencapai 49% dari total pembiayaan yang disalurkan pada 2009. Pembiayaan modal kerja ini meningkat pesat menjadi Rp77,935 triliun pada 2014, tetapi persentasenya menurun cukup signifikan menjadi 39%. Secara rata-rata, tingkat pertumbuhan pembiayaan modal kerja tersebut adalah 28,2%, lebih rendah daripada tingkat pertumbuhan pembiayaan untuk investasi dan konsumsi.

Sementara itu, nilai pembiayaan investasi tumbuh dari Rp9,9 triliun pada 2009 menjadi Rp41,7 triliun pada 2014. Laju pertumbuhan pembiayaan investasi tersebut sekitar 33,5% per tahun, lebih cepat dibandingkan pertumbuhan pembiayaan modal kerja selama lima tahun terakhir. Namun, pangsa pembiayaan untuk penggunaan investasi hanya sekitar 20%. Pangsa ini lebih kecil daripada pangsa pembiayaan modal kerja dan konsumsi, yang masing-masing sekitar 40%. Laju pertumbuhan pembiayaan untuk tujuan konsumsi secara rata-rata cukup tinggi, yaitu hampir mencapai 45% per tahun. Hal ini



Sumber: Diolah dari Statistik Perbankan Syariah, Juni 2015 (www.bi.go.id)

Gambar 2.1 Perkembangan Pembiayaan BUS dan UUS menurut Jenis Penggunaan, 2009–2014

menyebabkan nilai dan pangsa pembiayaan konsumsi sudah melebihi nilai dan pangsa pembiayaan modal kerja pada 2011.

Mencermati data perkembangan pembiayaan menurut jenis penggunaan sebagaimana diuraikan di atas, setidaknya ada tiga hal yang penting untuk dipahami (Soekarni 2014). *Pertama*, laju pertumbuhan pembiayaan yang disalurkan perbankan syariah (BUS dan UUS) yang melebihi 4 kali lipat pada periode 2009–2014 jauh lebih cepat jika dibanding dengan pertumbuhan pembiayaan bank umum konvensional (2,6 kali lipat) pada waktu yang sama. Keberhasilan tersebut tentunya didorong oleh berbagai faktor, antara lain:

1. Semakin kondusifnya situasi dan kondisi perekonomian nasional. Hal ini, antara lain, ditunjukkan oleh tingkat pertumbuhan ekonomi berdasarkan pada harga konstan sekitar 5,86% per tahun dalam lima tahun terakhir.
2. Meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah. Peningkatan kepercayaan masyarakat tersebut bisa dilihat dari segi pendanaan dalam bentuk peningkatan dana pihak ketiga (DPK). DPK perbankan syariah telah meningkat lebih dari 4 kali lipat selama periode 2009–2014.
3. Semakin luasnya jangkauan pelayanan perbankan syariah, yaitu mencapai 103 kabupaten/kota dan 33 provinsi di Indonesia pada 2010. Jumlah BUS bertambah dari enam buah (2009) menjadi 12 buah (2014). Sejalan dengan itu, jaringan kantor BUS telah berkembang pesat dari 711 kantor menjadi 2.151 kantor dalam periode yang sama. Jumlah dan jaringan kantor BPRS juga tumbuh cukup signifikan. Sementara itu, meskipun jumlah UUS berkurang karena ada yang sudah dikonversi menjadi BUS, jaringan kantornya tetap meningkat dari 287 menjadi 320 kantor. Penambahan jumlah dan jaringan kantor perbankan syariah tersebut jelas telah memberikan kemudahan akses bagi masyarakat.

4. Keberanian para pemimpin BUS dalam ekspansi pembiayaan, walaupun harus mengambil berbagai risiko, misalnya berkaitan dengan masalah likuiditas. *Financing to deposit ratio* (FDR, rasio pembiayaan terhadap DPK) BUS dan UUS bergerak dari 90% sampai 100% selama periode 2009–2014. Pada 2013, FDR BUS dan UUS sempat di atas 100%. Bank Indonesia memang menganjurkan rasio ideal FDR itu berada pada kisaran angka 90%. Dari satu sisi, tingginya FDR menunjukkan keseriusan perbankan syariah dalam menyalurkan pembiayaan. Namun dari sisi lain, tingkat FDR yang cenderung di atas tingkat yang dianjurkan BI tersebut mengandung potensi risiko masalah likuiditas. Masalah likuiditas BUS dan UUS ini akan semakin berbahaya jika dikaitkan dengan dana pihak ketiga (DPK) yang umumnya adalah dana-dana jangka pendek.

Kedua, struktur pembiayaan perbankan syariah berdasarkan pada jenis penggunaan semakin mengarah ke kegiatan yang bersifat konsumtif sehingga bagian penggunaan untuk kegiatan produktif semakin mengecil. Kecenderungan yang sama terjadi pada perbankan nasional. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan utama bank syariah menyalurkan dana yang dimilikinya ke sektor riil dengan tujuan produktif dalam bentuk investasi belum dapat diwujudkan secara optimal.

Ketiga, pembiayaan yang digunakan untuk kegiatan produktif juga masih didominasi oleh pembiayaan modal kerja, seperti untuk pembelian persediaan atau stok barang dagangan serta menggantikan modal yang tertanam pada piutang. Sementara yang digunakan untuk investasi, seperti pembelian mesin produksi, pembangunan gudang, perluasan pabrik, pendirian ruko, pembelian peralatan, dan penggunaan lain yang ditujukan untuk meningkatkan kapasitas produksi, dalam konteks perbandingan masih mendapatkan porsi yang relatif lebih kecil.

C. PERKEMBANGAN PEMBIAYAAN BUS DAN UUS BERDASARKAN GOLONGAN PEMBIAYAAN

Pembiayaan yang disalurkan perbankan idealnya dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat yang membutuhkan sehingga dampaknya bagi perkembangan ekonomi akan terasa lebih luas dan merata. Alokasi pembiayaan perbankan syariah, khususnya BUS dan UUS, selama periode 2006–2010 masih lebih banyak ditujukan bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM). Nilai pembiayaan yang diperoleh UKM pada 2006 mencapai Rp14,9 triliun atau sekitar 73% dari total pembiayaan yang disalurkan. Sementara itu, penerima pembiayaan selain UKM hanya mendapat porsi 27%. Usaha menengah dan besar (UMB) termasuk dalam kelompok selain UKM tersebut. Dengan demikian, porsi pembiayaan perbankan syariah yang disalurkan kepada UMB tentunya lebih kecil dari 27%. Walaupun total pembiayaan yang disalurkan perbankan syariah telah tumbuh di atas dua kali lipat, porsi pembiayaan yang disalurkan kepada kelompok selain UKM hampir tidak mengalami perubahan. Hal ini memberikan indikasi bahwa perbankan syariah cukup konsisten berpihak kepada UKM. Selain itu, dana yang berhasil dihimpun perbankan syariah masih terbatas sehingga belum memungkinkan bagi perbankan bebas riba ini untuk menyalurkan pembiayaan dengan porsi yang lebih besar kepada UMB (Soekarni 2014).

Pola pembiayaan BUS, yang lebih banyak dialokasikan kepada golongan UKM, menurut Hidayat (2009), justru sangat menggembarakan, mengingat selama ini akses mereka untuk mendapatkan kredit dari bank sangatlah terbatas. Porsi alokasi pembiayaan yang dilakukan BUS cukup kontras apabila dibanding dengan pola penyaluran kredit yang dilakukan oleh bank umum konvensional. Pada 2005, porsi kredit bank umum konvensional untuk skala UMKM hanya 15,2% dari total kredit yang disalurkan. Porsi kredit tersebut bahkan telah turun menjadi 10,9% pada 2008.

Banyak studi yang menjelaskan tentang sulitnya UMKM dalam mengakses kredit atau pembiayaan dari bank karena berbagai

hambatan, dari kebijakan pemerintah, kebijakan perbankan, hingga masalah internal UMKM-nya sendiri. Salah satu kebijakan yang selama ini dikeluhkan oleh UMKM berkaitan dengan akses pembiayaan adalah kewajiban untuk menyediakan jaminan. UMKM yang baru tumbuh tentunya belum mempunyai aset berharga untuk dijadikan agunan yang disyaratkan oleh bank (Soekarni 2014).

Menurut catatan Chotim dan Thamrin (1997), masalah kesulitan UMKM untuk mengakses kredit atau pembiayaan dari bank memang sudah lama terjadi. Sebagai contoh, pada masa Orde Baru, pemerintah telah mengeluarkan berbagai regulasi melalui Paket Januari (Pakjan) 1990 sebagai lanjutan dari deregulasi perbankan Paket Oktober 1988. Meskipun demikian, banyak bank yang tidak mengeluarkan kredit usaha kecil (KUK) sebagaimana disyaratkan dalam Pakjan. Rasio alokasi kredit 20% KUK dari bank-bank swasta sejak Pakjan, sebagai refleksi permintaan kredit, tidak sepenuhnya dapat tercapai. Selama dekade 1990-an, pertumbuhan KUK senantiasa di bawah pertumbuhan kredit total. Bahkan, pada 1991–1992, pertumbuhan KUK sempat negatif.

Lebih lanjut, Chotim dan Thamrin (1997) menyebutkan bahwa di sisi penawaran kredit atau sisi perbankan, salah satu hambatan terbesar adalah adanya hambatan struktural dan psikologis dari pihak bank untuk menyalurkan kredit ke UMKM. Beberapa hambatan itu, di antaranya, adalah persepsi inferior tentang potensi usaha kecil, khususnya yang berada di pedesaan; usaha kecil diidentikkan sebagai usaha yang kurang prospektif; nilai modalnya kecil; serta ekspansinya lambat dan penggunaan teknologi usang yang mudah diungguli pesaing. Dalam aspek manajemen, usaha kecil identik dengan perencanaan yang tidak terintegrasi dengan pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.

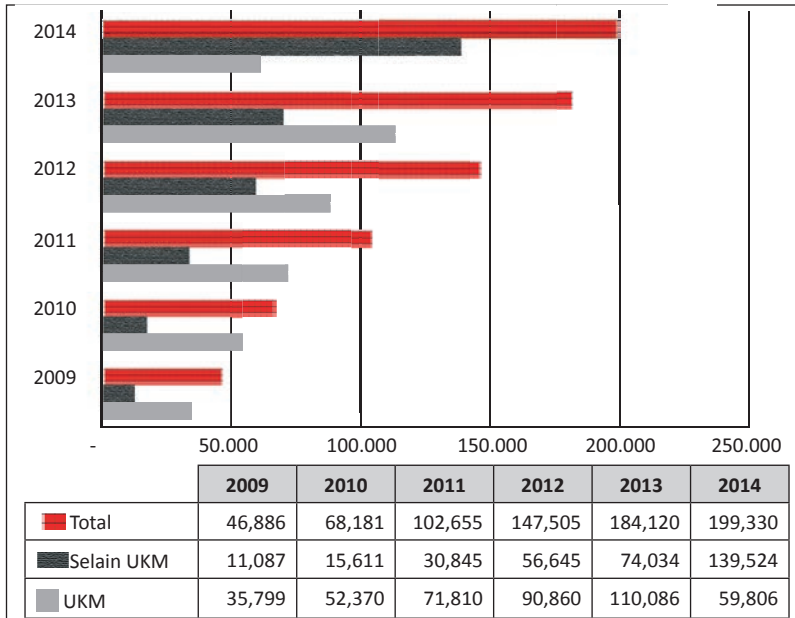
Dalam perspektif empiris, Hidayat (2009) menjelaskan bahwa penelitian di beberapa bidang usaha UMKM di Yogyakarta yang dilakukan oleh Adam (2001), Hermanto (2001), Firmansyah (2001), dan Sarana (2001) menghasilkan temuan yang sama, yakni pengusaha

skala industri kecil dan rumah tangga (IKRT) serta UMKM belum mempunyai akses yang mudah untuk mengajukan kredit ke bank. Selain itu, hasil penelitian Hidayat (2008) di sektor jasa pariwisata menemukan masalah yang sama, yaitu terbatasnya akses UMKM ke perbankan. Kalaupun sejak 2007 pemerintah mulai meluncurkan kebijakan program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan memberikan bantuan asuransi jaminan, dalam praktiknya masih banyak UMKM yang dipersulit ketika mengajukan KUR.

Selanjutnya, pada periode lima tahun terakhir (2009–2014), pola distribusi penyaluran pembiayaan menurut golongan debitur tersebut mulai mengalami perubahan. Porsi pembiayaan yang disalurkan kepada UKM mulai mengecil dan pada saat yang bersamaan porsi untuk non-UKM meningkat. Puncaknya terjadi pada 2014, yakni dari Rp199,3 triliun nilai pembiayaan yang disalurkan BUS dan UUS, debitur kelompok selain UKM mendapatkan Rp139,5 atau 70% dari total pembiayaan (perhatikan Gambar 2.2).

Meningkatnya nilai dan proporsi pembiayaan yang diperoleh kelompok debitur selain UKM secara signifikan, sebagaimana disampaikan di atas, perlu dicermati lebih jauh. Debitur selain UKM tersebut bisa saja usaha mikro, atau bisa pula usaha besar. Akan tetapi, data yang dikeluarkan BI tidak memilah lebih lanjut kelompok debitur selain UKM ke dalam kelompok usaha mikro dan usaha besar sehingga kita tidak mengetahui secara lebih pasti berapa perolehan pembiayaan masing-masingnya.

Merujuk pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, kriteria masing-masing kelompok usaha tersebut adalah sebagai berikut: (1) Usaha Mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300 juta; (2) Usaha Kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50 juta sampai dengan paling banyak Rp500 juta, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300 juta sampai dengan paling banyak Rp2,5 miliar; (3) Usaha Menengah



Sumber: Diolah dari Statistik Perbankan Syariah, Juni 2015 (www.bi.go.id)

Gambar 2.2 Pembiayaan BUS dan UUS Berdasarkan pada Golongan Pembiayaan, 2009–2014 (Rp Miliar)

memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500 juta sampai dengan paling banyak Rp10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2,5 miliar sampai dengan paling banyak Rp50 miliar. Sementara Usaha Besar, jika berpatokan pada kriteria tersebut, tentunya usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp10 miliar atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp50 miliar.

D. PERKEMBANGAN PEMBIAYAAN BUS DAN UUS BERDASARKAN SEKTOR EKONOMI

Alokasi pembiayaan perbankan syariah juga dapat ditelusuri menurut sektor usaha yang digeluti para penerimanya. Penerima pembiayaan BUS dan UUS tersebar di semua sektor usaha, dari sektor primer,

sekunder, hingga tersier. Berdasarkan pada data Statistik Perbankan Syariah yang diterbitkan BI, alokasi pembiayaan terbesar pada 2006 yang mengalir ke sektor jasa dan sektor lainnya sebesar 62% dari total nilai pembiayaan. Sektor lain yang cukup menonjol adalah perdagangan, hotel, dan restoran, yaitu mendapatkan porsi 15% dari total pembiayaan pada tahun yang sama. Adapun sektor pertanian dan pertambangan, sektor konstruksi serta sektor industri pangsa masing-masing tidak lebih dari 8% (Soekarni 2014).

Selama periode 2009–2014, porsi pembiayaan yang diterima sektor jasa dan sektor lainnya pada awalnya cenderung meningkat, tetapi kemudian menurun menjadi 61% (lihat Tabel 2.1). Sebaliknya, porsi pembiayaan bagi debitur yang bergerak di sektor perindustrian; sektor listrik, gas, dan air; serta sektor perdagangan, restoran, dan hotel sedikit mengalami kenaikan. Adapun porsi pembiayaan yang mengalir ke sektor-sektor lainnya cenderung tidak berubah. Sementara itu, gabungan sektor pertanian dan pertambangan hanya mendapatkan bagian sekitar 5% dari total pembiayaan yang disalurkan oleh BUS dan UUS. Apabila memperhatikan kecepatan pertumbuhannya, pembiayaan untuk sektor perindustrian serta sektor listrik, gas, dan air paling tinggi, yaitu masing-masing mencapai 57,3% dan 53,6% per tahun selama periode 2009–2014, sedangkan pertumbuhan pembiayaan bagi sektor yang lainnya hanya sekitar 35%.

Data di atas menunjukkan bahwa pembiayaan yang disalurkan perbankan syariah masih terkonsentrasi pada sektor tersier yang lebih bersifat *non-tradable*. Sementara itu, sektor *tradable* (pertanian, pertambangan, dan industri) belum mendapatkan porsi yang begitu signifikan. Idealnya, sektor *tradable* yang kegiatannya lebih terfokus pada pemanfaatan sumber daya alam mendapatkan porsi pembiayaan lebih besar agar pertumbuhan dan perkembangan ekonomi Indonesia di masa mendatang menjadi lebih seimbang. Struktur perekonomian Indonesia dewasa ini memang lebih didominasi oleh sektor *non-tradable*, yang rata-rata pertumbuhannya jauh lebih cepat dibandingkan tingkat pertumbuhan sektor *tradable*.

Tabel 2.1 Pembiayaan BUS dan UUS Berdasarkan pada Sektor Ekonomi, 2009–2014 (Rp Miliar)

No.	Sektor	2009	2010	2011	2012	2013	2014	r(2009-14)
1	Pertanian, kehutanan & sarana pertanian dan Pertambangan	1,331	1,762	2,201	2,809	3,165	5,679	35.41
	Pangsa (%)	3	3	2	2	2	2	3
2	Pertambangan	1,047	1,120	1,733	2,094	3,018	4,597	35.80
	Pangsa (%)	2	2	2	1	2	2	2
3	Perindustrian	1,579	2,337	4,077	5,008	6,029	13,300	57.26
	Pangsa (%)	3	3	4	3	3	3	7
4	Listrik, gas dan air	698	1,354	2,381	3,159	4,663	5,492	53.58
	Pangsa (%)	1	2	2	2	3	3	3
5	Konstruksi	3,516	4,194	5,858	7,142	8,086	11,669	27.68
	Pangsa (%)	7	6	6	5	4	4	6
6	Perdag, Restoran dan Hotel	5,000	7,609	9,778	12,624	14,314	24,287	38.57
	Pangsa (%)	11	11	10	9	8	12	
7	Pengangkutan, Pergud & Kom	3,349	3,696	3,369	4,321	5,387	12,192	36.15
	Pangsa (%)	7	5	3	3	3	6	
8	Jasa dunia usaha	13,664	20,233	25,630	37,150	47,598	66,810	37.64
	Pangsa (%)	29	30	25	25	26	34	
9	Jasa sosial/masyarakat	2,661	2,975	4,464	7,878	12,085	11,022	36.59
	Pangsa (%)	6	4	4	5	7	6	
10	Lain-lain	14,042	22,902	43,164	65,319	79,778	44,282	36.11
	Pangsa (%)	30	34	42	44	43	22	
11	Total	46,887	68,182	102,655	147,504	184,123	199,330	34.55
	Pangsa (%)	100	100	100	100	100	100	100

Ket: r (2009-14) = tingkat pertumbuhan rata-rata selama periode 2009–2014

Sumber: Diolah dari Statistik Perbankan Syariah, Juni 2015 (www.bi.go.id)

Relatif kecilnya pembiayaan yang disalurkan kepada pelaku usaha di sektor pertanian tidak hanya terjadi di perbankan syariah, tetapi juga pada bank konvensional, yang telah lebih lama berkiprah di Indonesia. Menurut Bustanul Arifin dalam Asaad (2011), ada beberapa persoalan penting dalam pembiayaan pertanian. *Pertama*, minimnya informasi dan buruknya komunikasi antara sektor pertanian dan lembaga keuangan perbankan serta non-perbankan. Para pelaku bisnis sektor pertanian umumnya kurang aktif menyampaikan peluang bisnis dan prospektif usaha pertanian kepada pelaku usaha di sektor lain, terutama kepada lembaga pembiayaan. Akibatnya, sektor pertanian menjadi kurang atraktif bagi lembaga pembiayaan, terutama sektor perbankan. *Kedua*, sektor perbankan tidak memiliki pemahaman yang lengkap tentang prospek sektor pertanian. Mereka hanya mengetahui dari persepsi atau literatur ekonomi pembangunan kedaluwarsa bahwa pertanian merupakan suatu sektor usaha sangat berisiko, tergantung musim, jaminan harga yang tidak pasti, dan sebagainya.

Dalam kaitan ini, menarik untuk mencermati hasil penelitian Ashari dan Saptana (2005) dalam Sanrego dan Rusydiana (2009), yang mengemukakan bahwa pelaksanaan pembiayaan syariah untuk usaha bidang pertanian di pedesaan sebenarnya memiliki prospek positif. Hal ini dilandasi oleh argumentasi: (a) karakteristik pembiayaan syariah sesuai dengan kondisi bisnis pertanian; (b) beberapa skim pembiayaan syariah sudah jauh-jauh hari dipraktikkan masyarakat petani, bahkan telah melembaga; (c) luasnya cakupan bidang usaha pertanian; (d) mengandung nilai-nilai universal; (e) petani memiliki kepatuhan yang tinggi terhadap akad perjanjian; (f) adanya komitmen yang tinggi dari perbankan syariah untuk UMKM; serta (g) usaha di sektor pertanian termasuk kegiatan bisnis riil yang relevan dengan misi lembaga pembiayaan syariah.

E. PEMBIAYAAN BUS DAN UUS BERDASARKAN AKAD PEMBIAYAAN

Skim atau akad yang digunakan oleh perbankan syariah dalam menyalurkan pembiayaan secara garis besar bisa dibagi ke dalam dua kelompok, yaitu pembiayaan dengan akad yang berbasis penyertaan modal dan akad berbasis perdagangan. Pembiayaan yang berbasis penyertaan modal umumnya dilakukan dalam bentuk akad *mudharabah* dan *musyarakah*. Sementara akad yang berbasis perdagangan meliputi akad *murabahah*, *salam*, dan *istishna*.

BUS dan UUS lebih banyak menggunakan akad berbasis perdagangan, terutama *murabahah*. Perimbangan porsi kelompok akad penyertaan modal dan kelompok akad lainnya belum mengalami perubahan yang cukup berarti selama periode 2006–2010. Porsi akad penyertaan modal sedikit meningkat dari 31% menjadi 34%. Sebaliknya, akad perdagangan dan akad lainnya berkurang dari 69% menjadi 66%. Terjadinya pergeseran komposisi akad tersebut lebih disebabkan oleh berkurangnya porsi akad *murabahah* dari 62% menjadi 55% dan meningkatnya porsi akad *qard* dari 1,2% menjadi 6,9% (Soekarni 2014).

Pola pembiayaan BUS dan UUS berdasarkan pada akad selama periode berikutnya (2009–2014) hampir tidak mengalami perubahan. Sebagaimana disajikan pada Tabel 2.2, porsi pembiayaan menggunakan akad penyertaan modal atau bagi hasil (gabungan *mudharabah* dan *musyarakah*) hanya meningkat sedikit, dari 31,3% (2009) menjadi 32% (2014). Peningkatan ini sebenarnya berasal dari penambahan porsi akad *musyarakah*, sedangkan porsi pembiayaan dengan akad *mudharabah* menurun cukup nyata dari 11,4% (2009) menjadi 7,2% (2014). Adapun porsi pembiayaan perdagangan (non-bagi hasil) masih tetap mayoritas dengan porsi yang sedikit menurun, yaitu dari 69% (2009) menjadi 68% (2014).

Tabel 2.2 Pembiayaan BUS dan UUS Berdasarkan pada Akad Pembiayaan, 2009–2014 (Rp Miliar)

Jenis Akad		2009	2010	2011	2012	2013	2014	r(2009-20014)
Mudharabah	Nilai (Miliar Rp)	6,597	8,631	10,229	12,023	13,625	14,354	17.11
	Pangsa (%)	11.4	12.7	10.0	8.2	7.4	7.2	
Musyarakah	Nilai (Miliar Rp)	10,412	14,624	18,960	27,667	39,874	49,387	36.80
	Pangsa (%)	19.9	21.4	18.5	18.8	21.7	24.8	
Murabahah	Nilai (Miliar Rp)	26,321	37,508	56,365	88,004	110,565	117,371	36.14
	Pangsa (%)	61.7	55.0	54.9	59.7	60.0	58.9	
Istishma	Nilai (Miliar Rp)	423	347	326	376	582	633	10.97
	Pangsa (%)	1.6	0.5	0.3	0.3	0.3	0.3	
Ijarah	Nilai (Miliar Rp)	1305	2,341	3,839	7,345	10,481	11,620	57.65
	Pangsa (%)	4.1	3.4	3.7	5.0	5.7	5.8	
Qardh	Nilai (Miliar Rp)	1829	4,731	12,937	12,090	8,995	5,965	53.26
	Pangsa (%)	1.2	6.9	12.6	8.2	4.9	3.0	
Total		46,887	68,182	102,656	147,505	184,122	199,330	34.55
		100	100	100	100	100	100	-

Keterangan: r (2009-14)= tingkat pertumbuhan rata-rata selama periode 2009–2014

Sumber: Diolah dari Statistik Perbankan Syariah, Juni 2015 (www.bi.go.id)

Perbankan syariah idealnya lebih banyak menggunakan akad penyertaan modal dalam menyalurkan pembiayaan. Akad atau skim penyertaan modal, baik *mudharabah* maupun *musyarakah*, mempunyai dampak langsung terhadap pertumbuhan ekonomi berupa tumbuhnya peluang usaha baru, kesempatan kerja baru, dan peningkatan pendapatan masyarakat. Akan tetapi, penerapan akad penyertaan modal tersebut sangat dipengaruhi oleh akhlak, moral, dan kejujuran nasabah. Pada kedua jenis pembiayaan tersebut, bank syariah sangat rawan terhadap mereka yang beriktikad tidak baik. Dengan pembiayaan tersebut, bisa saja nasabah melaporkan keadaan usaha yang tidak sebenarnya. Misalnya, suatu usaha yang untung dilaporkan rugi sehingga bank tidak memperoleh keuntungan (Karnaen 2007, 96). Hal ini merupakan suatu tantangan yang perlu dihadapi oleh perbankan syariah dengan cara mempertajam kejelian dalam menilai kelayakan calon nasabah pembiayaan dan memperkuat pengawasan (Soekarni 2014).

Kelebihan *murabahah* dibandingkan produk sejenis nonsyariah, selain sesuai syariah (prinsip jual-beli), adalah jumlah angsuran tidak berubah walaupun terjadi fluktuasi suku bunga. Pembiayaan *murabahah* dapat dimanfaatkan nasabah untuk memenuhi kebutuhan barang-barang produktif ataupun konsumtif, termasuk untuk pengadaan barang berdasarkan pada pesanan dari pihak ketiga dengan bukti surat perintah kerja/kontrak kerja dari instansi pemerintah/BUMN/BUMD serta pihak swasta yang kredibel (Soekarni 2014).

F. KINERJA PEMBIAYAAN

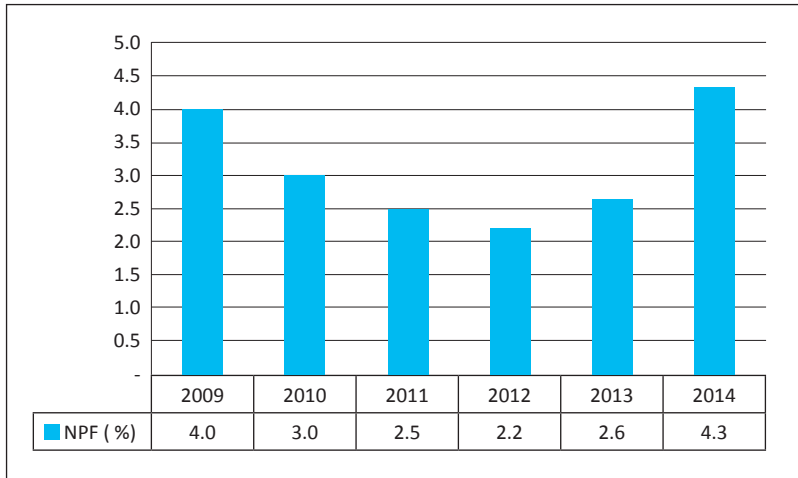
Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk menilai kinerja suatu bank adalah pembiayaan/kredit bermasalah. Kredit bermasalah, atau sering juga dikenal dengan *non-performing loan* (NPL) dalam perbankan konvensional dan *non-performing financing* (NPF) dalam perbankan syariah, dapat diukur dari kolektibilitasnya. Kolektibilitasnya merupakan gambaran kondisi pembayaran pokok dan bunga pinjaman (bagi hasil) serta tingkat kemungkinan diterimanya kembali

dana yang ditanamkan dalam surat-surat berharga. Penilaian kolektibilitas kredit digolongkan ke dalam lima kelompok, yaitu lancar (*pass*), dalam perhatian khusus (*special mention*), kurang lancar (*substandard*), diragukan (*doubtful*), dan macet (*loss*). Apabila kredit dikaitkan dengan tingkat kolektibilitasnya, berarti yang digolongkan kredit (pembiayaan) bermasalah adalah kredit yang memiliki kualitas dalam perhatian khusus, kurang lancar, diragukan, dan macet (Siamat 2005, 358, sebagaimana dikutip Poetry dan Sanrego 2011).

NPF gabungan antara BUS dan UUS pada 2006 tergolong agak tinggi, yaitu 4,8%, walaupun masih termasuk kategori aman. Menurut kriteria penilaian BI untuk peringkat rasio NPF,¹ BUS dan UUS berada pada peringkat kedua, yaitu $2\% \leq \text{NPF} < 5\%$ (Soekarni 2014). Ketika dicermati, data yang dikeluarkan BI untuk periode 2009–2014 menunjukkan bahwa NPF BUS dan UUS menurun cukup signifikan, yaitu dari 4% (2009) menjadi 2,2% (2012). Akan tetapi, setelah itu kembali meningkat (lihat Gambar 2.3).

Apa saja faktor yang memengaruhi terjadinya pembiayaan bermasalah? Hal tersebut diulas oleh Rahmawulan dalam Petry dan Sanrego (2011) yang mencoba mencari faktor-faktor yang memengaruhi NPL/NPF dengan menggunakan variabel GDP, Inflasi, SBI/SWBI, Pertumbuhan Kredit/Pembiayaan, dan LDR/FDR. Penelitian ini menggunakan analisis *Impulse Response Function* dan regresi majemuk dengan mempertimbangkan faktor lag sehingga diperoleh variabel-variabel signifikan yang mempengaruhi NPL/NPF. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel NPL lebih cepat memberikan respons terhadap *shock* pertumbuhan GDP daripada NPF. Faktor-faktor yang memengaruhi NPL adalah pertumbuhan GDP pada empat *quarter* sebelumnya, inflasi, LDR, dan SBI. Adapun pada perbankan syariah,

¹ Peringkat 1 = $\text{NPF} < 2\%$; Peringkat 2 = $2\% \leq \text{NPF} < 5\%$; Peringkat 3 = $5\% \leq \text{NPF} < 8\%$; Peringkat 4 = $8\% \leq \text{NPF} < 12\%$; dan Peringkat 5 = $\text{NPF} \geq 12\%$.



Sumber: Diolah dari Statistik Perbankan Syariah, Juni 2015 (www.bi.go.id)

Gambar 2.3 Perkembangan NPF BUS dan UUS, 2009–2014

faktor yang mempengaruhi NPF adalah pertumbuhan GDP empat *quarter* sebelum dan inflasi 3 *quarter* sebelumnya.

Sementara itu, Iqbal (2008) dalam Poetry dan Sanrego (2011) pada tesis yang berjudul “Perbandingan Faktor-faktor yang Memengaruhi Pembiayaan Bermasalah pada Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional” mencoba melihat pengaruh GDP riil, tingkat suku bunga riil, *growth financing rate*, DPK, *market share* terhadap pembiayaan bermasalah (NPF/NPL) pada perbankan syariah dan konvensional dengan menggunakan autoregresif dan *distributed lag* pada analisis regresi. Hasil penelitian tesis tersebut menyatakan bahwa *growth financing rate* memengaruhi pembiayaan bermasalah pada kedua kelompok perbankan. Pembiayaan perbankan syariah tiga bulan dan sembilan bulan yang lalu berpengaruh negatif terhadap pembiayaan bermasalah di waktu sekarang. Oleh karena itu, semakin banyak jumlah pembiayaan yang dilakukan perbankan syariah akan semakin memperkecil pembiayaan bermasalah di waktu sekarang. Sementara itu, pertumbuhan kredit perbankan konvensional tiga bulan yang lalu berpengaruh positif terhadap pembiayaan bermasalah seka-

rang. Dengan demikian, semakin banyak pembiayaan yang disalurkan perbankan konvensional akan semakin meningkatkan pembiayaan bermasalah yang akan datang. Mengingat kondisi perbankan syariah yang masih dalam pertumbuhan, peningkatan DPK mengurangi pembiayaan bermasalah pada bank syariah. Namun, pada perbankan konvensional, tinggi-rendahnya DPK tidak memengaruhi kredit bermasalahnya. *Market share* perbankan syariah yang sedang dalam masa pertumbuhan tidak memengaruhi pembiayaan bermasalahnya.

Ketika ditelusuri menurut jenis penggunaan, pembiayaan nonlancar tersebut lebih banyak terjadi pada pembiayaan modal kerja, setelah itu diikuti oleh pembiayaan investasi dan konsumsi. Sebagaimana terlihat pada Tabel 2.3, pembiayaan nonlancar modal kerja pada 2009 sebesar 47,7% dari Rp1,9 triliun pembiayaan nonlancar. Porsi pembiayaan nonlancar untuk penggunaan modal kerja tersebut cenderung semakin besar dan hampir mencapai 55% dari total Rp8,6 triliun pembiayaan nonlancar pada 2014. Adapun porsi pembiayaan nonlancar untuk investasi cenderung menurun, sedangkan untuk pembiayaan konsumsi relatif stabil.

Sebaran pembiayaan nonlancar (NPF) juga dapat dicermati menurut golongan pengguna pembiayaan. Pada 2006, pembiayaan

Tabel 2.3 Pembiayaan Nonlancar Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Berdasarkan pada Jenis Penggunaan, 2009–2014 (Rp Miliar)

Jenis Penggunaan		2009	2010	2011	2012	2013	2014
Modal Kerja	Nilai (Miliar Rp)	899	1,070	1,610	1,671	2,253	4,742
	Pangsa (%)	47.7	51.9	62.2	51.1	46.7	54.9
Investasi	Nilai (Miliar Rp)	534	521	428	710	1,021	1,854
	Pangsa (%)	28.4	25.3	16.5	21.7	21.1	21.5
Konsumsi	Nilai (Miliar Rp)	450	470	551	888	1,554	2,035
	Pangsa (%)	23.9	22.8	21.3	27.2	32.2	23.6
Total	Nilai (Miliar Rp)	1,883	2,061	2,589	3,269	4,828	8,631
	Pangsa (%)	100	100	100	100	100	100

Sumber: Diolah dari Statistik Perbankan Syariah, Juni 2015 (www.bi.go.id)

nonlancar BUS dan UUS menurut golongan pembiayaan ternyata didominasi oleh UKM, hampir 75% dari total pembiayaan yang bermasalah (Soekarni 2014). Selama periode 2009–2010, porsi pembiayaan bermasalah pada kelompok pembiayaan UKM semakin besar, yaitu mencapai 88,5% (lihat Tabel 2.4). Selanjutnya, mulai 2011, porsi pembiayaan bermasalah UKM mulai mengecil, walaupun nominal tetap mengalami kenaikan. Sebaliknya, nominal pembiayaan bermasalah kelompok pengguna selain UKM meningkat lebih cepat sehingga porsinya menjadi lebih besar, yakni mencapai 55,1% pada akhir 2014.

Data pada Tabel 2.4 secara umum menunjukkan bahwa pembiayaan bermasalah pada kelompok pengguna UKM dalam empat tahun terakhir mulai lebih terkendali jika dibanding dengan yang terjadi pada kelompok pengguna selain UKM. Hal ini terjadi pada saat porsi pembiayaan yang disalurkan pada kelompok selain UKM semakin besar, terutama pada 2014, yang hampir mencapai 70% akibat melesatnya pertumbuhan pembiayaan untuk kelompok ini, yaitu mencapai 88,4% dibandingkan pembiayaan tahun sebelumnya.

Tabel 2.4 Pembiayaan Nonlancar Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Berdasarkan pada Golongan Pembiayaan, 2009–2014

Golongan Pembiayaan		2009	2010	2011	2012	2013	2014
UKM	Nilai (Miliar Rp)	1,611	1,824	2,140	2,060	2,879	3,875
	Pangsa (%)	85.6	88.5	82.7	63.0	59.6	44.9
Selain UKM	Nilai (Miliar Rp)	271	237	448	1,209	1,950	4,757
	Pangsa (%)	14.4	11.5	17.3	37.0	40.4	55.1
Total	Nilai (Miliar Rp)	1,882	2,061	2,588	3,269	4,829	8,632
	Pangsa (%)	100	100	100	100	100	100

Sumber: Diolah dari Statistik Perbankan Syariah, Juni 2015 (www.bi.go.id)

G. GAMBARAN PRODUK DAN NILAI PEMBIAYAAN BANK SYARIAH BERKAH²

Sebelum beroperasi sebagai bank umum syariah (BUS) yang berdiri secara independen, Bank Syariah Berkah telah beroperasi sebagai UUS dengan menawarkan berbagai produk perbankan syariah. Bank Syariah Berkah saat ini melayani nasabah melalui lebih dari 50 kantor cabang di seluruh Indonesia yang didukung oleh jaringan dan teknologi berupa layanan cabang, ATM, *internet banking*, dan *call center*. Cabang-cabang Bank Syariah Berkah sebagai *delivery channel* perbankan syariah terhubung melalui jaringan teknologi canggih di seluruh nusantara.

Pembiayaan Bank Syariah Berkah selama 2010 untuk semua segmen usaha mencapai Rp3,558 triliun. Nilai pembiayaan tersebut telah meningkat cukup signifikan, hampir sebesar Rp425 miliar dibandingkan pada Juni 2010 saat dilaksanakannya *spin-off*. Pembiayaan tersebut didominasi oleh segmen retail konsumtif sebesar Rp2,163 triliun (60,81%) dari seluruh pembiayaan. Meskipun telah mengalami pertumbuhan cukup signifikan, kontribusi nilai pembiayaan Bank Syariah Berkah tersebut baru mencapai 5,3% terhadap total pembiayaan yang disalurkan oleh BUS dan UUS secara nasional selama 2010.

Berdasarkan pada akad atau skim, pembiayaan Bank Syariah Berkah sampai dengan Desember 2010 didominasi oleh pembiayaan dengan skim *murabahah* sebesar Rp2,553 triliun atau 71,75% dari total pembiayaan yang disalurkan. Selanjutnya, pembiayaan dengan skim *musyarakah* sebesar Rp624,8 miliar atau 17,56%. Adapun pembiayaan dengan skim *mudharabah* sebesar Rp87,3 miliar atau hanya mencapai 2,45% dari total pembiayaan. Untuk lebih jelasnya, dapat disimak Tabel 2.5.

² Bagian ini dikutip dari Soekarni, 2014 (hasil elaborasi dari Laporan Tahunan Bank Syariah “Berkah” Tahun 2010). “Berkah” adalah nama samaran untuk bank yang dijadikan sampel penelitian.

Tabel 2.5 Pembiayaan Bank Syariah Berkah Berdasarkan pada Akad (Dalam Juta Rupiah)

Uraian	Desember 2009	Desember 2010*
Murabahah	2.473.721	2.553.092
Mudharabah	84.741	87.327
Musyarakah	516.844	624.820
Lainnya	190.167	293.249

*Periode 19 Juni–31 Desember

Sumber: Laporan Tahunan Bank Syariah Berkah, 2010

Struktur pembiayaan Bank Syariah Berkah sebagaimana ditunjukkan Tabel 2.5 tidak jauh berbeda dengan struktur pembiayaan BUS dan UUS secara keseluruhan, terutama untuk porsi skim *murabahah* dan *musyarakah*. Akan tetapi, porsi skim *mudharabah* Bank Syariah Berkah masih jauh di bawah total porsi skim *mudharabah* BUS dan UUS, yang hampir mencapai 13% pada 2010. Hal ini berkaitan erat dengan strategi dan sektor usaha yang menjadi target pembiayaan Bank Syariah Berkah.

Berdasarkan pada sektor usaha, pembiayaan Bank Syariah Berkah per Desember 2010 disalurkan ke sektor-sektor potensial dan prospektif, seperti jasa dunia usaha sebesar 9,63%, konstruksi 7,43%, dan perdagangan 6,84%. Pembiayaan sektor lain-lain terdiri atas sektor perumahan, kendaraan, alat-alat rumah tangga, dan lainnya. Adapun porsi terbesar terdapat pada subsektor perumahan, yaitu sebesar 79,45% dari total sektor lain-lain. Segmentasi pembiayaan Bank Syariah Berkah dibagi menjadi komersial, retail produktif, retail konsumtif, dan kartu pembiayaan. Strategi penyaluran dana pada 2010 difokuskan pada bisnis retail konsumen. Berikut ini penjelasan mengenai pembiayaan Bank Syariah Berkah.

1. Pembiayaan Komersial

Untuk mendukung pertumbuhan pembiayaan, Bank Syariah Berkah membantu nasabah komersial (menengah) dalam menyalurkan

pembiayaan, baik untuk investasi maupun modal kerja, dengan pembiayaan lebih dari Rp10 miliar. Total pembiayaan komersial yang telah disalurkan kepada nasabah sampai Desember 2010 sekitar Rp672,2 miliar, meningkat sebesar Rp166 miliar dibandingkan saat dilaksanakannya *spin-off*. Porsi pembiayaan komersial adalah sebesar 18,89% dari total pembiayaan Bank Syariah Berkah. Pembiayaan untuk dunia usaha kategori UMB tampaknya termasuk dalam pembiayaan komersial ini.

Berikut ini akan disampaikan beberapa informasi tentang pembiayaan komersial berdasarkan pada hasil wawancara dengan pejabat di kantor pusat Bank Syariah Berkah.

- a) Nilai pembiayaan nonretail (komersial) dikelola di kantor pusat di bawah divisi komersial. Jadi, semua proses persetujuan ada di pusat meskipun mungkin nasabahnya berada di cabang.
- b) Analisis untuk nasabah korporat ini harus lebih tajam dan lebih rumit sehingga tidak bisa disamakan dengan analisis nasabah retail.
- c) Aset Bank Syariah Berkah belum begitu besar, baru sekitar Rp6 triliun. Sementara itu, pembiayaan ke sektor nonretail (komersial) ini nilainya besar. Dari sisi lain, Bank Syariah Berkah masih ingin mengoptimalkan intermediasi ke daerah-daerah untuk pembiayaan mikro dan retail. Oleh karena itu, sementara ini rasio portfolio untuk pembiayaan komersial masih sekitar 20%.
- d) Potensi pembiayaan komersial ini sebenarnya masih sangat besar. Namun, untuk masuk lebih jauh pada segmen ini membutuhkan penanganan yang lebih intensif.
- e) Nasabah korporat lebih sensitif terhadap tingkat margin atau bagi hasil. Sementara itu, pembiayaan pada segmen mikro biasanya tidak terlalu sensitif terhadap margin atau bagi hasil.
- f) Proses pembiayaan mikro lebih sederhana, margin atau bagi hasilnya lebih menguntungkan. Meskipun demikian, pembiayaan mikro membutuhkan SDM lebih banyak karena proses

yang harus dijalankan untuk pembiayaan Rp100 miliar sama saja dengan nasabah yang mengajukan Rp5 miliar. Akan tetapi, untuk pembiayaan yang lebih besar, analisisnya harus lebih tajam dan perangkat analisisnya pun berbeda.

Sektor usaha yang dibiayai mencakup sektor prospektif dan sedang berkembang, seperti pertambangan, konstruksi serta sektor pengangkutan, pergudangan, dan komunikasi. Dalam memberikan pembiayaan kepada nasabah komersial, Bank Syariah Berkah berusaha selektif memilih sektor usaha dan meningkatkan prinsip *prudential banking*. Selain itu, Bank Syariah Berkah berusaha menjaga pembiayaan yang telah berjalan dengan berkomunikasi secara aktif dan berkesinambungan serta melakukan kunjungan secara intensif untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi. Hal ini semata-mata agar dapat meminimalkan risiko dan permasalahan yang mungkin timbul.

Bank Syariah Berkah bekerja sama dengan bank-bank syariah lainnya dalam rangka pembiayaan sindikasi kepada beberapa perusahaan untuk sektor komunikasi, jasa, perdagangan, dan sektor transportasi udara. Total pembiayaan sindikasi per Desember 2010 mencapai Rp92,8 miliar.

2. Pembiayaan Retail Produktif

Pembiayaan retail produktif Bank Syariah Berkah mencakup fasilitas pembiayaan produktif yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif (modal kerja dan investasi) dan disalurkan kepada pengusaha yang baru merintis usahanya. Penyaluran pembiayaan kategori ini didominasi oleh sektor perdagangan. Pembiayaan ini meningkat 31,9% atau sebesar Rp75,438 miliar menjadi Rp311,534 miliar dari pembiayaan pada Juni 2010, yang sebesar Rp236,096 miliar. Produk ini memiliki keunggulan berupa syarat pengajuan yang sederhana dan proses yang cepat. Sementara itu, ada pula pembiayaan yang ditujukan untuk usaha (produktif)

nasabah yang sepenuhnya dikelola oleh cabang dengan pembiayaan mencapai Rp10 miliar. Total pembiayaan retail produktif per Desember 2010 sebesar Rp722,4 miliar atau memiliki porsi 20,3% dari total pembiayaan Bank Syariah Berkah.

3. Pembiayaan Retail Konsumtif

Pembiayaan Retail Konsumtif Bank Syariah Berkah terdiri atas berbagai program. Total pembiayaan retail konsumtif tahun 2010 sebesar Rp2,163 triliun atau memiliki porsi 60,81% dibandingkan total pembiayaan. Pembiayaan ini meningkat sebesar Rp259,2 miliar dalam enam bulan sejak *spin-off*. Adapun pembiayaan pada Desember 2009 sebesar Rp1,851 triliun. Perkembangan pembiayaan retail konsumtif ini dipengaruhi beberapa faktor, antara lain tingginya permintaan konsumen yang didorong oleh meningkatnya daya beli dan kecepatan proses serta besaran angsuran yang relatif terjangkau. Beberapa contoh produk pembiayaan Bank Syariah Berkah yang masuk kategori retail konsumtif, antara lain adalah pembiayaan untuk perumahan dan talangan haji.

Untuk lebih meningkatkan ekspansi pembiayaan retail konsumtif, Bank Syariah Berkah telah mengembangkan sistem otomasi untuk proses pembiayaan retail konsumtif sehingga dapat lebih mempersingkat proses pembiayaan. Selain itu, dilakukan kerja sama dengan pengembang untuk memenuhi kebutuhan rumah bagi para nasabah dengan berbagai pilihan tipe, harga, dan lokasi. Bank Syariah Berkah juga menjalin kerja sama dengan agen properti dalam meningkatkan pemasaran produk perumahan ini. Pada Desember 2010, pembiayaan perumahan Bank Syariah Berkah adalah sebesar Rp1,656 triliun atau mencapai 76,55% dari total pembiayaan retail konsumtif. Pembiayaan perumahan ini telah meningkat lebih dari Rp200 miliar dibandingkan pada Juni 2010, sebesar Rp1,448 triliun. Adapun pada 2009, total portofolio pembiayaan perumahan ini baru sebesar Rp1,394 triliun.

Dalam kaitannya dengan produk talangan haji, nasabah Bank Syariah Berkah yang sudah memiliki tabungan dapat mengajukan fasilitas pembiayaan Talangan Haji. Pembiayaan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan biaya setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang ditentukan oleh Kementerian Agama agar mendapatkan nomor *seat* porsi haji pada pendaftaran ke Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (Siskohat). Total pembiayaan Talangan Haji Bank Syariah Berkah sampai Desember 2010 adalah Rp59,3 miliar atau meningkat Rp22,8 miliar dari pembiayaan Juni 2010, yang sebesar Rp36,5 miliar. Sementara itu, pada Desember 2009 sebesar Rp25 miliar.

Pembiayaan retail konsumtif Bank Syariah Berkah juga melayani pembiayaan kendaraan, pembiayaan fleksi dan multiguna dengan jumlah *outstanding* per Desember 2010 sebesar Rp507,5 miliar, meningkat Rp51,4 miliar dibanding dengan Juni 2010, yang sebesar Rp456 miliar. Pada Desember 2009, pembiayaan lainnya sebesar Rp457 miliar.

Dalam rangka merealisasi visi dan melaksanakan misi Bank Syariah Berkah, manajemen memutuskan kegiatan bisnis pada 2011 masih mempertahankan fokus retail konsumen. Pertimbangan faktor eksternal dan asumsi kondisi ekonomi dalam pemilihan fokus bisnis ini adalah pasar dalam negeri yang masih cukup besar, pertumbuhan pembiayaan konsumen yang konsisten meningkat, dan tingkat NPF konsumen yang cenderung rendah. Pertimbangan faktor internal dalam pemilihan fokus bisnis ini adalah kapabilitas internal Bank Syariah Berkah yang lebih siap mengelola pembiayaan retail konsumen dibandingkan pembiayaan produktif.

Langkah-langkah strategis yang dicanangkan pada 2011 untuk mendukung pencapaian visi dan misi perusahaan serta target 2011, antara lain, sebagai berikut:

- a) Internalisasi budaya kerja Amanah dan Jamaah sehingga larut menjadi perilaku.

- b) Strategi penghimpunan dana dilakukan melalui pengembangan bisnis (akuisisi dan retensi) melalui kerja sama pihak ketiga dan unit bisnis; pengembangan dan pelaksanaan program-program seperti *loyalty*, hadiah, dan promo.
- c) Pembentukan tim penjualan kantor cabang syariah dan *delivery channel*, pengembangan fitur produk, dan komunikasi pemasaran.
- d) Peningkatan *fee based income*, antara lain melalui pengembangan pengiriman uang dan perdagangan (*remittance & trade finance*).
- e) Strategi pengembangan pembiayaan melalui pengembangan *outlet micro banking* sebagai bagian dari organisasi kantor cabang, pengembangan kerja sama dengan institusi bisnis, implementasi EFO di kantor cabang syariah yang baru, pengembangan *outlet rahn*, pengembangan produk dan fitur produk, *club deal* dengan induk perusahaan, sindikasi dengan bank umum syariah lainnya serta optimalisasi kapabilitas SDM pembiayaan.
- f) Strategi peningkatan kualitas pembiayaan dilakukan melalui peningkatan kualitas advis pembiayaan, peningkatan pemanfaatan pembiayaan, optimalisasi *Unit Collection & Remedial*, dan pelatihan *Collection & Recovery*.

Kualitas pembiayaan yang disalurkan Bank Syariah Berkah di 2010 berdasarkan pembiayaan bermasalah (*non-performing financing/ NPF*) pada 2009 agak menurun. NPF pada Desember 2009 sebesar 2,35%. Namun, NPF (*gross*) per Desember 2010 Bank Syariah Berkah mencapai 3,59%, turun 0,58% dibandingkan Juni 2010, yang sebesar 4,17%. Penurunan kinerja produk-produk pembiayaan tersebut perlu menjadi perhatian agar tidak berkembang menjadi masalah yang lebih serius.

H. PENUTUP

Kehadiran perbankan syariah telah ikut berkontribusi nyata dalam memperluas akses pembiayaan kepada dunia usaha dan masyarakat

luas pada umumnya. Perkembangan pembiayaan BUS dan UUS secara makro cukup menggembirakan. Hal ini, antara lain ditunjukkan oleh laju pertumbuhan pembiayaan yang relatif lebih cepat dibandingkan laju pertumbuhan kredit perbankan konvensional dan nilai pembiayaan bermasalah masih berada dalam batas aman yang ditetapkan BI.

Namun, ada beberapa catatan yang perlu mendapat perhatian pemerintah dan pihak manajemen perbankan syariah. *Pertama*, alokasi pembiayaan untuk konsumsi telah mengalami pertumbuhan relatif lebih cepat dibandingkan pembiayaan untuk modal kerja dan konsumsi. Hal ini menyebabkan porsi pembiayaan konsumsi mulai mendominasi struktur pembiayaan BUS dan UUS semenjak 2011 sehingga porsi pembiayaan untuk menopang kegiatan produktif mulai berkurang. *Kedua*, skim pembiayaan masih didominasi oleh akad berbasis perdagangan, terutama *murabahah*. Meskipun hal ini tidak salah secara hukum dan ketentuan fikih, idealnya yang didorong lebih cepat adalah akad berbasis penyertaan modal sehingga kontribusi perbankan syariah menjadi lebih berarti dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pendapatan. *Ketiga*, pada awalnya pembiayaan menurut kelompok penerima terkonsentrasi pada UKM. Namun, pada perkembangan berikutnya mulai berimbang, dan terakhir telah didominasi oleh kelompok selain UKM. *Keempat*, proporsi pembiayaan yang disalurkan kepada sektor jasa masih terlalu besar sehingga penyaluran ke sektor *tradable*, seperti pertanian, pertambangan, dan perindustrian, masih perlu ditingkatkan.

Sementara itu, karakteristik pembiayaan yang disalurkan oleh Bank Syariah Berkah hampir sejalan dengan gambaran dan karakteristik pembiayaan BUS dan UUS secara keseluruhan. Nilai pembiayaan Bank Syariah Berkah telah tumbuh cukup signifikan, tetapi sumbangannya pada total pembiayaan BUS dan UUS masih relatif kecil. Skim pembiayaan sangat didominasi oleh akad *murahabah*. Adapun porsi akad *mudharabah* masih sangat kecil dan jauh di bawah porsi akad *mudharabah* BUS dan UUS. Hal ini terkait

erat dengan strategi yang dijalankan Bank Syariah Berkah dalam pembiayaan yang lebih fokus pada bisnis retail konsumtif. Sementara itu, pembiayaan untuk UMB masih relatif kecil, yaitu di bawah 20%, meskipun potensi pembiayaan untuk segmentasi menengah besar cukup tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain masih relatif kecilnya aset yang dimiliki Bank Syariah Berkah; analisis kelayakan untuk pembiayaan UMB harus lebih tajam dan lebih rumit; keinginan mengoptimalkan intermediasi ke daerah-daerah untuk pembiayaan mikro dan retail; serta margin atau bagi hasilnya yang kurang menarik dibandingkan margin yang dijanjikan pembiayaan retail untuk UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Asaad, Mhd. 2011. "Peningkatan Peranan Perbankan Syariah untuk Pembiayaan Usaha Pertanian." *MIQOT* XXXV (1).
- Bank Indonesia. 2015. "Statistik Perbankan Syariah (*Islamic Banking Statistics*).". www.bi.go.id. Diunduh pada 29 Februari 2016.
- Chotim, Erna E., dan Juni Thamrin (ed). 1997. *Diskusi Ahli: Pemberdayaan & Replikasi Aspek Finansial Usaha Kecil di Indonesia*. Bandung: Akatiga.
- Hidayat, Agus Syarip. 2008. "Permasalahan dan tantangan UMKM Bidang Jasa Pendukung Sektor Pariwisata di DI Yogyakarta." Dalam *Peran Intermediasi Perbankan dalam Pemberdayaan UMKM*, diedit oleh Teddy Lesmana. Jakarta: LIPI.
- Hidayat, Agus S. 2009. "Peranan Bank Umum Syariah dalam Mendorong Perkembangan Sektor Riil." Dalam *Peranan dan Tantangan Perbankan Syariah dalam Mengembangkan Sektor Riil (Studi Kasus UMKM Sektor Pertanian, Industri dan Jasa Komersial)*, diedit oleh M. Soekarni. Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi LIPI.
- Machmud, Amir, dan Rukmana. 2010. *Bank Syariah: Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Perwataatmadja, Karnaen A., dan Hendri Tanjung. 2007. *Bank Syariah: Teori, Praktik, dan Peranannya*. Jakarta: Celestial Publishing.

- Poetry, Zakiyah D., dan Yulizar D. Sanrego. 2011. "Pengaruh Variabel Makro dan Mikro terhadap NPL Perbankan Konvensional dan NPL Perbankan Syariah." *Islamic Finance & Business Review* 6 (2).
- Sanrego, Yulizar D., dan Aam S. Rusydiana. 2009. "Peran Perbankan Syariah dalam Mendorong Agro Investasi." *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 13 (2).
- Soekarni, Muhammad. 2014. "Dinamika Pembiayaan Perbankan Syariah dalam Mengembangkan Dunia Usaha." *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* 22 (1).

BAB III

KUALITAS PELAYANAN PEMBIAYAAN SEKTOR USAHA MENENGAH DAN BESAR

 Yeni Saptia

A. PENGANTAR

Sebagaimana diketahui, salah satu permasalahan yang dialami perbankan syariah adalah masih terbatasnya pembiayaan yang disalurkan kepada usaha berskala menengah dan besar. Selama ini perbankan syariah lebih banyak mengalokasikan pembiayaan ke UKM dibandingkan pembiayaan untuk usaha skala menengah dan besar. Hal ini menjadi perhatian penting mengapa perbankan syariah jauh lebih intensif membidik pasar usaha kecil dan menengah daripada usaha skala menengah dan besar. Padahal, usaha berskala menengah dan besar memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan seiring dengan semakin ketatnya persaingan antara perbankan konvensional dan perbankan syariah.

Eksistensi perbankan syariah sebagai salah satu perusahaan jasa keuangan perbankan juga sangat bergantung pada produk dan pelayanan yang mampu diberikan kepada nasabahnya. Hal ini tidak dapat dimungkiri, karena nasabah memiliki posisi yang penting dalam menentukan keberlangsungan perbankan syariah. Oleh sebab itu, diperlukan strategi perbankan syariah untuk menarik minat para pelaku usaha menengah dan besar dengan memberikan nilai tambah dan pelayanan yang maksimal bagi nasabahnya.

Bank Syariah Berkah merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perbankan syariah yang berdiri sejak 2000. Berkat usaha serta penerapan nilai-nilai (*values*) dan keyakinan (*beliefs*), Bank Syariah Berkah kini semakin maju dan berkembang pesat. Dalam rangka meningkatkan nilai tambah dan kepuasan bagi nasabahnya, terutama bagi para pelaku usaha menengah dan besar, kajian mengenai pengukuran kualitas pelayanan pada Bank Syariah Berkah perlu dilakukan. Pengukuran kualitas pelayanan suatu perusahaan dapat dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan dengan menilai faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kepuasan pelanggannya.

Berdasarkan pada penelitian Parasuraman dkk. (1994), terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu assurance (keyakinan), reliability (keandalan), tangibles (fisik nyata), empathy (empati), dan responsiveness (daya tanggap). Kemudian, Othman dan Owen (2001) menambahkan unsur *compliance with Islamic law* pada dimensi kualitas pelayanan sebagai syarat produk dan jasa islami/syariah pada perbankan syariah. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dengan meningkatkan mutu pelayanan, Bank Syariah Berkah diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan citra baiknya di mata masyarakat.

Kualitas pelayanan Bank Syariah Berkah dalam menawarkan produk pembiayaan kepada nasabahnya, khususnya pelaku usaha menengah dan besar, akan meningkat apabila didasarkan pada kepentingan nasabah dan kinerja dari perbankan tersebut. Kinerja perbankan syariah dan kepuasan nasabah merupakan salah satu kesatuan yang sulit dipisahkan, sebab kinerja suatu perbankan syariah berpengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan nasabahnya.

Oleh karena itu, kinerja Bank Syariah Berkah dapat ditingkatkan dengan mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan yang telah diperoleh nasabah yang bergerak di sektor usaha skala menengah dan besar. Kepuasan konsumen ini dapat didefinisikan sebagai tingkat

perasaan seseorang dengan cara membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah menggunakan suatu produk dengan harapannya sebelum menggunakan produk, yang pada akhirnya akan menimbulkan perasaan puas atau tidak puas. Kepuasan maksimal dicapai oleh konsumen apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan muncul apabila layanan yang diberikan masih belum dapat memenuhi apa yang diharapkan konsumen (Kotler 1997).

Untuk mengetahui sampai sejauh mana tingkat kepuasan nasabah, khususnya para pelaku usaha menengah dan besar, terhadap kualitas pembiayaan yang ditawarkan Bank Syariah Berkah maka penelitian ini menggunakan analisis *importance-performance analysis* (IPA), sebagaimana dijelaskan oleh Martila dan James (1977, 77–79). IPA adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk membandingkan penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan dari kualitas layanan (harapan) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (tingkat kepuasan). Dimensi kualitas layanan yang dipakai dalam penelitian ini adalah kualitas layanan yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1994) serta Othman dan Owen (2001). Analisis ini menggunakan rata-rata hasil penilaian keseluruhan nasabah yang kemudian digambarkan ke dalam *importance-performance matrix* atau sering disebut Diagram Kartesius, dengan sumbu absis (X) adalah tingkat kepuasan dan sumbu ordinat (Y) adalah tingkat kepentingan/harapan.

Berdasarkan pada latar belakang di atas, bab ini akan menjelaskan bagaimana kualitas pelayanan oleh Bank Syariah Berkah dalam memberikan pembiayaan kepada nasabah, khususnya para pelaku usaha menengah dan besar serta faktor-faktor apa saja yang memiliki peranan penting dalam memberikan kepuasan bagi nasabahnya. Namun, sebelum menjawab pertanyaan tersebut, akan diuraikan terlebih dahulu bagaimana konsep kualitas pelayanan ditinjau dari perspektif Islam serta karakteristik nasabah yang menerima pembiayaan dari Bank Syariah Berkah, khususnya para pelaku usaha menengah dan besar yang menjadi responden dalam penelitian ini.

B. KUALITAS PELAYANAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Dalam dunia perbankan, kepuasan nasabah adalah faktor kunci yang memberikan kontribusi bagi kesuksesan suatu bank. Kolektivitas sifat, sikap, dan perilaku dari para karyawan dalam layanan perbankan memiliki potensi yang sangat besar untuk menciptakan kepuasan pelanggan karena adanya kontak langsung dari para karyawan dengan nasabah. Demikian juga Islam mengajarkan, apabila ingin memberikan hasil usaha, baik berupa barang maupun pelayanan/jasa kepada orang lain, hendaknya memberikan yang berkualitas baik, jangan memberikan yang buruk, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ
وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَفِيرٌ
حَمِيدٌ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu, dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji.”

Memberikan pelayanan yang berkualitas kepada orang lain merupakan hal yang penting karena pelayanan tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Pelayanan mengandung arti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga dalam penyampaian perlu

mengenai *heart share* konsumen, yang pada akhirnya dapat memperkokoh posisi dalam *mind share* konsumen. Dengan adanya *heart share* dan *mind share* yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan (Gunara dan Utus 2006).

Salah satu dimensi kualitas pelayanan jasa perbankan adalah fisik nyata (*tangibles*), yang berupa fasilitas fisik, misalnya fasilitas gedung yang memadai, ketersediaan mesin ATM, dan sarana-prasarana lainnya. Mazhab *mainstream* dalam Karim (2003) menjelaskan bahwa perbedaan ekonomi Islam dengan konvensional terletak pada cara menyelesaikan suatu masalah. Dalam ekonomi konvensional, pilihan didasarkan pada selera pribadi masing-masing. Manusia boleh mempertimbangkan tuntunan agama, boleh juga mengabaikan. Sementara dalam ekonomi Islam, keputusan pilihan ini tidak dapat dilakukan semaunya saja. Semua perilaku harus mengikuti panduan Allah Swt. melalui Al-Qur'an dan hadis. Fasilitas dalam Islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan. Perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya, yakni ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik, hendaknya tidak menonjolkan kemewahan.

Adapun fasilitas yang diberikan dalam melakukan pelayanan akan terlihat semu tanpa adanya *reliability* (keandalan) dari pelaku bisnis. Keandalan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketepatan dalam memenuhi janji secara akurat dan tepercaya. Allah sangat menganjurkan agar setiap umatnya selalu menepati janji yang telah ditetapkan, seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 91 berikut ini:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ
تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا
تَفْعَلُونَ



Artinya:

“Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.”

Ayat di atas menjelaskan bahwa setiap manusia diwajibkan menepati janji yang telah ditetapkan. Demikian juga pelaku bisnis, baik janji yang ditetapkan secara langsung maupun janji-janji dalam bentuk promosi, semuanya harus ditepati dan sesuai dengan kenyataan. Penawaran promosi atau iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan berarti telah mengingkari janji yang ditetapkan, dan hal ini telah mengandung unsur penipuan yang akan merugikan konsumen. Pelanggan lebih loyal terhadap perusahaan yang selalu menepati janji daripada perusahaan yang banyak menawarkan promosi mewah, tetapi tidak sesuai dengan kenyataan.

Kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari daya tanggap (*responsiveness*) karyawan, yakni karyawan memiliki kemauan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, akan tercermin pelaku bisnis yang bersikap profesional. Gunara dan Utus (2006) menjelaskan bahwa kecepatan dalam bergerak adalah hal yang utama dalam memasarkan produk dan jasa. Islam menganjurkan agar setiap pelaku bisnis bersikap profesional, yakni dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyalahgunakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya. Hal ini sebagaimana terdapat dalam hadis Rasulullah saw yang diriwayatkan oleh Bukhari, yang artinya:

“Apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang: bagaimana caranya menyalahgunakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya.”

Hadis di atas menjelaskan bahwa setiap manusia hendaknya tidak menyalahgunakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya dan dapat bekerja sesuai dengan keahliannya dengan baik. Ketika pelaku bisnis sesuai dengan keahliannya (kompeten) bekerja secara tanggap (cepat dan tepat) dalam memberikan pelayanan, pelanggan akan memperoleh kepuasan. Sikap profesionalisme dan kompeten terhadap sebuah pekerjaan adalah dua hal yang saling berkaitan, tetapi kadang ada individu yang memaksakan diri menjalankan sebuah pekerjaan yang bukan bidangnya (sesuatu yang dikuasai dengan baik) sehingga yang terjadi adalah kerugian, baik dari sisi waktu pelaksanaan pekerjaan maupun kerugian materiil.

Adanya keyakinan (*assurance*) juga dapat menunjukkan nilai plus tersendiri bagi perusahaan terhadap pelayanan yang diberikan. Keyakinan ini dapat ditunjukkan melalui pengetahuan, kesopansantunan, rasa aman, rasa percaya serta bebas dari bahaya dan risiko yang dapat diberikan karyawan kepada pelanggan. Sebagaimana Karim (2003) menjelaskan bahwa baik-buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses atau gagalnya bisnis yang dijalankan. Al-Qur'an Surat Ali Imran ayat 159 menjelaskan:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِنْ لَّهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ^ط وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ط إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya:

"Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah

membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.”

Berdasarkan pada ayat di atas, setiap manusia dituntut untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada di sampingnya. Apalagi dalam pelayanan, ketika konsumen dihadapkan pada banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemah-lembutannya, konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

Selain empat hal di atas, kualitas pelayanan dapat dilihat dari faktor prinsip syariah (*compliance*) dan empati (*empathy*). Perbedaan antara perbankan syariah dan perbankan konvensional terletak pada adanya prinsip-prinsip syariat Islam dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Islam melarang adanya transaksi yang mengandung *riba*, *gharar*, dan *maisir*. Oleh sebab itu, dalam aktivitas bisnis perbankan syariah, sistem bunga sangat diharamkan dan diganti dengan sistem bagi hasil, sebab bunga adalah *riba*, yang merupakan dosa berat yang diharamkan Allah Swt. Di antara sederetan dosa berat itu, *riba* tergolong dosa yang besar, dan Allah mengancam para pelakunya dengan perang melawan Allah dan Rasul, sebagaimana tertera dengan jelas dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 279:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَإِنْ تُبْتِغُوا
فَلََكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya:

”Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu, dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba) maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.”

Ayat di atas menjelaskan bahwa apabila masih terdapat perilaku masyarakat umum ataupun nasabah khususnya, yang tetap mengambil riba dalam transaksi muamalahnya, Allah Swt. mengancam mereka dengan menempatkan mereka sebagai penghuni neraka yang kekal, sebagaimana yang dijelaskan Allah Swt. dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي
يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ
الرِّبَا ۖ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن
رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ
أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya:

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual-beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah

diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”

Selanjutnya, faktor empati dapat diberikan oleh karyawan kepada pelanggan/konsumen melalui kemudahan dalam melakukan hubungan bisnis, komunikasi yang baik serta sikap membantu dan memahami kebutuhan para pelanggan. Dalam Islam, sikap empati merupakan wujud dari kemauan karyawan untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dengan senang hati dalam melakukan transaksi. Kesiadaan staf bank dalam memberikan perhatian dan bantuan bagi nasabah tentunya dapat meningkatkan persepsi dan sikap yang positif nasabah terhadap layanan pada bank tersebut. Hal ini akan berimplikasi pada meningkatnya tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap bank. Berkaitan dengan empati, hadis Nabi Muhammad saw yang diriwayatkan oleh Bukhori dan Muslim menyatakan:

“Abu Musa al-Asy'ary ra. berkata: bersabda Nabi saw, ‘Seorang muslim yang menjadi bendahara (kasir) yang amanat, yang melaksanakan apa-apa yang diperintahkan kepadanya dengan sempurna dan suka hati, memberikannya kepada siapa yang diperintahkan memberikannya, maka bendahara itu termasuk salah seorang yang mendapat pahala bersedekah.”

Hadis tersebut menjelaskan bahwa segala sesuatu yang diamanatkan kepada setiap manusia hendaknya dikerjakan dengan sebaik-baiknya dan senang hati. Begitu juga karyawan yang telah diamanati untuk memberikan pelayanan, hendaknya memberikan pelayanan yang baik, penuh perhatian, dan rela membantu pelanggan dengan ikhlas. Merujuk pada penjelasan beberapa dalil di atas maka penelitian ini menggunakan enam dimensi kualitas pelayanan beserta indikator-indikatornya yang dapat ditampilkan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Dimensi dan Indikator CARTER

No	Dimensi	Indikator
1	<i>Compliance</i> (prinsip syariah)	Pembiayaan berdasarkan pada prinsip Islam.
		Tidak menggunakan sistem bunga.
		Sistem bagi hasil.
		Jumlah produk pembiayaan.
2	<i>Assurance</i> (keyakinan)	Tim manajemen memiliki pengetahuan dan pengalaman.
		Jaringan bank syariah yang luas dan mudah dijangkau.
		Keramahan dan kesopanan karyawan dalam menawarkan produk pembiayaan.
3	<i>Reliability</i> (Keandalan)	Kelengkapan informasi tentang jenis pembiayaan.
		Tingkat bagi hasil yang sesuai.
		Sistem pelaporan pembiayaan yang baik.
		Reputasi dan <i>image</i> bank yang baik.
4	<i>Tangible</i> (Fisik Nyata)	Manajemen yang baik dan dapat dipercaya.
		Fasilitas gedung yang memadai.
		Layanan cepat dalam bertransaksi.
		Bank memiliki dokumentasi catatan yang baik terhadap transaksi pembiayaan.
5	<i>Empathy</i> (Empati)	Lingkungan luar yang mendukung (kebijakan BI, pemerintah, dll).
		Fleksibilitas pembayaran angsuran pembiayaan.
		Biaya pelayanan pembiayaan yang rendah.
6	<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	Layanan yang khusus terhadap nasabah pembiayaan.
		Kemudahan prosedur pembiayaan.
		Produk pembiayaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.
		Pengawasan dan pendampingan yang baik bagi nasabah pembiayaan.
		Melayani pembiayaan bagi nasabahnya dengan jujur.

C. GAMBARAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

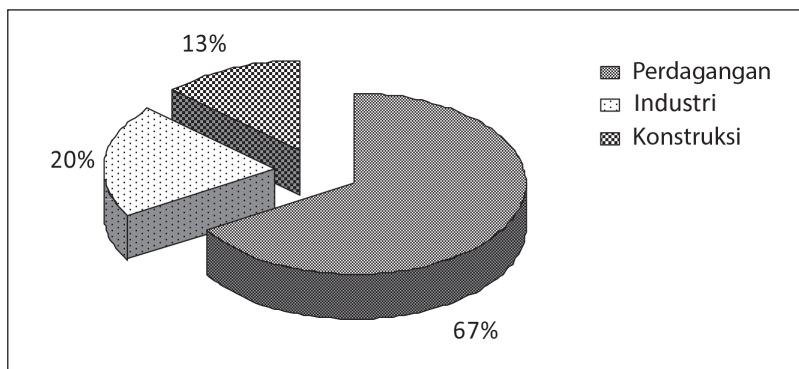
Jumlah responden dalam penelitian yang dilakukan masih relatif sedikit, yaitu 15 orang. Seluruh responden tersebut adalah nasabah Bank Syariah Berkah yang memiliki usaha skala menengah dan besar. Sebesar 60% responden adalah para pelaku usaha yang telah menggeluti usahanya lebih dari 2 tahun (> 2 tahun), sedangkan sisanya (40%) usia usahanya masih kurang dari 2 tahun (≤ 2 tahun).

Sementara itu, ditinjau dari usianya, para pelaku usaha menengah dan besar yang menjadi responden paling dominan berusia 41–50 tahun dengan tingkat persentase sebesar 73%. Rentang usia tersebut masih tergolong produktif, dan biasanya telah memiliki banyak pengalaman dalam berusaha. Adapun responden yang berusia 31–40 tahun hanya sebesar 20%, begitu juga responden yang berusia lebih dari 50 tahun (> 50 tahun) hanya sebanyak 7%. Lalu, tingkat pendidikan responden mayoritas merupakan sarjana lulusan perguruan tinggi sebesar 80%, sedangkan responden yang lulusan SMU/SMK sebesar 20%.

Karakteristik lain yang perlu ditampilkan adalah jenis produk pembiayaan yang didapatkan responden. Sebanyak 60% responden menerima pembiayaan modal kerja, sedangkan 40% lainnya mendapatkan pembiayaan modal investasi. Sementara itu, berdasarkan pada jenis usaha, mayoritas responden (67%) bergerak di bidang perdagangan. Responden yang berusaha di bidang perindustrian sebesar 20%, dan sisanya (13%) berusaha di bidang konstruksi (Gambar 3.1).

D. IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)

IPA mempunyai fungsi utama memberikan informasi mengenai faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat memengaruhi kepuasan dan loyalitas serta faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepen-



Sumber: Data Primer P2E Tahun 2011, diolah

Gambar 3.1 Data Responden Menurut Jenis Usaha

tingan dan tingkat kepuasan dalam diagram kartesius sebagaimana terlihat pada Gambar 3.2. Di dalam diagram kartesius, terdapat dua buah variabel yang diwakili \bar{X} dan \bar{Y} . \bar{X} merupakan tingkat kinerja perbankan syariah dalam memberikan kepuasan nasabah, sedangkan \bar{Y} merupakan tingkat kepentingan nasabah. Adapun rumus yang digunakan adalah

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

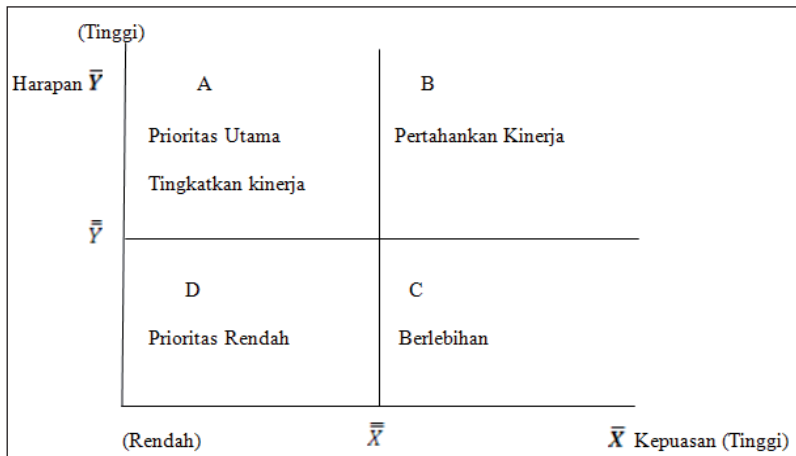
\bar{X} = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang terbagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X} , \bar{Y}). Adapun \bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau indikator, sedangkan \bar{Y} adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor atau indikator yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Rumus selanjutnya adalah

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}}{K}$$



Sumber: Brandt, 2000

Gambar 3.2 Pembagian Kuadran IPA

K = Banyaknya indikator/atribut yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, unsur-unsur kualitas pelayanan tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat kuadran ke dalam diagram kartesius IPA dengan penjelasannya sebagai berikut.

1. Kuadran A: “Tingkatkan Kinerja” (tingkat harapan tinggi dan tingkat kepuasan rendah). Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor yang sangat penting oleh nasabah. Namun, kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak manajemen bank berkewajiban mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja berbagai faktor tersebut. Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas utama untuk ditingkatkan.
2. Kuadran B: “Pertahankan Kinerja” (tingkat harapan tinggi dan tingkat kepuasan tinggi). Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap penting sebagai faktor penunjang bagi kepuasan nasabah sehingga pihak manajemen bank berkewajiban memastikan bahwa kinerja perbankan yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.

3. Kuadran C: “Cenderung Berlebihan” (tingkat harapan rendah dan tingkat kepuasan tinggi). Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting. Namun, dalam pelaksanaannya dianggap berlebihan sehingga pihak manajemen bank perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan, misalnya di kuadran A.
4. Kuadran D: “Prioritas Rendah” (tingkat harapan rendah dan tingkat kepuasan rendah). Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi nasabah sehingga pihak manajemen bank tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian terhadap faktor-faktor tersebut.

Data pada Tabel 3.2 menunjukkan hasil rata-rata persepsi, harapan, dan kesenjangan kualitas pelayanan tiap dimensi (variabel). Perbandingan nilai rata-rata persepsi kepuasan nasabah terhadap harapannya masih menunjukkan kesenjangan negatif pada semua dimensi yang diukur. Nilai rata-rata persepsi kepuasan nasabah dimensi prinsip syariah sebesar 3,65, sedangkan nilai rata-rata harapan nasabahnya sebesar 4,23. Dengan demikian, nilai kesenjangan rata-rata terhadap dimensi prinsip syariah adalah -0,58. Kesenjangan negatif ini menunjukkan bahwa harapan nasabah terhadap dimensi prinsip syariah yang diterapkan pada Bank Syariah Berkah lebih tinggi dibandingkan yang dipersepsikan selama ini.

Adapun nilai rata-rata persepsi kepuasan nasabah mengenai dimensi keyakinan sebesar 3,44 dan nilai rata-rata harapan nasabah sebesar 4,36 sehingga terdapat nilai kesenjangan rata-rata sebesar -0,91. Kesenjangan negatif ini menunjukkan bahwa harapan nasabah akan dimensi keyakinan lebih tinggi dibandingkan yang dipersepsikan. Nilai rata-rata persepsi kepuasan nasabah akan dimensi keandalan sebesar 3,77, sedangkan nilai rata-rata harapan nasabah sebesar 4,55.

Tabel 3.2 Nilai Rata-rata Persepsi, Harapan, dan Kesenjangan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Berkah (BSB)

No	Dimensi	Nilai		
		Persepsi	Harapan	Kesenjangan
1	<i>Compliance</i> (prinsip syariah)	3,65	4,23	-0,58
2	<i>Assurance</i> (keyakinan)	3,44	4,36	-0,91
3	<i>Reliability</i> (keandalan)	3,77	4,55	-0,77
4	<i>Tangible</i> (fisik nyata)	3,40	4,23	-0,83
5	<i>Empathy</i> (empati)	3,29	4,24	-0,96
6	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	3,57	4,47	-0,90
Rata-rata		3,52	4,35	-0,83

Sumber: Data Primer P2E Tahun 2011, diolah

Nilai kesenjangan rata-rata terhadap dimensi keandalannya sebesar -0,77. Kesenjangan negatif ini menunjukkan bahwa harapan nasabah akan dimensi keandalan lebih tinggi dibandingkan yang dirasakan selama ini.

Begitu juga yang terjadi pada dimensi fisik yang nyata, yang memiliki nilai rata-rata sebesar 3,40, namun nilai rata-rata harapannya sebesar 4,23. Nilai kesenjangan rata-rata terhadap dimensi fisik nyata sebesar -0,83 menunjukkan bahwa harapan nasabah akan dimensi ini lebih tinggi dibandingkan yang dipersepsikan. Nilai rata-rata persepsi kepuasan nasabah pada dimensi empati sebesar 3,29, sedangkan nilai rata-rata harapan nasabah sebesar 4,24. Nilai kesenjangan rata-rata pada dimensi empati sebesar -0,96 menunjukkan bahwa harapan nasabah akan dimensi empati lebih tinggi dibandingkan apa yang dipersepsikan. Nilai rata-rata persepsi kepuasan nasabah terhadap dimensi daya tanggap sebesar 3,57, sedangkan nilai rata-rata harapannya sebesar 4,47. Dengan demikian, diperoleh nilai kesenjangan rata-rata sebesar -0,90. Artinya, harapan nasabah akan dimensi daya tanggap lebih tinggi dibandingkan yang dipersepsikan.

Nilai rata-rata persepsi kepuasan nasabah terhadap keenam dimensi secara keseluruhan sebesar 3,52 dan nilai rata-rata harapan terhadap nasabah keenam dimensi tersebut sebesar 4,35. Dengan demikian, nilai kesenjangan rata-rata terhadap keenam dimensi sebe-

sar -0,83. Adanya kesenjangan tersebut memberikan indikasi bahwa pelayanan Bank Syariah Berkah dalam memberikan pembiayaan kepada nasabah yang memiliki usaha menengah dan besar selama ini belum memuaskan nasabahnya.

Untuk mengetahui urutan komponen-komponen dari dimensi kualitas yang menjadi prioritas maka digunakan perhitungan tingkat kesesuaian berdasarkan pada persentase perbandingan nilai kerja dengan tingkat kepentingan komponen menurut penilaian responden. Menurut Martila dan James (1997), model analisis tingkat kesesuaian antara persepsi dan harapan terdiri atas beberapa tingkatan, yaitu (1) jika persentase tingkat kesesuaian pada interval 0–49%, berarti tidak sesuai; (2) kisaran 50–59%, berarti kurang sesuai; (3) kisaran 60–79%, berarti cukup sesuai; serta (4) bila berada pada kisaran 80–100%, berarti antara persepsi dan harapan telah sesuai.

Berdasarkan pada Tabel 3.3, dapat dilihat bahwa persentase tingkat kesesuaian antara persepsi dan harapan pada tiap dimensi berbeda-beda. Secara keseluruhan, tingkat kesesuaian yang terjadi antara persepsi dan harapan adalah cukup sesuai dengan nilai rata-rata secara keseluruhan sebesar 74,99%. Secara terperinci, dimensi yang memiliki tingkat kesesuaian paling tinggi berkisar 80–100%, antara lain adalah dimensi prinsip syariah dan fisik nyata.

Tabel 3.3 Tingkat Kesesuaian antara Persepsi dan Harapan Dimensi

No	Dimensi	Skor Persepsi	Skor Harapan	Tingkat Kesesuaian (%)
1	<i>Compliance</i> (prinsip syariah)	219	254	86,22
2	<i>Assurance</i> (keyakinan)	155	196	79,08
3	<i>Reliability</i> (keandalan)	229	341	67,16
4	<i>Tangible</i> (fisik nyata)	204	254	80,31
5	<i>Emphaty</i> (empati)	148	191	77,49
6	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	160	268	59,70
Rata-rata		1115	1504	74,99

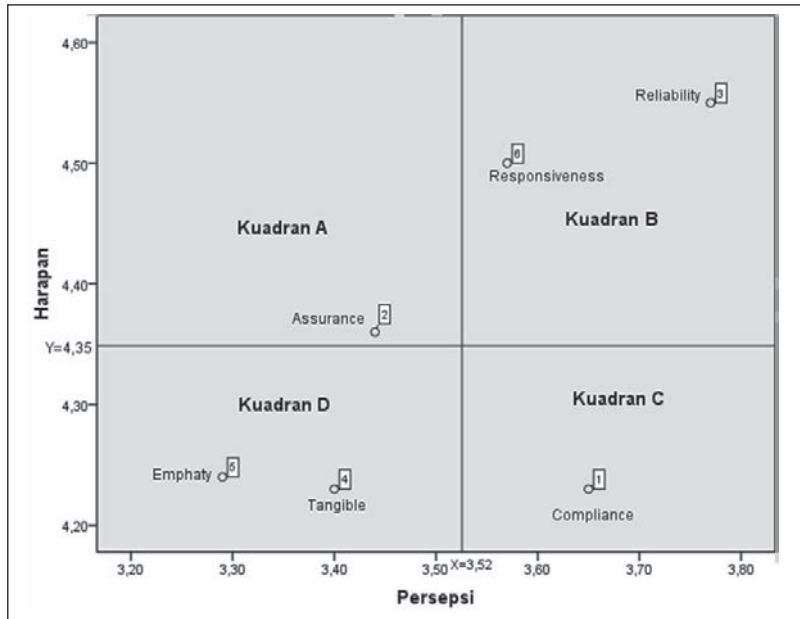
Sumber: Data Primer P2E Tahun 2011, diolah

Sementara itu, dimensi yang memiliki tingkat kesesuaian paling rendah di antara keenam dimensi adalah dimensi daya tanggap, yakni sebesar 59,70%. Artinya, antara persepsi dan harapannya kurang sesuai. Hal ini mengisyaratkan bahwa dimensi daya tanggap perlu mendapat perhatian dari pihak bank dalam memberikan masukan dan arahan kepada karyawannya mengenai keramahan, kesopanan, dan kemampuan dalam memberikan pelayanan pembiayaan bagi nasabahnya. Adapun dimensi yang memiliki tingkat kesesuaian 60–79%, antara lain adalah dimensi empati, keyakinan, dan keandalan. Pada ketiga dimensi tersebut, antara persepsi dan harapannya cukup sesuai sehingga perlu diperhatikan oleh pihak perbankan untuk lebih ditingkatkan.

Oleh karena itu, keempat kuadran untuk dimensi prinsip syariah terbentuk dengan menarik garis vertikal pada titik 3,52 sumbu horizontal dan garis horizontal pada titik 4,35 sumbu vertikal. Hal ini berdasarkan pada nilai rata-rata total harapan, yang sebesar 4,35, dan nilai rata-rata total persepsi sebesar 3,52.

Berdasarkan pada hasil analisis IPA yang terlihat pada Gambar 3.3, dalam gabungan enam dimensi kualitas pelayanan Bank Syariah Berkah ketika menawarkan produk pembiayaan untuk usaha menengah dan besar, tampak bahwa dimensi yang terletak pada kuadran A adalah dimensi keyakinan. Artinya, dimensi keyakinan merupakan faktor yang harus diprioritaskan oleh Bank Syariah Berkah dalam menawarkan produk pembiayaannya karena dinilai sangat penting oleh responden. Namun, dalam pelaksanaannya, menurut responden, dimensi keyakinan tersebut masih kurang memuaskan.

Dimensi kualitas pelayanan yang terletak dalam kuadran B adalah daya tanggap dan keandalan. Hal ini mengindikasikan bahwa kedua dimensi tersebut merupakan faktor yang dianggap penting oleh nasabah dan pelaksanaannya selama ini dianggap sudah sesuai dengan yang dirasakan nasabah. Oleh sebab itu, dimensi yang masuk kuadran ini harus tetap dipertahankan oleh Bank Syariah Berkah



Sumber: Data Primer P2E Tahun 2011, diolah

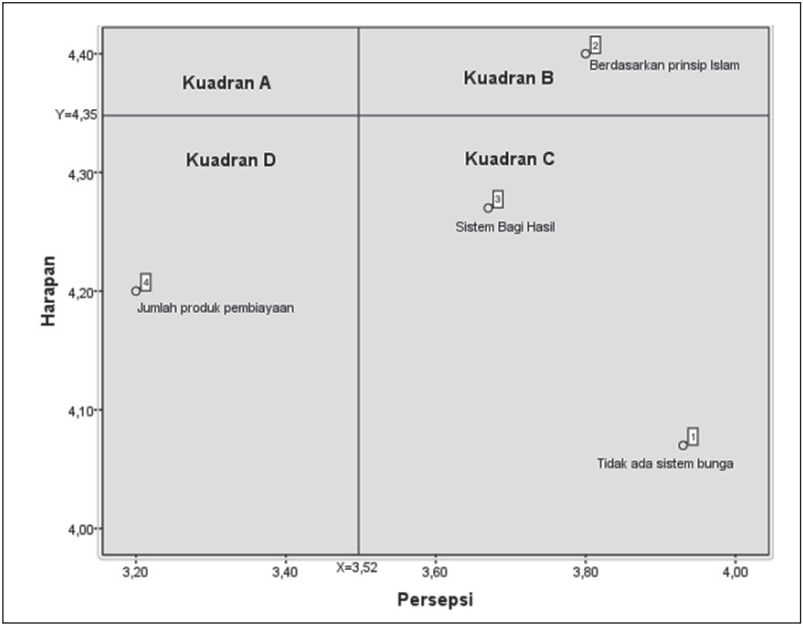
Gambar 3.3 Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan Bank Syariah Berkah (BSB) Berdasarkan pada Enam Dimensi

dalam menawarkan produk pembiayaannya, terutama bagi para pelaku usaha berskala menengah dan besar.

Selanjutnya, dalam kuadran C, terdapat dimensi prinsip syariah, yang berarti faktor tersebut dianggap kurang penting oleh nasabah, dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa atau kurang memuaskan. Dimensi yang masuk kuadran tersebut dapat dipertimbangkan kembali oleh Bank Syariah Berkah dalam menawarkan produk pembiayaannya karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh nasabah sangat kecil. Sementara itu, dimensi empati dan fisik nyata, yang terletak pada kuadran D, menjelaskan bahwa kedua faktor tersebut dianggap kurang penting oleh nasabah dan dalam pelaksanaannya oleh Bank Syariah Berkah hanya biasa-biasa saja atau kurang memuaskan.

Penjelasan berikutnya diarahkan pada diagram kartesius untuk masing-masing dimensi. Sebagaimana terlihat pada Gambar 3.4, dimensi prinsip syariah mengandung beberapa faktor, antara lain “prinsip-prinsip Islam” yang terletak pada kuadran B serta dua faktor yang terletak pada kuadran C, yaitu “sistem bagi hasil” dan “tidak ada sistem bunga”. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Berkah dengan berdasarkan pada prinsip-prinsip Islam merupakan faktor yang dianggap penting oleh nasabah dan pelaksanaannya selama ini dianggap sudah sesuai dengan yang dirasakan nasabah.

Adapun tidak adanya sistem bunga, yang kemudian digantikan dengan sistem bagi hasil, dianggap kurang begitu penting dalam memengaruhi nasabah/pelanggan, namun dalam pelaksanaannya



Sumber: Data Primer P2E Tahun 2011, diolah
Gambar 3.4 Diagram Kartesius Dimensi Prinsip Syariah (*Compliance*) Bank Syariah Berkah (BSB)

dinilai nasabah sudah sangat memuaskan. Dengan kata lain, selama ini manajemen Bank Syariah Berkah telah sangat intensif menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam menawarkan produk pembiayaan bagi usaha menengah dan besar. Hal itu, antara lain ditunjukkan dengan menghindari sistem bunga dan menerapkan sistem bagi hasil dalam memberikan pembiayaan. Salah satu strategi yang digunakan Bank Syariah Berkah untuk menarik simpati calon nasabahnya adalah memberikan nilai bagi hasil atau margin yang cukup berkompetisi dengan bank konvensional. Indikasi tersebut diperkuat oleh persepsi responden, yang menyatakan:

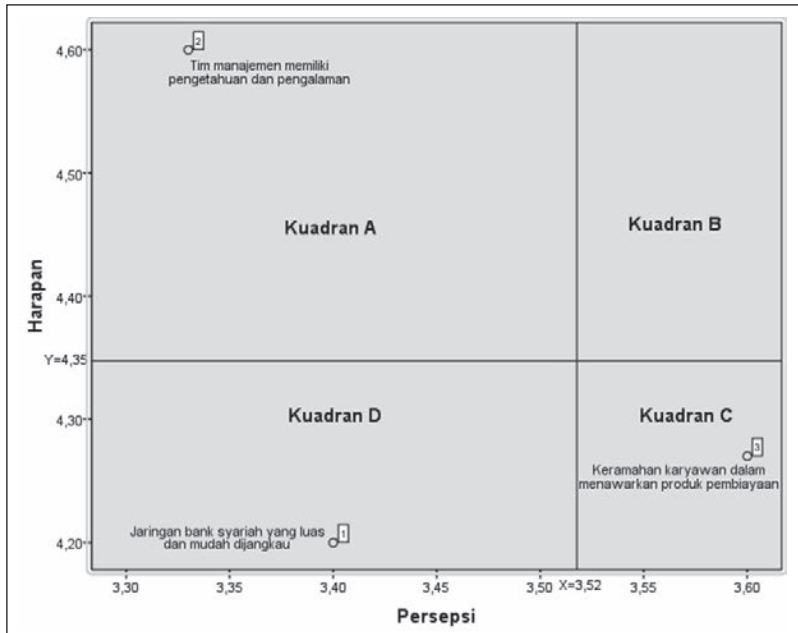
“Bank Syariah Berkah tidak ada sistem bunga, tapi bagi hasil atau margin, dan itu penting. Saya tertarik pinjam ke Bank Syariah Berkah karena, setelah saya survei ke beberapa bank, ternyata Bank Syariah Berkah marginnya paling rendah, yaitu 0,8% per bulan, sedangkan di bank lain sekitar 1,2–2% per bulan.”¹

Sementara itu, pada kuadran D, terdapat faktor jumlah produk pembiayaan. Artinya, variasi jenis produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Berkah tidak menjadi permasalahan bagi nasabah karena dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

Dimensi berikutnya adalah keyakinan, yaitu rasa aman dan percaya yang dapat diberikan oleh Bank Syariah Berkah kepada nasabah dapat ditunjukkan melalui karakter para karyawan yang ramah dan sopan serta tingkat pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman karyawan dalam menawarkan produk pembiayaan. Jaminan yang diberikan Bank Syariah Berkah kepada nasabah untuk menumbuhkan rasa aman, percaya, bebas dari bahaya, dan keragu-raguan tentu saja berlandaskan pada syariah Islam.

Gambar 3.5 menjelaskan beberapa atribut dari dimensi keyakinan. Atribut pada kuadran A adalah pengetahuan dan pengalaman tim manajemen Bank Syariah Berkah dalam menawarkan produk pembi-

¹ Hasil wawancara dengan responden nasabah Bank Syariah Berkah Cabang Jakarta Timur.



Sumber: Data Primer P2E Tahun 2011, diolah

Gambar 3.5 Diagram Kartesius Dimensi Keyakinan (*Assurance*) Bank Syariah Berkah (BSB)

ayaan. Atribut tersebut dianggap sebagai faktor yang sangat penting dalam memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Akan tetapi, dalam pelaksanaannya belum sesuai dengan keinginan nasabah sehingga nasabah merasa tidak puas. Temuan ini diperkuat oleh pernyataan responden bahwa baru 50% karyawan Bank Syariah Berkah yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam menawarkan produk pembiayaan, padahal faktor itu dianggap sangat penting.²

Oleh sebab itu, faktor pengetahuan dan pengalaman karyawan bank Bank Syariah Berkah dalam menawarkan produk pembiayaan syariah, khususnya untuk usaha menengah dan besar, menjadi sangat

² Hasil wawancara dengan responden nasabah Bank Syariah Berkah Cabang Jakarta Timur.

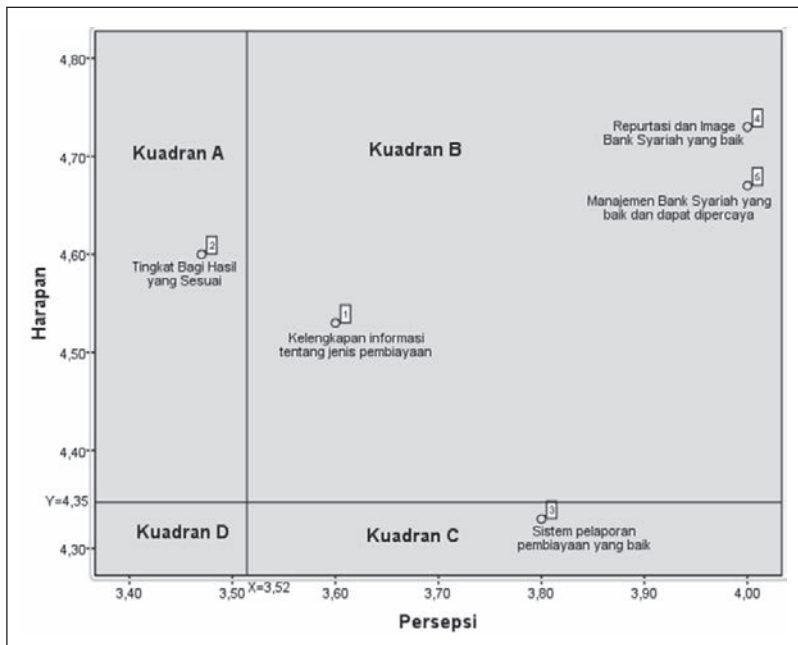
perlu diperhatikan dan diperbaiki oleh pihak manajemen bank. Dalam hal ini, Bank Syariah Berkah dapat merekrut para sarjana yang lebih mengerti serta memahami ilmu perbankan dan keuangan syariah. Selain itu, memberikan pelatihan-pelatihan khusus tentang produk pembiayaan yang sesuai dengan usaha menengah dan besar serta berdasarkan pada fikih-fikih Islam.

Atribut yang terletak pada kuadran C adalah keramahan karyawan dalam menawarkan produk pembiayaan. Hal ini mengindikasikan bahwa tim manajemen Bank Syariah Berkah sangat berlebihan dalam memperhatikan faktor keramahan karyawannya ketika menawarkan produk pembiayaan, padahal faktor tersebut kurang begitu penting menurut nasabah. Sebagaimana persepsi salah satu responden³, yang menyatakan bahwa keramahan karyawan para pegawai Bank Syariah Berkah sangat memuaskan, tetapi tidak begitu penting karena yang penting adalah dapat memperoleh pembiayaan dengan cepat sehingga bisnisnya bisa berjalan sesuai dengan harapan.

Kemudian, pada kuadran D, terdapat satu faktor yang memengaruhi dimensi keyakinan, yaitu jaringan bank yang luas dan mudah dijangkau. Artinya, pengaruh faktor tersebut dianggap kurang penting bagi nasabah, dan dalam pelaksanaannya kurang memuaskan. Menurut responden, jaringan Bank Syariah Berkah belum cukup luas dan belum mudah dijangkau apabila dibandingkan bank-bank lainnya yang memang eksistensinya sudah lebih lama daripada Bank Syariah Berkah. Namun, faktor tersebut dianggap tidak begitu penting karena tidak begitu berpengaruh terhadap usahanya.

Selanjutnya, akan dijelaskan dimensi keandalan. Dalam Gambar 3.6 terlihat bahwa atribut yang muncul pada kuadran A adalah tingkat bagi hasil yang sesuai. Hal ini menggambarkan bahwa tingkat bagi hasil yang sesuai dianggap faktor yang sangat penting dalam memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Namun, dalam pelaksanaan-

³ Hasil wawancara dengan responden nasabah Bank Syariah Berkah Cabang Jakarta Timur



Sumber: Data Primer P2E Tahun 2011, diolah

Gambar 3.6 Diagram Kartesius Dimensi Keandalan (*Reliability*) Bank Syariah Berkah (BSB)

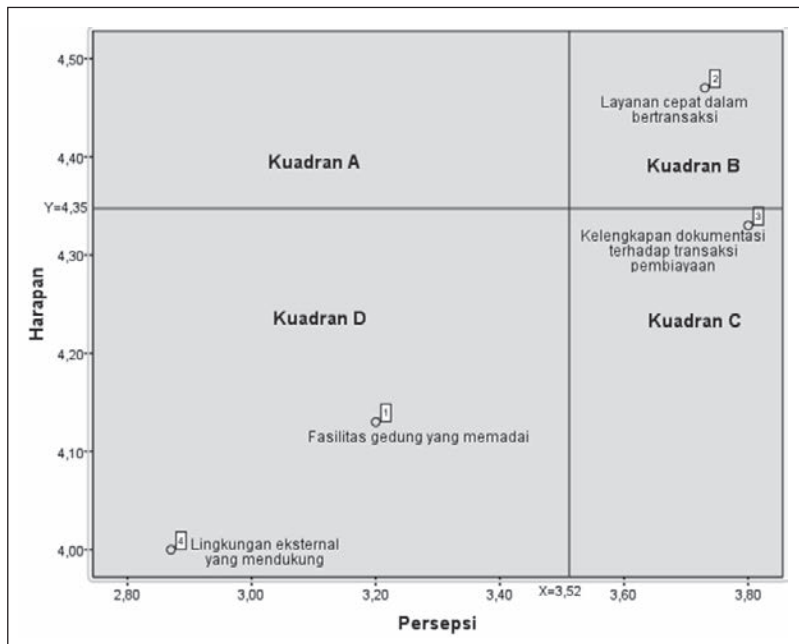
nya, tingkat bagi hasil yang berlaku belum sesuai dengan keinginan nasabah. Dengan kata lain, nasabah merasa belum puas atas tingkat bagi hasil yang ditawarkan oleh bank Bank Syariah Berkah selama ini.

Sementara itu, tiga atribut lainnya terletak pada kuadran B, yaitu kelengkapan informasi tentang jenis pembiayaan, reputasi, dan *image* bank yang baik serta manajemen bank syariah yang baik dan dapat dipercaya. Ketiga faktor tersebut merupakan unsur jasa yang sangat penting dan selama ini telah berhasil dilaksanakan oleh Bank Syariah Berkah dengan baik serta sangat memuaskan nasabah. Oleh sebab itu, pihak bank wajib mempertahankannya.

Dari dimensi fisik nyata, banyak hal yang telah dilakukan Bank Syariah Berkah dalam rangka memberikan pelayanan yang terbaik

kepada nasabah. Hal ini terbukti dari upaya Bank Syariah Berkah dalam memberikan fasilitas gedung yang memadai, misalnya melengkapi gedung dengan ruang tunggu yang nyaman. Di samping itu, Bank Syariah Berkah memberikan layanan yang cepat dalam bertransaksi serta adanya kelengkapan dokumentasi terhadap transaksi pembiayaan.

Gambar 3.7 menjelaskan dimensi fisik nyata, yaitu terdapat satu atribut yang terletak pada kuadran B, satu atribut terletak pada kuadran C, dan dua atribut terletak pada kuadran D. Atribut yang terletak pada kuadran B adalah layanan cepat dalam bertransaksi. Artinya, persepsi nasabah soal layanan yang cepat dalam melakukan transaksi pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Berkah sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh para nasabah karena



Sumber: Data Primer P2E Tahun 2011, diolah

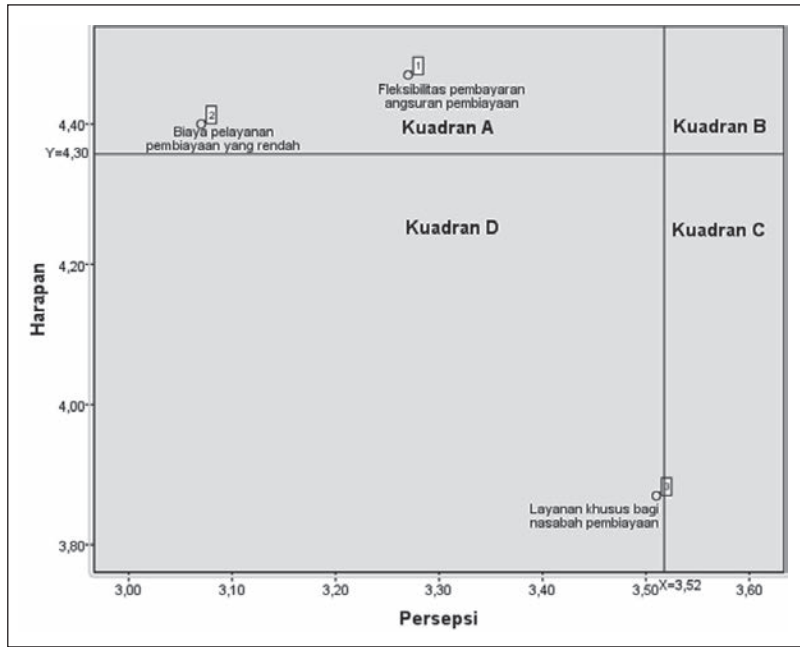
Gambar 3.7 Diagram Kartesius Dimensi Fisik Nyata (*Tangible*) Bank Syariah Berkah (BSB)

selama ini Bank Syariah Berkah telah membuat nasabah pembiayaannya merasa puas saat bertransaksi. Sementara itu, atribut yang terletak pada kuadran C adalah kelengkapan dokumentasi transaksi pembiayaan, yang menjelaskan bahwa tim manajemen Bank Syariah Berkah sangat berlebihan dalam memperhatikan faktor kelengkapan dokumentasi saat melakukan transaksi pembiayaan, padahal faktor tersebut dianggap kurang begitu penting oleh nasabah.

Adapun kedua faktor atau atribut yang terletak pada kuadran D adalah fasilitas gedung yang memadai serta lingkungan eksternal yang mendukung. Yang dimaksud dengan fasilitas gedung yang memadai adalah ketersediaan gedung kantor yang luas dan nyaman, penataan interior dan eksterior yang baik dan sesuai dengan estetika serta fasilitas parkir yang mampu menampung kendaraan nasabah. Menurut responden, faktor-faktor tersebut kurang penting pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dalam realitanya pun, mayoritas responden beranggapan bahwa fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh bank masih dirasa kurang memuaskan. Hal ini tecermin dari pernyataan responden bahwa fasilitas gedung Bank Syariah Berkah di kantor cabang belum memadai karena kantor bank yang sempit serta luas lahan parkir yang terbatas, yaitu 3–4 meter persegi sehingga nasabah merasa kurang nyaman.⁴ Begitu pula faktor dukungan lingkungan eksternal terhadap kegiatan bank (kebijakan pemerintah ataupun bank sentral), juga tidak memberi pengaruh yang besar bagi tingkat kepuasan nasabah.

Untuk dimensi empati (lihat Gambar 3.8), terdapat dua atribut yang terletak pada kuadran A dan satu atribut yang terletak pada kuadran D. Atribut atau faktor yang terletak pada kuadran A adalah fleksibilitas dalam mengangsur pembiayaan dan biaya pelayanan pembiayaan yang rendah menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut dianggap penting bagi nasabah dalam memengaruhi tingkat kepuasannya. Namun, pihak manajemen Bank Syariah Berkah

⁴ Hasil wawancara dengan responden nasabah Bank Syariah Berkah Cabang Jakarta Timur.



Sumber: Data Primer P2E Tahun 2011, diolah

Gambar 3.8 Diagram Kartesius Dimensi Empati (*Empathy*) Bank Syariah Berkah (BSB)

selama ini belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan nasabah sehingga nasabah merasa tidak puas. Dalam hal fleksibilitas angsuran pembayaran, Bank Syariah Berkah memberikan kelonggaran apabila nasabah mengalami masalah dalam usahanya. Akan tetapi, dalam kasus-kasus tertentu, Bank Syariah Berkah cenderung agak ketat dalam menetapkan aturan bagi nasabah yang terlambat mengangsur tanpa pemberitahuan kepada pihak bank, seperti yang diungkapkan responden berikut ini:

“Kalo kenyataannya belum, karena alhamdulillah usahanya belum pernah macet, tapi dari lisan katanya ada solusinya/kelonggaran kalau usahanya macet tapi berbentuk apa belum tahu karena belum pernah... Tapi ada kasus kalau tidak bayar satu bulan, diberi pem-

beritahuan dulu bahwa satu bulan yang akan datang apabila tidak membayar angsuran, jaminannya akan langsung dilelang. Kalau di bank lain, apabila jaminannya mau dilelang, harus persetujuan dengan pemiliknya dulu, tapi kalau di sini tidak. Jadi, menurut saya, selama ini pembayaran angsuran belum fleksibel dan merasa tidak puas... padahal aspek kelonggaran tersebut faktor yang penting.”⁵

Berbeda dengan faktor biaya pelayanan pembiayaan, Bank Syariah Berkah menerapkan prosedur pembiayaan dengan membebaskan biaya administrasi 1% dari total jumlah pembiayaan yang diterima nasabah dan tidak lagi dikenai biaya apa pun sebagai “pelicin” agar pembiayaannya segera dicairkan. Faktor ini suatu kelebihan dari Bank Syariah Berkah yang menerapkan prinsip-prinsip syariah berupa kejujuran dan keterbukaan dalam melayani nasabahnya, seperti yang diungkapkan oleh salah satu nasabah berikut ini.

Dalam prosedur pembiayaan di Bank Syariah Berkah, kita cuman dibebanin 1% dari total pembiayaan (buat administrasi) dan saya merasa sudah sangat puas. Kalo di (bank) konvensional ada tambahan biaya (tidak resmi) bila mau dipercepat dapat pembiayaan. Misalnya, mau pinjem Rp200 juta gak mungkin disetujui pihak bank, tapi itu bisa mungkin pinjamannya disetujui dengan nilai Rp200 juta, karena ada biaya tambahannya ...⁶

Bank Syariah Berkah, sebagai salah satu lembaga keuangan yang diberi kepercayaan oleh nasabahnya, harus memiliki tingkat kejujuran yang tinggi. Kejujuran tersebut dapat diwujudkan dengan menjalankan manajemen bank secara jujur dan transparan. Sebagaimana dijelaskan Afzalurrahman (1997) bahwa rahasia keberhasilan Rasulullah sebagai seorang pedagang, di antaranya adalah karena sifat jujur dan adil dalam mengadakan hubungan dagang dengan para pelanggannya. Sifat-sifat ini telah tumbuh melekat dalam diri beliau dan sangat dikenal oleh masyarakat saat itu, bahkan sampai saat ini, dengan

⁵ Hasil wawancara dengan responden nasabah Bank Syariah Berkah Cabang Jakarta Timur.

⁶ Hasil wawancara dengan responden nasabah Bank Syariah Berkah Cabang Jakarta Timur.

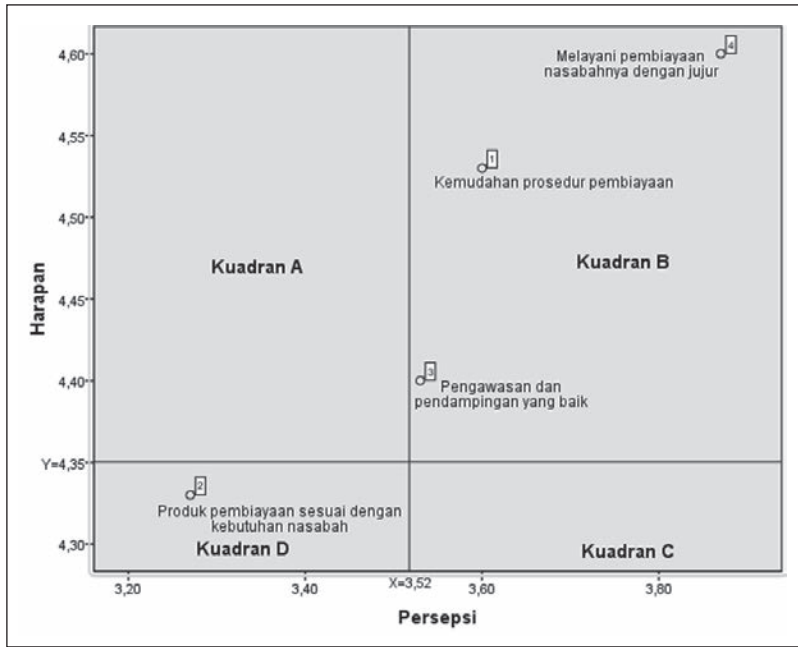
sebutan Al-Amin serta empat sifat beliau lainnya, yaitu *shiddiq* (benar dalam niat), *tabligh* (*knowledge transfer*), amanah (jujur dan bertanggung jawab), dan *fathonah* (cerdas dan berwawasan luas).

Transparansi atau keterbukaan juga merupakan faktor yang paling penting karena berkaitan dengan kepercayaan publik atas informasi yang diterimanya mengenai kinerja dan praktik manajemen risiko suatu bank. Transparansi akan dapat diraih apabila pihak Bank Syariah Berkah mampu menyediakan informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu mengenai produk serta prosedur pembiayaan bagi usaha menengah dan besar.

Sementara itu, faktor yang terletak pada kuadran D, yaitu layanan khusus bagi nasabah pembiayaan, tidak begitu penting pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan nasabah. Menurut nasabah, pelayanan tersebut tidak memuaskan karena memang dalam pelaksanaannya, Bank Syariah Berkah tidak menyiapkan layanan khusus bagi nasabah, khususnya pelaku usaha menengah dan besar.

Pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) sebagaimana di tampilkan pada Gambar 3.9, terdapat tiga indikator yang terletak pada kuadran B dan satu indikator pada kuadran D. Indikator yang terletak pada kuadran B terdiri atas kemudahan prosedur pembiayaan, kejujuran dalam melayani nasabah serta pengawasan dan pendampingan yang baik. Ketiga indikator tersebut menjelaskan unsur-unsur jasa pelayanan yang sangat penting dalam memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Selama ini indikator tersebut telah berhasil dilaksanakan dengan baik oleh Bank Syariah Berkah.

Menurut persepsi responden, prosedur pembiayaan yang diterapkan Bank Syariah Berkah sesuai dengan standar aturan yang diterapkan oleh bank-bank lainnya, seperti harus ada KTP, NPWP, SIUP (jika ingin usaha), PBB, dan IMB. Selain itu, jangka waktu yang diperlukan untuk pencairan pembiayaan tidak sampai satu bulan (kurang-lebih dua minggu). Kemudian, di Bank Syariah Berkah juga ada pendampingan dan pengawasan yang baik. Misalnya, apabila terlambat membayar angsuran, nasabah akan ditelepon pihak bank



Sumber: Data Primer P2E Tahun 2011, diolah

Gambar 3.9 Diagram Kartesius Daya Tanggap (*Responsiveness*) Bank Syariah Berkah (BSB)

dan ditanyai alasannya. Apabila telat mengangsur karena usahanya ada masalah, biasanya akan diberi solusi dan arahan.⁷

Sementara itu, indikator yang terletak pada kuadran D adalah produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut dianggap tidak penting dalam memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Selama ini pihak Bank Syariah Berkah pun belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan nasabah. Dengan kata lain, sejauh ini produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Berkah belum sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan nasabah para pelaku usaha menengah dan besar.

⁷ Hasil wawancara dengan nasabah Bank Syariah Berkah Cabang BSD.

Hal ini terkait dengan hasil analisis kelayakan usaha nasabah oleh Bank Syariah Berkah yang terkadang dapat memengaruhi soal disetujui atau tidaknya nilai pembiayaan yang diajukan nasabah ke pihak bank, dengan catatan nilai pembiayaan lebih kecil atau tidak sesuai dengan jumlah nominal pembiayaan yang diajukan nasabah ke bank.

Secara teori, pada saat pihak bank syariah menganalisis kelayakan usaha calon peminjamnya, harus berpedoman pada prinsip analisis pembiayaan yang didasarkan pada prinsip 5C atau "*the five C's principles*", yaitu (1) *Character*: nasabah berkarakter baik, jujur, tekun, dan dapat dipercaya; (2) *Capacity*: kemampuan nasabah dalam menjalankan usaha; (3) *Capital*: besarnya modal yang diperlukan; (4) *Collateral*: jaminan yang dimiliki nasabah untuk diserahkan ke bank; serta (5) *Condition*: keadaan usaha atau nasabah. Selain prinsip 5C, terdapat prinsip 5P dalam pemberian kredit, yang terdiri atas: (a) *Party*: adanya pihak pelaku usaha dan pemilik modal sebagai titik sentral dalam pemberian pembiayaan; (b) *Purpose*: tujuan dari pemberian pembiayaan perlu diketahui pihak bank; (c) *Payment*: sumber pembayaran cicilan pembiayaan dari calon nasabah; (d) *Profitability*: seberapa besar proyeksi keuntungan yang akan diperoleh pihak bank; serta (e) *Protection*: perlindungan terhadap pembiayaan oleh perusahaan atau jaminan pribadi pemilik perusahaan (Fuady 2002 dalam Saptia 2010).

E. PENUTUP

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat indikasi yang cukup kuat tentang belum optimalnya kualitas pelayanan pembiayaan yang diselenggarakan oleh Bank Syariah Berkah terhadap nasabah usaha menengah-besar. Hal ini ditunjukkan oleh adanya kesenjangan yang bernilai negatif antara persepsi apa yang diperoleh dan apa yang diharapkan nasabah dalam semua dimensi kualitas pelayanan, yaitu prinsip syariah, keyakinan, keandalan, fisik nyata, empati, dan daya tanggap. Dengan kata lain,

tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Berkah dalam penyelenggaraan transaksi pembiayaan pada umumnya dinilai belum baik atau belum sesuai antara persepsi dan harapan nasabah. Hasil analisis kuantitatif antara kinerja dan tingkat kepuasan nasabah yang masih berada di bawah nilai 80% terkait dengan dimensi keyakinan, keandalan, empati, dan daya tanggap. Sementara itu, dimensi kualitas pelayanan yang dinyatakan sudah sesuai antara persepsi dan harapan nasabah (nilainya di atas 80%) adalah prinsip syariah dan fisik nyata.

Bertolak dari kesimpulan di atas, disarankan kepada pihak manajemen Bank Syariah Berkah agar segera meningkatkan pelayanan pada dimensi yang memiliki gap negatif, terutama pada dimensi keyakinan, keandalan, empati, dan daya tanggap. Selain itu, Bank Syariah Berkah sebaiknya memprioritaskan pelayanan pembiayaan yang berada dalam kuadran A pada diagram kartesius untuk meningkatkan kepuasan nasabah, khususnya nasabah usaha menengah dan besar. Faktor-faktor yang perlu mendapatkan prioritas tersebut adalah sebagai berikut.

1. *Dimensi keyakinan*: Bank Syariah Berkah harus memprioritaskan tim manajemen yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam melayani pembiayaan. Faktor pengetahuan dan pengalaman tim manajemen Bank Syariah Berkah perlu ditingkatkan dengan cara merekrut para lulusan sarjana yang lebih mengerti dan memahami ilmu perbankan dan keuangan syariah. Selain itu, memberikan pelatihan-pelatihan khusus tentang produk pembiayaan yang sesuai untuk diterapkan pada usaha berskala menengah dan besar berdasarkan pada fikih muamalah.
2. *Dimensi keandalan*: Bank Syariah Berkah harus memprioritaskan dan mempertahankan pelayanan dalam hal kesesuaian tingkat bagi hasil, manajemen bank yang baik dan dapat dipercaya, sistem pelaporan pembiayaan yang baik serta reputasi dan image bank yang baik dan dapat dipercaya.

3. *Dimensi empati*: Bank Syariah Berkah harus meningkatkan strategi khusus guna menarik minat masyarakat untuk mengambil pembiayaan di Bank Syariah Berkah dengan cara memberikan fleksibilitas waktu dalam mengangsur pembiayaan dan biaya pelayanan pembiayaan yang rendah.
4. *Dimensi daya tanggap*: Bank Syariah Berkah harus mempertahankan dan meningkatkan pelayanan dalam hal kemudahan prosedur pembiayaan serta pengawasan dan pendampingan yang baik dengan tetap mengutamakan prinsip-prinsip kejujuran dan keterbukaan.


DAFTAR PUSTAKA

- Afzalurrahman. 1997. *Muhammad sebagai Seorang Pedagang*, terjemahan. Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi.
- Brandt, D. Randall. 2000. "An 'Outside-In' Approach to Determining Customer-Driven Priorities for Improvement and Innovation." *White Paper Series 2*. Diunduh pada 20 November 2013. <http://www.burke.com/whitepapers>.
- Gunara, Thorik dan Utus H. Muhammad. 2006. *Marketing*. Bandung: Takbir Publishing House.
- Karim, Adiwarman. 2003. *Bank Islam: Analisis Fikih dan Keuangan*. Edisi Pertama. Jakarta: IIIT Indonesia.
- Kitcharoen, Krisana. 2004. "The Importance-Performance Analysis of Service Quality in Administrative Department of Private Universities in Thailand." *ABAC Journal* 24 (3).
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Latu, Tavite M., dan Andre M, Everett. 2000. *Review of Satisfaction Research and Measurement Approaches*. Department of Conservation, Wellington, New Zealand. Diunduh pada 5 April 2013. <http://www.doc.govt.nz/Publications/004-Science-and-Research>
- Martila, John A. dan John C. James. 1997. "Importance Performance Analysis." *Journal of Marketing* 41:77-79.

- Martinez, C.L. 2003. *Evaluation Report: Tools Cluster Networking Meeting #1*, CenterPoint Institute, Inc., Arizona. Diunduh pada 25 April 2013. <http://www.centerpointinstitute.org/.../>
- Othman, AbdulQawi, dan Lynn Owen. 2001. "The Multidimension of CARTER Model to Measure Customer Service Quality (CSQ) in Islamic Banking Industry: A Study in Kuwait Finance House." *International Journal of Islamic Financial Service* 3 (1):1–26.
- Parasuraman, A., Valarie Zeithaml, dan Leonard L. Berry. 1994. "Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research." *Journal of Marketing* 58: 11–124
- Saptia, Yeni. 2010. "Good Corporate Governance Perbankan Syariah." *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* XVIII (2). Jakarta: P2E-LIPI
- Zethaml, Valarie., A. Parasuraman, dan Leonard L. Berry. 1990. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectations*. New York: The Free Press.

BAB IV

PENGARUH PEMBIAYAAN TERHADAP KINERJA USAHA MENENGAH DAN BESAR

 Mochammad Nadjib

A. PENGANTAR

Keterbatasan modal bagi dunia usaha selalu dirasakan sebagai salah satu kendala dalam meningkatkan kinerja usaha. Oleh karena itu, akses dunia usaha kepada lembaga keuangan perlu ditingkatkan. Kehadiran perbankan syariah merupakan salah satu solusi yang dapat dipilih oleh dunia usaha untuk memperkuat permodalan yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha. Perbankan syariah telah menyalurkan beragam skim pembiayaan kepada berbagai kelompok usaha, baik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) maupun usaha menengah dan besar (UMB).

Dalam bab ini, akan dianalisis mengenai pengaruh pembiayaan perbankan syariah terhadap kinerja usaha menengah dan besar yang bergerak di sektor riil. Analisis dilakukan pada level mikro untuk menjelaskan pola pembiayaan yang disalurkan Bank Syariah Berkah dan pengaruhnya terhadap pengembangan usaha nasabah yang menjadi responden penelitian. Responden yang terpilih dalam penelitian ini bergerak pada bidang usaha garmen, kulit, perdagangan, dan jasa. Responden tersebut telah mendapatkan pembiayaan dari Kantor Cabang Bank Syariah Berkah di Jakarta Timur, Jakarta Selatan, dan Tangerang.

Analisis lebih banyak menggunakan data primer hasil wawancara mendalam dengan responden di lapangan. Wawancara dilakukan dengan mendatangi langsung nasabah, baik di rumah maupun di tempat usahanya. Pembabakan dalam tulisan ini akan diawali dengan profil usaha nasabah responden yang mendapatkan pembiayaan, motivasi, dan pemahaman responden dalam memilih pembiayaan syariah serta aspek pengawasan dan pembinaan yang dilakukan oleh pihak bank syariah terhadap para nasabahnya. Setelah itu, baru dilanjutkan pada pengaruh pembiayaan terhadap kinerja usaha responden yang mendapatkan pembiayaan dari Bank Syariah Berkah.

B. PROFIL USAHA RESPONDEN NASABAH PEMBIAYAAN

Nasabah yang menjadi responden adalah pengusaha yang bidang usahanya relatif heterogen. Sebagaimana telah diungkap, responden yang diwawancarai menjalankan bidang usaha garmen, pemasok barang-barang yang berasal dari kulit ternak, pengusaha rental mobil, dan pemilik koperasi.

Responden yang bergerak di bidang garmen merancang dan membuat baju-baju muslim untuk pasar kelas atas dan menengah di Jakarta serta beberapa kota besar lainnya di Indonesia. Usahanya merancang dan membuat baju telah dimulai sejak 1996 secara kecil-kecilan. Sejak memulai usaha pertama kali, responden telah bermitra dengan bank syariah meskipun bukan Bank Syariah Berkah. Bank syariah yang menjadi mitra usaha pertama kali dirasakan sangat membantu perkembangan usahanya. Untuk menopang perkembangan usahanya yang semakin pesat, dibutuhkan perputaran dana yang meningkat pula. Saat ini omzet usahanya telah mencapai Rp2,5–3 miliar per bulan.

Pada 2010, responden mengajukan permohonan pembiayaan sebanyak Rp8 miliar dengan agunan surat tanah senilai lebih dari Rp10 miliar di salah satu bank syariah. Meskipun pembiayaan diajukan melalui kantor cabang, prosesnya dilakukan di kantor pusat.

Proses pengurusan di kantor pusat ini membutuhkan prosedur dan waktu yang relatif lama, padahal responden memerlukan kecepatan dan kemudahan mendapatkan dana pembiayaan untuk menunjang usahanya yang semakin berkembang. Kerisauan ini “ditangkap” oleh Bank Syariah Berkah dengan cara mengajukan tawaran pembiayaan yang cukup dilakukan di tingkat cabang. Adanya prosedur pembiayaan yang dianggap lebih fleksibel karena lebih mudah dan lebih cepat menjadi salah satu alasan responden tersebut menerima tawaran pembiayaan dari Bank Syariah Berkah.

Responden berikutnya berbisnis sebagai pemasok barang-barang yang berasal dari kulit ternak (sapi, kerbau, dan kambing). Kulit-kulit mentah tersebut diperoleh dari peternak dan pedagang yang memotong hewan ternak pada beberapa rumah potong hewan di sekitar Jakarta, terutama Tangerang, Bogor, dan Bekasi. Selanjutnya, kulit-kulit tersebut dikirim ke pabrik penyamakan kulit untuk dijadikan bahan setengah jadi dengan pasar di dalam negeri dan sebagian diekspor ke berbagai negara di Eropa.

Adapun sebagian kulit yang tidak memenuhi kriteria untuk disamak oleh pabrik akan diolah sendiri dan diproduksi menjadi kerupuk kulit serta dipasarkan di Jakarta dan sekitarnya. Untuk kerupuk kulit biasanya dibutuhkan jenis kulit yang tebal. Kebutuhan itu dapat dipenuhi dari kulit kerbau dan sapi Bali. Responden telah memulai usahanya sebagai pemasok kulit dengan cara belajar dari pamannya sambil sekolah sekitar 30 tahun yang lalu. Usaha membantu pamannya itu telah dimulai semenjak dia duduk di bangku kelas II madrasah tsanawiyah atau setara dengan sekolah menengah pertama (SMP) dan dilanjutkan sampai sekolah teknik menengah (STM) di Jakarta.

Responden tersebut membantu pamannya mencari dan membeli kulit binatang ternak yang telah dipotong di beberapa tempat di sekitar Jakarta dan siang harinya dia sekolah. Pekerjaan sebagai pemasok kulit adalah pekerjaan yang dilakukan pada malam hari dengan waktu kerja mulai sekitar pukul 20.00 sampai menjelang subuh sekitar pukul 04.00. Pekerjaan ini selanjutnya ditekuni secara

total sejak lulus tsanawiyah. Pada mulanya pekerjaan mengumpulkan kulit ternak tersebut dilakukan bekerja sama dengan seorang temannya. Selanjutnya, setelah menikah, dia melepaskan diri dari ikatan kerja sama dan sekarang pekerjaannya dibantu oleh istrinya. Istrinya, yang lulusan SMEA jurusan Tata Niaga, membantunya di bidang administrasi keuangan.

Usaha responden tersebut terus berkembang, dan saat ini telah mampu mengumpulkan kulit dari rumah potong hewan rata-rata sebanyak 7 ton per bulan dengan harga sekitar Rp15.000,00 per kilogram atau dengan perputaran uang sekitar Rp105 juta per bulan. Sistem pembayaran yang dijalankan adalah dia selaku pemasok kulit harus membayar secara tunai kepada peternak yang memiliki kulit. Sebaliknya, pabrik penyamakan kulit akan membayar kepada *supplier* dalam tiga sampai tujuh hari. Dengan demikian, responden membutuhkan cadangan dana setidaknya tiga kali lipat dari kebutuhan operasional rutin.

Pada 2005, responden mendapatkan pinjaman dari salah satu bank konvensional milik pemerintah daerah sebanyak Rp25 juta. Jumlah itu sangat tidak mencukupi untuk operasional rutin. Selanjutnya, responden beralih ke bank syariah karena adanya kesadaran bahwa bank syariah adalah bank yang tidak memungut bunga sehingga dianggap cocok dan sesuai dengan kaidah Islam yang dianutnya. Sejak kecil, responden telah mengenyam pendidikan Islam. Sekolah dasar dia jalani di madrasah ibtdaiyah, lalu sekolah menengah pertama ditempuh di madrasah tsanawiyah, dan pada waktu SLTA dia masuk sekolah teknik menengah (STM). Pada 2009, responden pertama kali mendapatkan pembiayaan dari Bank Syariah Berkah sebesar Rp300 juta untuk jangka waktu lima tahun dengan nilai aset yang dijaminkan berupa surat tanah dari rumah yang dijadikan usaha kontrakan senilai Rp1,5 miliar.

Sebenarnya nasabah ditawarkan untuk mendapatkan pembiayaan lebih besar. Namun, dia menolak karena perputaran usahanya untuk sebulan sudah cukup dengan dana tersebut. Meskipun demikian,

pada hari raya Idulfitri, responden membutuhkan modal sesaat untuk pembelian kulit yang cukup besar. Untuk itu, responden menerapkan cadangan khusus dari Bank Syariah Berkah guna membiayai pembelian kulit setiap hari raya Idulfitri sebesar Rp200 juta selama lima tahun berturut-turut.

Responden ketiga yang dianalisis bergerak di sektor jasa, yaitu rental mobil. Usaha responden ini menunjukkan kecenderungan perkembangan yang cukup bagus dibandingkan kondisi awal memulai usaha pada 2003. Saat pertama kali responden memulai usaha di bidang rental mobil, jumlah mobil yang dikelola belum banyak. Akan tetapi, dalam perkembangannya, jumlah mobil yang dikelola semakin bertambah dan saat ini responden mengelola sebanyak 22 mobil. Mobil yang direntalkan ada yang berasal dari *leasing* dari bank atas nama perusahaan dan ada pula mobil titipan dari orang lain untuk disewakan kepada pihak ketiga. Skema yang dijalankan untuk mobil titipan sangat fleksibel, bergantung pada kemauan pemilik mobil. Ada pemilik mobil yang menginginkan sewa bulanan secara flat, tetapi ada juga yang menerapkan sistem bagi hasil. Untuk sistem bagi hasil, rata-rata skema yang disepakati adalah dua pertiga bagian untuk perusahaan dan satu pertiga bagian untuk pemilik mobil.

Pada awal berdirinya usaha rental, responden bermitra dengan beberapa bank konvensional untuk membiayai *leasing* mobil yang direntalkan. Sejak 2010, responden mengenal Bank Syariah Berkah dari aktivitasnya di masjid perumahan yang pernah mendapatkan sponsor dari bank tersebut. Kesadarannya untuk beralih ke bank syariah disebabkan oleh adanya keyakinan kehalalan dari rezeki yang diusahakan bila modal yang diperoleh juga halal. Bank syariah diyakini kehalalannya karena ada struktur dewan syariah yang mengawal aktivitas kerja bank. Responden baru sekali mendapatkan pembiayaan dari bank syariah sebesar Rp512 juta dengan agunan sertifikat rumah dan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) beberapa mobil yang dinilai oleh bank sebesar Rp1 miliar. Menurut responden, biaya bagi hasil yang dikeluarkan lebih mahal dibandingkan biaya bunga

yang pernah diterimanya dari bank konvensional. Namun, motivasi kehalalan produk menyebabkan responden mengalihkan sebagian pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah.

Responden berikutnya bukan individu, melainkan suatu badan usaha berbentuk koperasi yang menganut prinsip syariah dalam menyalurkan simpan pinjam kepada anggota. Meskipun demikian, koperasi tersebut tidak menggunakan nama koperasi syariah. Koperasi ini berdiri pada 2009 dengan badan hukum koperasi simpan pinjam. Wilayah kerja koperasi ini bukan mengikuti wilayah administrasi tertentu, melainkan meliputi daerah-daerah yang dianggap potensial di sekitar Tangerang, Serang, dan Kabupaten Bogor. Sasaran nasabahnya adalah rumah tangga miskin yang memiliki pekerjaan tetap yang umumnya bekerja sebagai pedagang kecil. Karena cakupan yang harus dibiayai koperasi ini luas, perputaran dana yang dibutuhkan pun cukup banyak. Untuk dapat menjangkau seluruh nasabah, setidaknya dibutuhkan dana sekitar Rp500 juta per bulan. Guna memenuhi kebutuhan dana operasional, selain mendapatkan pembiayaan dari bank syariah, koperasi mendapatkan pembiayaan dari bank konvensional.

Pada awal 2011, koperasi mendapatkan pembiayaan dari Bank Syariah Berkah sebesar Rp200 juta, sedangkan kekurangannya dikelola bersama dengan Lembaga Pembiayaan dan Pembangunan, yang merupakan badan hukum milik pemerintah daerah setempat. Untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah, ditetapkan nilai agunan sebesar 25% dari jumlah pinjaman. Angka ini relatif lebih murah jika dibanding dengan yang diminta bank konvensional. Hal ini karena bank konvensional menerapkan nilai agunan sebesar 80% dari pinjaman.

Tampak nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini dapat dikategorikan sebagai nasabah nonretail dengan batas pinjaman maksimal sebesar Rp10 miliar. Meskipun demikian, tidak semua responden yang diteliti mendapatkan pembiayaan sebanyak itu. Sebagian besar mendapatkan pembiayaan kurang dari Rp1 miliar karena

rata-rata responden mengajukan permohonan pembiayaan sesuai dengan kebutuhannya yang tidak melebihi plafon yang ditentukan.

C. PEMAHAMAN DAN MOTIVASI NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN SYARIAH

Wawancara dengan nasabah Bank Syariah Berkah menunjukkan bahwa tidak semua nasabah memahami lingkup usaha perbankan syariah meskipun mereka telah menjadi nasabah bank syariah. Kendala yang dihadapi oleh rata-rata nasabah adalah belum tertanamnya pemahaman tentang prinsip syariah secara kuat dibandingkan pemahaman nasabah tentang prinsip konvensional.

Selain itu, produk-produk perbankan syariah yang menggunakan istilah bahasa Arab, seperti *istisna*, *mudharabah*, dan *musyarakah*, masih belum familier dalam pemahaman nasabah. Ada kemungkinan hal ini terjadi lantaran bank konvensional sudah mengakar sangat lama sehingga masyarakat sudah terbiasa dengan layanan dan pengenalan rente (bunga bank).

Adapun bank syariah yang baru berdiri belakangan belum didukung oleh sosialisasi yang meluas terhadap masyarakat mengenai sistem usaha yang bebas dari riba. Sebenarnya pola pembiayaan dalam bank syariah mempunyai karakteristik yang spesifik dibanding dengan bank konvensional. Menurut Junaidi (2006), penilaian kelayakan pembiayaan pada bank konvensional semata-mata didasari oleh *business wise* (kelayakan usaha). Adapun pada bank syariah, selain didasari oleh kelayakan usaha, penilaian kelayakan pembiayaan harus mempertimbangkan *syariah wise* (kelayakan syariah). Artinya, bisnis tersebut secara ekonomi harus layak dibiayai dilihat dari segi usaha ataupun kelayakan syariahnya. Makna kelayakan syariah dalam hal ini adalah bisnis yang diusahakan harus halal dinilai secara hukum Islam.

Berdasarkan pada hasil wawancara dengan responden di lapangan, motivasi nasabah untuk memilih pembiayaan dari perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga kelompok. *Pertama*, motivasi sebagai

orang muslim yang semata-mata mencari rezeki dengan keyakinan atas kehalalan prinsip syariah. Motivasi ini menjadi prinsip dari sebanyak 57,1% responden yang menjadi nasabah bank syariah. Oleh karena itu, motivasi menghindari riba dengan melakukan hijrah atau berpindah dari nasabah bank konvensional, yang menerapkan rente, menjadi orientasi kuat untuk menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dapat diikuti dari petikan hasil wawancara dengan salah seorang responden yang berusaha di bidang rental mobil berikut ini:

“...sebagai orang muslim, saya mempercayai bahwa rezeki itu (akan) datang dari mana saja. (Meskipun demikian) Allah (di akhirat) nantinya akan bertanya bagaimana saya memperoleh rezeki (itu) dan bagaimana saya membelanjakannya. Oleh karena itu, saya harus meyakini kehalalan rezeki yang saya peroleh, termasuk (dari mana saya mendapatkan) modal (untuk usaha).”

Hampir seluruh responden yang pernah menjadi nasabah bank konvensional dan kemudian berpindah menjadi nasabah bank syariah atas motivasi agama memaklumi kekurangan-kekurangan yang ditemui dari perbankan yang baru muncul tersebut. Informasi tersebut telah disampaikan secara jelas oleh responden dengan ungkapan berikut ini:

“...(bahwa) ada bank Islam, mengapa kami tidak memilih yang Islam saja? Meskipun demikian, kami tetap menyadari bahwa (bank) konvensional masih berpengaruh dalam sistem perekonomian Indonesia.”

Oleh karena itu, nasabah yang memasuki bank syariah atas motivasi agama rata-rata masih mempertahankan kepemilikan rekening pada bank konvensional, baik sebagai rekening bisnis maupun hanya sebagai rekening penampung sementara. Alasan yang dikemukakan adalah bisnis yang dijalankan oleh nasabah masih banyak yang berhubungan dengan pihak lain yang hanya memanfaatkan bank konvensional sebagai bagian dari pembiayaan dan lalu lintas dana usaha.

Meskipun persyaratan yang dibutuhkan untuk mengajukan permohonan pembiayaan lebih banyak dan waktu penyelesaian lebih panjang dibandingkan persyaratan yang ditentukan oleh bank konvensional, rata-rata responden memilih tetap berhubungan dengan bank syariah. Hal ini dikatakan oleh seorang responden yang menjadi nasabah Bank Syariah Berkah Cabang Fatmawati.

“...seorang muslim (harus) mencari yang ‘terbaik’. Walaupun (bank) ini belum baik, tetapi itu yang ‘terbaik’ buat saya...”

Dengan demikian, motivasi agama menjadi salah satu faktor penentu bagi nasabah untuk memilih perbankan syariah. Makna yang disampaikan dalam kutipan hasil wawancara dengan responden adalah meskipun dia berhubungan dengan bank yang bukan terbaik dalam menerapkan berbagai prosedur dan aturan pembiayaan, tetapi karena bank tersebut mengikuti prinsip syariah yang sesuai dengan keyakinan agamanya, prinsip itulah yang dianggap paling baik. Temuan lapangan ini relatif sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bank Indonesia bersama lembaga-lembaga penelitian lain (Bank Indonesia 2000). Dalam penelitian tersebut, ditemukan bukti bahwa pertimbangan agama adalah motivasi utama bagi masyarakat Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta dalam memilih bank syariah.

Sementara bagi masyarakat Jawa Barat dan Jawa Timur, faktor penting yang mendorong penggunaan jasa bank syariah adalah kualitas pelayanan dan kedekatan lokasi bank dari pusat kegiatan. Dalam penelitian itu juga terungkap bahwa masyarakat Jawa Barat, yang bukan nasabah bank syariah yang telah diberi penjelasan tentang produk atau jasa bank syariah, mempunyai kecenderungan kuat untuk memilih bank syariah. Meskipun demikian, sebagian nasabah yang telah menggunakan produk/jasa bank syariah cenderung berhenti menjadi nasabah karena faktor pelayanan yang kurang baik atau ragu akan konsistensi penerapan prinsip syariah.

Kedua, adanya fleksibilitas prosedur pembiayaan dan kemudahan akses terhadap bank syariah. Motivasi ini ditemukan pada 28,6%

responden nasabah yang diwawancarai. Seorang nasabah yang berprofesi sebagai perancang busana muslim sekaligus pengusaha garmen menyampaikan pendapat dalam kesempatan wawancara sebagai berikut:

“...meminjam di bank syariah ini prosedurnya lebih fleksibel. Sewaktu dulu saya meminjam Rp8 miliar (dari bank lain), urusannya harus melalui kantor pusat. Tetapi jumlah itu (di bank syariah ini) sudah bisa saya peroleh dari cabang sehingga lebih cepat dan mudah.”

Dalam hal ini, dari jawaban responden yang bergerak di bidang usaha garmen, tampak jelas bahwa motivasi yang berkaitan dengan kemudahan prosedur pembiayaan, yang memungkinkan pencairan dana dilakukan secara cepat, mudah, dan tidak ada biaya “siluman”, merupakan alasan yang kuat bagi mereka untuk menjadi nasabah bank syariah. Selama ini masyarakat umum telah memahami bahwa terdapat etika ketat pada bank syariah yang melarang petugasnya mendapatkan imbalan dari nasabah di luar aturan yang ditentukan, baik berbentuk natura maupun in-natura.

Hal serupa telah ditemukan oleh Soekarni, Nadjib, dan Mulyaningsih (2010) dalam penelitiannya pada BPRS. Seluruh responden menilai pihak bank sangat profesional dalam melakukan tugasnya dan tidak ada permintaan dari petugas untuk memberikan “uang pelicin” agar pengajuannya diloloskan. Proses pencairan pembiayaan dinilai berjalan secara wajar dan apa adanya.

Ketiga, motivasi yang berhubungan langsung dengan keuntungan yang ditawarkan oleh bank syariah. Motivasi ini ditemukan pada 14,3% responden yang menjadi nasabah bank syariah yang diteliti. Bagi sebagian responden, keuntungan finansial masih menjadi pertimbangan yang utama. Kelompok responden ini memperhitungkan margin yang harus mereka bayar, agunan yang harus disediakan, adanya pembagian risiko antara *shahibul maal* dan *mudhorib*, prospek usaha berdasarkan pada perhitungan rasio ekonomi serta motivasi kecepatan

pencairan dana pembiayaan. Dalam masalah kecepatan pencairan dana, jika membandingkan aturan dengan realitas di lapangan, sebagian responden menyatakan target waktu dalam menyelesaikan administrasi pembiayaan masih belum tercapai sepenuhnya.

Informasi yang diperoleh dari kantor pusat Bank Syariah Berkah menyebutkan bahwa prinsip bank sangat mengutamakan kecepatan dan ketepatan dalam pembiayaan. Setelah persyaratan untuk mendapatkan pembiayaan dipenuhi, proses pencairan pembiayaan retail maksimal Rp10 miliar rata-rata dibutuhkan waktu sekitar sepekan, bahkan untuk pembiayaan mikro hanya membutuhkan waktu sehari. Hanya pembiayaan nonretail (lebih Rp10 miliar) membutuhkan waktu sekitar 15 hari. Agaknya proses yang dicanangkan induk perbankan syariah masih belum sempurna diterapkan di lapangan.

Seorang responden yang mengajukan permohonan pembiayaan sekitar Rp500 juta menjelaskan, dari proses pengajuan sampai pencairan, dibutuhkan waktu sekitar tiga pekan. Selain itu, responden bersangkutan menilai persyaratan yang dibutuhkan lebih banyak, terutama untuk persyaratan domisili dibandingkan persyaratan yang diminta perbankan konvensional.

Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian Soekarni, Nadjib, dan Mulyaningsih (2010) terhadap nasabah BPRS. Kecepatan dalam mencairkan dana dengan proses kerja yang tidak berbelit-belit dinilai responden nasabah BPRS sebagai salah satu motivasi untuk berhubungan dengan bank syariah. Responden di salah satu pasar grosir memilih pembiayaan melalui BPRS Ridho karena pelayanan yang diberikan oleh bank ini cepat, mengingat tipologi perdagangan mereka kadangkala membutuhkan uang tunai secara cepat untuk menambah modal pembelian bahan sebagai dasar membuat konveksi serta memasarkannya. Kebutuhan dana cepat menurut responden dapat ditanggulangi oleh BPRS, tetapi sulit dipenuhi dari bank-bank besar yang menetapkan aturan ketat.

Selain itu, motivasi yang berkaitan dengan perhitungan ekonomi semata-mata merupakan upaya untuk mendapatkan sesuatu

dengan biaya yang minimal guna memperoleh manfaat yang optimal. Responden ini sebenarnya masih ragu tentang prinsip kerja bank syariah yang benar-benar mengikuti syariah Islam. Berikut ini pernyataan seorang responden yang berjualan bahan kebutuhan pokok mengenai keikutsertaannya menjadi nasabah bank syariah:

“...saya menjadi nasabah bank (syariah) ini (semata-mata) karena dari survei saya (bank) ini paling murah marginnya. Kalau tidak salah, waktu itu hanya 0,8% per bulan. Sementara kalau bank lain ada yang (menetapkan) 1,2% sampai 2%”.

Nasabah ini telah berpindah-pindah beberapa bank konvensional, mempelajari untung-ruginya menjadi nasabah yang hendak meminjam dana untuk pengembangan usaha sebelum menjatuhkan pilihannya pada Bank Syariah Berkah. Meskipun demikian, usaha bank syariah dianggapnya masih sama dengan bank konvensional. Penggunaan nama syariah dinilai hanya untuk mendapatkan keuntungan semata. Alasan yang dikemukakan adalah makna syariah ditentukan karena adanya akad bagi hasil, tetapi bank syariah rata-rata tetap menentukan pembayaran dilakukan secara flat. Skema pembayaran tersebut sama dengan bank konvensional karena pembayaran dalam akad syar'i ditetapkan fluktuatif, bergantung pada keuntungan atau kerugian usaha.

Menurut Mu'allim (2003), banyak faktor penyebab tidak berjalannya konsep utama bank syariah yang berbasis *profit and loss sharing*. Dilihat dari sisi internal bank syariah, prinsip pembiayaan dengan akad *mudharabah* memang sarat akan risiko. Hal ini terjadi karena kontrak *mudharabah* adalah kontrak menanggung untung dan rugi secara bersama-sama antara pemilik dana (*shohibul maal*) dan pelaku usaha (*mudhorib*). Dengan demikian, diperlukan adanya keterbukaan di antara kedua belah pihak dalam menjalankan usaha untuk menghasilkan untung atau rugi bersama-sama. Prinsip kebijakan bank, yang tidak bersedia menanggung rugi, menyebabkan model pembiayaan yang menggunakan akad *profit and loss sharing*

sebagai basis utama prinsip syariah tidak banyak dilakukan. Adanya ambivalensi antara konsep syariah dan operasionalisasi di lapangan menyebabkan munculnya persepsi di kalangan awam bahwa prinsip kerja bank syariah tidak jauh berbeda dengan prinsip kerja bank konvensional.

Beberapa motivasi nasabah dalam memilih mendapatkan pembiayaan dari perbankan syariah sebagaimana dikemukakan di atas juga diperkuat oleh temuan penelitian terdahulu yang telah dilakukan pihak lain. Misalnya temuan Mu'allim (2003) mengenai kriteria pemilihan bank syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan mengambil sampel yang terdiri atas responden muslim dan nonmuslim, disimpulkan ada 22 kriteria dalam memilih menjadi nasabah bank syariah. Kriteria *pertama* adalah pelayanan yang cepat dan efisien. Kriteria *kedua* bagi responden muslim adalah kredibilitas bank, sedangkan responden nonmuslim lebih memilih bagi hasil yang tinggi. Kriteria *ketiga* bagi responden muslim adalah kredibilitas manajemen bank, sedangkan responden nonmuslim lebih memilih kredibilitas bank. Dari seluruh kriteria yang dipilih responden, motivasi keagamaan bukan menjadi kriteria penentu dalam memilih menjadi nasabah bank syariah.

Seseorang akan memilih menjadi nasabah bank syariah, selain karena aspek keyakinan agamanya, apabila bank syariah mampu memberi yang lebih baik dibandingkan bank konvensional. Hasil penelitian Meini (2005) menunjukkan, untuk penyaluran pembiayaan, tiap-tiap jenis produk pembiayaan dipengaruhi oleh faktor yang berbeda karena karakteristik dari tiap-tiap pembiayaan itu juga berbeda. Namun, untuk pembiayaan yang bersifat bagi hasil seperti *mudharabah*, faktor nisbah bagi hasil secara signifikan memengaruhi perilaku perbankan syariah dalam menyalurkan pembiayaan ke sektor riil. Temuan empiris tersebut berimplikasi pada perlunya bagi perbankan syariah untuk meningkatkan kualitas pelayanan, efisiensi

dirinya, dan berusaha mengurangi risiko perusahaan dengan berhati-hati memilih debitur yang berkualitas.

D. ASPEK PENGAWASAN DAN PEMBINAAN

Dalam aturan Bank Indonesia, ada kewajiban bank memberlakukan pengawasan yang sangat ketat dalam proses pembiayaan, dari tahap permohonan sampai tahap masa berlakunya pembiayaan. Pengawasan yang ketat ini merupakan bagian dari kebijakan manajemen risiko yang dilakukan bank untuk menekan dan meminimalkan terjadinya pembiayaan macet (*non-performing financing*).

Bank Indonesia sebagai bank sentral telah menetapkan prosedur standar operasi berkenaan dengan pengawasan pembiayaan bank syariah. Pokok-pokok materi pengawasan pembiayaan dalam pedoman pembiayaan tersebut mencakup beberapa hal (Bank Indonesia 2009). *Pertama*, ruang lingkup pengawasan. Dalam ruang lingkup pengawasan, beberapa hal yang wajib diperhatikan dalam melakukan pembiayaan adalah sebagai berikut:

1. Memastikan bahwa setiap tahapan proses pemberian pembiayaan telah dilakukan sesuai dengan ketentuan.
2. Memastikan bahwa semua persyaratan pembiayaan telah dipenuhi nasabah.
3. *Monitoring* limit pembiayaan yang belum ditarik oleh nasabah.
4. *Monitoring* penguasaan dan pengamanan jaminan.
5. *Monitoring* pemenuhan persyaratan yang hingga saat pencairan pembiayaan belum dipenuhi nasabah.
6. *Monitoring* perkembangan usaha nasabah.
7. *Monitoring* dokumen-dokumen pembiayaan yang akan jatuh tempo atau telah jatuh tempo.
8. *Monitoring* kualitas aktiva produktif.
9. *Monitoring* pembentukan penyisihan penghapusan aktiva produktif.

Kedua, pelaksanaan pengawasan. Ada dua hal yang dilakukan dalam pelaksanaan pengawasan, yaitu pengawasan pada tahap proses pemberian pembiayaan dan pengawasan pada tahap berlakunya pembiayaan. Pengawasan pada tahap proses pemberian pembiayaan dilakukan melalui enam tahapan, yaitu

1. Tahap sosialisasi. Dalam tahap ini, *marketing officer* dan *marketing manager/group head* bertanggung jawab sebagai pelaksana pengawasan.
2. Tahap permohonan. Dalam tahap ini, *marketing officer* bertindak selaku pengawas.
3. Tahap investigasi. Pengawasan dilakukan oleh *marketing officer* dan *marketing manager/group head*.
4. Tahap analisis. Pelaksana pengawasan adalah *analyst officer* dan *marketing manager/analyst group head* serta kepala divisi/kepala cabang.
5. Tahap persetujuan pembiayaan. Komite pembiayaan bertindak selaku pengawas.
6. Tahap pencairan. Pengawasan dilakukan oleh *analyst officer*, *marketing manager/analyst group head*/petugas pejabat administrasi pembiayaan/manajer operasi dan kepala cabang/kepala divisi.

Penelitian Lubis (2009) di salah satu cabang BNI Syariah telah mendeskripsikan prosedur standar operasi baku terhadap persyaratan yang harus dipenuhi dalam mengajukan permohonan pembiayaan. Persyaratan yang harus dipenuhi adalah

1. *Mudharib* bukan termasuk pengusaha yang dianggap telah cacat dalam pandangan bank, yang meliputi:
 - a. Tidak termasuk dalam daftar hitam Bank Indonesia dan BNI Syariah.
 - b. Tidak termasuk dalam debitur pinjaman macet sesuai dengan informasi Bank Indonesia dan BNI Syariah.

- c. Tidak termasuk mengelola jenis usaha yang dilarang dan dihindari untuk dibiayai. Termasuk dalam hal ini adalah usahanya harus halal secara syariah Islam.
2. Sifat usaha tidak spekulatif yang memiliki risiko tinggi.
3. Tidak melampaui batas maksimum pembiayaan.

Setelah permohonan pembiayaan dianggap layak untuk diproses lebih lanjut, akan dilakukan pemeriksaan fisik agunan atau jaminan pembiayaan, baik berupa jaminan materiil maupun imateriil yang dapat berupa jaminan perseorangan (*personal guarantee*) ataupun jaminan perusahaan (*corporate guarantee*). Syarat jaminan material yang dapat diterima adalah:

1. Mempunyai nilai ekonomis dan nilai pasar.
2. Nilai agunan harus lebih besar dibandingkan nilai pembiayaan.
3. Agunan tidak dalam persengketaan dengan pihak lain.
4. Agunan tidak sedang diagunkan kepada pihak lain.

Untuk menentukan kelayakan pembiayaan, data hasil kunjungan dan analisis agunan masih perlu dilengkapi dengan laporan analisis pembiayaan dan analisis rasio keuangan calon *mudharib*. Laporan tersebut menjadi pertimbangan layak-tidaknya permohonan pembiayaan diberikan setelah dilengkapi dengan analisis kualitatif calon *mudharib*, yang meliputi:

1. Analisis karakter calon *mudharib* harus memenuhi kriteria 5C, yaitu
 - a. *Character* (watak). Calon *mudharib* harus memiliki karakter dan kredibilitas cukup baik di kalangan pelanggan.
 - b. *Capacity* (kemampuan). Calon *mudharib* memiliki kemampuan dalam mengelola usaha.
 - c. *Capital* (modal). Modal usaha menunjukkan angka positif terhadap rasio utang dengan modal. Adanya peningkatan

net profit margin dan perkembangan kekayaan pribadi selama tiga tahun terakhir. Hal ini untuk menggambarkan kemampuan usaha dalam memupuk modal dari laba usaha yang dipergunakan untuk biaya operasional.

- d. *Condition* (kondisi usaha). Kondisi dan prospek usaha menunjukkan tingkat pertumbuhan positif dan profitabilitas baik.
 - e. *Collateral* (agunan). Nilai agunan dapat menutupi jumlah pembiayaan yang akan diberikan.
2. Analisis pemasaran. Posisi pasar calon *mudharib* harus menunjukkan hasil yang cukup baik, dengan indikator jenis produk memenuhi kebutuhan konsumen dan adanya strategi pemasaran yang tepat serta lokasi usaha strategis.
 3. Analisis manajemen. Adanya pencatatan keuangan jelas yang menggambarkan kondisi usaha sebenarnya.

Adapun pengawasan selama masa berlakunya pembiayaan dilakukan untuk memastikan perkembangan pembiayaan usaha nasabah. Ada sepuluh jenis pengawasan yang dilakukan pada tahap ini (Bank Indonesia 2009), yaitu.

1. *Monitoring* pemenuhan persyaratan yang pada saat pencairan pembiayaan belum dipenuhi nasabah meliputi:
 - a. *Monitoring* penguasaan jaminan. Pelaksana pengawasan adalah *analyst/marketing officer* dan *marketing manager*/kepala grup *marketing*.
 - b. *Monitoring* penutupan asuransi. Pelaksana pengawasan adalah petugas asuransi, *analyst/marketing officer* dan *marketing manager*/kepala grup *marketing*.
 - c. *Monitoring* pemenuhan dokumen pembiayaan lainnya. Pelaksana pengawasan adalah petugas asuransi, *analyst/marketing officer* dan *marketing manager*/kepala grup *marketing*.

2. Pengawasan terhadap pembiayaan yang belum ditarik oleh nasabah. Pelaksana pengawasan adalah petugas administrasi pembiayaan dan manajer operasi/*monitoring officer* dan kepala grup *monitoring*.
3. *Monitoring* portofolio pembiayaan. Pelaksana pengawasan adalah *marketing officer* dan manajer pemasaran/kepala grup *marketing*.
4. *Monitoring* kegiatan usaha nasabah. Pelaksana pengawasan adalah *marketing officer* dan manajer pemasaran/kepala grup *marketing*.
5. *Monitoring* penggunaan pembiayaan. Pelaksana pengawasan adalah *marketing officer* dan manajer pemasaran/kepala grup *marketing*.
6. *Monitoring* kewajiban jatuh tempo. Pelaksana pengawasan adalah petugas administrasi pembiayaan dan manajer operasi/*monitoring officer* dan kepala grup *monitoring*.
7. *Monitoring* masa berlakunya asuransi. Pelaksana pengawasan adalah *officer* dokumen/manajer pemasaran/kepala grup *marketing*.
8. *Monitoring* masa berlakunya legalitas usaha nasabah, pelaksana pengawasan adalah *marketing officer* dan manager pemasaran/kepala grup *marketing*.
9. *Monitoring* masa berlakunya pembiayaan. Pelaksana pengawasan adalah administrasi pembiayaan serta manajer operasi/*monitoring officer* dan kepala grup *monitoring*.
10. *Monitoring* KAP. Pelaksana pengawasan adalah administrasi pembiayaan serta manajer operasi/*monitoring officer* dan kepala grup *monitoring*.

Ketatnya pengawasan yang dilakukan oleh perbankan tersebut merupakan bagian dari prinsip kehati-hatian bank (*prudential regulation*). Namun, kegiatan pengawasan yang ketat dari perbankan syariah ini dirasakan oleh sebagian nasabah cukup mengganggu. Terganggunya nasabah oleh ketatnya pengawasan dalam pembiayaan syariah

merupakan salah satu bentuk kendala psikis nasabah dalam penerapan pembiayaan yang berbasis bagi hasil. Pada pembiayaan yang berbasis bagi hasil, biasanya bank berusaha melibatkan diri lebih jauh pada kegiatan usaha nasabah. Keterlibatan tersebut merupakan pola penilaian dari bank terhadap aktivitas kegiatan usaha yang didanai oleh bank, bahkan lebih jauh dapat memengaruhi keputusan bisnis nasabah.

Hampir seluruh responden yang diwawancarai mengemukakan bahwa bank syariah sangat ketat dalam pengawasan penggunaan dana yang telah dikucurkan. Meskipun demikian, pihak perbankan masih belum memberikan pembinaan kepada nasabah. Di bidang pengawasan, tampak sekali bank secara konsisten melakukan pengawasan sesuai dengan peraturan. Petugas bank melakukan kontrol satu bulan sekali untuk mengecek penggunaan dana pembiayaan dan perkembangan usaha. Menurut pihak bank, kontrol dilakukan, selain dalam kerangka pengawasan, bertujuan mempererat silaturahmi secara personal agar muncul kepercayaan nasabah kepada bank. Namun, sebagian nasabah menganggap rutinitas pengawasan ini cukup mengganggu kegiatan usaha, walaupun sebagian lagi masih menganggap hal ini wajar sebagai bagian dari upaya pengawasan serta dalam rangka menjaga silaturahmi dengan nasabah. Pendekatan personal ini cukup efektif untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi nasabah. Sebelum menjadi besar, permasalahan itu diharapkan sudah dapat diketahui untuk dicarikan jalan keluarnya.

Menurut Lestiadi (2004), pada pembiayaan yang berbasis bagi hasil, bank biasanya berusaha melibatkan diri lebih jauh terhadap bisnis nasabah. Keterlibatan ini digunakan sebagai pola penilaian mengenai aktivitas bisnis yang didanai bank, bahkan lebih jauh dapat memengaruhi keputusan bisnis nasabah. Namun, tidak dapat dimungkiri bahwa keterlibatan bank yang terlalu jauh dipandang dapat mengurangi keleluasaan nasabah dalam menjalankan usahanya. Ditambah lagi, terbukanya posisi keuangan nasabah dan kemungkinan intervensi bank dalam urusan manajemen membuat nasabah merasa tidak nyaman.

Di bidang pembinaan, hampir seluruh responden yang diwawancarai menyatakan bank tidak melakukan pembinaan dan pendampingan usaha. Pihak bank hanya datang untuk memantau dan mengawasi sejauh mana usahanya berjalan dan kesesuaian penggunaan dana yang diberikan oleh bank. Sebagian responden yang usahanya masih belum berkembang merasa akan lebih baik apabila bank juga melakukan pendampingan dan memberikan konsultasi untuk mengembangkan usaha para nasabah. Bagi nasabah, pembinaan akan banyak memberikan manfaat, terutama untuk strategi pemasaran dan memperkenalkan produk-produk kepada pasar.

E. PENGARUH PEMBIAYAAN TERHADAP KINERJA USAHA

Secara umum, dapat dikatakan bahwa perbankan sebagai lembaga intermediasi telah banyak berperan dalam meningkatkan usaha nasabah pembiayaan. Hampir seluruh responden yang menjadi nasabah mengaku usahanya saat ini relatif telah berkembang lebih baik dibandingkan saat pertama kali memulai usaha. Perkembangan usaha yang dialami nasabah ini sangat variatif, bergantung pada unit usahanya, besar-kecilnya usaha, serta jangkauan usaha dan pemasarannya.

Meskipun rata-rata nasabah telah menunjukkan perkembangan usaha yang lebih baik, ada pula yang cenderung menunjukkan tingkat kemunduran usaha. Kemerosotan usaha ditemukan pada seorang responden yang bergerak di bidang retail bahan kebutuhan pokok. Penyebab kemunduran usahanya adalah berdirinya beberapa pesaing yang lebih kuat pada usaha sejenis, terutama dengan berdirinya beberapa minimarket yang berdekatan dengan usahanya. Minimarket ini didirikan dengan legalitas yang kuat dari pemerintah, di samping kekuatan modalnya mampu menarik banyak pembeli melalui berbagai bentuk promosi. Dengan demikian, banyaknya pesaing yang lebih kuat ini membuat ruang pasar responden menjadi semakin sempit, yang selanjutnya menyebabkan kemerosotan dalam usahanya.

“(sebelum ada minimarket) keuntungan (saya) bisa 12%, paling tidak 10%. Sekarang hanya 3% sampai 4% sehari. Dulu karyawan saya sempat empat (orang), sejak tiga tahun yang lalu tinggal dua (orang).”

Sebaliknya, responden yang bergerak dalam bisnis garmen menyatakan usahanya saat ini cenderung berkembang lebih baik. Hal ini dikatakan oleh seorang responden dalam wawancara yang kutipannya dapat dikemukakan sebagai berikut:

“...company ini langsung mendapatkan biaya dari (bank) syariah karena antara konsep (bank syariah) dan bisnis (yang ditekuni) sesuai. Awal-awal pembentukannya (pada 1996), jumlah karyawan saya (sebanyak) 25 orang, sekarang ini berjumlah 40 orang dengan omzet antara Rp2,5 sampai Rp3 miliar per bulan.”

Responden ini meyakini bahwa ada kesesuaian antara prinsip syariah dan bisnis usahanya yang islami. Kesesuaian prinsip ini telah memberi motivasi khusus berupa dorongan psikologis dan spiritual yang lebih kuat dalam menjalankan usahanya. Keyakinan agamanya mengatakan bahwa dana yang dipakai untuk berbisnis haruslah dana yang halal. Kehalalan dana dan usaha tentunya secara psikologis akan dapat memberikan ketenangan batin untuk bekerja. Oleh karena itu, dampaknya adalah mampu memberi dorongan spiritual dan motivasi yang lebih kuat untuk menjalankan usahanya. Secara tersirat, tampak ada pengakuan dari responden tentang harapan dan keyakinan bahwa mengajukan permohonan pembiayaan ke bank syariah dapat semakin mendorong perkembangan usahanya ke arah lebih baik.

Hal yang sama diungkapkan oleh responden yang bergerak dalam bisnis persewaan (rental) mobil. Kesadarannya untuk menjadi nasabah bank syariah disebabkan oleh adanya keyakinan akan kehalalan dari rezeki yang diusahakan bila modal yang diperoleh juga berasal dari tempat yang halal. Bank syariah diyakini menjalankan bisnis secara halal karena ada struktur dewan syariah yang mengawal aktivitas kerja bank. Dengan mengelola usaha secara halal, pelaku usaha akan

memperoleh ketenangan batin untuk menjalankan usahanya tanpa diliputi rasa takut menanggung dosa.

Dampak yang diperoleh dari adanya ketenangan batin adalah pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan saksama dalam suasana batin yang mendukung untuk berpikir logis sehingga hasilnya cukup baik dalam menunjang perkembangan usaha. Responden yang bersangkutan menyampaikan pendapatnya dengan bahasa berikut ini:

“Sejak saya berhubungan dengan bank syariah (setahun yang lalu), (jumlah) karyawan saya (meskipun) tetap, keuntungan saya (juga relatif) tetap, tetapi mobil (yang) saya (kelola) bertambah tiga.”

Saat ini responden mengelola 22 mobil dengan jumlah karyawan empat orang, sedangkan sopir direkrut secara paruh waktu (*freelance*) jika ada yang membutuhkan. Adapun omzet rata-rata setiap bulannya sekitar Rp60 juta. Meskipun demikian, keyakinan akan kehalalan modal dan usahanya ini tetap harus didukung oleh usaha, kerja keras, kejujuran, dan iklim usaha yang kondusif. Untuk itu, dalam menunjang pengembangan usahanya, responden tersebut memanfaatkan sarana promosi. Promosi yang dilakukan adalah memanfaatkan media selebaran (*flier*) dan media informasi lokal dengan target konsumen penghuni perumahan di sekitar tempatnya berbisnis.

Selain itu, responden menerapkan prosedur standar operasi secara ketat terhadap calon penyewa mobil untuk meminimalkan risiko terjadinya kriminalitas. Antisipasi yang dilakukan adalah meminta fotokopi kartu tanda penduduk (KTP) serta kartu keluarga (KK). Setelah diketahui kecocokan antara KTP dan KK, tahap selanjutnya adalah melakukan survei ke alamat yang ditunjukkan dengan mendatangi tetangga. Dalam survei, hal yang ditanyakan adalah kepastian tempat tinggal, status kepemilikan rumah dari alamat yang ditunjukkan, dan kinerja sehari-hari calon penyewa mobil. Se jauh mungkin survei dilakukan tanpa diketahui oleh calon penyewa dan tetangga yang ditanya juga tidak menyadari tujuan pertanyaan tersebut. Menurut responden, antisipasi terhadap kunjungan tersebut

dilatarbelakangi oleh contoh yang pernah diajarkan Rasulullah saw., bahwa untuk memahami seseorang maka kenalilah temannya yang telah bersama-sama lebih dari tiga hari.

Selain faktor internal dengan menerapkan berbagai strategi cerdas untuk mengantisipasi adanya kerugian, faktor eksternal turut berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Lebih lanjut responden perancang dan pembuat busana muslim mengemukakan pernyataan berikut ini:

“Kendala usaha ini sangat bergantung pada ekonomi dunia. Ketika produksi kapas di dunia sedang merosot maka harga benang (menjadi) mahal, demikian pula pengaruhnya pada harga kain. Demikian pula ketika ekonomi dunia sedang melemah maka jumlah turis asing ke Bali (menjadi) merosot, dan ini berpengaruh pada pasar (kami) di Bali...”

Kerja keras serta pengelolaan keuangan secara ketat dan terencana juga dianggap sebagai faktor keberhasilan. Sebagaimana disampaikan oleh responden pemasok kulit ternak sapi, kerbau, dan domba. Untuk mengelola keuangan usahanya dengan baik, responden ini melibatkan istrinya, yang pernah bersekolah di salah satu SMEA di Jakarta. Kerja sama yang baik di antara suami-istri dalam mengelola perusahaan menyebabkan usahanya dapat berkembang lebih baik, bahkan melampaui usaha pamannya, yang telah mendidiknya dalam bisnis kulit. Saat ini, perputaran usahanya telah mencapai sekitar Rp105 juta per bulan, yang berasal dari 7 ton kulit seharga rata-rata Rp15.000,00 per kilogram. Responden yang bersangkutan meyakini adanya pengaruh pembiayaan perbankan syariah terhadap perkembangan usahanya karena skema yang diterapkan oleh bank syariah dinilai sangat cocok. Responden ini kurang meyakini ihwal apakah perkembangan usahanya sampai saat ini terjadi karena ketaatannya berbisnis secara halal tanpa adanya campur tangan riba dan hanya mendapatkan pembiayaan dari bank syariah. Indikator berkembangnya usaha, di antaranya adalah tenaga kerja yang membantu usahanya telah bertambah dari sebanyak dua orang menjadi enam orang serta

seorang sopir, dengan keuntungan bersih usaha rata-rata Rp3 juta per hari. Faktor yang tak kalah penting dalam perkembangan usaha ini, menurut dia, di samping jaringan bisnis yang telah terbentuk, adalah menjaga kejujuran dengan teman usaha dan keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri. Adapun peran perbankan, menurut dia, sekadar pelengkap untuk menyediakan tambahan dana.

Di lain pihak, koperasi simpan pinjam yang menjadi nasabah Bank Syariah Berkah mengalami peningkatan usaha yang cukup mencolok. Misi didirikannya koperasi ini adalah melayani kelompok masyarakat miskin. Untuk itu, dibutuhkan dana yang diputar rata-rata sebanyak Rp500 juta. Dana pengembangan tersebut diperoleh dari kredit bank konvensional dan pembiayaan Bank Syariah Berkah, yang menyumbang porsi sebanyak Rp200 juta. Dengan menerapkan falsafah “sukses anggota adalah sukses koperasi” maka saat ini koperasi telah berkembang menjangkau wilayah yang cukup luas. Saat ini, wilayah kerjanya menjangkau wilayah tiga kabupaten, dengan jumlah anggota mencapai sekitar 500 orang. Untuk itu, dibutuhkan tenaga lapangan yang cukup banyak. Dari delapan karyawan koperasi, sebanyak empat orang adalah tenaga lapangan. Kepada anggotanya, koperasi menerapkan pinjaman dengan skema syariah. Meskipun demikian, istilah-istilah syariah tidak diterapkan dalam hubungan pembiayaan dengan anggota karena istilah-istilah tersebut masih menjadi hambatan untuk dipahami. Adapun keuntungan koperasi diperoleh dengan mengambil selisih margin pembiayaan, dari Bank Syariah Berkah sebesar 8,5% per tahun, kemudian ke anggota sebesar 2% per bulan.

Berdasarkan pengalaman responden yang menjadi nasabah bank syariah, faktor yang memengaruhi peningkatan kinerja usaha tersebut semata-mata tidak hanya berasal dari pinjaman pembiayaan perbankan syariah, tetapi juga terkait dengan berbagai faktor eksternal lainnya, termasuk iklim usaha secara makro yang relatif kondusif sehingga usahanya dapat berkembang lebih baik.

F. PENUTUP

Secara umum, dapat dikatakan bahwa bank syariah, sebagai lembaga intermediasi, cukup berperan dalam membantu pengembangan usaha menengah dan besar.

Responden yang menjadi nasabah sudah merasakan manfaat dari pembiayaan yang diterima. Manfaat tersebut tidak hanya dapat dilihat dari aspek materi dalam bentuk peningkatan omzet, perluasan skala usaha, pertumbuhan jumlah karyawan, dan peningkatan perolehan laba, tetapi juga dirasakan oleh sebagian nasabah dalam bentuk kepuasan batin, ketenangan usaha serta keberkahan. Manfaat spiritual ini tentunya tidak bisa dinilai dengan uang, tetapi memberikan dampak positif yang luar biasa bagi yang merasakannya.

Motivasi responden dalam memilih mendapatkan pembiayaan syariah tidak semata-mata karena adanya keuntungan ekonomi yang ditawarkan oleh bank syariah. Motivasi yang paling utama responden dalam memilih bank syariah adalah untuk mendapatkan rezeki dengan keyakinan atas kehalalan prinsip syariah. Adapun motivasi yang berhubungan langsung dengan keuntungan ekonomi yang ditawarkan oleh bank syariah hanya menduduki peringkat ketiga di bawah motivasi syariah dan kemudahan prosedur yang ditawarkan bank syariah. Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa nasabah hanya mengajukan permohonan pembiayaan untuk usahanya sesuai dengan kebutuhan dan tidak melebihi plafon usaha. Dalam usaha retail, nasabah sebenarnya dimungkinkan mendapatkan pembiayaan maksimal sebesar Rp10 miliar. Akan tetapi, rata-rata responden hanya mengajukan permohonan pembiayaan kurang dari Rp1 miliar, menyesuaikan dengan kebutuhan.

Meskipun demikian, pembiayaan yang disalurkan masih memiliki beberapa kelemahan yang perlu diperbaiki di masa yang akan datang. *Pertama*, akad pembiayaan masih didominasi oleh akad berbasis non-bagi hasil, seperti *murabahah*. Secara prinsip, bank syariah seharusnya lebih mengutamakan pembiayaan yang berbasis akad bagi

hasil seperti *mudharabah* dan *musyarakah*. *Kedua*, kurang memberikan penjelasan mengenai akad pembiayaan dan pola bagi hasil kepada calon nasabah sehingga nasabah masih berprasangka bahwa pola kerja bank syariah tidak berbeda jauh dengan bank konvensional, yang menerapkan rente (bunga bank). *Ketiga*, responden menilai prosedur yang diajukan bank untuk mendapatkan pembiayaan, meskipun relatif mudah, sejak pengajuan pembiayaan sampai pencairan dana masih lebih lambat dibandingkan bank konvensional. Padahal, di samping kehati-hatian, kecepatan pencairan dana merupakan salah satu faktor daya tarik nasabah untuk berhubungan dengan bank. *Keempat*, pihak bank syariah belum memberikan pembinaan yang memadai untuk pengembangan usaha para nasabah pembiayaan, padahal mereka sangat mengharapkannya.

Harapan nasabah terhadap perbaikan kinerja bank syariah ini adalah *pertama*, bank syariah yang membawa bendera Islam perlu lebih memperjelas perbedaan antara akad syariah dan prinsip konvensional, yaitu dengan mengutamakan akad bagi hasil, seperti *mudharabah* dan *musyarakah*. *Kedua*, produk-produk perbankan syariah yang masih menggunakan istilah berbahasa Arab, seperti *istisna*, *mudharabah*, dan *musyarakah*, sebaiknya mempergunakan istilah lokal atau istilah yang sudah umum digunakan oleh perbankan. Hal ini untuk mempermudah nasabah dalam mencerna akad pembiayaan yang diterapkan. *Ketiga*, perlu meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya insani perbankan syariah.


DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia, 2000. *Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Pulau Jawa*. Jakarta: Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan.
- _____. 2002. *Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia 2002–2011*. Jakarta.
- _____. 2009. *Outlook Perbankan Syariah Indonesia 2010*. Jakarta.
- _____. 2010. *Outlook Perbankan Syariah Indonesia 2011*. Jakarta.

- Junaidi. 2006. "Pelaksanaan Bagi Hasil dalam Penyaluran Dana Mudharabah pada Bank Syariah Mandiri (Studi di Bank Syariah Mandiri Kudus)." Tesis Program Studi Magister Kenotariatan Program Pascasarjana, Universitas Diponegoro Semarang.
- Lestiadi, Suhaji. 2004. "Praktek Pembiayaan bagi Hasil di Perbankan Syariah." *Proceeding Seminar Nasional Mencari Solusi Pembiayaan bagi Hasil Perbankan Syariah*. Diedit oleh Ascarya. Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia.
- Lubis, Dede Prana Yudhi. 2009. "Analisis Prosedur Pembiayaan Mudharabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Medan." Tugas Akhir Program Studi Diploma III Akuntansi, Universitas Sumatera Utara.
- Meini, Zumrotin. 2005. "Perilaku Simpanan dan Pembiayaan Perbankan Syariah (kasus Indonesia 2000–2003)." Tesis Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Mu'allim, Amir. 2003. "Persepsi Masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah." *Al-Mawarid Jurnal Hukum Islam* 10.
- Soekarni, Muhamad, Mochammad Nadjib, dan Yani Mulyaningsih. 2010. *Peranan dan Tantangan Perbankan Syariah dalam Mendorong UMKM Sektor Perdagangan*. Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi LIPI.

BAB V

EPILOG

 Muhammad Soekarni

Kehadiran perbankan syariah ikut memberikan warna tersendiri dalam perekonomian nasional. Meskipun jumlah aset yang dikelola relatif sedikit dan masih jauh di bawah aset perbankan nasional, peranan perbankan syariah perlu mendapat apresiasi dari segenap pemangku kepentingan, terutama dalam kaitannya dengan penyelenggaraan pembiayaan bagi dunia usaha. Perbankan syariah telah memberikan kontribusi positif dalam proses intermediasi keuangan antara pemilik dana dan pihak yang membutuhkan melalui pembiayaan modal kerja, investasi, dan konsumsi. Sejalan dengan semakin bertambahnya jumlah dan jaringan kantor, nilai pembiayaan yang disalurkan perbankan syariah juga telah tumbuh cukup signifikan.

Keberhasilan pembiayaan yang diselenggarakan bank syariah dapat ditunjukkan, antara lain oleh laju pertumbuhan pembiayaan yang disalurkan lebih tinggi dibandingkan laju pertumbuhan kredit perbankan nasional, nilai pembiayaan nonlancar masih berada dalam batas aman yang ditetapkan BI (di bawah 5%) serta penyaluran pembiayaan oleh bank umum syariah (BUS) dan unit usaha syariah (UUS) untuk keperluan pembiayaan modal kerja dan investasi yang terus bertambah.

Selama periode awal, proporsi pembiayaan yang disalurkan BUS dan UUS masih sangat terkonsentrasi pada usaha kecil dan menengah (UKM). Namun, pada tahap berikutnya, proporsi pembiayaan mulai berimbang di antara dua golongan pengguna tersebut dan terakhir 2014, proporsi pembiayaan yang mengalir kepada kelompok selain UKM mulai melampaui proporsi UKM. Perubahan proporsi penyaluran pembiayaan menurut golongan pengguna itu tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya penguasaan aset BUS dan UUS. Ketika penguasaan aset masih relatif sedikit, kemampuan untuk menyalurkan pembiayaan kepada kelompok selain UKM yang berskala besar jelas masih terbatas.

Dalam kaitan ini, menarik pula untuk mencermati sebaran pembiayaan bermasalah (NPF) menurut golongan pengguna. Selama periode pengamatan 2006–2011, pembiayaan bermasalah BUS dan UUS lebih banyak dialami golongan pengguna UKM dengan kecenderungan yang semakin meningkat. Selanjutnya, mulai 2011, porsi pembiayaan bermasalah UKM mulai mengecil walaupun nominalnya tetap naik. Sebaliknya, nominal pembiayaan bermasalah golongan pengguna selain UKM meningkat lebih cepat sehingga pada akhir 2014 porsinya mulai melebihi porsi pembiayaan bermasalah UKM.

Kecenderungan makro tersebut juga terjadi pada Bank Syariah Berkah yang dijadikan sampel penelitian. Pembiayaan Bank Syariah Berkah untuk usaha menengah dan besar (UMB) masih relatif kecil, yaitu sekitar 19% dari total pembiayaan yang disalurkan. Padahal, pihak manajemen menyadari bahwa potensi pembiayaan untuk segmentasi menengah-besar cukup tinggi. Beberapa faktor yang menyebabkan kecilnya porsi pembiayaan Bank Syariah Berkah yang disalurkan kepada UMB, antara lain adalah masih relatif kecilnya aset yang dimiliki, perlu menerapkan analisis kelayakan yang lebih tajam dan *complicated*, keinginan mengoptimalkan intermediasi ke daerah-daerah untuk pembiayaan mikro dan retail serta margin atau bagi hasilnya yang relatif kecil bila dibandingkan dengan margin atau bagi hasil pembiayaan retail untuk UMKM.

Selain itu, ada beberapa kelemahan lain dalam penyelenggaraan pembiayaan oleh BUS dan UUS. *Pertama*, kecepatan pertumbuhan pembiayaan menurut penggunaan kurang seimbang. Pembiayaan untuk konsumsi telah tumbuh sangat cepat sehingga porsi pembiayaan untuk menopang kegiatan produktif dalam bentuk pembiayaan modal kerja dan konsumsi mulai menurun. *Kedua*, skim pembiayaan masih didominasi oleh akad berbasis perdagangan, terutama *murabahah*. Hal ini sudah banyak mendapat kritik dari pihak lain, tetapi pihak perbankan syariah kelihatannya masih kesulitan untuk melakukan perubahan secara cepat. *Ketiga*, berdasarkan sektor pengguna, pembiayaan BUS dan UUS masih terkonsentrasi pada sektor jasa yang bersifat *non-tradable*.

Kesimpulan yang dikemukakan di atas berdasarkan pada analisis data sekunder di tingkat makro dan hasil wawancara dengan pihak manajemen perbankan. Berikut ini akan disampaikan kualitas pembiayaan yang telah dijalankan Bank Syariah Berkah berdasarkan pada persepsi responden yang pernah mendapatkan pembiayaan dari bank bersangkutan. Hasil analisis *importance performance analysis* (IPA) menunjukkan masih terdapat kesenjangan antara kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Berkah dalam pembiayaan dan apa yang diharapkan oleh nasabah, terutama nasabah yang termasuk kategori menengah dan besar. Hal ini terlihat dari adanya gap (kesenjangan) negatif antara persepsi dan harapan nasabah yang terjadi pada semua dimensi kualitas pelayanan, yaitu prinsip syariah, keyakinan, keandalan, fisik nyata, empati, dan daya tanggap. Hasil analisis antara kinerja dan tingkat kepuasan nasabah yang masih berada di bawah nilai 80%, terlihat pada dimensi keyakinan, keandalan, empati, dan daya tanggap. Sementara itu, dimensi kualitas pelayanan yang dinyatakan sudah sesuai antara persepsi dan harapan nasabah adalah dimensi prinsip syariah dan fisik nyata, dengan nilai di atas 80%.

Baik dan buruknya kualitas pelayanan pembiayaan tentu akan berpengaruh terhadap kepuasan dan manfaat yang dirasakan nasabah pembiayaan. Pengukuran pengaruh atau manfaat pembiayaan

terhadap kinerja usaha yang dijalankan nasabah agak sulit dilakukan. Hal ini terjadi karena kinerja usaha tersebut dipengaruhi oleh banyak variabel, baik variabel yang bersifat internal maupun eksternal. Pendekatan yang dilakukan lebih bersifat subjektif pada pengakuan responden.

Pada umumnya, responden menilai sistem pembiayaan di bank syariah ini sudah cukup baik sehingga memberikan manfaat yang dapat menunjang kemajuan usaha. Manfaat tersebut tidak hanya dapat dilihat dari aspek materi dalam bentuk peningkatan omzet, perluasan skala usaha, dan perolehan laba, tetapi juga dirasakan oleh sebagian nasabah dalam bentuk kepuasan batin, ketenangan serta keberkahan. Manfaat spiritual ini tentunya tidak bisa dinilai dengan uang, tetapi memberikan dampak positif yang luar biasa bagi yang merasakannya. Manfaat tersebut, menurut responden, akan semakin besar jika proses pengurusan pembiayaan dapat dilaksanakan dalam jangka waktu yang lebih singkat. Menurut sebagian responden, waktu yang dibutuhkan sejak pengajuan pembiayaan sampai pencairan dana relatif masih lebih panjang dibandingkan waktu pengurusan kredit di bank konvensional.

Berikut ini disampaikan beberapa saran untuk meningkatkan peranan perbankan syariah dalam pembiayaan yang disalurkan kepada UMB pada khususnya dan perbaikan kinerja perbankan syariah pada umumnya.

1. Sebaiknya perbankan syariah berupaya lebih serius dalam meningkatkan penerapan skim pembiayaan berbasis penyertaan modal agar kehadiran perbankan syariah menjadi lebih berarti dalam upaya mendorong pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pendapatan di antara kelompok masyarakat.
2. Pembiayaan untuk sektor *tradable* (pertanian, pertambangan, dan industri) juga perlu ditingkatkan secara bertahap agar struktur pembiayaan menurut sektor usaha menjadi lebih berimbang.

3. Proses pencairan dana sebaiknya dipercepat sehingga dapat mengakomodasi kepentingan calon nasabah yang pada umumnya membutuhkan dana untuk kepentingan usaha yang cenderung dinamis.
4. Bank Syariah Berkah perlu lebih meningkatkan pelayanan pada dimensi yang memiliki gap negatif relatif besar karena pelayanan yang diberikan selama ini belum sesuai dengan harapan nasabah pembiayaan pada usaha menengah dan besar, terutama pada dimensi keyakinan, keandalan, empati, dan daya tanggap. Kemudian, Bank Syariah Berkah juga hendaknya memprioritaskan pelayanan yang berada pada kuadran A dan B diagram kartesius. Adanya perbaikan pada faktor-faktor yang berada pada kedua kuadran tersebut akan memberikan kepuasan terhadap nasabah atas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Berkah. Langkah perbaikan yang perlu dilakukan pada keempat dimensi yang dimaksudkan adalah sebagai berikut:
 - a Dimensi keyakinan. Faktor pengetahuan dan pengalaman tim manajemen Bank Syariah Berkah perlu ditingkatkan dengan cara merekrut para lulusan sarjana yang lebih mengerti dan memahami ilmu perbankan dan keuangan syariah serta memberikan pelatihan-pelatihan khusus tentang produk pembiayaan yang sesuai diterapkan pada usaha berskala menengah dan besar dengan berdasarkan pada fikih-fikih Islam.
 - b Dimensi keandalan. Bank Syariah Berkah perlu mempertahankan pelayanan pembiayaan dalam hal tingkat bagi hasil yang sesuai, sistem pelaporan pembiayaan yang baik, kelengkapan informasi tentang jenis pembiayaan, reputasi dan *image* bank yang baik serta manajemen bank syariah yang baik dan dapat dipercaya.
 - c Dimensi empati. Bank Syariah Berkah harus meningkatkan strategi khusus guna menarik minat masyarakat untuk mengambil pembiayaan di Bank Syariah Berkah dengan

cara memberikan fleksibilitas waktu dalam mengangsur pembiayaan dan biaya pelayanan pembiayaan yang rendah.

- d Dimensi daya tanggap. Bank Syariah Berkah perlu memprioritaskan pelayanan mengenai produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, kemudahan prosedur pembiayaan serta pengawasan dan pendampingan yang baik dengan tetap mengutamakan prinsip-prinsip kejujuran dan keterbukaan.

INDEKS

- Assurance*, 47, 51, 61, 62
Bank umum syariah, 1, 2, 12, 29,
30, 31, 37, 39, 103
Business wise, 81
Compliance, 42, 48, 51, 56, 57, 60
Corporate guarantee, 90
Dual banking, 1
Empathy, 48, 51, 56, 57
Financing to deposit ratio, 2, 16
Halal, 79, 81, 90, 95, 97
Investasi, 2, 5, 6, 8, 11, 12, 13, 14,
16, 29, 33, 34, 40, 52
Importance performance analysis
(IPA), 3, 43, 52, 105
Istisna, 81, 100
Kinerja usaha, 7, 75, 76, 94, 98,
106
Kualitas pelayanan, 3, 41, 42, 43,
44, 46, 48, 50, 54, 56, 58, 71,
72, 83, 87, 105
Mudharabah, 2, 5, 12, 24, 25, 26,
31, 32, 38, 81, 86, 100, 101
Mudharib, 89, 90
Musarakah, 2, 5, 12, 24, 25, 26,
31, 32, 81, 100
Modal kerja, 2, 5, 6, 8, 11, 13, 14,
29, 33, 34, 38, 52, 103, 105
Marketing officer, 89, 91, 92
Marketing manager, 89, 91
Non-performing financing, 26, 37,
88
Pangsa pembiayaan, 14, 15
Pembiayaan retail, 34, 35, 36, 85,
104
Perbankan konvensional, 12, 26,
28, 29, 38, 4, 41, 48, 85
Perbankan syariah, 1, 2, 3, 5, 6, 7,
8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16,
17, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 27,
28, 29, 30, 31, 37, 38, 39, 40,
41, 42, 48, 53, 74, 75, 81, 83,
85, 87, 92, 97, 98, 100, 101,
103, 105, 106

Personal guarantee, 90

Prinsip syariah, 3, 48, 55, 51, 56,
57, 58, 59, 60, 68, 71, 72, 80,
82, 83, 87, 95, 99, 105

Profit and loss sharing, 86

Quadrant analysis

Reliability, 45, 51, 54, 56, 57, 64

Rente, 81, 82, 100

Responsiveness, 46, 51, 56, 57, 69,
70,

Riba, 17, 48, 49, 82, 97

Risk sharing

Sektor *non-tradable*, 21

Sektor riil, 2, 3, 4, 12, 16, 39, 75,
87

Sektor *tradable*, 21, 38, 106

Service quality, 8, 9, 73, 74

Servqual

Shahibil maal

Syariah wise, 81

Tangibles, 45, 64

BIOGRAFI PENULIS



Muhammad Soekarni

Peneliti di Pusat Penelitian Ekonomi, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2 Ekonomi-LIPI) sejak tahun 1997. Penulis mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dari Fakultas Ekonomi Universitas Andalas dan Magister Sains dari Pascasarjana Universitas Indonesia. Penulis juga aktif sebagai dosen tidak tetap di Fakultas Ekonomi Universitas

Tarumanagara, Jakarta. Karya tulisnya berupa buku, artikel, dan tulisan bunga rampai lebih banyak terkait dengan ekonomi dan perbankan syariah; serta tema-tema ekonomi pembangunan.



Yeni Saptia

Peneliti di Pusat Penelitian Ekonomi, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2 Ekonomi-LIPI) sejak tahun 2005. Menyelesaikan pendidikan Sarjana di bidang Ilmu Ekonomi dan Pembangunan dari Fakultas Ekonomi Manajemen IPB dan Pasacasarjana di Pusat Studi Kajian Timur Tengah Indonesia, Universitas Indonesia. Telah banyak melakukan kajian dan penelitian bidang Ekonomi Islam, keuangan perbankan, kemiskinan dan ekonomi publik.



Mochammad Nadjib

Antropolog senior yang bekerja sebagai peneliti pada Pusat Penelitian Ekonomi-LIPI. Telah banyak meneliti dan menulis artikel tentang pembiayaan syariah dengan implementasi pada masyarakat nelayan di berbagai jurnal nasional serta aktif menjadi pembicara di berbagai seminar nasional. Menjadi penulis dan editor buku *Sistem Pembiayaan Nelayan* (2013) dan *Peran Lembaga Keuangan dalam Pembiayaan Usaha Perikanan Tangkap* (2016) yang diterbitkan oleh LIPI Press.

PERBANKAN SYARIAH:

Kontribusi dalam Pembiayaan Usaha Menengah-Besar

Kehadiran perbankan syariah telah memberi warna baru dalam sektor perbankan dan ikut ambil bagian dalam menunjang perkembangan ekonomi nasional. Sebagai lembaga intermediasi, bank syariah cukup berperan dalam penyaluran pembiayaan yang dibutuhkan dunia usaha untuk investasi dan modal kerja. Akan tetapi, pembiayaan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dianggap lebih banyak dibanding dengan pembiayaan untuk kelompok usaha lainnya, terutama Usaha Menengah dan Besar (UMB).

Bunga rampai ini berupaya membahas secara spesifik aspek-aspek yang terkait dengan persoalan pembiayaan tersebut, seperti bagaimana peranan pembiayaan perbankan syariah dalam membantu mengembangkan UMB; kualitas pembiayaan yang disalurkan perbankan syariah kepada UMB; pengaruh pembiayaan perbankan syariah terhadap kinerja UMB; serta hambatan dan tantangan yang dihadapi perbankan syariah dalam menyalurkan pembiayaan, khususnya yang disalurkan pada UMB.

Bunga rampai ini diangkat dari hasil penelitian sehingga sangat tepat sebagai referensi, baik bagi para pelaku perbankan, mahasiswa, peneliti maupun masyarakat umum yang ingin lebih mengetahui mengenai perbankan syariah. Selamat membaca!



Distributor:
Yayasan Obor Indonesia
Jln. Plaju No.10 Jakarta 10230
Telp. (021) 319 26978, 3920114
Faks. (021) 319 24488
E-mail: yayasan_obor@cbn.net.id

LIPI Press

ISBN 978-979-799-853-0

