

# **PENTINGNYA MANAJEMEN INOVASI PADA PRODUK PERBANKAN SYARIAH AGAR BISA BERSAING DENGAN BANK KONVENSIONAL**

Muhammad Amirul Mukminin

Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

[amir.umsida2016@gmail.com](mailto:amir.umsida2016@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Perbankan Syariah hadir mulai beroperasi di Indonesia sejak tahun 1992. Sedangkan sebelumnya sudah lama Perbankan yang memakai sistem konvensional telah hadir di Indonesia. Perbankan syariah telah tertinggal jauh oleh perbankan konvensional. Adanya 2 sistem perbankan di Indonesia tentu saja menyebabkan adanya persaingan. Di mana dalam persaingan menuntut agar pengelolaan manajemen ditingkatkan kinerjanya, dengan opsi adanya inovasi dalam berbagai aspek termasuk juga pada produk bank yang akan dijual kepada masyarakat. Saat ini perbankan syariah masih jauh tertinggal dengan perbankan yang memakai sistem konvensional. Meskipun Indonesia adalah negara yang mayoritas muslim, tetapi masih banyak yang memakai sistem konvensional ketimbang syariah. Padahal sudah jelas konvensional memakai sistem riba yang diharamkan dikonsumsi oleh muslim. Faktor lain juga dikarenakan kurangnya inovasi pada produk perbankan syariah, sehingga banyak masyarakat awam yang menganggap sistem syariah merupakan hanya salinan dari sistem konvensional. Agar dapat bersaing dengan perbankan konvensional maka perbankan syariah tentu saja memerlukan perkembangan inovasi produk agar masyarakat tertarik dengan perbankan syariah.

**Kata Kunci:** Inovasi, Perbankan Syariah, Perkembangan

## **PENDAHULUAN**

Islam sebagai agama yang *rahmatan lil alamin* berlaku pada berbagai kondisi, situasi dan zaman baik dahulu, sekarang maupun yang akan datang. Kemampuan ajaran Islam untuk bersosialisasi dalam menghadapi perkembangan zaman dan kebutuhan umat manusia,

merupakan salah satu fenomena yang menarik untuk dikaji. Orientasi dasar ekonomi Islam secara filosofis dilandaskan pada asas ketuhanan (tauhid), yaitu adanya hubungan dari aktivitas ekonomi, antara sesama manusia dan juga antara manusia dan sang pencipta. Dari landasan tauhid ini timbul prinsip-prinsip dasar bangunan kerangka sosial, hukum, dan tingkah laku, yang di antaranya adalah prinsip khilafah, keadilan ('adalah), kenabian (nubuwwah), persaudaraan (ukhuwwah), kebebasan yang bertanggung jawab (Alhuriyah wal mas'uliyah) (Oktavia, 2014).

Sebagai negara dengan pemeluk agama Islam terbanyak di dunia maka menjadi keniscayaan dan kepastian bahwa cukup banyak muslim yang merasa keberatan harus bertransaksi atau berurusan dengan lembaga perbankan yang menerapkan sistem riba. Masyarakat muslim yang enggan berurusan dengan perbankan karena takut riba biasanya menggunakan perbankan hanya sebagai lalu lintas dana seperti mentransfer uang atau transaksi lain yang hanya dapat dilakukan perbankan dan sesegera mungkin menarik dana dari perbankan setelah mendapatkan transferan dana atau kebutuhannya terpenuhi.

Bank Syariah pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonomi dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syariah Islam. Umat Islam diharapkan dapat memahami perkembangan bank syariah dan mengembangkannya apabila dalam posisi sebagai pengelola bank syariah yang perlu secara cermat mengenali dan mengidentifikasi semua mitra kerja yang sudah ada maupun yang potensial untuk pengembangan bank syariah (Agus Marimin & Abdul Haris Nasution, 2015).











Perbankan syariah di Indonesia, dilihat dari perangkat hukum maupun dari pertumbuhan jumlah perbankan syariah, memang sudah cukup berkembang. Namun jika dilihat dari rasio jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas muslim, jumlah perbankan syariah terasa masih kurang. Bank-bank syariah di Indonesia masih cenderung menggarap pasar loyalis, yang potensinya sebesar Rp. 10 triliun. Jumlah ini masih relatif kecil jika dibandingkan dengan potensi pasar *floating* (mengambang) yang diprediksi mencapai angka Rp. 720 triliun. Berdasarkan pemikiran itulah, maka perlu dipikirkan oleh praktisi dan teori perbankan syariah untuk memformulasikan suatu inovasi produk perbankan sehingga mampu menarik minat nasabah tersebut (Haris, 2007)

Selaku regulator, Bank Indonesia memberikan perhatian yang serius dan bersungguh-sungguh dalam mendorong perkembangan perbankan syariah. Semangat ini dilandasi oleh keyakinan bahwa perbankan syariah akan membawa 'maslahat' bagi peningkatan ekonomi dan

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

Di mata dunia, keuangan syariah di Indonesia masih tertinggal jauh dengan negara-negara lain jika dilihat jumlah penduduk di Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbanyak di dunia. Indonesia saat ini masih duduk di posisi 7 dunia berdasarkan Global Islamic Finance Report 2017.

Table 1:  
LATEST IFCI SCORES AND RANKS

COUNTRIES	2017 IFCI	2016 IFCI	2017 IFCI	2016 IFCI	CHANGE
	RANK	RANK	SCORE	SCORE	
 MALAYSIA	1	1	79.25	77.77	-
 IRAN	2	2	78.42	77.39	-
 SAUDI ARABIA	3	3	65.90	66.98	-
 UNITED ARAB EMIRATES	4	4	38.02	36.68	-
 KUWAIT	5	5	35.20	35.51	-
 PAKISTAN	6	9	24.30	18.89	+3
 INDONESIA	7	6	23.98	24.21	-1
 BAHRAIN	8	8	21.96	21.90	-
 QATAR	9	7	21.94	22.02	-2
 BANGLADESH	10	10	16.73	16.14	-

(Global Islamic Finance Report, 2017)

Dalam penilaian Global Islamic Financial Report (GIFR) tahun 2017, Indonesia menduduki urutan ketujuh negara yang memiliki potensi dan kondusif dalam pengembangan

industri keuangan syariah. Padahal pada tahun 2011 Indonesia menduduki peringkat ke4 pada penilaian tersebut. Indonesia kalah jauh dengan negara tetangga yaitu Malaysia. Padahal jumlah penduduk Muslim Indonesia jauh lebih banyak dibandingkan Malaysia. Malaysia menjadi pemimpin keuangan syariah nomor satu di dunia. Negeri Jiran julukan Negara Malaysia itu menggeser Iran sekaligus semakin jauh meninggalkan Indonesia pada peringkat 7 di dunia.

Dalam penilaiannya, Malaysia dianggap mampu mengembangkan kebijakan keuangan syariah yang lebih lengkap. Malaysia juga sukses menawarkan beragam layanan perbankan syariah, pasar modal, asuransi syariah, dan pengelolaan investasi. Lebih jauh, Malaysia dianggap telah memiliki institusi pendidikan dan profesional yang diakui dunia baik dalam perbankan syariah maupun keuangan. Maka dari itu diperlukannya sebuah inovasi pada keuangan syariah di Indonesia, pada khususnya pembahasan ini mengacu kepada sistem Perbankan Syariah di Indonesia.

## PEMBAHASAN

Kinerja perbankan syariah memiliki andil besar bagi perkembangan perekonomian di Indonesia, ketika krisis ekonomi sejak tahun 1997, sistem pembiayaan berdasarkan prinsip-prinsip syariah mampu bertahan dan memiliki kinerja yang lebih baik daripada bank konvensional (Subaweh, 2008).

Lembaga keuangan syariah yang pada kasus ini dikhususkan pada perbankan syariah yang memiliki produk serta layanan yang berbasis syariah tentu saja harus mempunyai sistem tata kelola yang bisa memastikan bahwa prinsip syariah benar-benar sedang diterapkan pada keseluruhan perusahaan. Istilah tata kelola syariah atau *shariah governance* dimunculkan oleh lembaga berstandar internasional seperti AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) dan IFSB (*Islamic Financial Services Board*) sebagai bentuk sistem tata kelola bagi lembaga keuangan syariah (Budiono, 2017)

Hal mendasar yang membedakan antara lembaga keuangan konvensional dengan syariah adalah terletak pada pengembalian dan pembagian keuntungan yang diberikan oleh nasabah kepada lembaga keuangan dan/atau yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah, hal kegiatan operasional bank syariah menggunakan prinsip *profit and loss sharing* (Setyaningsih, 2013).

Pangsa pasar lembaga keuangan syariah terbilang masih relatif kecil dibanding lembaga keuangan konvensional, yaitu di kisaran 5 persen. Hal tersebut tak terlepas pula dari masih

sedikitnya varian produk di industri keuangan syariah, sehingga produk yang ditawarkan kurang beragam dibanding industri keuangan konvensional.

Oleh karena itu, suplai produk keuangan syariah perlu ditingkatkan. Dalam Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah 2017-2019, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengharapkan pengembangan produk perbankan syariah ke depannya mampu menciptakan outlet investasi bagi nasabah, khususnya kalangan menengah ke atas. Selain itu, bank syariah juga diharapkan dapat menambah variasi produk pembiayaan mikro, mengembangkan produk pembiayaan korporasi, *trade finance*, produk pengelolaan kas, pembiayaan bagi *start up*, serta produk-produk *development financing*, khususnya untuk pembangunan infrastruktur

Terlepas dari benar tidaknya isu yang terjadi di lapangan, bank syariah baik BUS maupun UUS seharusnya senantiasa memperbaiki kinerja, melakukan inovasi produk, penyiapan SDM yang mumpuni, dan perbaikan pelayanan sehingga nasabah merasa nyaman jika harus bertransaksi dengan prinsip-prinsip yang ditawarkan oleh bank syariah. Tidak ada yang dirugikan dari kedua belah pihak, dan nasabah “terpuaskan” dengan apa yang sudah ditentukan sehingga bank syariah bukan saja akan menjadi alternatif pilihan, tapi akan menjadi pilihan utama untuk memenuhi jasa perbankan masyarakat (Sula, 2010). Inovasi produk bank syariah adalah sebuah keniscayaan, agar bank syariah bisa kembali tumbuh dan bersaing dengan perbankan konvensional maupun lembaga lain. Inovasi produk juga sangat dibutuhkan dalam menghadapi perkembangan bisnis yang terus berubah.

Inovasi produk keuangan dan perbankan syariah merupakan pokok utama dalam pengembangan industri perbankan syariah, tentunya pengembangan harus didukung dengan kompetensi sumber daya manusia yang selain handal tetap berpegang teguh dengan prinsip-prinsip syariah (Ferlangga Al Yozika, 2017). Bank-bank syariah harus memiliki produk inovatif yang semakin beragam agar bisa berkembang dengan baik. Inovasi juga harus dilakukan agar produk bank syariah tidak monoton dan dominan dengan akad tertentu di tengah bervariasinya kebutuhan bisnis masyarakat. Oleh karena itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terus mendorong pelaku industri keuangan syariah untuk terus berinovasi demi memenuhi kebutuhan masyarakat. OJK.

Faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk bisa berasal dari internal maupun eksternal. Faktor internal berarti organisasi dan segala sesuatu di dalamnya, antara lain sumber daya manusia, budaya perusahaan, strategi perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhinya adalah pertumbuhan pasar, tingkat persaingan, regulasi Bank Indonesia, OJK dan Fatwa Dewan Syariah Nasional.

Adanya bank syariah memberikan pilihan bagi masyarakat untuk memperoleh pembiayaan yang tidak hanya bergantung pada satu jenis bank dengan produk-produknya, namun masyarakat bebas memilih lembaga dan produk mana yang paling sesuai dengan kapasitas yang dimiliki dan kondisi usaha yang dijalankan. Pada prinsipnya, jika bank syariah peka membaca kebutuhan masyarakat berdasarkan pada kondisi geografis, dan mampu memetakan kebutuhan masyarakat berdasarkan sumber pendapatan masyarakat pada wilayah tersebut, maka pengembangan produk perbankan untuk memenuhi kebutuhan pada masing-masing daerah akan berbeda (Ghofur, 2015).

Inovasi juga merupakan kunci untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing. Bagi dunia bisnis inovasi artinya pertumbuhan perusahaan. Bisa dikatakan perusahaan yang inovatif tentu saja merupakan idaman para pemegang saham lantaran ia dapat mendongkrak laba. Ketiadaan inovasi dapat menimbulkan stagnasi bisnis, di mana kondisi ini membuat rentannya terjadi pengurangan lapangan kerja. Karenanya perbankan syariah harus mampu berinovasi dan berpikir *out of box* agar bersaing dengan perbankan konvensional meningkatkan *market share*.

Semakin inovatif bank syariah membuat produk, semakin cepat pula pasar berkembang. Maka, lemahnya inovasi produk bank syariah, bagaimanapun berimbas secara signifikan kepada lambatnya pengembangan pasar. Lemahnya inovasi produk dan pengembangan pasar bank syariah harus segera di atasi, agar akselerasi pengembangan bank syariah lebih cepat. Inovasi produk diperlukan agar bank syariah bisa lebih optimal dalam memanfaatkan fenomena global. Karena itu harus melakukan inisiatif akselerasi luar biasa dalam pengembangan pasar dan pengembangan produk.

Kurangnya inovasi produk antara lain, dikarenakan kemampuan SDM yang masih terbatas. Jangankan untuk mengembangkan produk dengan kreatif dan inovatif, untuk memahami konsep produk yang sudah ada, kemampuan SDM bank syariah masih terbatas. Para *officer* bank syariah umumnya sudah memahami konsep dasar produk syariah yang sudah ada, namun masih banyak *officer* bank syariah yang belum memahami dengan baik konsep dan penerapan fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional untuk dijadikan dasar acuan inovasi produk perbankan syariah (Agustianto, 2007).

Inovasi produk yang menjadi kunci perbankan syariah untuk lebih bermanfaat, kompetitif dan lebih berkembang dengan cepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Inovasi produk harus menjadi strategi prioritas bagi bank-bank syariah, karena inovasi memiliki peran penting dalam merambah dan menguasai pasar yang selalu berubah. Untuk itu, industri perbankan syariah dituntut melakukan pengembangan, kreativitas dan inovasi-inovasi produk

baru. Keberhasilan sistem perbankan syariah di masa depan akan banyak tergantung kepada kemampuan bank-bank syariah menyajikan produk-produk yang menarik, kompetitif dan memberikan kemudahan transaksi, sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan industri pasar.

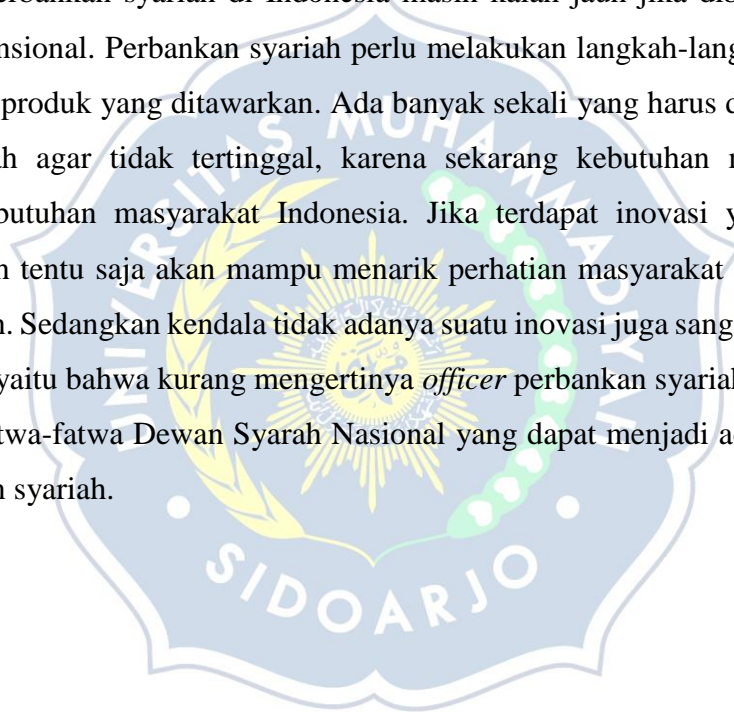
Untuk mengembangkan produk-produk yang bervariasi dan menarik, bank syariah di Indonesia dapat membangun hubungan kerja sama atau berafiliasi dengan lembaga-lembaga keuangan internasional. Kerja sama itu akan bermanfaat dalam mengembangkan produk-produk bank syariah. Bank syariah bisa belajar praktis kepada bank-bank yang telah berpengalaman di luar negeri di berbagai negara yang mengembangkan perbankan syariah. Skim dan model ini setidaknya bisa menjadi contoh atau memberi inspirasi untuk mengembangkan produk bank syariah.

Perbankan konvensional sudah lama memerankan perannya sebagai lembaga keuangan yang melayani masyarakat Indonesia sudah sangat lama bila dibandingkan dengan perbankan syariah. Sehingga mau tidak mau perbankan syariah harus lebih aktif lagi di dalam melakukan inovasi produk jika ingin memiliki pangsa pasar yang lebih banyak sekaligus berangsur-angsur mampu memenangi persaingan meskipun jika diprediksi membutuhkan waktu yang sangat lama. Untuk mendapatkan sebuah kepercayaan, bank harus dapat bekerja secara profesional seperti yang diharapkan oleh pelanggan mulai dari segi finansial, dalam hal pelayanan, dan strategi pemasaran yang harus dikelola dengan baik, serta perbankan juga harus lebih kreatif dalam menghasilkan produk baru yang diinginkan publik atau pelanggan, agar eksistensi lembaga ini terus dapat dipertahankan di tengah persaingan. Agar perbankan syariah di Indonesia dapat menyusul dan bahkan melampaui kinerja dari perbankan konvensional.

Dengan demikian, bank syariah yang mau mengembangkan inovasi produknya yang akan mampu bertahan dari sengitnya persaingan usaha di lembaga keuangan, serta yang akan mampu mempertahankan nasabahnya yang sudah ada sebelumnya, serta mampu mewujudkan harapan-harapan dan kebutuhan konsumen atau nasabahnya. Karena kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan tersebut memiliki peluang lebih besar untuk tumbuh dan berkembang dalam jangka panjang dibanding perusahaan-perusahaan lain yang hanya mengutamakan keuntungan semata tanpa menjaga dan mempertahankan kualitas produk dan jasa yang dihasilkannya. Jadi bank syariah bertugas lebih keras dalam mewujudkan produk dan jasa yang berkualitas serta melakukan pengembangan inovasi produk secara terus menerus.

## KESIMPULAN

Salah satu strategi yang sangat tepat untuk meningkatkan pertumbuhan keuangan syariah yang pada ini dikhususkan perbankan syariah yaitu melalui inovasi produk. Mengingat posisi Indonesia masih di posisi ke7 pada penilaian Global Islamic Financial Report (GIFR) tahun 2017. Indonesia tertinggal jauh dengan negara tetangga yaitu Malaysia yang menempati posisi pertama. Karena itu diperlukannya sebuah manajemen inovasi yang mumpuni untuk mendongkrak keuangan syariah. Apalagi Indonesia merupakan negara dengan jumlah muslim terbanyak di dunia. Tentu saja hal itu bisa menjadikan kemungkinan bahwa keuangan syariah bisa menjadi nomor 1 di dunia. Hal awal yang dilakukan adalah mengimbangi atau bahkan melampaui kinerja dari perbankan yang memakai sistem konvensional terlebih dahulu di dalam negeri. Karena perbankan syariah di Indonesia masih kalah jauh jika dibandingkan dengan perbankan konvensional. Perbankan syariah perlu melakukan langkah-langkah strategis guna mengembangkan produk yang ditawarkan. Ada banyak sekali yang harus dikembangkan oleh perbankan syariah agar tidak tertinggal, karena sekarang kebutuhan masyarakat tengah bervariasi kebutuhan masyarakat Indonesia. Jika terdapat inovasi yang menarik dari perbankan syariah tentu saja akan mampu menarik perhatian masyarakat agar memakai jasa perbankan syariah. Sedangkan kendala tidak adanya suatu inovasi juga sangat banyak, hal yang sangat mendasar yaitu bahwa kurang mengertinya *officer* perbankan syariah mengenai konsep dan penerapan fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional yang dapat menjadi acuan untuk inovasi produk perbankan syariah.





## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Marimin & Abdul Haris Nasution. (2015). Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1, 75–87.
- Agustianto. (2007). Inovasi Produk Perbankan Syariah dari Aspek Pengembangan Fikih Muamalah.
- Budiono, A. (2017). Penerapan Prinsip Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Law and Justice*, 2(1), 54–65.
- Ferlangga Al Yozika. (2017). Pengembangan Inovasi Produk Keuangan Dan Perbankan Syariah Dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah. *Edunomiks*, 1(2), 100–107.
- Ghofur, R. A. (2015). Konstruksi akad dalam pengembangan produk perbankan syariah di indonesia. *Al-Adalah*, 12(78), 493–506.
- Global Islamic Finance Report. (2017). *Islamic Finance Country Index – IFCI 2017*.
- Haris, H. (2007). Pembiayaan Kepemilikan Rumah ( Sebuah Inovasi Pembiayaan Perbankan Syari ' ah ). *Jurnal Ekonomi Islam* 113, 1(1), 113–125.
- Oktavia, R. (2014). Peranan Baitul Maaw Wattamwil (BMT) Terhadap Upaya Perbaikan Moral Masyarakat di Kawasan Dolly Surabaya. *An-Nisbah*, 1, 120–137.
- Setyaningsih, A. (2013). Analisis Perbandingan kinerja Keuangan Perbankan Syariah Dengan Perbankan Konvensional, 13(1), 100–115.
- Subaweh, I. (2008). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah dan Bank Konvensional Periode 2003-2007, 13(2), 112–121.
- Sula, A. E. (2010). Reformulasi akad pembiayaan murabahah dengan sistem musyarakah sebagai inovasi produk perbankan syariah, 3(10), 1–26.