

KETERLEKATAN SOSIAL INOVASI PRODUK BANK SYARIAH DI INDONESIA

AM. M. Hafidz MS.

Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Pekalongan
Jl. Kusumabangsa No. 9 Pekalongan, Jawa Tengah 51114
hafidzskol@gmail.com

Abstract: This study aims at analysing how Sharia Bank products innovation may be embedded with the social background where the products were aimed to be. There were four indication of why this case mattered: (1) the social construction of the rise of sharia bank, (2) sharia bank values in developing its products, (3) the role of Syaria Advisory Board in maintaining sharia compliance, and (4) the dominance of micro-finance. How the social background and values which surround sharia bank are embedded in its product innovation shows that sharia bank is not only an *an sich* business entity but more than that, it's an integrated part of *kaffah*/principled Islamic values.

Keywords: *Social Cohesion, Product Innovation, Sharia Bank.*

Abstract: Tulisan ini dalam upaya untuk menunjukkan bahwa inovasi produk bank syariah terlekat (*embedded*) dengan latar sosial yang ada. Hal ini terindikasi dari setidaknya empat hal. Pertama, yaitu kelahiran bank syariah di Indonesia yang dikonstruksi secara sosial. Kedua, kehadiran nilai (*values*) yang dijadikan sebagai rujukan dalam mengembangkan produk perbankan. Ketiga, keberadaan DPS guna mengawal *shariah compliance*, baik dalam rangka memenuhi kewajiban regulasi maupun tuntutan pasar. Keempat, dominannya pembiayaan untuk *micro-finance*. Adanya inovasi produk yang terlekat dengan latar sosial dan nilai-nilai yang dipegangnya, menunjukkan bahwa bank syariah bukan saja sebuah entitas bisnis *an sich*, namun lebih jauh dari itu bank syariah adalah bagian integral dari sebuah sistem Islam yang *kaffah*.

Kata Kunci: Keterlekatatan Sosial, Inovasi Produk, Bank Syariah

A. Pendahuluan

Industri perbankan syariah merpresentasikan sebuah industri jasa keuangan yang tengah memasuki daur fase *growth* (pertumbuhan), membutuhkan kepercayaan dan loyalitas masyarakat. Loyalitas dan kepercayaan ini menjadi kemutlakan bagi bank syariah sebelum memasuki fase berikutnya, yaitu fase *maturity* (kematangan). Namun loyalitas dan kepercayaan tidak dapat diperoleh tanpa adanya produk-produk yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat. Produk bank syariah sudah semestinya harus mampu memenuhi seluruh komponen masyarakat, baik dalam produk *funding*, *financing* dan *services*. Oleh karenanya, inovasi produk bank syariah menjadi syarat mutlak sebagai indikator bahwa bank syariah mampu beradaptasi dengan kebutuhan manusia modern. Hal ini mutlak diperlukan karena dalam dunia bisnis, inovasi produk merupakan salah satu unsur penting untuk dapat menjaga sustainability perusahaan. Inovasi produk merpresentasikan kemampuan perusahaan untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar sekaligus sebagai upaya untuk memperoleh keuntungan perusahaan

Guna kepentingan inovasi produk perbankan, bank syariah pada dasarnya memang telah melakukan serangkaian upaya inovasi, salah satunya adalah dengan melakukan “rekayasa” (*engineering*) terhadap akad-akad dalam fiqh muamalah. Beberapa akad dalam fiqh muamalah tidak begitu saja diadopsi oleh perbankan syariah, namun juga “diadaptasikan” dengan kebutuhan masyarakat terhadap jasa-jasa perbankan. Rekayasa dan adaptasi ini

memang sebuah keniscayaan, karena jika diadopsi dilakukan secara apa adanya maka produk bank syariah diragukan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.

Dalam industri perbankan dan keuangan yang kian kompetitif, inovasi dalam berbisnis yang dilakukan oleh perbankan syariah melalui serangkaian adaptasi tersebut memang sudah menjati tuntutan bisnis. Namun sebagai entitas bisnis yang menjadi bagian penting dalam sistem ekonomi syariah sebagai induknya, maka industri perbankan syariah tidak boleh keluar dan tercerabut dari nilai-nilai syariah. Melakukan inovasi memang tuntutan bisnis, akan tetapi menjaga *shariah compliance* juga menjadi kewajiban bagi setiap pelaku bisnis syariah, tidak terkecuali perbankan syariah. *Profit-oriented* hanya boleh dijadikan sebagai media (*tool*) untuk mencapai tujuan (*goal*), yaitu *maslahah-oriented* (P3EI UII, 2007).

Mengacu pada kondisi tersebut, maka inovasi produk perbankan syariah setidaknya memperhatikan inovasi dalam dua dimensi, yaitu dimensi ekonomi dan dimensi sosial. Inovasi dalam dimensi ekonomi artinya bahwa produk perbankan syariah harus mampu menghadirkan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sehingga bank syariah menjadi pilihan utama masyarakat. Jika hal ini dapat dilakukan, maka fungsi-fungsi bank syariah akan mampu memainkan perannya sebagai *intermediary institution*.

Pada dimensi sosial, adalah bahwa bank syariah sebagai produsen (produsen jasa keuangan syariah), dalam *frame* ekonomi syariah maka bank syariah bertanggung jawab untuk melakukan edukasi terhadap perilaku masyarakat. Bank syariah dan masyarakat saling melekat dan memengaruhi satu dengan yang lain. Pada satu sisi, bank syariah melalui pola inovasinya harus mampu “mensyariahkan” perilaku masyarakat, khususnya yang berhubungan dengan lembaga keuangan syariah. Oleh karenanya, tidak semua *demand* yang muncul dari nasabah bank harus diakomodir oleh bank melalui produk-produknya, ketika *demand* tersebut tidak sejalan dengan *maslahah-oriented*. *Demand* bukanlah sesuatu yang *given* dan *taken for granted*. Melalui inovasi produknya, bank syariah dituntut untuk mampu menciptakan *demand* yang sesuai dengan *shariah compliance*.

Tulisan ini akan mendiskusikan bahwa dengan adanya “tuntutan non-ekonomi” yang diemban oleh bank syariah dalam memformulasikan produk-produknya, maka produk bank syariah terlekat (*embedded*) dengan serangkaian variabel-variabel non-ekonomi. Produk bank syariah terlekat dengan serangkaian norma, nilai moral dan bahkan mungkin juga *local wisdom* yang merujuk pada universalitas nilai-nilai yang diintrodusir oleh syariat Islam. Bank syariah sebagai bagian dari “sistem” Islam, tidak mungkin akan terlepas (*dis-embedded*) dari nilai-nilai yang berlaku dalam sistem tersebut.

B. Keterlekatan Sosial Inovasi Produk Bank Syariah

Sebagaimana dinyatakan Thorstein Veblen, bahwa perilaku individu termasuk badan hukum, tidak dapat difahami hanya sekedar manifestasi dari kalkulasi rasional yang barometernya adalah kesejahteraan material maksimal (Ritzer, 2005). Komunitas masyarakat merupakan suatu gelanggang raksasa dimana setiap orang berusaha memperoleh penerimaan sosial (*social approval*). Demikian halnya perbankan syariah, bahwa dalam setiap aktivitas bisnis dan usahanya tidak hanya berdasar pada hitung-hitungan bisnis untung-rugi namun juga berusaha agar apa yang ia tawarkan memperoleh penerimaan sosial, atau setidaknya tidak dihindari oleh masyarakat. Oleh karenanya jika melihat pada aktivitas bisnis bank syariah yang menempatkan nilai-nilai ke-Islaman sebagai bagian yang integral maka hal ini mengindikasikan bahwa bank syariah terlekat dengan ikatan sosial yang melingkupinya. Produk-produk bank syariah sebagai derivasi dari aplikasi nilai-nilai tersebut secara otomatis terlekat dengan *setting* sosial yang ada. Berikut akan dideskripsikan beberapa indikator keterlekatan sosial inovasi pada produk bank syaria di Indonesia.

1. Kelahiran Bank Syariah

Keterlekatan produk bank syariah dengan kondisi sosial juga bisa ditunjukkan dari rekaman historisitas kelahiran bank syariah. Beda halnya dengan ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia) maupun KHI (Kompilasi Hukum Islam) yang “dibidani” oleh kondisi politik, maka bank syariah di Indonesia lahir dari rahim kebutuhan masyarakat (sosial) yang mencitakan sistem ekonomi yang non-ribawi. Oleh karenanya dapat dikatakan bahwa kelahiran bank syariah dikonstruksi secara sosial dan dalam perkembangannya membutuhkan penerimaan (*approval*) dari masyarakat. Konsekuensinya adalah bahwa operasional bank syariah dan produk-produknya juga diderivasikan dari keinginan luhur masyarakat yang membidani kelahiran bank syariah.

Setelah bank syariah dikonstruksi secara sosial, maka gerak-langkah dan *core* bisnis bank syariah juga disituasikan secara sosial. Hal ini tampak dari upaya bank syariah untuk menjaga “kehalalan” produk perbankan agar memenuhi *shariah compliance* sesuai dengan keinginan masyarakat muslim yang menghendaki berjalannya sistem ekonomi syariah. Upaya bank syariah untuk menjunjung tinggi *shariah compliance* yang diawali dengan *istifta'* kepada DSN-MUI misalnya, adalah indikator bahwa aktivitas bisnis bank syariah disituasikan oleh kondisi yang melatarinya. Di saat masyarakat muslim menghendaki sistem perbankan yang terbebas dari unsur ribawi, maysir, gharar dan sejenisnya, maka bank syariah menjawab kebutuhan tersebut dengan memastikan bahwa produknya telah lulus uji baik oleh DSN-MUI maupun DPS-nya masing-masing.

2. Keberadaan Values pada Produk Bank Syariah

Kalkulasi ekonomi dan untung-rugi tidak mendominasi keputusan perbankan syariah pada saat menentukan *design* produk perbankan. Bahkan bank syariah terkesan terlalu berhati-hati agar tidak masuk dalam sistem ribawi, yang kemudian harus dibayar bank syariah dengan keterbatasan pilihan produk bagi nasabahnya. Hal ini dilakukan sebagai usaha agar tidak terjadi penolakan di kalangan masyarakat yang dalam kondisi tertentu memang sangat sensitif dengan ribawi-tidaknya produk dan operasional bank syariah.

Setiap produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dipastikan telah memperoleh persetujuan dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) di masing-masing perbankan untuk memastikan bahwa produk tersebut tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, baik yang tercantum dalam al-Quran, al-Hadis, kitab fiqh, fatwa DSN-MUI maupun KHES. Dengan istilah lain bahwa setiap produk yang akan dilempar ke pasar harus sudah mendapat “stempel halal” dari DPS maupun DSN-MUI.

Dengan langkah ini dapat dinyatakan bahwa bank syariah menempatkan nilai (*values*) sebagai bagian penting dan integral pada setiap produknya. Nilai yang dimaksud adalah “kehalalan” produk perbankan syariah. Dengan menempatkan halal sebagai prioritas dalam setiap produknya, maka bank syariah turut mengarahkan pasar (nasabah) untuk berperilaku dan memilih bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai agama. Meskipun penerapan prinsip syariah ini terkadang harus dibayar dengan stigma “mahal” dan “sulit” namun bank syariah mengambil risiko tersebut dalam upaya untuk melakukan edukasi terhadap pasar.

3. Keberadaan DPS

Salah satu diantara sekian titik diferensiasi antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional adalah pada aspek *shariah compliance*. Perbankan syariah dapat melakukan inovasi produk dalam berbagai bentuk dan melalui berbagai cara, namun tetap dalam koridor *shariah compliance*. *Shariah compliance* yang selama ini dipegang teguh oleh perbankan syariah merupakan manifestasi dari rasa tanggung jawab bank syariah sebagai bagian penting dalam proses membangun masyarakat yang berekonomi secara syariah.

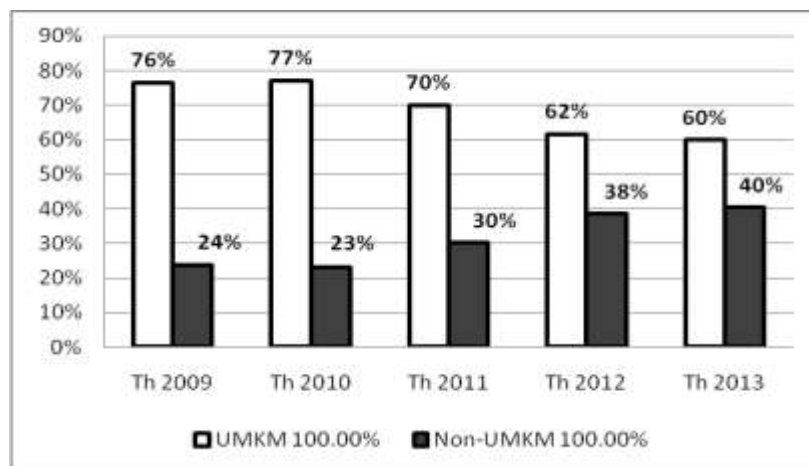
Guna memastikan bahwa inovasi produk perbankan syariah tidak melanggar *shariah compliance* dan sesuai dengan kewajiban perusahaan sebagaimana yang disebut dalam UU No. 41 tahun 2007 tentang perseroan, maka perbankan syariah mempunyai DPS dalam struktur

manajerialnya. Untuk memenuhi kewajiban undang-undang dan sekaligus untuk memenuhi “tuntutan” pasar yang menghendaki kesyariahan produk, perbankan syariah di Indonesia telah mempunyai mekanisme dan lembaga kontrol untuk mengawal kesyariahan produknya.

Sebagai contoh, Bank Muamalat membentuk Departemen Kesesuaian Syariah di bawah bagian Manajemen Risiko dan Pengaduan, yang bertanggung jawab untuk mereview aspek-aspek syariah dalam setiap produk-produknya. Secara periodik DPS akan melakukan review dan monitoring terhadap aktivitas perbankan dan memberikan opininya kepada unit-unit bisnis yang lain. Sedangkan di Bank Syariah Mandiri DPS—yang saat tulisan ini disusun diketuai oleh Komaruddin Hidayat dan beranggotakan M. Syafi’i Antonio dan M. Hidayat—mempunyai beberapa fungsi dan tugas diantaranya adalah menilai dan memastikan pemenuhan prinsip syariah atas pedoman operasional dan produk bank. Selain itu juga melakukan *review* berkala atas pemenuhan prinsip syariah atas mekanisme penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa. Adapun pada Bank Mega Syariah, selain mempunyai DPS, Bank Mega Syariah pada laporan di bagian GCG (*Good Corporate Governance*) menyebutkan bahwa salah satu dari fungsi audit internal adalah untuk memastikan bahwa aktivitas bank selalu sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

4. *Micro-Finance* Bank Syariah

Indikator lain pola inovasi produk bank syariah pada aspek sosial dapat diketahui dari jumlah *micro-finance* atau porsi pembiayaan yang disalurkan kepada usaha kecil atau lazim



Gambar 1
Pembiayaan Bank Syariah berdasarkan
Golongan Pembiayaan

disebut UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). “Keberpihakan” perbankan syariah terhadap *micro-finance* merupakan wujud tanggung jawab perbankan syariah untuk memberikan akses yang luas kepada mereka yang dari beberapa aspek kurang *bankable*. Hal ini sekaligus juga manifestasi keberpihakan bank syariah terhadap ekonomi kerakyatan yang langsung bersentuhan dengan sektor riil. Produk-produk pembiayaan didesign sedemikian rupa sehingga komposisi pembiayaan lebih banyak diminati oleh UMKM, sebagaimana tampak pada gambar 1.

Bank sosial atau *social banking* adalah bank yang beroperasi untuk berbagai kepentingan sosial dari proyek dan pembiayaan yang didanainya. Bank sosial yang dalam kesempatan lain disebut juga dengan *ethical banking* merupakan salah satu alternatif model alternatif dalam pengembangan bisnis perbankan. Perbankan yang mengusung bank sosial akan mengedepankan prinsip transparansi, keadilan, etis dan mempunyai seperangkat nilai (*values*) yang mapan dan komprehensif.

Dalam hubungannya dengan nasabah dan pasar (*customer/market relationship*), bank sosial mengutamakan pendekatan personal sebagai cara untuk menjaga relasi yang baik dengan nasabah dan pasar secara keseluruhan. Hubungan dengan nasabah tidak lagi karena relasi bisnis, relasi finansial maupun relasi untung-rugi, namun lebih sebagai upaya untuk menjunjung nilai-nilai sosial yang akan sangat mungkin tidak memberikan keuntungan finansial yang maksimal. Dengan orientasi sosialnya, *social banking* akan menawarkan financial inclusion, yang memandang seluruh lapisan masyarakat sebagai pihak yang berhak untuk menerima layanan perbankan (*bankable*). Jasa keuangan yang ditawarkan kepada relasi pun mudah, simpel dan murah.

Artinya bahwa tingkat profitabilitas bank sosial dari sisi finansial cenderung lebih rendah dari pada bank yang lain. Apakah ini artinya bank sosial tidak kompetitif? Jika tolok ukur keberhasilan sebuah bank hanya sekedar dilihat dari performa keuangannya, maka jawaban dari pertanyaan tersebut adalah “ya.” Akan tetapi jika tolok ukur keberhasilan tidak hanya sekedar finansial namun juga kepentingan sosial, maka *social banking* mempunyai tolok ukur keberhasilannya sendiri. Performa bank sosial tidak hanya sekedar terindikasi dari angka-angka DPK, BOPO, FDR, CAR, NPF dan sejenisnya. Indikator keberhasilan bank sosial juga mencakup sesuatu yang *intangible*, diantaranya adalah *brand image* bagi bank karena telah mendanai proyek-proyek sosial dan dengan *social-mind set*.

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa bank syariah dan produk-produknya terlekat (*embedded*) dengan latar sosial, karena ia dikonstruksi, disituasikan dan dibentuk secara sosial. Dalam berbagai kajian, *embeddedness* cenderung dihubungkan dengan jaringan ikatan sosial. Seseorang yang memiliki jaringan hubungan manusia dan jaringan tersebut dibawa ke dalam ikatan yang melandasi transaksi ekonomi, pada saat itulah ia terlibat dalam transaksi yang *embedded*. Dalam perspektif *embeddedness*, pasar bukan merupakan entitas yang mandiri seperti yang diasumsikan oleh madzhab klasik dan neo-klasik. Sesungguhnya pasar sangat tergantung pada norma-norma dasar dan struktur norma transaksi. Masih menurut perspektif *embeddedness*, seseorang akan terlekat (*embedded*) jika tradisi-tradisi masa lalu menjadi dasar hubungan, terutama hubungan ekonomi. Sebaliknya, akan mengalami *disembeddedness* ketika tradisi-tradisi tersebut mengalami disintegrasi dan perubahan sosial membawa masyarakat jauh dari tradisi (Haryanto, 2011).

Selain terlekat dengan ikatan sosial, produk perbankan syariah juga ikut dikonstruksi oleh lembaga yang mempunyai otoritas tertentu yang oleh Victor Nee dielaborasi dalam teori *New Institutionalism*. Teori yang diintrodusir oleh Nee ini berupaya untuk menjelaskan pertautan antara perilaku ekonomi dengan institusi/lembaga. Sebelum memahami teori ini, perlu dijelaskan adanya tiga lapisan institusi, yaitu level mikro (individu dan kelompok individu), level meso (organisasi) dan level makro/pemerintah (Nee, 2005). Pada model tiga lapisan ini, dijelaskan bahwa setiap setiap level institusi saling memengaruhi sehingga turut mengkonstruksi perilaku ekonomi, baik individu maupun kelompok/korporasi. Level makro pemerintah misalnya, mempunyai kekuatan untuk mengatur hak-hak kepemilikan, mekanisme pasar dan seterusnya yang kemudian itu diintegrasikan dengan serangkaian aturan formal dan nonformal, baik di level meso dan mikro. Hubungan antar institusi ini, menurut *New Institutionalism Theory* akan berdampak besar karena sangat menentukan insentif yang didapatkan oleh setiap pelaku ekonomi, tidak terkecuali kalangan perbankan syariah di Indonesia.

Merujuk pada skema yang diintrodusir dalam *New Institutionalism Theory* maka dapat disimpulkan bahwa bank syariah berada pada posisi level meso. Dalam hal ini bank syariah harus menyesuaikan operasionalnya sesuai dengan ketentuan maupun regulasi dari institusi di atasnya, seperti OJK, BI, DSN-MUI dan regulasi yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga tersebut. Tingkat kepatuhan bank syariah terhadap organisasi dan regulasi otoritatif tersebut akan menentukan insentif-disinsentif yang diterima oleh bank syariah di Indonesia.

Sebagai contoh, bank syariah yang CAR-nya kurang dari 8% tentu akan mendapat

perlakuan khusus dari BI atau OJK, sehingga mau-tidak mau bank syariah harus mengupayakan semaksimal mungkin (salah satunya melalui produk perbankannya) agar CAR yang dimiliki bisa lebih dari 8%. Contoh yang lain adalah praktik gadai emas yang pernah dihentikan oleh BI karena cenderung dimanfaatkan untuk spekulasi dan *hedging*, serta kurang bersentuhan langsung dengan ekonomi sektor riil. Contoh berikutnya adalah bagi UUS yang dibuka oleh bank konvensional, maka menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, maka setelah berusia 5 tahun UUS harus berubah menjadi BUS dan terpisah dari induknya yang menggunakan sistem perbankan konvensional.

Contoh lain adalah mekanisme PER. PER yang dilakukan oleh bank syariah dalam produk pendanaan yang menggunakan skema mudharabah ini juga tidak terlepas dari tugas pokok institusi perbankan. Perbankan syariah harus mampu menjalankan fungsinya dalam *intermediary function* yang mampu menjembatani antara pihak yang surplus dengan pihak yang membutuhkan pembiayaan. Jika kemudian terjadi gap yang sangat jauh antara nisbah bagi hasil dengan tingkat suku bunga perbankan yang berimbas pada berkurangnya nasabah bank syariah, maka bank syariah tidak mampu untuk menjalankan tugas-tugas perbankan. Jika hal ini terjadi maka bank syariah tidak dapat lagi digunakan sebagai institusi yang mampu mengendalikan kondisi moneter.

Ini artinya bahwa semua produk bank syariah, tidak terkecuali mekanisme PER, adalah bagian dari keterikatan bank syariah dengan regulasi dan institusi lain seperti BI dan OJK. Bank syariah harus tunduk terhadap semua regulasi yang berlaku untuk perbankan syariah sebagai bagian dari institusi keuangan yang mempunyai tugas di bidang pengendalian moneter.

Jika ada aktivitas dan operasional bank syariah yang tidak sesuai dengan regulasi dan institusi otoritatif maka akan menciptakan dis-harmoni dan menimbulkan masalah baru. Kasus Bank Century merupakan salah satu contoh ketika dis-harmoni terjadi, yaitu ketika CAR kurang dari 8%. Kasus ini diperparah ketika BI kemudian mengubah regulasi dengan dalih menyelamatkan perbankan nasional dengan ketentuan bahwa CAR tidak harus 8%, tapi cukup dalam posisi angka positif (tidak minus). Ini adalah salah satu contoh ketika individu/organisasi di level meso tidak mengindahkan apa yang digariskan oleh level makro.

Perbankan syariah juga terikat dengan institusi otoritatif dan yang mempunyai pengaruh dapat dilihat dalam besaran jumlah simpanan nasabah yang dapat dijamin oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan). Dalam hal ini pemerintah melalui LPS mengatur bahwa untuk memberi insentif bagi mereka yang mempunyai simpanan di bank maka keamanan simpanan mereka dijamin pemerintah melalui LPS. Pemerintah mempunyai kepentingan dengan depositan karena turut menyediakan *fresh cash* untuk kepentingan investasi dan sejenisnya. Namun demikian, untuk mengantisipasi over likuiditas maka hanya simpanan dengan persyaratan tertentu saja yang dapat dijamin oleh LPS. Persyaratan tersebut antara lain jumlah simpanan yang tidak lebih dari Rp 2 milyar, bunga simpanan tidak melebihi bunga LPS dan tidak masuk dalam *black-list* BI. Oleh karenanya, jika ada yang tidak memenuhi persyaratan tersebut tidak akan memperoleh insentif dari pemerintah. Untuk kepentingan inilah maka produk perbankan syariah di-*design* sedemikian rupa agar simpanan nasabah tidak menyalahi regulasi yang berlaku sehingga tetap memperoleh insentif dari lembaga yang mempunyai otoritas di atas bank syariah.

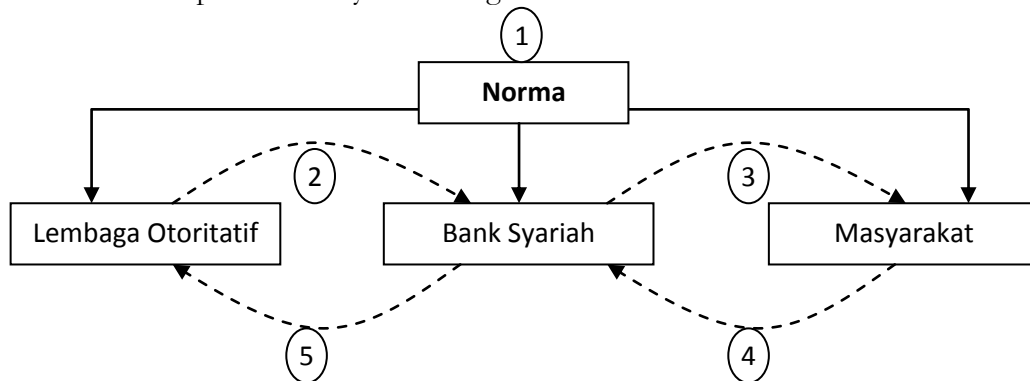
Kondisi ini menyiratkan bahwa terdapat tiga level yang saling berhubungan dan memengaruhi. Pemerintah (melalui LPS, OJK maupun BI) pada level makro yang menyusun serangkaian regulasi yang akan menentukan bagaimana perilaku dan operasional organisasi maupun individu di level meso dan mikro. Adapun perbankan syariah berdiri pada level meso yang harus tunduk pada regulasi yang ada dan harus mampu menjawab kebutuhan yang muncul dari level mikro melalui serangkaian produk perbankan yang ditawarkan kepada masyarakat. Demikian halnya masyarakat juga akan memperoleh insentif-disinsentif

dari pemerintah tergantung pada hubungan dan kepatuhannya dengan regulasi, struktur, institusi dan norma yang mengaturnya. Gambar 2 menunjukkan keterlekatan antara satu level dengan level yang lain.

Dari bagan pada gambar 2 tersebut dapat diberikan deskripsi sebagai berikut:

- Norma menjadi pengikat seluruh organisasi pada semua level, baik makro (lembaga otoritatif), meso (bank syariah) dan mikro (masyarakat). Tanpa adanya norma yang dapat disepakati oleh semua level maka keterlekatan antarorganisasi maka akan terjadi disharmoni;
- Lembaga otoritatif dengan kewenangan yang dimilikinya menyusun serangkaian regulasi dan kebijakan yang mengatur bank syariah;
- Bank syariah selanjutnya “menerjemahkan” regulasi tersebut dalam berbagai bentuk, salah satunya diimplementasikan dalam produk perbankan syariah yang “memaksa” masyarakat untuk mematuhi aturan-aturan yang ada dalam setiap produk;
- Masyarakat memberikan *approval* terhadap produk perbankan sesuai dengan idealita yang dikehendakinya, sehingga produk dapat diserap oleh masyarakat;
- Bank syariah memberikan *feed-back* terhadap lembaga otoritatif.

Keterlekatan perbankan syariah dengan kondisi sosial beserta norma-norma dasar



Gambar 2.
Keterlekatan bank syariah dengan institusi lain

yang menjadi referensi informal anggota masyarakat juga tampak pada “watak” fatwa DSN-MUI yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan produk perbankan syariah. Masyarakat muslim Indonesia dikenal sebagai muslim yang moderat, plural dan inklusif. Masyarakat muslim Indonesia sudah ditempa dengan doktrin *Bhinneka Tunggal Ika*, tidak saja dalam kehidupan berbangsa-bernegara tetapi juga dalam beragama. Islam Indonesia adalah Islam yang ramah, tidak terpolarisasi pada dua kutub ekstrim, yaitu liberal dan radikal. Tipe Islam seperti inilah yang bisa dikatakan menjadi semacam “konsensus” muslim Indonesia.

Konsensus tersebut tampaknya juga mengalir “watak” produk perbankan syariah. Produk perbankan syariah di Indonesia tidak liberal yang cenderung untuk mudah menghalalkan praktik-praktik perbankan yang sebenarnya masih syubhat, semisal *ba’i inah*, swap dan sejenisnya. Demikian pula sebaliknya, produk perbankan syariah juga tidak terlalu kaku dan rigid sehingga kurang fleksibel dalam men-*design* produk-produk perbankan.

Pada sisi yang lain, fatwa DSN-MUI yang moderat (yang kemudian dijadikan referensi perbankan syariah) ternyata menarik minat dari lembaga keuangan syariah luar negeri. Beberapa lembaga keuangan syariah dari Amerika, Inggris, Korea, Australia bahkan Malaysia banyak yang meminta *approval* produk-produk lembaga mereka. Masyarakat global, cenderung memosisikan Indonesia sebagai negara yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam dunia perbankan secara moderat. Ibarat dua bandul antara Malaysia yang cenderung liberal dan Arab Saudi yang terlalu rigid, fatwa syariah perbankan Indonesia berada di tengah-tengah. DSN senantiasa mengedepankan prinsip *tafriqul haram ‘anil halal* atau

memisahkan dan membuang yang haram dari yang halal sebelum mengeluarkan fatwa. Jadi kalau ada yang meminta *approval* dengan dua konsep yang diajukan halal atau haramnya, maka akan diberikan item ketiga dengan lebih dulu memisahkan yang haram dari yang halal (<http://www.republika.co.id>, diakses 22 Juli 2014).

Dari uraian pada sub-bab ini maka dapat disimpulkan kembali bahwa kehadiran bank syariah lahir karena konstruk sosial. Oleh karenanya operasional bank syariah, termasuk produk-produk yang dihasilkannya disituasikan secara sosial sehingga produk-produk perbankan tersebut pada dasarnya adalah tindakan sosial. Ini artinya produk perbankan terlekat (*embedded*) dengan latar sosial yang ada. Pada sisi yang lain, bank syariah sebagai institusi saling memengaruhi dengan institusi lain baik yang berada pada level yang di atasnya maupun yang dibawahnya. Inovasi produk perbankan syariah, baik yang berorientasi pada aspek ekonomi dan sosial seluruhnya terlekat pada idealita umat Islam di Indonesia yang mencitakan sistem ekonomi dan perbankan yang sesuai dengan ajaran Islam.

C. Penutup

Dari pembahasan yang telah dideskripsikan dalam tulisan ini, maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk bank syariah terlekat (*embedded*) dengan latar sosial yang ada. Hal ini terindikasi dari setidaknya empat hal. Pertama, yaitu kelahiran bank syariah di Indonesia yang dikonstruksi secara sosial. Kedua, kehadiran nilai (*values*) yang dijadikan sebagai rujukan dalam mengembangkan produk perbankan. Ketiga, keberadaan DPS guna mengawal *shariah compliance*, baik dalam rangka memenuhi kewajiban regulasi maupun tuntutan pasar. Ke-empat, dominannya pembiayaan untuk *micro-finance*. Adanya inovasi produk yang terlekat dengan latar sosial dan nilai-nilai yang dipegangnya, menunjukkan bahwa bank syariah bukan saja sebuah entitas bisnis *an sich*, namun lebih jauh dari itu bank syariah adalah bagian integral dari sebuah sistem Islam yang *kaaffah*.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Eka, "Inovasi Produk Lewat Pendekatan Etnologi," dalam Febriansyah (ed.), *Kekayaan Perspektif untuk Mendesain Hari Esok yang Lebih Baik*, Jakarta: Prasetya Mulia, 2010.
- Bank Indonesia, *Model Bisnis Perbankan Syariah*, Jakarta: Direktorat Perbankan Syariah BI, 2012.
- Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2009.
- Granovetter, Mark, "The Impact of Social Structure on Economic Outcomes," dalam *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 19, No. 1, 2005.
- Haryanto, Sindung, *Sosiologi Ekonomi*, Yogyakarta: Ar-ruz Media, 2011.
- <http://ssrn.com/paper=1621822>, Olaf Weber. "Social Banking: Products and Services," diakses 1 Juli 2013.
- <http://www.iaei-pusat.org/article/perbankan/inovasi-produk-perbankan-syariah-bagian-1-ari-3-tulisan--1?language=id>, diakses 22 Juli 2014.
- <http://www.republika.co.id/berita/bisnis-syariah/berita/10/11/09/145328-asing-banyak-meminta-fatwa-dewan-syariah-nasional>, diakses 22 Juli 2014.
- Johnson, Doyle Poule, *Teori Sosiologi Klasik*, alih bahasa Robert Z. Lawang, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994.
- Karim, Adiwarmanto A., *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2001.
- Nee, Victor, "The New Institutionalisms in Economics and Sociology," dalam Smelser J. Neil dan Richard Swedberg (ed.), *The Handbook of Sociology*, Princeton: Princeton University Press, 2005.
- P3EI UII dan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Press, 2007.
- Power, Charles, "Therstein Veblen," dalam George Ritzer (ed.), *Encyclopedia of Social Theory*, California: Sage Publications, 2005.
- , "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness," dalam *American Journal of Sociology*, Vol. 91, No. 3. 1985.

---, dan Paul Ingram, "Embeddedness and Beyond: Institutions, Exchange, and Social Structure," dalam Mary C. Brinton dan Victor Nee (ed.), *The New Institutionalism in Sociology* (New York: Russel Sage Foundation, 1998).
Sukidin, *Sosiologi Ekonomi*, Jember: Center for Society Studies, 2009.