

# Meningkatkan Kinerja Pembiayaan Bank Syariah



Laily Dwi Arsyianti

Dosen Ekonomi Syariah FEM IPB dan UIKA Bogor



Dr Irfan Syauiq Beik

Dosen IE-FEM IPB

Salah satu pertanyaan yang sering diajukan oleh masyarakat yang menjadi nasabah pembiayaan bank syariah yakni, mengapa *rate of financing* yang harus mereka bayar lebih tinggi bila dibandingkan bunga kredit bank konvensional? Untuk itu, artikel ini mencoba menguraikan penyebab terjadinya kondisi tersebut, dengan mengambil studi kasus di Malaysia, yang dianggap sebagai salah satu pusat perbankan dan keuangan syariah dunia. Di negeri jiran tersebut, persoalan serupa juga menjadi sorotan masyarakat. Berdasarkan data pada Tabel 1, perbedaan antara marjin profit yang dibayarkan nasabah bank syariah, dengan bunga kredit yang dibayarkan nasabah bank konvensional, berada pada kisaran satu hingga dua persen.

Pada kajian ini, tiga bank konvensional terbesar dan tiga bank syariah terbesar diambil sebagai objek yang diteliti, dengan melihat pada total aset, total deposit, dan total pembiayaan yang disalurkan. Masuknya Maybank Islamic Berhad dan Public Islamic Bank Berhad dalam daftar bank umum syariah (setelah sebelumnya adalah UUS), mampu menggeser posisi Bank Muamalat Malaysia Berhad dan AmBank Islamic Berhad yang selama ini mendominasi aset perbankan syariah di Malaysia bersama dengan Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB).

## Rumus BBA

Secara umum, menurut Beik dan Arsyianti (2006), produk pembiayaan pada bank syariah dapat dikelompokkan ke dalam dua model, yaitu model bagi hasil dan model pendapatan tetap. Model yang pertama terdiri atas pembiayaan musyarakah dan mudharabah beserta turunannya.

Sementara model yang kedua terdiri atas beragam jenis transaksi yang memberikan *return* tetap bagi pihak bank, seperti murabahah (jual beli) dan ijarah (sewa menyewa).

Hingga saat ini, model pembiayaan kedua lebih mendominasi praktik industri perbankan syariah. Hal ini disebabkan oleh tingginya risiko yang harus ditanggung bank jika menggunakan transaksi model pertama. Bahkan di Malaysia, akad Bai' Bitsaman Ajil (BBA) menjadi pola pembiayaan yang paling dominan (mencapai separuh dari total pembiayaan). Berbeda dengan transaksi musyarakah dan mudharabah, yang nilainya masih di bawah satu persen.

Menurut ekonom Malaysia, Saiful Azhar Rosly (2005), BBA merupakan pembiayaan jual beli yang pembayarannya dilakukan secara berangsur dalam jangka panjang. Bank Negara Malaysia (2006) mendefinisikan BBA sebagai transaksi jual beli dengan pem-

bayaran tertunda pada harga tertentu, termasuk marjin keuntungan yang disepakati kedua pihak yang terlibat, yaitu nasabah dan bank syariah. Sebagian ekonom syariah berpendapat bahwa BBA ini pada dasarnya adalah *long term* murabahah.

Karena merupakan skema yang dominan, BBA akan memengaruhi mahal murahnya pembiayaan. Pada praktiknya, marjin keuntungan dalam pembiayaan BBA, dihitung berdasarkan formula yang mirip dengan perhitungan bunga kredit konvensional. Sehingga, membandingkan variabel-variabel yang digunakan dalam formula tersebut dapat memberikan jawaban, mengapa pembiayaan bank syariah masih dianggap lebih mahal dibandingkan bank konvensional. Formula tersebut menurut Rosly (2005) adalah sebagai berikut (lihat tabel 2)

Berdasarkan kedua rumus tersebut, ada tiga variabel yang dapat diperbandingkan,

yaitu *cost of deposits*, biaya *overhead*, dan premi risiko kegagalan (*spread*). Sedangkan premi risiko inflasi diasumsikan sama, karena tingkat inflasi yang dihadapi tidak berbeda. Tabel 1 merangkum secara lengkap perbandingan ketiga variabel ini dengan menggunakan data tahun 2007-2009.

## Perbandingan tiga variabel

Variabel pertama adalah *cost of deposits*, yaitu biaya yang dikeluarkan bank untuk dibagikan kepada nasabah Dana Pihak Ketiga (DPK). Dengan kata lain, ia menunjukkan besarnya *return* yang dinikmati oleh para penabung. Dari data yang ada, perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional tidak terlalu besar. Persaingan di antara keduanya berdasarkan variabel ini relatif berimbang.

Kedua, rasio biaya *overheads per capital*. Biaya *overheads* menunjukkan besarnya

dana yang harus dikeluarkan oleh bank untuk membayar biaya operasional tidak langsung, seperti gaji atau upah, tagihan listrik, dan sejenisnya. Sedangkan *capital* adalah modal dasar yang dimiliki bank untuk menjalankan usahanya. Variabel ini menunjukkan proporsi modal yang digunakan bank untuk menutupi biaya *overheads*-nya.

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa rasio biaya *overheads per capital* bank syariah lebih baik bila dibandingkan dengan bank konvensional. Kondisi ini, menurut penulis, lebih banyak dipengaruhi oleh konversi Maybank Islamic milik pemerintah dan Public Islamic Bank menjadi bank umum syariah.

Sedangkan yang ketiga adalah premi risiko kegagalan nasabah. Penentuan komponen ini sangat ditentukan oleh karakter dan kemampuan nasabah pembiayaan. Jika nasabah tersebut dapat dipercaya, maka bank akan mengenakan tingkat premi risiko yang rendah terhadapnya. Demikian pula sebaliknya.

Indikator yang biasanya digunakan pihak bank dalam hal ini adalah *Non-Performing Loan* (NPL) pada perbankan konvensional dan NPF (*Non-Performing Financing*) pada perbankan syariah. Rasio NPL dan NPF ini menunjukkan pengalaman bank di masa lalu, sehingga bank yang bersangkutan dapat menentukan tingkat premi risiko kegagalan dalam situasi tersebut.

Dari data yang ada bank syariah tampaknya masih menghadapi nasabah yang relatif kurang dapat dipercaya dibandingkan dengan bank konvensional.

Sehingga secara keseluruhan, pada kasus Malaysia, bank syariah menghadapi premi risiko kegagalan yang lebih tinggi dibandingkan bank konvensional. Inilah faktor utama yang membuat marjin profit yang menjadi kewajiban nasabah pembiayaan bank syariah, lebih tinggi bila dibandingkan dengan bunga kredit yang menjadi kewajiban nasabah bank konvensional.

## Kesimpulan

Dari analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel yang mempengaruhi mahal atau murahnya sebuah pembiayaan adalah rasio biaya *overheads per capital* dan premi risiko kegagalan nasabah. Oleh karena itu, ada dua solusi yang dapat meningkatkan kinerja pembiayaan bank syariah.

Pertama, bank syariah perlu meningkatkan kehati-hatian dalam memilih nasabah pembiayaannya, agar NPF dapat diminimalisir. Kedua, jumlah dana pihak ketiga (DPK) harus terus menerus ditingkatkan.

Di sinilah peran penting pelaku usaha dan masyarakat secara umum untuk menabung di bank syariah. Jika tidak, maka pembiayaan bank syariah akan selalu dianggap lebih mahal. *Wallahu a'lam.* ■

BANK	2009			2008			2007		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
Maybank Islamic Berhad	1,57	0,120	0,0188	1,99	0,095	0,0262	3,04	0,099	0,0414
Bank Islam Malaysia Berhad	2,12	0,145	0,0490	2,19	0,155	0,0782	2,55	0,145	0,1088
Public Islamic bank Berhad	1,64	0,085	0,0078	2,23	0,021	0,0093	2,55	0,038	0,0129
Malayan Banking Berhad	1,06	0,139	0,0166	1,71	0,141	0,0186	1,95	0,137	0,0311
Public Bank Berhad	2,04	0,094	0,0067	3,08	0,103	0,0091	3,16	0,103	0,0132
CIMB Bank Berhad	2,27	0,197	0,0116	3,36	0,171	0,0255	3,42	0,220	0,0428
Rata-rata Bank Syariah	1,78	0,117	0,025	2,14	0,090	0,038	2,71	0,094	0,054
Rata-rata Bank Konvensional	1,79	0,143	0,012	2,72	0,138	0,018	2,84	0,153	0,029
Rata-rata Marjin Profit Bank Syariah (dalam persen)				6,56			7,14		
Rata-rata Suku Bunga Kredit (dalam persen)				5,14			6,10		

Keterangan : (1) Marjin Profit dan Bunga Kredit (dalam persen)  
(2) Rasio Biaya *Overheads per Capital*  
(3) Rasio NPL dan NPF

Sumber : Laporan keuangan masing-masing bank

Tabel 2.

Marjin Profit BBA	=	$cost\ of\ Islamic\ deposits + biaya\ overheads\ per\ capital + premi\ risiko\ inflasi + premi\ risiko\ kegagalan\ nasabah\ pembiayaan\ (spread)$
Bunga kredit	=	$cost\ of\ deposits + biaya\ overheads\ per\ capital + premi\ risiko\ inflasi + premi\ risiko\ kegagalan\ nasabah\ (spread)$

## RESENSI



Muhamad Abduh

Alumnus Departemen Statistika IPB dan Kandidat Doktor IUU Malaysia

# Preferensi Konsumen Bank Syariah

Indonesia adalah negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia yang terletak di wilayah Asia Tenggara. Dengan laju pertumbuhan penduduk rata-rata per tahun yang mencapai angka 1,49 persen sesuai data BPS, dapat dipastikan Indonesia ini tetap menjadi negara dengan populasi Muslim terbanyak sampai beberapa tahun ke depan.

Namun, meskipun jumlah muslim terbesar di dunia, pangsa pasar perbankan syariah di Tanah Air masih sangatlah kecil, baru menyentuh angka tiga persen di akhir bulan Desember 2010. Sangatlah kontras jika dibandingkan Malaysia, yang dengan jumlah Muslim kurang dari 15 juta jiwa, ternyata perbankan syariahnya mampu menembus angka 20 persen di akhir tahun 2010.

Salah satu faktor keberhasilan negeri jiran tersebut dalam pencapaian pangsa pasar perbankan syariah yang lebih baik dari Indonesia, di antaranya adalah karena ketersediaan riset-riset empiris, yang memberikan keuntungan, tidak hanya bagi kalangan akademisi, Tapi juga bagi para praktisi perbankan syariah. Dengan kata lain, *link and match* antara dunia pendidikan dan dunia praktisi terjalin begitu kuat. Artikel yang berjudul *Who Patronises Islamic Banks in Indonesia?* yang ditulis oleh Muhamad Abduh dan Mohd Azmi Omar, dan telah diterbitkan oleh *Australian Journal of Islamic Law, Management and Finance Vol. 1, Issue 1*, hal 40-53, mencoba untuk menawarkan sejumlah alternatif dalam meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia.

## Kriteria pemilihan bank

Riset tentang kriteria pemilihan bank oleh

konsumen telah banyak dilakukan oleh para akademisi ataupun praktisi perbankan itu sendiri. Puluhan, jika tidak ratusan artikel dengan tema riset ini dapat ditemukan di berbagai jurnal internasional. Akan tetapi, riset tentang preferensi konsumen dalam memilih perbankan syariah masih belum banyak dipublikasikan. Di antara yang menjadi rujukan dalam bingkai perbankan syariah ini adalah Erol dan El-Bdour (1989), Erol, Kaynak dan El-Bdour (1990), Naser, Jamal dan Al-Khatib (1999) untuk Yordania. Kemudian ada Haron, Ahmad dan Planisek (1994), Ahmad dan Haron (2002), Dusuki dan Abdullah (2007) serta Haron dan Wan Azmi (2008) untuk kasus Malaysia. Selain itu, terdapat juga Hegazy (1995) di Mesir, Metawa dan Almosawi (1998) di Bahrain, serta Okumu (2005) di Turki.

Berdasarkan riset-riset tersebut, di antara faktor-faktor yang ditemukan memengaruhi konsumen untuk menjadi nasabah perbankan syariah adalah reputasi bank terkait, fasilitas dan servis yang disediakan, metode penetapan harga dalam pembiayaan, keramahan karyawan bank, tingkat pengembalian keuntungan dan tentu saja faktor keagamaan. Khusus untuk faktor keagamaan (*religiosity*), belum ditemukan memiliki dampak yang signifikan dalam memengaruhi keputusan konsumen, untuk menjadi nasabah perbankan syariah pada riset-riset permulaan, yaitu sekitar 1989 - 1999.

Pada dekade 2000-an faktor keagamaan menjadi faktor yang memengaruhi keputusan seorang konsumen untuk menyimpan dananya di perbankan syariah. Isu *September-eleven* pada 2001 dalam hal ini mungkin turut

memengaruhi keterlibatan faktor keagamaan dalam perkembangan pangsa pasar perbankan syariah di dunia.

## Pendekatan metodologi

Namun, semua artikel di atas hanya menggunakan teknik analisis deskriptif sehingga berhenti pada faktor-faktor apa saja yang muncul dalam pembahasan kriteria pemilihan bank. Oleh karena itu, artikel yang direvisikan kali ini menggunakan pendekatan yang berbeda, dengan tujuan membuat urutan mulai dari faktor yang paling signifikan dalam mempengaruhi nasabah untuk memilih perbankan syariah, serta peluang seseorang dengan karakteristik yang sama untuk menjadi nasabah perbankan syariah.

Riset ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dari nasabah perbankan syariah dan konvensional di wilayah Kota Bogor pada pertengahan tahun 2006. Sebanyak 300 kuesioner disebar dan dianalisis lebih lanjut dengan analisis faktor, analisis korespondensi, dan diakhiri dengan analisis regresi biner-logistik dengan respons "0" jika bukan nasabah perbankan syariah dan respons "1" untuk sebaliknya.

## Hasil analisis

Dari hasil yang diperoleh, individu yang mengutamakan isu keagamaan seperti kesesuaian bank tersebut dengan syariah serta mempertimbangkan dan mengikuti fatwa MUI tentang keharaman bunga bank, yakni konsumen dengan peluang terbesar untuk menjadi nasabah perbankan syariah. Selain karakter individual, ada dua faktor intra-bank yang juga

secara signifikan mempengaruhi keputusan calon nasabah untuk menyimpan uangnya di bank syariah, yaitu ketahanan terhadap krisis (*safety*) dan iklan yang menarik (*advertisement*). Tingkat keuntungan (*profitability*) sementara belum menjadi pertimbangan penting bagi masyarakat. Hal ini disebabkan jumlah perbankan syariah yang belum banyak pada tahun 2006, berbeda mungkin hasilnya jika riset ini dilakukan pada awal tahun 2011 ini.

Dari hasil riset ini, industri perbankan syariah dapat memfokuskan target pemasarannya pada kelompok masyarakat yang cukup terekspos dengan agama (Islam).

Dengan jumlah rekening yang baru mencapai enam jutaan (Statistik Perbankan Syariah, Desember 2010), industri perbankan syariah masih memiliki peluang yang sangat besar untuk memenangi pasar masyarakat yang mengedepankan isu-isu keagamaan. Yang perlu diperhatikan kemudian adalah kemasakan iklan/promosi yang menarik bagi para calon nasabah tersebut, tanpa lupa memberikan penekanan kepada isu keamanan dana serta ketahanan dari krisis keuangan, seperti yang terjadi pada tahun 1997/1998.

Ke depan, ada sejumlah riset lanjutan yang dapat dilakukan, dengan penekanan pada sejumlah isu. Isu-isu tersebut antara lain : (i) adakah perbedaan faktor yang muncul dalam memengaruhi calon nasabah untuk menyimpan uangnya di perbankan syariah antara sebelum tahun 2011 dan tahun 2011 saat ini, dan (ii) apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah perbankan syariah untuk menarik uangnya dari bank. *Wallahu a'lam.* ■