

PENGEMBANGAN EKONOMI ISLAM DAN PERANNYA DALAM PENINGKATAN KESEJAHTERAAN UMAT

Oleh:
Adiwarman A. Karim¹

Kebangkitan ekonomi syariah bukan lagi angan-angan. Perlahan namun pasti nilai-nilai syariah mulai mewarnai kegiatan perekonomian Indonesia. Memang masih jauh api dari panggung, namun yang terpenting sebagai langkah awal, kehadiran ide dan konsep ekonomi syariah telah dapat diterima dan mulai menunjukkan kemajuan yang sangat signifikan.

A. Sektor Keuangan

Diawali dengan sektor perbankan dengan lahirnya UU No. 7 tahun 1992 yang disempurnakan dengan UU No. 10 tahun 1998, dan UU No. 23 tahun 1999, telah memberikan landasan hukum yang kuat bagi berkembangnya

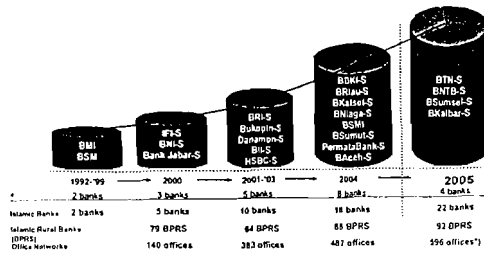
perbankan syariah di Indonesia. Puncak pertumbuhan jumlah bank syariah terjadi pada tahun 2004 yaitu dengan tingkat pertumbuhan mencapai 88,6 %, sedangkan pada akhir tahun 2005, penyebaran bank syariah sudah menjangkau 68 Kabupaten/Kota di 27 Propinsi di seluruh Indonesia.² Berdasarkan informasi yang dipublikasikan dalam Statistik Perbankan Syariah (Bank Indonesia), pangsa pasar perbankan syariah sampai dengan Maret 2006 baru mencapai 1,4 % dari keseluruhan industri perbankan di Indonesia, dengan jumlah total aset mencapai Rp. 20,55 trilyun.

¹ President Director, KARIM Business Consulting

² Laporan Perkembangan Perbankan Syariah 2005, Bank Indonesia, www.bi.go.id



Gambar 1 : Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia



*) tidak termasuk Gerai Muamalat dan Office Channeling

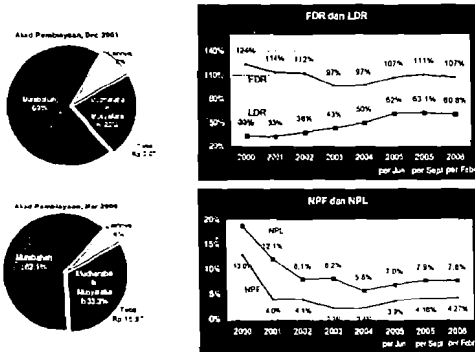
Perkembangan perbankan syariah di Indonesia mempunyai kontribusi yang positif untuk meningkatkan kesejahteraan umat. Kontribusi positif ini dapat dilihat dari fungsi intermediasi bank syariah yang lebih baik dibandingkan dengan bank konvensional (lihat grafik 1). Fungsi intermediasi perbankan syariah dari tahun 2000-2006 lebih baik dibandingkan dengan bank konvensional dengan tingkat intermediasi yang di atas 100%. Hal ini berarti bahwa Dana Pihak Ketiga yang dihimpun oleh bank syariah, hampir seluruhnya bisa disalurkan dalam bentuk pembiayaan syariah ke sektor riil, sedangkan di bank konvensional sampai dengan tahun 2004, hanya berhasil menyalurkan setengah dari dana yang dihimpun ke kredit. Perbankan syariah hanya menyalurkan pembiayaannya untuk sektor riil. Dinamika bisnis yang terjadi pada sektor riil akan terefleksi langsung pada kegiatan perbankan syariah. Pertumbuhan sektor finansial sekedar mengikuti pertumbuhan sektor riil. Kredit dengan akad murabahah, salam,

ijarah hanya dapat disalurkan bila ada barang atau jasa (sektor riil) yang dibiayai. Bahkan kredit dengan akad *musyarakah/mudharabah*, bukan saja disalurkan untuk membiayai sektor riil, namun juga terbentuk *perfect correlation* antara *cost of capital* dengan *return on capital*. Hal ini jelas sangat berbeda dengan perbankan konvensional yang banyak menyalurkan kredit bukan ke sektor riil yaitu untuk spekulasi di pasar uang.

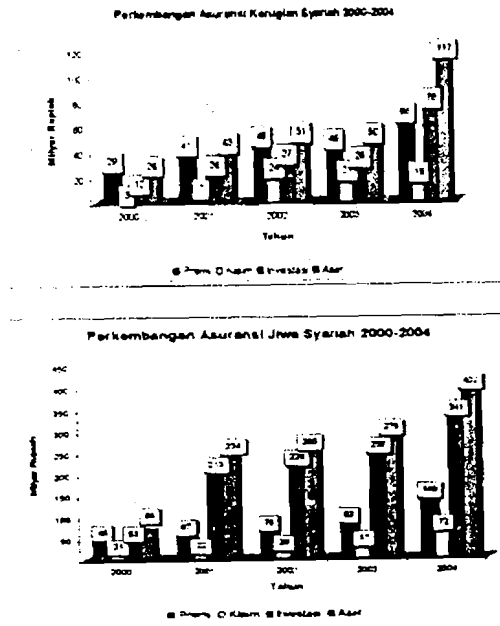
Peran positif bank syariah untuk mendorong berkembangnya sektor riil ini juga ditunjang oleh tingkat pembiayaan macet perbankan syariah yang lebih rendah dibandingkan tingkat kredit macet di bank konvensional. Sistem perbankan syariah telah membuktikan dirinya sebagai suatu sistem yang tangguh melewati krisis ekonomi di Indonesia. Banyak keunggulan yang dimilikinya sehingga dapat bertahan menghadapi keadaan yang sangat sulit bagi dunia perbankan. Di antara keunggulannya adalah pertumbuhan perbankan yang terkait dengan pertumbuhan ekonomi riil. Hal positif lainnya adalah semakin besarnya porsi pembiayaan yang menggunakan prinsip bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*), walaupun secara keseluruhan pembiayaan *murabahah* masih mendominasi. Pada akhir tahun 2006 ini, pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia akan kembali menguat dengan masuknya investor dari Timur Tengah.



Grafik 1 : Fungsi Intermediasi, Tingkat NPF dan Porsi Pembiayaan



Gambar 2 : Perkembangan Asuransi Syariah



Industri ikutan dan perbankan adalah asuransi, karena bank biasanya meminta nasabah mengasuransikan barang jaminan atau dirinya agar bila ia meninggal dunia tidak meninggalkan beban hutang kepada ahli warisnya. Itu sebabnya industri asuransi syariah juga berkembang pesat mengikuti perbankan syariah (lihat gambar 2). Peran regulator, baik Dewan Syariah Nasional MUI dengan berbagai fatwa yang terkait dengan asuransi (Fatwa no. 21, 51, 52, dan 53), serta mewajibkan penggunaan asuransi dan reasuransi syariah, serta peran Departemen Keuangan juga cukup kondusif memberikan dukungan dengan mengeluarkan beberapa aturan tentang pendirian asuransi syariah serta pedoman bagi perusahaan asuransi untuk melakukan investasi. Pada tahun 2006 ini diperkirakan akan ada dua perusahaan yang khusus memberikan layanan penjaminan syariah untuk mendukung lancarnya proses pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah.

Tabel 2.4
Layanan Asuransi Syariah di Indonesia (2000-2004)

No	Nama Perusahaan	Jenis	Asuransi
1	Asuransi Syariah Keluarga	Asuransi Syariah	2004
2	Asuransi Syariah Kemahasiswaan	Asuransi Syariah	2004
3	Asuransi Syariah Mahasiswa	Asuransi Syariah	2004
4	Asuransi Syariah Multi-Subjek Keluarga	Asuransi Syariah	2004
5	Asuransi Syariah Lawan	Asuransi Syariah	2004
6	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1012	Asuransi Syariah	2004
7	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1013	Asuransi Syariah	2004
8	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1014	Asuransi Syariah	2004
9	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1015	Asuransi Syariah	2004
10	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1016	Asuransi Syariah	2004
11	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1017	Asuransi Syariah	2004
12	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1018	Asuransi Syariah	2004
13	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1019	Asuransi Syariah	2004
14	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1020	Asuransi Syariah	2004
15	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1021	Asuransi Syariah	2004
16	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1022	Asuransi Syariah	2004
17	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1023	Asuransi Syariah	2004
18	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1024	Asuransi Syariah	2004
19	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1025	Asuransi Syariah	2004
20	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1026	Asuransi Syariah	2004
21	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1027	Asuransi Syariah	2004
22	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1028	Asuransi Syariah	2004
23	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1029	Asuransi Syariah	2004
24	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1030	Asuransi Syariah	2004
25	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1031	Asuransi Syariah	2004
26	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1032	Asuransi Syariah	2004
27	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1033	Asuransi Syariah	2004
28	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1034	Asuransi Syariah	2004
29	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1035	Asuransi Syariah	2004
30	Asuransi Syariah Al-Baitul Ma'ad 1036	Asuransi Syariah	2004

Sumber: Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI dan Departemen Keuangan RI (2000-2004)

Industri komplemen dari perbankan adalah pasar modal. Bila bagi hasil kecil perbankan syariah kecil, investor dapat memindahkan dananya ke pasar modal dalam bentuk instrumen syariah, semisal obligasi syariah. Emiten-emiten papan atas ikut



menerbitkan obligasi syariah *mudharabah*, yang kemudian di tahun 2004, mulai diikuti dengan penerbitan obligasi syariah *ijarah* (bisa dilihat Tabel 1). Pada tahun 2006, diharapkan sudah ada langkah yang lebih maju dalam penerbitan SUN Syariah. Maraknya penerbitan obligasi syariah dan SUN Syariah ini memberikan alternatif *scheme* pembiayaan yang diharapkan memperlancar program pemerintah untuk mengundang investor, khususnya dari Timur Tengah. Perkembangan yang cukup *significant* lainnya adalah semakin banyaknya sekuritas yang mengelola reksadana syariah.

B. Sektor Riil

Menjamurnya lembaga keuangan syariah dan makin luasnya umat yang merasakan pengalaman berinteraksi, merupakan suatu proses pembelajaran yang amat berarti. Ilmu fikih tidak lagi tersimpan dalam kitab-kitab kuning

yang sulit dibaca, bahkan bagi orang yang fasih membaca al-Quran sekalipun, saat ini ilmu fikih telah menjadi bagian dari kehidupan umat. Inilah *the living Islam*, Islam yang hidup dalam kehidupan masyarakat. Para pengusaha di sektor riil yang memerlukan jasa bank untuk mengembangkan usaha mereka, mulai terinspirasi dengan ekonomi syariah yang dikenalnya melalui lembaga keuangan syariah.

Hotel syariah dan MLM syariah merupakan contoh kasus ini. Dorongan yang kuat juga terjadi pada sertifikasi halal pada makanan dan minuman. Perusahaan produsen besar dan restoran besar mulai memahami permintaan pasar akan kejelasan kehalalan makanan dan minuman yang mereka produksi atau mereka jual. Produk-produk berkualitas yang selama ini memang diminati pasar, tanpa kesulitan yang berarti mendapat sertifikasi halal. Interaksi yang terjadi antara para

Tabel 1 : Daftar Obligasi Syariah

No	ISSUER	SECTOR	RATING	AMOUNT (Rpbn)	Maturity (mm/dd/yy)	Price	Coupon	Yield Indioat lon	Structure
1	Indosat	Telecommunication	idAA+	175	06/11/2007	97,29	VAR	11,85%	Mudharabah
2	Berlian Laju Tanker	Transport - Marine	idA	60	28/05/2008	95,00	VAR	n/a	Mudharabah
3	Bank Bukopin	Banking	idBBB+	45	10/07/2008	92,86	VAR	n/a	Mudharabah
4	Bank Syariah Mandiri	Banking	idBBB+	200	31/10/2008	94,68	VAR	n/a	Mudharabah
5	Cilindre Perkasa	Agriculture Operations	idBBB	60	26/09/2008	n/a	14,75	n/a	Mudharabah
6	Bank Muamalat (Sub)	Banking	idBBB-	200	15/07/2010	94,85	VAR	n/a	Mudharabah
7	Perkebunan Nusantara VI	Agriculture Operations	idA-	75	26/03/2009	99,52	VAR	n/a	Mudharabah
8	Matahari Putra Prima	Retail/Wholr Dept Store	A+	150	11/05/2009	n/a	13,8	n/a	Ijarah
9	Citra Sani Makmur	Satellit Telecom	A-(Kasnic)	100	09/07/2009	92,05	14,25	13,25%	Ijarah
10	Sona Topes	Travel Services	idA+	52	28/05/2009	n/a	14,76	n/a	Ijarah
11	Berlina	Containers-Paper-Plastic	A	85	15/12/2009	84,04	13,75	13,75%	Ijarah
12	Indorent 1	Transport - Rental	idBBB	100	10/09/2009	n/a	13,25	n/a	Ijarah
13	Kumpas Intermoda Trans	Transport - Marine	A-(Kasnic)	122	17/12/2009	96,10	14	14,00%	Ijarah
14	Apeundo	Oil & Gas Drilling	idA-	240	06/04/2010	87,01	12,25	12,25%	Ijarah
15	Indosat IV	Telecommunication	idAA+	285	21/06/2011	106,58	12	12,00%	Ijarah



pengusaha dan MUI yang memberikan sertifikat, merupakan pembelajaran fikih yang tiada taranya. Bahkan saat ini sistem sertifikasi halal Indonesia diadopsi oleh banyak negara, terutama mitra dagang yang ingin memasukkan barangnya ke Indonesia. Pada beberapa tahun terakhir ini juga mulai berkembang industri pakaian muslim, radio, televisi, majalah, surat kabar, dan berbagai aktivitas sektor riil lainnya yang melayani kebutuhan umat Islam.

Bukan saja umat menjadi terhindar dari yang *syubhat*, namun yang paling penting dari proses ini adalah pengalaman para pengusaha berinteraksi dengan para ahli fikih. Ulama, kyai, fuqaha bukanlah sosok yang kolot dan tidak mengerti masalah ekonomi modern, mereka bukanlah sosok yang dengan mudahnya mengharamkan atau menghalalkan sesuatu. Penelitian, pengujian, kunjungan lapangan yang dilakukan sebelum keluarnya sertifikat halal, merupakan bukti pemahaman mereka akan *fiqhus-syariah* dan juga *fiqbul-waqi*.

C. Sektor *Philantrophy* Islam - ZISWAF

Kegiatan *philantrophy* merupakan salah satu pilar ekonomi Islam yang terdiri dari dua hal yaitu pemenuhan kebutuhan dasar para *mustahiq*, dan terciptanya *social equilibrium*. Instrumen utama pilar ini adalah zakat,

infak, sedekah, wakaf, hibah dan bentuk-bentuk sejenisnya. Memang, hal ini bukan monopoli ajaran Islam karena instrumen sejenis - biasanya disebut *tithe* - juga dikenal dalam ajaran agama lain.³

Hasil riset *Public Interest Research and Advocacy Center* (PIRAC) pada tahun 2002 menyatakan bahwa rata-rata zakat yang dikeluarkan per tahun sekitar Rp 416 ribu dan rata-rata per kapita Rp 207 ribu. Dengan begitu, diperkirakan potensi dana zakat di Indonesia mencapai Rp 7-14 triliun dan perkiraan zakat terbayarkan Rp 6,1 triliun (dengan asumsi terdapat 32 juta keluarga *muzaki*). Dan sayangnya, dari jumlah tadi, yang terkelola baru sekitar 12,5 persen-nya saja. Pusat Bahasa & Budaya UIN Syarif Hidayatullah menyimpulkan hal yang tak jauh beda: zakat di Indonesia belum tergarap optimal padahal potensinya amatlah besar yakni sekitar Rp 19,3 triliun/tahun (tidak termasuk wakaf).

Survei PIRAC 2004 menunjukkan hanya 12,5 persen masyarakat Muslim menyalurkan zakatnya melalui lembaga resmi seperti Badan Amil Zakat (BAZ), Lembaga Amil Zakat (LAZ) atau yayasan amal lainnya. Adapun data yang tercatat pada Departemen Agama, realisasi zakat tahun 2004 sebesar Rp 199,3 miliar. Artinya, hanya 1,6 persen dari potensi zakat yang bisa dikumpulkan. Berbagai potensi yang ada tersebut seharusnya bisa lebih dioptimalkan, apalagi dengan ditunjang

³ Adiwarman A Karim, "Rethinking Potensi, Sumber dan Distribusi *Philantrophy* di Dunia Islam dan Barat", Cisarua, 28 Juni 2002.



oleh penerbitan UU No. 38 tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat. Aktivitas-aktivitas oleh LAZ dan BAZ seperti Dompot Dhuafa (DD), Pos Keadilan Peduli Ummat (PKPU), Rumah Zakat Dompot Sosial Ummul Quro (DSUQ), Yayasan Dana Sosial al-Falah (YDSF), Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid (DPUDT), serta berbagai LAZ dan BAZ lainnya.

D. Sektor Pemerintah dan Legislasi

Selama pemerintah yang ada menganut sistem pasar, maka kekuatan pasarlah yang akan mewarnai kebijakan dan peraturan pemerintah. Bila kekuatan pasar menghendaki transaksi ekonomi yang dilandasi oleh nilai-nilai syariah, maka tidak ada pilihan lain kecuali memformulasikan keinginan pasar ini menjadi suatu kebijakan dan peraturan hukum positif. Pertanyaannya adalah siapa yang menjadi pemain besar dalam pasar?

Dalam negara berkembang memang seringkali, pemerintahlah yang menjadi pemain dominan. Ibnu Khaldun pernah mengatakan bahwa “pemerintah ibarat ibunya pasar. Bila ia sakit, maka sakitlah pasar. Bila ia sehat, maka sehatlah pasar”. Tentu saja, Pemerintah adalah konsumen besar melalui APBN-nya, ia juga adalah produsen besar melalui perusahaan negara dan BUMN-nya. Namun sebesar-besarnya, pemerintah, akan tunduk pada hukum pasar, yang dalam bahasa al-Quran “*an taradlin minkum*” (harga ditentukan atas dasar

saling kerelaan), atau dalam bahasa fikihnya “*tsaman al-mitsil*” (*the price of equivalent / harga keseimbangan pasar*). Lihat saja bagaimana harga bahan bakar dalam negeri dipengaruhi pasar global, begitu pula harga minyak sawit, harga gula, bahkan harga bertelekomunikasi.

Semakin maju suatu perekonomian, peran sektor swasta akan semakin besar. Pada akhirnya pemerintah hanya akan memiliki industri strategis, dan lebih banyak memainkan perannya sebagai regulator untuk memastikan kebebasan para pelaku pasar sekaligus melindungi pelaku pasar dari kezaliman (*baqqal ghairu syar’an*). Peran pemerintah sebagai regulator ini dalam industri keuangan syariah dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Departemen Keuangan. Berbagai produk peraturan telah diterbitkan untuk menunjang implementasi dan praktek lembaga keuangan syariah yang telah ada. Pada sisi lain, dukungan lembaga legislasi khususnya DPR juga sangat diperlukan. Hal aktual yang sekarang sedang dibahas adalah penyusunan RUU Perbankan Syariah, serta kemungkinan akan dibahasnya RUU atau Perpu tentang SUN Syariah dan RUU Wakaf. Lembaga pemerintah dan legislasi ini juga selalu berkoordinasi dengan regulator yang terkait langsung dengan aspek syariah yakni Dewan Syariah Nasional MUI. Sampai dengan Maret 2006, DSN MUI telah mengeluarkan 53 fatwa yang terkait dengan penerapan ekonomi syariah di Indonesia.



E. Proses Sosialisasi dan Edukasi

Perkembangan yang demikian pesat dari sektor keuangan syariah, telah membawa perubahan yang mendasar pada strategi sosialisasi konsep ekonomi syariah. Bila pada periode awal metode sosialisasi yang dominan adalah *verbal communication (da'wah bil-lisan)* dengan menggelar berbagai seminar, *talk show* di media elektronik, dan berbagai bentuk ceramah, maka pada periode ini metode sosialisasi mulai berimbang antara *verbal communication dan experiencing communication (da'wah bil-hal)*.

Di periode awal kantor perbankan syariah masih sangat sedikit, sehingga umat tidak dapat langsung berinteraksi dan mengalami sendiri bertransaksi di bank syariah. Umat hanya mendengarkan berbagai penjelasan yang lebih teoritis, bahkan kadangkala terlalu manis untuk dibayangkan (*too good to be true*). Di pihak lain, pelaksana bank syariah masih minim pemahaman dan miskin pengalaman; suatu yang wajar tentu saja. Dampak negatif dari keadaan ini kekecewaan umat akibat kesenjangan antara harapan umat yang terlalu muluk (*over expectation*) terhadap bank syariah dan bankir syariah kelas pemula (*sub standard Islamic banker*).

Di periode berikutnya, dengan banyaknya kantor perbankan syariah, maka semakin banyak pula umat yang dapat langsung merasakan pengalaman berinteraksi. Akad-akad fikih yang tadinya sulit untuk diucapkan, sekarang telah merupakan kosakata yang akrab

di telinga umat. *Seeing is believing, experiencing is hard to forget*. Banyaknya bank syariah juga telah mendorong kompetisi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan keragaman produk. Kita sama rasakan pada periode ini tema-tema sosialisasi yang bombastis dan memainkan sentimen agama mulai berkurang signifikan. Tema yang dominan pada periode ini adalah tema kualitas layanan, produk yang kompetitif. Jadi telah terjadi pergeseran strategi pemasaran lembaga keuangan syariah dari penggunaan simbolisasi Islam sebagai nilai jual utama (*foreground*), menjadi penggunaan kualitas layanan sebagai *foreground* yang diikuti dengan pemenuhan syariah Islam sebagai syarat wajib (*necessary condition*) pada *background*.

Pergeseran ini memberi dampak yang amat luas, karena konsep ekonomi syariah menjadi lebih terbuka untuk dialami oleh semua kalangan agama. Bukan saja nasabah non muslim yang memilih bank syariah, banyak juga karyawan non muslim yang memilih bank syariah sebagai tempat bekerja. Interaksi kalangan non muslim dengan ekonomi syariah sedikit banyak telah membuka wawasan mereka tentang nilai-nilai Islam yang indah, dan mengurangi kecurigaan yang tidak berdasar (*groundless suspicion*) yang bila terakumulasi akan menimbulkan penolakan membabi buta terhadap syariah Islam (*Islam phobia*).

Proses Sosialisasi dan Edukasi kepada masyarakat tentang ekonomi syariah ini semakin rapi dan sinergis dilakukan dengan lahirnya berbagai



lembaga seperti Masyarakat Ekonomi Syariah (MES), Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah (PKES), Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI), Forum Studi Ekonomi Islam (FOSSEI). Perkembangan industri ekonomi dan keuangan syariah menimbulkan kebutuhan Sumber Daya Manusia yang kompeten untuk mengelola aktivitas ekonomi dan keuangan syariah yang telah berjalan. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan SDM serta perlu dikembangkannya struktur ilmu dan pengetahuan ekonomi syariah yang lebih mapan, maka penelitian dan pendidikan ekonomi syariah juga semakin berkembang di Indonesia. Perkembangan ini ditandai dengan makin banyaknya institusi Perguruan Tinggi Negeri maupun Perguruan Tinggi Swasta yang membuka program D3, S1, S2, maupun S3 tentang ekonomi dan keuangan Syariah.

F. Strategi Pengembangan Ekonomi Syariah

Strategi pengembangan syariah Islam di bidang ekonomi dapat dibedakan menjadi tiga level lapangan permainan (*level of playing field*) sebagaimana terlihat dalam tabel 2. Penegakan pada salah satu level saja tidak akan menghasilkan tegaknya syariah Islam dalam bidang ekonomi. Teori ekonomi Islam yang kuat tanpa diterapkan menjadi sistem, hanya menjadikan ekonomi Islam sebagai kajian ilmu saja tanpa memberi dampak pada kehidupan ekonomi. Teori-teori tersebut harus

diterjemahkan ke dalam bentuk peraturan-peraturan, baik bentuk *regulatory rule* maupun *constitution rule*. *Regulatory rule* berkaitan dengan peraturan yang mengatur apa yang boleh dan apa yang tidak boleh (*what do's and what don'ts*), contohnya adalah seperti dalam permainan sepakbola ada hal-hal yang tidak dibolehkan seperti *off-side*, *hands ball*, dan lain lain. Namun ini saja tidak cukup, karena definisi institusi ekonomi dan definisi transaksi ekonomi yang ada saat ini belum tentu sesuai dengan kerangka Islam. Oleh karena itu, perjuangan yang lebih berat adalah merubah definisi (yang juga berarti merubah paradigma berpikir). Ini disebut sebagai *constitution rule* (bukan berarti Undang Undang Dasar). *Constitution rule* memberikan definisi (*who you are and who you are not*), contohnya adalah dalam permainan catur langkah kuda adalah huruf L, langkah menteri adalah menyerong, dan lain lain.



Tabel 2 : Strategi Pengembangan Ekonomi Syariah

	Teori Ekonomi Islam	Sistem Ekonomi Islam	Perekonomian Umat Islam
◊ Komponen Bahasan	Aqidah Adil Nubuwwa Khilafah Ma'ad	<ul style="list-style-type: none"> • Kepemilikan Individu, Kepemilikan Bersama, Kepemilikan Negara • Kebebasan Bertransaksi dalam Kerangka Syariah • Kesejahteraan Sosial (pemenuhan kebutuhan dasar bagi si miskin, dan penciptaan hubungan harmonis si kaya dan si miskin) 	Pola Laku Muslimin Muslimat Pelaku Ekonomi
◊ Wacana	Ilmu	Regulatory rule: apa yang boleh dan yang tidak boleh dilakukan. Constitution rule: definisi	Kinerja Unit Ekonomi Umat Islam
◊ Pelaku Utama	Ilmuwan	DPR, pemerintah	Umat Islam
◊ Dalil	Qur'an & Hadist	Kaedah Fikih " <i>Al Ashlu fil Asyiaa' al Ibahah ma Lam Yamna'ha Syara'un</i> "	" <i>Antum A'lamu bi 'Umuri Duniyakum</i> "

Banyak institusi ekonomi dan transaksi ekonomi yang dapat disesuaikan dengan kerangka Islam sehingga akad-akad muamalah Islam tidak terkesan dipaksakan sesuai dengan definisi yang telah ada. Contoh jelasnya adalah definisi bank sedikit banyaknya telah menyulitkan penerapan akad-akad fikih muamalat dalam bank syariah. Dengan definisi yang ada sekarang ini maka *al-Murabahah* akan selalu berarti *al-murabib yurabib*, *al-Istishna'* akan selalu berarti *al-mustashni' yastashni'*, *al-Ijarah* akan selalu berarti *al-Mu'ajjir yu'ajjir*, *al-Mudharabah* akan selalu berarti *al-mudharib yudharib*. Pengembangan sistem ekonomi syariah bisa didekati dengan dua cara. *Pertama*, cara langsung yaitu memberikan masukan ke pemerintah dan DPR untuk suatu rancangan undang-undang, PP, atau kebijakan. *Kedua*, cara tidak langsung yaitu dengan membentuk kekuatan pasar yang kuat yang

menghendaki diterapkannya nilai-nilai syariah.

Cara pertama dapat dicapai dengan menggunakan bahasa yang sama dengan yang digunakan oleh regulator, bukan dengan istilah-istilah fikih yang seringkali menimbulkan kecurigaan hanya karena ketidaktahuan. Bukankah kaidah fikih mengatakan "*li kulli maqam maqal*" (gunakan bahasa yang sesuai dengan tingkatan orang). Argumentasi tentang kebijakan ekonomi seyogyanya menggunakan bahasa dan alat analisa ekonomi yang tentunya dilandasi dan diwarnai oleh syariah, bukan dengan mengutip ayat dan hadis untuk mematahkan argumen mitra diskusi. Biarlah otak lawan otak, *tob* otak kita dibimbing oleh kalbu yang diterangi oleh al-Quran dan hadis. Tidak jarang seorang ekonom konvensional menolak konsep ekonomi syariah tanpa menyadari bahwa ia pun menggunakan



konsep yang sama dengan nama yang berbeda. Lihatlah konsep "*tsaman al-mitsil*" (*the price of equivalent*) yang ditolak oleh seorang ekonom konvensional dengan argumen "jangan campur adukkan agama dengan ekonomi", kemudian beliau mengatakan "apapun agamanya tidak dapat terlepas dari hukum pasar yaitu *equilibrium price*". Jelaskan, betapa bahasa yang berbeda untuk satu hal yang sama dapat menimbulkan pertentangan yang sia-sia.

Cara kedua dapat dicapai dengan mengembangkan terus kekuatan pasar yang telah merasakan pengalaman berinteraksi dengan ekonomi syariah (*experiencing the values of Islam*). Kekuatan nyata umat adalah kekuatan sebagai konsumen/pembeli besar. Bila saja pendekatan sertifikasi halal makanan dan minuman dengan cara menolak produk-produk yang memang selama ini diminati masyarakat, dan menawarkan produk baru bersertifikat halal apalagi ditawarkan oleh perusahaan baru yang kecil pula, maka dampaknya tidaklah akan sehebat seperti sekarang ini. Jadi pendekatannya bukan menolak seluruhnya atau menerima seluruhnya, namun pendekatannya adalah memodifikasi produk yang sudah jelas-jelas diminati pasar, dan memastikan produk itu halal. Bukankah Rasul pernah bersabda "*La tushabihuhu jami'a, wa la tukadzibuhu jami'a*" (jangan kamu terima seluruhnya, jangan pula kamu tolak seluruhnya). Proses ini dalam ilmu fikih dikenal sebagai proses *masyru'iyah* (proses memodifikasi agar sesuai dengan syariah).

Kekuatan pasar kedua yang saat ini

belum wujud adalah kekuatan sebagai produsen/penjual besar. Melihat kekuatan ekonomi umat saat ini, maka adalah bijak untuk membuat beberapa tahapan;

Tahapan pertama, yaitu jangka pendeknya, adalah meyakinkan para produsen/penjual besar bahwa bisnis mereka tidak akan berkurang keuntungannya bila mereka menerapkan nilai-nilai syariah dalam bisnis mereka. Mereka harus diyakinkan bahwa menerapkan nilai-nilai syariah tidak akan mengurangi keuntungan mereka sedikitpun, bahkan dapat menaikkan volume penjualan mereka karena adanya ceruk pasar umat Islam yang belum mereka garap.

Tahapan kedua yaitu jangka menengahnya, adalah menumbuhkan jiwa bisnis dalam diri umat. Peran MLM memang masih sangat kecil secara finansial, namun yang terpenting dari tumbuhnya gerakan MLM adalah munculnya jiwa bisnis. Siklus sukses-gagal-sukses dalam berbisnis akan mempertebal keyakinan bahwa setiap kesulitan akan diikuti dengan kemudahan (*fa inna ma'al 'usri yusran inna ma'al 'usri yusran*). Musuh terbesar dalam berbisnis adalah *mental blocking* dalam diri umat yang merasa risi, tidak patut, malu, tidak berani keluar dan zona kenyamanan (*comfort zone*) sebagai karyawan. Akibatnya umat tidak terbiasa mengambil keputusan, tidak terbiasa menghitung risiko, dan yang paling disayangkan tidak terbiasa mengembangkan pemikiran-pemikiran kreatif.

Tahapan ketiga yaitu jangka panjangnya, adalah membesarkan bisnis



umat. Jangan masuki sektor produksi kecuali telah menguasai aspek pemasarannya. Pintar memproduksi tanpa menguasai pemasaran hanya akan membuat posisi tawar umat lemah di pasar, sehingga marjin keuntungan terbesar dinikmati oleh pedagang perantara. Jadi langkah berikutnya setelah jiwa bisnis tumbuh, adalah menguasai pasar. Rumusnya sangat sederhana, tahu di mana membeli dengan harga murah dan tahu ke mana menjual dengan harga mahal. Syukur kalau bisa membeli murah dengan bayar tangguh, dan menjual mahal dengan tunai. Jangan dibalik kecuali bermodal besar dan siap menghadapi resiko piutang tidak tertagih.

Bila pasar telah dikuasai, maka langkah berikutnya adalah menguasai aspek produksi. Bukan dengan maksud memproduksi seluruh barang yang dijual, namun sekedar menguasai seluk beluk produksi dengan tingkat produksi sendiri sekitar 20% dari total barang yang dijual. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga dua hal. *Pertama*, mengurangi ketergantungan pada produsen pemasok sehingga bila pasokan barang kosong, maka kemampuan produksi dapat ditingkatkan untuk menggantikannya; posisi tawar umat lebih kuat. *Kedua*, menjaga hubungan dengan produsen pemasok sehingga suatu saat memerlukan tambahan pasokan, kredibilitas masih tetap terjaga sehingga dibolehkan mengambil barang dengan pembayaran tangguh.

Nah, teori yang unggul dan sistem ekonomi yang sesuai syariah, belum menjamin bahwa perekonomian umat Islam akan juga maju. Sistem ekonomi Islam hanya memastikan bahwa tidak ada transaksi ekonomi yang bertentangan dengan syariah, namun siapa pelaku ekonominya? Dapat saja pelaku ekonominya adalah umat lain selain umat Islam. Oleh karena itu perekonomian umat Islam baru dapat maju bila pola laku muslimin-muslimat secara *itqan* (profesional) mengembangkan bisnis mereka. Bukankah Imam al-Gazali berkesimpulan bahwa motivasi para pedagang adalah mencari keuntungan, baik keuntungan di dunia maupun keuntungan di akhirat.

G. Penutup

Langkah ke seribu diawali dengan langkah pertama. Efek bola salju yang menggelinding semakin besar (*snow balling effect*) juga diawali dengan bola salju yang kecil. Bukankah Islam juga datang sebagai suatu yang asing, dan di akhir zaman akan dianggap asing. Bukankah Islam diawali dengan segelintir orang, kemudian bertambah banyak di rumah Arqam bin Abi Arqam, kemudian membesar, membesar, dan membesar, sehingga "*Idza ja'a nashrullahi wal-fath...*". Selama kita yakin dan mengerjakan *pe-er* kita, maka tidak ada lagi yang perlu diharapkan kecuali *nashrum minallah wa fathun qarib*.

X X X