

INOVASI PRODUK SYARIAH

Nevi Danila

yuyukliana@gmail.com

STIE Malangkucecwara Malang

Abstrak: Dengan perkembangan bank syariah yang semakin pesat, dan perkembangan pasar finansial yang jauh lebih pesat, maka diperlukan inovasi-inovasi model bisnis syariah agar bank syariah bisa berkompetisi di pasar finansial. Selain itu, inovasi produk harus memperhatikan faktor *risk management* untuk meminimalisasi eksposur atau kerugian. Kami mengusulkan delapan bisnis model syariah yang mempunyai unsur *hedging* ini. Delapan bisnis model ini adalah *Value-Based Salam; Bai Bil Wafa (repurchase agreement) dikombinasikan dengan Ijara with Option Stipulation; Bai Istijrar; Murabaha-Bilateral Mutual Adjustment; Credit-Based Mudarabah; Third Party Hedging; Musharakah-Deferred Sale with Partnership; Diminishing Partnership*. Harapan kami dengan bertambahnya bisnis model syariah, maka bank syariah akan semakin kompetitif dan semakin diperhitungkan di pasar financial baik oleh domestik investor maupun foreign investor.

Kata Kunci: *Value-Based Salam; Bai Bil Wafa (repurchase agreement) dikombinasikan Option Stipulation; Bai Istijrar; Murabaha-Bilateral Mutual Adjustment; Credit-Based Mudarabah; Third Party Hedging; Musharakah-Deferred Sale with Partnership; Diminishing Partnership*

Abstract: *The growth of shariah banks has increased rapidly. At the same time, Indonesia financial market has developed shariah financial instruments. In order to keep up with this development, shariah banks need to innovate their products for being remain competitive domestically and abroad. On top of that, the shariah product innovation has to concern on risk management to minimize the exposure. This paper elaborates eight (8) model shariah business which include the hedging. The models are namely Value-Based Salam; Bai Bil Wafa (repurchase agreement) combination with Ijara with Option Stipulation; Bai Istijrar; Murabaha-Bilateral Mutual Adjustment; Credit-Based Mudarabah; Third Party Hedging; Musharakah-Deferred Sale with Partnership; Diminishing Partnership.*

Key words: *Value-Based Salam; Bai Bil Wafa (repurchase agreement) with Option Stipulation; Bai Istijrar; Murabaha-Bilateral Mutual Adjustment; Credit-Based Mudarabah; Third Party Hedging; Musharakah-Deferred Sale with Partnership; Diminishing Partnership*

Dalam Outlook Perbankan Syariah 2011 (2010) dikatakan bahwa perkembangan perbankan syariah 2011 semakin pesat, hal ini disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya: (i) berdirinya BUS baru; (ii) peringkat *investment grade* bagi Indonesia; (iii) kinerja ekonomi Indonesia tumbuh positif dikarenakan sektor konsumsi domestik, investasi dan ekspor yang semakin kuat; (iv) keberhasilan

program dan edukasi publik tentang perbankan syariah. Hal ini seharusnya diikuti dengan produk-produk syariah. Apalagi keikutsertaan negara di Middle-East dalam perdagangan dunia semakin meningkat sampai tahun 2030 (Standard Chattered Bank, 2010). Seperti kita ketahui negara-negara Middle-East akan mengutamakan produk-produk yang berbasis syariah, sehingga inovasi di produk syariah perlu dilakukan. Dengan berinovasi maka diharapkan bank syariah bisa bertahan dan mampu berkompetisi di dunia bisnis baik di Indonesia maupun di luar negeri.

Dalam business model ini, mengusulkan beberapa model, yaitu *Value-Based Salam*; *Bai Bil Wafa (repurchase agreement)* dikombinasikan dengan *Ijara with Option Stipulation*; *Bai Istijrar*; *Murabaha- Bilateral Mutual Adjustment*; *Credit-Based Mudarabah*; *Third Party Hedging*; *Musharakah-Deferred Sale with Partnership*; *Diminishing Partnership*

Untuk membangun model bisnis, Osterwalder dan Pigneur (2009) mengatakan ada sembilan *basic building blocks* yang harus diperhatikan. Sembilan unsur tersebut adalah *key activities, key partners, key resources, value propositions, customer relationship, channels, customer segment, cost structure dan revenue streams*. Untuk setiap model diatas akan kami uraikan sembilan unsur dalam membangun model bisnis. Selanjutnya semua bisnis model yang kami usulkan diatas mempunyai kelebihan yaitu setiap model mempunyai unsur *hedging* agar risiko yang timbul dalam business ini dapat diminimalisir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. *Value-Based Salam*

Dalam kontrak tradisional Salam, kedua pihak mempunyai exposure “harga” pada saat *maturity*, hal ini dikarenakan oleh fluktuasi harga dikemudian hari. Suwailem (2006) mempunyai solusi untuk masalah ini yaitu kontrak *Value-Based Salam*. Jadi dalam kontrak ini *value* ditentukan didepan, bukan kuantitas. *Value* adalah kuantitas x harga pasar pada saat *maturity*. Contoh, misalnya Bank membuat kontrak *value-based salam* untuk membeli minyak dengan membayar \$20,000 dimukan dengan *value* pada saat *maturity* ditentukan sebesar \$22,000. Jika pada saat *maturity* harga minyak sebesar \$50/barrel, maka bank akan mendapatkan minyak sebanyak $\$22,000/\$50 = 440$ barrel, dan jika harga pada saat *maturity* sebesar \$100/barrel, maka bank akan mendapatkan minyak sebesar $\$22,000/\$100 = 220$ barrel. Dengan melihat transaksi diatas, kedua belah pihak terproteksi akan fluktuasi harga, tidak ada dari mereka yang merasa dirugikan dikarenakan ketidakpastian harga. Dengan kata lain, kedua belah pihak akan mendapatkan “*opportunity*” untuk mendapatkan untung dari transaksi diatas.

Seperti yang diuraikan diatas untuk membangun model bisnis harus memenuhi sembilan *basic building blocks*. Sembilan *basic building blocks* untuk *value-based salam* akan dijelaskan dengan detil dibawah ini:

- Customers segments*: perusahaan menengah dan besar yang menggunakan hasil tambang dan hasil pertanian; perusahaan pertambangan; petani besar.
- Value propositions*: kedua belah pihak terproteksi fluktuasi harga pada saat *maturity*, dan terproteksi akan resiko likuiditas.

- c. *Channels*: agar customer mengetahui tentang produk ini maka channel yang tepat melalui *owned channels* secara langsung dengan menggunakan *in-house sales force* atau *web site*.
- d. *Customers relationship*: bentuk hubungan dengan customer yang cocok untuk model ini adalah *personal assistance*. Hubungan ini berdasarkan interaksi antar dua pihak. Jadi pihak bank bisa menjelaskan step-step dalam aktivitas model ini, keuntungan, dan kelebihannya.
- e. *Revenue Streams*: untuk model ini bank akan mendapatkan aliran pendapatan berasal penjualan hasil tambang atau pertanian.
- f. *Key Resources*: sumber daya yang dibutuhkan untuk model ini adalah *financial resources*. Bank harus membayar hasil tambang/pertanian dimuka.
- g. *Key Activities*: Pertama, Bank membuat kontrak dengan perusahaan pertambangan/petani untuk membeli hasil tambang/hasil pertanian dengan membayar sejumlah uang yang disetujui dan menentukan "value". Value adalah harga x kuantitas. Pada saat *maturity*, bank mendapatkan hasil tambang/pertanian sebanyak "Value" dibagi harga pada waktu itu (value/harga = kuantitas). Setelah itu, bank menjual hasil tambang/pertanian ke partner/perusahaan yang menggunakan hasil tambang/pertanian.
- h. *Key Partnership*: agar bisnis bisa optimal, resiko bisa diminimalisir, dan agar bisa mendapatkan resources dengan mudah, maka bank disarankan untuk mempunyai partner. Partner dalam model bisnis ini adalah perusahaan pertambangan/petani, dan/atau perusahaan yang menggunakan hasil tambang/pertanian.
- i. *Cost structure*: biaya yang timbul dalam kontrak salam ini adalah biaya pembelian hasil tambang/pertanian yang dibayar dimuka.

2. Bai Bil Wafa (*repurchase agreement*) dikombinasikan dengan Ijara with Option Stipulation

Bai Bil Wafa merupakan kontrak dimana penjual menjual asetnya dengan janji akan membeli kembali aset tersebut dikemudian hari dengan harga yang sama (Obaidullah, 2002). Kontrak ini seperti kontrak *repurchase agreement (repo)* di pasar konvensional, bedanya pada akad bai bil wafa harga jual dan harga beli kembali tidak boleh berbeda. Bank bisa membuat model bisnis ini. Tetapi pertanyaannya apa keuntungan bank kalau melakukan akad ini? Oleh karena itu kami berpendapat untuk mengkombinasikan akad ini dengan ijara with option stipulation. Dalam akad *ijara with option stipulation*, Obaidullah (2002) mengatakan ijara dengan *fixed rent* bisa dikonversi dengan *floating rent*, jadi akad ini berbentuk beberapa "*short-term parallel fixed rent*". Selanjutnya, akad ini dilengkapi dengan option untuk membatalkan. Untuk lebih jelasnya, kami akan memberikan contoh akad bai bil wafa dikombinasikan dengan ijara with option stipulation ini. Misalkan bank membeli gedung dan berjanji akan menjual kembali gedung ke penjual dalam waktu 4 tahun dengan nilai Rp. 500 juta. Kemudian bank menyewakan gedung tersebut selama 4 tahun dengan dua periode maturity, misalkan 2 tahunan. Untuk 2 tahun pertama bank menyewakan gedung dengan sewa x% dari harga gedung. Sedangkan untuk 2 tahun kedua, bank menyewakan

dengan harga $x + y$ % dari harga gedung. Untuk memproteksi ketidakpastian rate di masa datang, maka akad ijara ini di tambah dengan “*option*” untuk melanjutkan sewa atau untuk membatalkan kontrak; jika ternyata pada waktu periode kontrak berjalan, ternyata rate meningkat diatas x % atau batas atas rate yang disepakati, maka bank punya option untuk membatalkan kontrak ini, begitu juga sebaliknya jika rate turun melebihi x % atau batas bawah rate yang disepakati, maka penyewa mempunyai option untuk membatalkan kontrak ini. Dikarenakan kontrak ini mempunyai option maka harga kontrak ini akan lebih mahal.

Sembilan *basic building blocks* untuk bai bil wafa yang dikombinasikan dengan ijara with option stipulation sebagai berikut:

- a. *Customers segments*: perusahaan menengah dan besar; kontraktor; pengusaha perternakan/pertanian yang tidak mempunyai tanah luas; client yang mempunyai tanah luas
- b. *Value propositions*: kedua belah pihak dalam akad ijara terproteksi fluktuasi rate; likuiditas bagi penjual dalam akad bai bil wafa dan tidak dibebani dengan hutang; tersedianya aset (tanah, gedung, atau mesin) bagi pengusaha yang membutuhkan dengan tidak harus mengeluarkan uang banyak untuk membeli.
- c. *Channels*: agar *customer* mengetahui tentang produk ini maka channel yang tepat melalui *owned channels* secara langsung dengan menggunakan *in-house sales force* atau *web site*.
- d. *Customers relationship*: bentuk hubungan dengan customer yang cocok untuk model ini adalah *personal assistance*. Hubungan ini berdasarkan interaksi antar dua pihak. Jadi pihak bank bisa menjelaskan step-step dalam aktivitas model ini, keuntungan, dan kelebihannya.
- e. *Revenue Streams*: untuk model ini bank akan mendapatkan aliran pendapatan yang berasal penyewaan aset.
- f. *Key Resources*: sumber daya yang dibutuhkan untuk model ini adalah *financial resources*. Bank harus membayar pembelian aset.
- g. *Key Activities*: Pertama, Bank membeli aset dari perusahaan/client yang menjual aset dengan janji untuk menjual kembali dalam waktu yang disepakati dengan harga yang sama (akad *bai bil wafa*). Kedua, bank membuat kontrak *floating rate ijara* dalam beberapa maturity dalam satu periode sewa dengan opsi bisa membatalkan kontrak jika rate melampaui batas atas/bawah dari rate yang sudah ditentukan selama periode kontrak sewa.
- h. *Key Partnership*: agar bisnis bisa optimal, resiko bisa diminimalisir, dan agar bisa mendapatkan resources dengan mudah, maka bank disarankan untuk mempunyai partner. Partner dalam model bisnis ini adalah perusahaan menengah/besar yang membutuhkan atau mempunyai aset; client yang mempunyai aset; perusahaan kontraktor
- i. *Cost structure*: biaya yang timbul dalam kontrak ini adalah biaya pembelian asset

3. Bai Istijrar

Bank Syariah Mandiri sudah mempunyai pembiayaan Resi Gudang dan BSM-CNF. Inovasi dari jenis pembiayaan ini adalah Bai Istijrar. Bai istijrar is “a contract that has embedded options that could be triggered if the underlying asset's price exceeds certain bounds. The contract is a combination of options, average prices and murabahah or cost plus financing” (Bacha, 1999). Kontrak ini mempunyai option untuk menentukan harga jika harga komoditas melampaui batas atas atau bawah selama periode kontrak. Jadi kontrak ini mempunyai proteksi akan fluktuasi harga dikemudian hari bagi kedua belah pihak. Untuk lebih jelasnya, kami akan berikan contoh. Misalkan, perusahaan membutuhkan working capital untuk membeli komoditas, perusahaan ini pergi ke bank untuk pembiayaan. Bank membeli komoditas dari supplier dengan harga P_0 , dan kemudian dijual kembali ke perusahaan dengan jatuh tempo pembayaran (maturity date) 2 bulan lagi. Harga jual perusahaan (*settlement price*) akan tergantung pada fluktuasi harga yang terjadi sejak diserahkan barang ke perusahaan (t_0) sampai 2 bulan kemudian (t_{60}). Jadi pada waktu periode kontrak (2 bulan), bank dan perusahaan mempunyai perjanjian sebagai berikut: (1) harga jual yang ditentukan P^* dan batas atas dan bawah dari harga pembelian dari supplier (P_0); (2) rata-rata dari harga yang terjadi selama periode kontrak (dari $t_0 - t_{60}$). Bank dan perusahaan mempunyai option sebelum jatuh tempo sebagai berikut: jika harga melampaui batas atas atau bawah, maka harga penjualan sebesar P^* ; tapi jika harga diantara batas atas dan bawah, maka harga penjualan sebesar rata-rata dari harga yang terjadi selama periode kontrak. Dengan melihat mekanisme *bai istijrar* ini, maka kedua belah pihak terproteksi dari fluktuasi harga yang ekstrim.

Sembilan *basic building blocks* untuk *bai istijrar* sebagai berikut:

- a. *Customers segments*: perusahaan kecil, menengah dan besar; agen; dealer
- b. *Value propositions*: kedua belah pihak terproteksi fluktuasi harga pada saat *maturity*, dan mempunyai option untuk menentukan harga sesuai dengan pasar pada masa yang akan datang
- c. *Channels*: agar customer mengetahui tentang produk ini maka channel yang tepat melalui *owned channels* secara langsung dengan menggunakan *in-house sales force* atau *web site*.
- d. *Customers relationship*: bentuk hubungan dengan customer yang cocok untuk model ini adalah *personal assistance*. Hubungan ini berdasarkan interaksi antar dua pihak. Jadi pihak bank bisa menjelaskan step-step dalam aktivitas model ini, keuntungan, dan kelebihannya.
- e. *Revenue Streams*: untuk model ini bank akan mendapatkan aliran pendapatan berasal penjualan komoditas.
- f. *Key Resources*: sumber daya yang dibutuhkan untuk model ini adalah *financial resources*. Bank harus membayar pembelian komoditas.
- g. *Key Activities*: Pertama, setelah perusahaan meminta pembiayaan working capital untuk pembelian komoditas ke bank. Bank membeli komoditas dari supplier dengan harga P_0 . Kedua, komoditas dijual kembali ke perusahaan dengan jatuh tempo pembayaran (*maturity date*), misalnya 3 bulan kedepan.

Ketiga, menentukan harga jual ke perusahaan (*settlement price*) dengan perjanjian sebagai berikut: (1) harga jual yang ditentukan P^* dan batas atas dan bawah sekitar harga pembelian dari supplier (P_0); (2) rata-rata dari harga yang terjadi selama periode kontrak (dari bulan 1 – 3). Bank dan perusahaan mempunyai option sebelum jatuh tempo (*maturity date*) sebagai berikut: jika harga melampaui batas atas atau bawah, maka harga penjualan sebesar P^* ; tapi jika harga diantara batas atas dan bawah, maka harga penjualan sebesar rata-rata dari harga yang terjadi selama periode kontrak.

- h. *Key Partnership*: agar bisnis bisa optimal, resiko bisa diminimalisir, dan agar bisa mendapatkan resources dengan mudah, maka bank disarankan untuk mempunyai partner. Partner dalam model bisnis ini adalah supplier
- i. *Cost structure*: biaya yang timbul dalam kontrak ini adalah biaya pembelian komoditas

4. Murabaha (*Bilateral Mutual Adjustment*)

Selain bisnis model bai istijrar, alternatif model yang bisa digunakan dalam pembiayaan adalah model akad murabaha (*bilateral mutual adjustment*). Akad ini di disain untuk *risk sharing* antara bank dengan customer ketika terjadi akad murabaha dalam waktu yang panjang (*long-term asset purchase arrangement*) (Suwailem, 2006). Jika terjadi kenaikan *return*, dalam kontrak murabaha dengan pembayaran yang diangsur tidak diperbolehkan adanya kenaikan harga yang sudah disepakati karena harga ini merupakan hutang. Pertanyaannya, bagaimana cara untuk melindungi kedua belah pihak dari fluktuasi *return*? Mekanisme perjanjiannya sebagai berikut: pada saat *rate of return* naik/tinggi, maka customer diharuskan untuk membayar angsurannya lebih banyak, dengan konsekuensi berkurangnya periode pembayaran hutang. Bagi bank, mendapatkan lebih banyak kas akan memberikan opportunity untuk diinvestasikan kembali. Jika *rate of return* turun/rendah, maka *customer* bisa membayar angsurannya lebih sedikit, dengan konsekuensi bertambahnya periode pembayaran hutang. Bagi bank, keuntungannya adalah mendapatkan keamanan di dalam pembayaran hutang *customer*. Jadi dalam hal ini fluktuasi *rate of return* dicerminkankan dalam fluktuasi periode pembayaran angsuran. Karena perubahan jumlah pembayaran angsuran dan periode pembayaran angsuran dibuat dengan persetujuan bersama pada saat *rate of return* berubah, maka perdebatan bisa dihindari. Akad ini merupakan akad yang menyeimbangkan kewajiban dan hak kedua belah pihak dalam suasana yang *cooperative* (Suwailem, 2006).

Sembilan *basic building blocks* untuk *murabaha (bilateral mutual adjustment)* sebagai berikut:

- a. *Customers segments*: perusahaan kecil, menengah dan besar; agen; dealer
- b. *Value propositions*: kedua belah pihak terproteksi fluktuasi *rate of return*.
- c. *Channels*: agar customer mengetahui tentang produk ini maka channel yang tepat melalui *owned channels* secara langsung dengan menggunakan *in-house sales force* atau *web site*.
- d. *Customers relationship*: bentuk hubungan dengan customer yang cocok untuk model ini adalah *personal assistance*. Hubungan ini berdasarkan interaksi antar

dua pihak. Jadi pihak bank bisa menjelaskan step-step dalam aktivitas model ini, keuntungannya, dan kelebihannya.

- e. *Revenue Streams*: untuk model ini bank akan mendapatkan aliran pendapatan berasal angsuran pinjaman.
- f. *Key Resources*: sumber daya yang dibutuhkan untuk model ini adalah *financial resources*. Bank harus membayar pembelian aset.
- g. *Key Activities*: Pertama, bank dan customer membuat kontrak murabaha dengan jangka waktu pembayaran long-term. Kedua, kedua belah pihak membuat kesepakatan untuk *re-arrange* jumlah pembayaran angsuran dan periode pembayaran jika *rate of return* pasar berubah naik/turun x%.
- h. *Key Partnership*: agar bisnis bisa optimal, resiko bisa diminimalisir, dan agar bisa mendapatkan resources dengan mudah, maka bank disarankan untuk mempunyai partner. Partner dalam model bisnis ini adalah perusahaan kecil, menengah, dan besar; agen; dealer
- i. *Cost structure*: biaya yang timbul dalam kontrak ini adalah biaya pembelian asset

5. Credit-Based Mudarabah

Dalam transaksi mudarabah, ada tiga resiko yaitu resiko akan kesalahan dalam laporan, resiko kerugian, dan resiko likuiditas. Akad *credit-based mudarabah* mengatasi dua dari resiko diatas, yaitu resiko kerugian dan resiko kesalahan dalam laporan. *Credit-Based mudarabah* is “*the bank will not provide capital except after transaction or the deal is closed. Accordingly, the bank would sign a mudarabah agreement with the customer, have him arrange the deal with related parties, then share realized profits*” (Suwailem, 2006). Transaksi ini cocok untuk pengusaha kecil. Untuk lebih jelas bagaimana akad ini dijalankan, kami beri contoh berikut ini. Misalnya, mudarib atau agen membeli barang dengan jatuh tempo 1 bulan, kemudian dia mencari pembeli. Setelah menemukan pembeli, mudarib ke bank untuk menyerahkan bukti pembelian dan penjualan barang tersebut. Kemudian bank akan membayar ke penjual barang dan menerima pembayaran dari pembeli barang tersebut. Keuntungan dari transaksi ini dibagi menjadi dua yaitu bank dan mudarib.

Sembilan *basic building blocks* untuk credit-based mudaraba ini sebagai berikut:

- a. *Customers segments*: perusahaan kecil
- b. *Value propositions*: bank akan meminimalisasi resiko kesalahan pelaporan dan kerugian dari akad mudarabah
- c. *Channels*: agar customer mengetahui tentang produk ini maka channel yang tepat melalui *owned channels* secara langsung dengan menggunakan *in-house sales force* atau *web site*.
- d. *Customers relationship*: bentuk hubungan dengan customer yang cocok untuk model ini adalah *personal assistance*. Hubungan ini berdasarkan interaksi antar dua pihak. Jadi pihak bank bisa menjelaskan step-step dalam aktivitas model ini, keuntungannya, dan kelebihannya.

- e. *Revenue Streams*: untuk model ini bank akan mendapatkan aliran pendapatan berasal dari bagi hasil keuntungan dengan agen/*mudlarib*
- f. *Key Resources*: sumber daya yang dibutuhkan untuk model ini adalah *financial resources*. Bank harus membayar pembelian aset.
- g. *Key Activities*: Pertama, bank dan *mudlarib* membuat kontrak *mudarabah* dengan perjanjian penyediaan *capital* (uang) setelah *mudlarib closing* transaksi dengan pihak-pihak yang terkait (penjual dan pembeli). Kedua, *mudlarib* menyerahkan bukti transaksi ke bank. Ketiga, bank memberikan uang ke *mudlarib* untuk pembayaran pembelian yang sudah jatuh tempo, dan bank menerima pembayaran pembelian barang dari pembeli barang.
- h. *Key Partnership*: agar bisnis bisa optimal, resiko bisa diminimalisir, dan agar bisa mendapatkan *resources* dengan mudah, maka bank disarankan untuk mempunyai partner. Partner dalam model bisnis ini adalah agen/*mudlarib*
- i. *Cost structure*: biaya yang timbul dalam kontrak ini adalah biaya pembelian barang.

6. *Third party hedging*

Dalam akad *mudarabah* dan *musharakah*, resiko yang ditanggung oleh investor adalah *downside risk* yaitu risiko kehilangan modal/*capital*. Untuk menanggulangi hal ini, Suwailem (2006) mempunyai alternatif pembiayaan yang dinamakan *third-party hedging*. Mekanisme nya sebagai berikut: investor atau bank menyediakan modal ke perusahaan dalam bentuk *partnership* atau *musyarakah*, dimana investor/bank menjadi pemegang saham pasif. Kemudian investor/bank menjual sebagian sahamnya, misalnya 90%, ke pihak ketiga (misalnya perusahaan asuransi) dengan harga yang sama dengan modalnya dengan jatuh tempo pembayaran yang ditentukan. Jadi investor/bank masih bisa menikmati sahring profit dari 10% kepemilikan saham perusahaan, sedangkan penjualan 90% saham ke pihak ketiga dengan jatuh tempo yang ditentukan memproteksi modal yang dikeluarkan oleh bank. Sedangkan untuk perusahaan pihak ketiga menikmati profit sharing dari kepemilikan 90% saham di perusahaan tanpa membayar seluruh modal didepan dan dengan harga yang tidak mahal (10% markup cost).

Sembilan *basic building blocks* untuk *third-party hedging* ini sebagai berikut:

- a. *Customers segments*: perusahaan menengah dan besar; perusahaan asuransi
- b. *Value propositions*: bank/investor terproteksi modalnya, dan masih dapat menikmati profit sharing dari sisa saham yang masih dimiliki dari akad *musharakah* ini; pihak ketiga dapat menikmati profit sharing dari saham perusahaan yang dibeli tanpa harus menyediakan modal dimuka, dikarenakan pembayaran pembelian saham ini tidak *on the spot*, tapi *deferred price* (punya jangka waktu); pihak kedua (partner dalam *musyarakah*) mendapatkan modal untuk operasional perusahaan melalui *partnership*, sehingga tidak dibebani hutang.
- c. *Channels*: agar customer mengetahui tentang produk ini maka channel yang tepat melalui *owned channels* secara langsung dengan menggunakan *in-house sales force* atau *web site*.

- d. *Customers relationship*: bentuk hubungan dengan customer yang cocok untuk model ini adalah *personal assistance*. Hubungan ini berdasarkan interaksi antar dua pihak. Jadi pihak bank bisa menjelaskan step-step dalam aktivitas model ini, keuntungannya, dan kelebihannya.
- e. *Revenue Streams*: untuk model ini bank akan mendapatkan aliran pendapatan berasal *mark up cost* (penjualan sebagian besar sahamnya) dan *profit sharing* dari sisa kepemilikan saham.
- f. *Key Resources*: sumber daya yang dibutuhkan untuk model ini adalah *financial resources*. Bank harus menyediakan modal untuk *partnership* (musyarakah).
- g. *Key Activities*: Pertama, bank menyediakan modal untuk perusahaan dengan akad *musyarakah (partnership)* sebagai pemegang saham pasif. Kedua, bank mencari pihak ketiga untuk menjual sebagian besar sahamnya dengan harga sebesar modalnya. Ketiga, memegang sisa kepemilikan dan mendapatkan *profit sharing*.
- h. *Key Partnership*: agar bisnis bisa optimal, resiko bisa diminimalisir, dan agar bisa mendapatkan *resources* dengan mudah, maka bank disarankan untuk mempunyai partner. Partner dalam model bisnis ini adalah perusahaan asuransi, menengah, dan besar
- i. *Cost structure*: biaya yang timbul dalam kontrak ini adalah biaya penyediaan modal untuk *musyarakah*.

7. Musharakah – Deferred sale with partnership

Alternatif pembiayaan lain yang bisa melindungi modal *financier/bank* adalah kombinasi *deferred sale with partnership*. Jadi dalam kontrak ini, *bank/financier* menyediakan kebutuhan/input (misalnya, komoditas) perusahaan dengan jangka waktu pembayaran yang ditentukan (*deferred sale*) ditambah dengan sejumlah saham perusahaan (Suwailem, 2006). Jadi *bank/financier* mengamankan modalnya dengan harga jual untuk pembayaran dengan dengan jangka waktu, dan mendapatkan *profit sharing* melalui pemilikan saham perusahaan yang diharapkan mempunyai kinerja yang baik. Dalam hal ini, perusahaan tidak akan keberatan karena *bank/financier* ikut berbagi risiko dengannya, yaitu jika perusahaan tidak berkinerja dengan baik yang mengakibatkan *profit sharing* rendah.

Sembilan *basic building blocks* untuk *deferred sale with partnership* ini sebagai berikut:

- a. *Customers segments*: perusahaan menengah dan besar
- b. *Value propositions*: *bank/financier* terproteksi modalnya, dan masih dapat menikmati *profit sharing* dari saham yang dimiliki; pihak kedua (partner dalam *musyarakah*) mendapatkan komoditas/input untuk operasional perusahaan dengan pembayaran yang ditunda, dan bersama dengan *bank/financier* berbagi risiko fluktuasi profit yang dikarenakan kinerja perusahaan.
- c. *Channels*: agar customer mengetahui tentang produk ini maka channel yang tepat melalui *owned channels* secara langsung dengan menggunakan *in-house sales force* atau *web site*.

- d. *Customers relationship*: bentuk hubungan dengan customer yang cocok untuk model ini adalah *personal assistance*. Hubungan ini berdasarkan interaksi antar dua pihak. Jadi pihak bank bisa menjelaskan step-step dalam aktivitas model ini, keuntungannya, dan kelebihannya.
- e. *Revenue Streams*: untuk model ini bank akan mendapatkan aliran pendapatan berasal *profit sharing* dan pembayaran angsuran dari perusahaan.
- f. *Key Resources*: sumber daya yang dibutuhkan untuk model ini adalah *financial resources*. Bank harus menyediakan komoditas/input untuk perusahaan.
- g. *Key Activities*: Pertama, bank/financier menyediakan komoditas/input sesuai dengan kebutuhan perusahaan dengan pembayaran yang ditunda (*deferred sale*) ditambah dengan sejumlah saham perusahaan. Kedua, bank mendapatkan angsuran sesuai dengan yang disepakati dan mendapatkan *profit sharing* sesuai dengan porsi kepemilikan saham di perusahaan tersebut.
- h. *Key Partnership*: agar bisnis bisa optimal, resiko bisa diminimalisir, dan agar bisa mendapatkan resources dengan mudah, maka bank disarankan untuk mempunyai partner. Partner dalam model bisnis ini adalah perusahaan menengah, dan besar.
- i. *Cost structure*: biaya yang timbul dalam kontrak ini adalah biaya penyediaan komoditas/input.

8. Diminishing Partnership

Alternatif lain dari akad musyarakah ini adalah *diminishing partnership*. *Diminishing partnership* adalah kontrak antara *financier* (bank) dengan perusahaan untuk mempunyai akad musyarakah dalam membeli aset yang dibutuhkan oleh perusahaan dengan persyaratan *financier* (bank) akan menjual bagian dari kepemilikan aset secara bertahap ke perusahaan dengan harga dan waktu yang sudah ditentukan (AIMS-UK, n.d.).

Sembilan *basic building blocks* untuk *diminishing partnership* ini sebagai berikut:

- a. *Customers segments*: perusahaan menengah dan besar; kontraktor.
- b. *Value propositions*: bank/financier terproteksi dari risiko kesalahan pelaporan dan modalnya, dan masih dapat menikmati *profit sharing* dari kepemilikan sebagian aset perusahaan; pihak kedua (partner dalam musyarakah) mendapatkan sebagian modal untuk pembelian aset yang dibutuhkan dengan pembayaran yang ditunda, dan bersama dengan bank/financier berbagi resiko fluktuasi profit yang dikarenakan kinerja perusahaan.
- c. *Channels*: agar customer mengetahui tentang produk ini maka channel yang tepat melalui *owned channels* secara langsung dengan menggunakan *in-house sales force* atau *web site*.
- d. *Customers relationship*: bentuk hubungan dengan customer yang cocok untuk model ini adalah *personal assistance*. Hubungan ini berdasarkan interaksi antar dua pihak. Jadi pihak bank bisa menjelaskan step-step dalam aktivitas model ini, keuntungannya, dan kelebihannya.
- e. *Revenue Streams*: untuk model ini bank akan mendapatkan aliran pendapatan

- berasal profit sharing dan pembayaran penjualan aset secara bertahap dari perusahaan.
- f. *Key Resources*: sumber daya yang dibutuhkan untuk model ini adalah *financial resources*. Bank harus menyediakan uang untuk pembelian aset perusahaan.
 - g. *Key Activities*: Pertama, bank/financier dan perusahaan melakukan akad musyarakah dengan menyediakan uang untuk pembelian aset perusahaan. Kedua, membuat perjanjian untuk penjualan aset secara bertahap ke perusahaan dengan harga dan waktu yang ditentukan, dan selama aset belum terjual sepenuhnya maka bank/financier mendapatkan hak pembagian keuntungan sesuai dengan porsi aset yang dimiliki. Ketiga, bank mendapatkan pembayaran atas penjualan aset sesuai dengan yang disepakati dan mendapatkan *profit sharing* sesuai dengan porsi kepemilikan saham di perusahaan tersebut.
 - h. *Key Partnership*: agar bisnis bisa optimal, resiko bisa diminimalisir, dan agar bisa mendapatkan resources dengan mudah, maka bank disarankan untuk mempunyai partner. Partner dalam model bisnis ini adalah perusahaan menengah, dan besar; kontraktor.
 - i. *Cost structure*: biaya yang timbul dalam kontrak ini adalah biaya pembelian aset

SIMPULAN

Dengan perkembangan bank syariah yang semakin pesat, dan perkembangan pasar financial yang jauh lebih pesat, maka diperlukan inovasi-inovasi model bisnis syariah agar bank syariah bisa berkompetisi di pasar financial. Selain itu, inovasi produk harus memperhatikan faktor *risk management* untuk meminimalisasi eksposur atau kerugian. Kami mengusulkan delapan bisnis model syariah yang mempunyai unsur *hedging* ini. Delapan bisnis model ini adalah *Value-Based Salam*; *Bai Bil Wafa (repurchase agreement)* dikombinasikan dengan *Ijara with Option Stipulation*; *Bai Istijrar*; *Murabaha-Bilateral Mutual Adjustment*; *Credit-Based Mudarabah*; *Third Party Hedging*; *Musharakah-Deferred Sale with Partnership*; *Diminishing Partnership*. Harapan kami dengan bertambahnya bisnis model syariah, maka bank syariah akan semakin kompetitif dan semakin diperhitungkan di pasar financial baik oleh domestik investor maupun foreign investor.

DAFTAR RUJUKAN

BSM Profile: <http://www.syariahmandiri.co.id/wp-content/uploads/2010/03/BSM-ANREP-2010-Manajemen.pdf>.

Outlook Perbankan Syariah Indonesia:

<http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/BFDA4428-A55F-4300-9C23-2DFFB5AE7666/22019/OutlookPerbankanSyariah2011.pdf>

The Potential of Indonesia 2030:

<http://www.standardchartered.com/id/ documents/press->

[releases/en/The%20Super-cycle%20Report-12112010-final.pdf](#)

What is a Business model: <http://www.slideshare.net/Alex.Osterwalder/what-is-a-business-model>

AIMS-UK Islamic Banking and Finance (n.d.). Overview of Islamic Modes of Financing. Retrieved 29, January, 2009 from www.learnIslamicFinance.Com

Al, Suwailem, Sami. 2006. *Hedging in Islamic Finance*. Occasional Paper (10). Islamic Development Bank: Jeddah

Bacha, O. I. 1999. Derivative Instruments and Islamic Finance: Some Thoughts for a Reconsideration. *International Journal of Islamic Services*, 1(1).

Obaidullah, Mohammed. 2002. *International Journal of Islamic Financial Services*, Volume 3, Number 4.