

Meri Lustianah dan Efi Syarifudin

ANALISIS PERTUMBUHAN DANA PIHAK KETIGA SEBELUM DAN SESUDAH KELUARNYA KEBIJAKAN OFFICE CHANNELING DI PERBANKAN INDONESIA

Absrtak

Ketika badai krisis ekonomi datang melanda Indonesia pada pertengahan tahun 1997 perbankan konvensional banyak terpuruk, sebaliknya perbankan syariah relatif aman dari goncangan krisis. Kemajuan perbankan syariah tidak lepas dari dukungan UU No 10 tahun 1998 tentang perbankan UU No 7 tahun 1992 dan terbitnya UU No 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia (BI). Adapun perkembangan selanjutnya adalah dikeluarkannya fatwa tentang haram bunga bank oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tahun 2003. Karena Bank Syariah dapat bertahan bahkan mengalami kemajuan pesat, sudah seharusnya perbankan syariah terus disosialisasikan. Pada saat itu kendala bank syariah adalah keterbatasan jaringan. Oleh karena itu pada tahun 2006 dalam PBI NO. 8/3/PBI/2006 terbentuklah kebijakan Office Channelling yang artinya mekanisme layanan syariah, dimana bank konvensional ang dapat membuka layanan syariah atau dinamakan Unit Usaha Syariah.

Dari latar belakang tersebut dapat dituliskan dalam rumusan masalah: Adakah perbedaan jumlah Dana Pihak Ketiga setelah keluarnya kebijakan Office Channelling? Serta bagaimana caranya agar pertumbuhan Dana Pihak Ketiga tumbuh dengan signifikan setelah keluarnya kebijakan Office Channelling?

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui seberapa besar dampak keluarnya kebijakan Office Channeling, dan untuk membandingkan pertumbuhan Dana Pihak Ketiga sebelum dan sesudah keluarnya kebijakan Office Channeling.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang telah tersedia di website Bank Indonesia melalui publikasi bank. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan deskriptip statistik, dan uji t dua sampel berpasangan (paired sample t test).

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah dari 18 perbankan di Indonesia yang menggunakan layanan syariah (office channelling) sebelum keluarnya kebijakan layanan syariah jumlah Dana Pihak Ketiga sebesar Rp. 200 Triliun, dan sesudah keluarnya kebijakan layanan syariah jumlah Dana Pihak Ketiga sebesar Rp. 300 Triliun. pertumbuhan jumlah Dana Pihak Ketiga setelah keluarnya kebijakan office channelling meningkat sebesar 50%. Hasil uji t, diperoleh $t_{hitung} (-2,354) < t_{tabel} (-2,109)$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap pertumbuhan Dana Pihak Ketiga sebelum dan sesudah keluarnya kebijakan Office Channelling.

Kata Kunci: *Office channelling, bank, DPK.*

I. Pendahuluan

Sejarah perbankan Indonesia mencatat bahwa bank konvensional jauh lebih dulu hadir dibandingkan dengan bank syariah yang baru ada ditahun 1992. Sehingga bank konvensional lebih menguasai pasar perbankan nasional dengan jumlah kantor yang lebih banyak dan aset yang lebih besar tentunya. Ketika badai krisis ekonomi datang melanda Indonesia pada pertengahan tahun 1997 perbankan konvensional banyak terpuruk, namun perbankan syariah di Indonesia mengalami kemajuan pesat. Hal ini dipengaruhi oleh UU No 10 tahun 1998 tentang perbankan UU No 7 tahun 1992 dan terbitnya UU No 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia (BI). Adapun perkembangan selanjutnya adalah dikeluarkannya fatwa tentang haram bunga bank oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tahun 2003.¹

Keuntungannya bagi nasabah maupun perbankan, bukan hanya keuntungan duniawi akan tetapi bisa dijadikan keuntungan akhirat. Bank syariah dengan bank konvensional berbeda, misalnya dari segi investasi yang dilakukan oleh Dana Pihak Ketiga (DPK) dan disalurkan dalam segi pembiayaan, bank syariah dalam menyalurkan dananya kepada pihak pengguna dana, sangat selektif dan hanya boleh menyalurkan dananya dalam investasi halal. Perusahaan yang melakukan kerja sama usaha dengan bank syariah, haruslah perusahaan yang memproduksi barang dan jasa yang halal. Bank syariah tidak akan membiayai proyek yang terkandung didalamnya hal-hal yang diharamkan dalam Islam. Sebaliknya, bank konvensional, tidak mempertimbangkan dikemanakan penyaluran dananya, akan tetapi hanya melihat dari segi penyaluran dananya dilakukan untuk perusahaan yang menguntungkan, meskipun menurut syariat Islam tergolong produk yang tidak halal. Misalnya proyek perusahaan minuman keras, dapat dibiayai oleh bank konvensional apabila proyeknya menguntungkan. Return yang diberikan oleh bank syariah kepada pihak investor, dihitung dengan menggunakan sistem bagi hasil, sehingga adil bagi kedua pihak. Dari segi penghimpunan Dana Pihak Ketiga, bila bank syariah memperoleh pendapatan besar, dan sebaliknya bila hasil bank syariah kecil maka bagi hasil yang diberikan kepada nasabah investor juga akan menurun. Sebaliknya, dalam bank konvensional, return yang diberikan maupun yang diterima dihitung berdasarkan bunga. Bunga dihitung dengan mengalikan antara presentase bunga dengan pokok pinjaman atau pokok penempatan dana, sehingga hasilnya akan tetap.² Sistem perbankan syariah sangat baik diterapkan di Indonesia karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, sudah seharusnya menegakkan sistem perbankan Islam.

Untuk itu perlu dikembangkan perbankan syariah dan diperbanyak layanan-layanan perbankan syariah, karena telah memberikan efek yang positif terhadap perekonomian di Indonesia. Salah satu kendala utama penetrasi dan pengembangan bank syariah adalah keterbatasan jaringan. Karena itu, Bank Indonesia ketika awal tahun 2006 meluncurkan kebijakan baru mengenai layanan syariah atau dikenal dengan *Office Channelling*. Kebijakan tentang dibolehkannya bank konvensional menerima tabungan dari nasabah bank syariah, diharapkan mampu mendongkrak pangsa pasar bank syariah.

Kebijakan *Office Channelling* dilanjutkan dengan terbitnya peraturan perundang-undangan yaitu UU No 21 tahun 2008 yang mengatur tentang operasional perbankan syariah di Indonesia dan diperbaharui dengan terbitnya Peraturan Bank Indonesia (PBI) No 11/3/PBI/2009 yang memuat tentang prosedur dan aturan dalam mendirikan kantor cabang, yang berdampak pada perkembangan jumlah kantor layanan bank syariah bertumbuh dengan pesat. Perkembangan perbankan di Indonesia semakin meningkat dari tahun ketahun, sampai September 2013, setidaknya ada 20 Unit Usaha Syariah (UUS) meliputi bank DANAMON, Bank PERMATA, BII, BTN, CIMB NIAGA, BTPN, HSBC, Bank DKI, BPD SUMUT, BPD RIAU, BPD SUMSEL, BPD KALSEL, BPD KALTIM, BPD KALBAR, BPD NTB, BNI, Jabar dan Banten, BUKOPIN, IFI.³

Unit usaha syariah wajib dibentuk oleh bank yang akan melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah di kantor pusat bank yang berfungsi sebagai kantor induk dari cabang syariah. Unit usaha syariah memiliki tugas salah satunya yaitu mengatur dan mengawasi seluruh kegiatan kantor cabang syariah dan/ atau unit syariah.⁴

II. Kajian Teori

A. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan melakukan strategi ini guna mencapai tujuan pemasaran, apalagi dalam kondisi persaingan yang demikian ketat saat ini. Kombinasi yang terdapat dalam komponen *marketing mix* harus dilakukan secara terpadu. Artinya, pelaksanaan dan penerapan komponen ini harus dilakukan dengan memerhatikan antara satu komponen dengan komponen lainnya. Karena antara satu komponen dengan komponen lainnya saling berkaitan erat guna mencapai tujuan perusahaan dan tidak efektif jika dijalankan sendiri-sendiri.

Penggunaan bauran pemasaran dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Dalam prakteknya konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang maupun jasa. Khusus untuk produk yang berbentuk barang jasa diperlakukan konsep yang sedikit berbeda dengan produk barang.⁵ Untuk itu secara keseluruhan penggunaan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) untuk produk jasa jika digabungkan menjadi 7P, yaitu:

1. *Product* (produk)
2. *Price* (harga)
3. *Place* (tempat/saluran distribusi)
4. *Promotion* (promosi)
5. *People* (orang)
6. *Physical evidence* (bukti fisik)

7. *Proces* (proses)

Dalam rangka memenangkan persaingan antara bank dalam menjalankan bauran pemasarannya dapat dilakukan berbagai strategi. Akan tetapi, ketetapan penggunaan strategi bauran pemasaran jasa suatu bank ditentukan oleh antara lain melalui kualitas jasa yang ditawarkan (*perceived service quality*). Keberhasilan faktor ini dapat diukur melalui:⁶

1. Kualitas jasa yang dirasakan pelanggan (*service performance/perceived service*). Artinya, apa yang diterima nasabah pada saat menerima atau membeli jasa yang ditawarkan bank; dan
2. Jasa yang diharapkan pelanggan (*customer expectation*). Artinya, apa yang dirasakan nasabah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan terhadap jasa yang dibelinya.⁷

1. **Produk Bank**

Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha pada umumnya berbentuk dua macam, yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud. Masing-masing produk untuk dapat dikatakan berwujud atau tidak berwujud memiliki karakteristik atau ciri-ciri tertentu. Produk yang berwujud berupa barang yang dapat dilihat, dipegang, dan dirasa sekarang langsung sebelum dibeli, sedangkan produk yang tidak berwujud berupa jasa dimana tidak dilihat atau dirasa sebelum dibeli. Satu hal lagi perbedaan kedua jenis produk ini adalah untuk produk yang berwujud biasanya tahan lama, sedangkan untuk yang tidak berwujud tidak tahan lama.⁸ Dalam dunia perbankan strategi produk yang dilakukan adalah mengembangkan suatu produk adalah sebagai produk sebagai berikut:

1. Penentuan logo dan moto, logo merupakan ciri khas suatu bank, sedangkan moto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan misi dan visi bank dalam melayani masyarakat.⁹
2. Menciptakan merek, merek merupakan sesuatu untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Tujuannya agar dikenal dan diingat pembeli.
3. Menciptakan kemasan, merupakan pembungkus suatu produk. Dalam dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah disamping juga sebagai pembungkus untuk beberapa jenis jasanya seperti buku tabungan, cek, bilyet giro, atau kartu kredit.
4. Keputusan label, label merupakan sesuatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Di dalam label dijelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakannya, waktu kadaluarsa, komposisi isi, dan informasi lainnya.¹⁰

Apabila anda melihat seseorang *costumer* yang datang kembali yang kedua kalinya, berarti *costumer* tersebut menemukan sesuatu yang lebih pada usaha yang sedang anda kerjakan sehingga ia kembali lagi. Namun, apabila setiap harinya anda melihat *costumer* yang berbeda-beda dan tidak membuat *costumer* kembali lagi maka bersiaplah untuk berbenah karena jelas anda belum memiliki

sesuatu yang dapat membuat seseorang *costumer* kembali, apalagi untuk mengajak rekan-rekannya.¹¹

2. Harga Pada Bank

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya. Dalam penentuan baik untuk harga jual atau harga beli pihak bank harus berhati-hati. Kesalahan dalam penentuan harga akan menyebabkan kerugian bagi bank. Dalam menentukan harga harus dipertimbangkan berbagai hal, misalnya tujuan penentuan harga tersebut, hal ini disebabkan dengan diketahuinya tujuan penentuan harga tersebut menjadi mudah. Penentuan harga oleh suatu bank dimaksudkan dengan berbagai tujuan yang hendak dicapai. Tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut:

1. Untuk bertahan hidup, artinya, dalam kondisi tertentu, terutama dalam kondisi persaingan yang tinggi, bank dapat menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran.
2. Untuk memaksimalkan laba, tujuan laba ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan.
3. Untuk memperbesar *market share*, penentuan harga ini dengan harga yang murah sehingga diharapkan jumlah nasabah meningkat dan diharapkan pula nasabah pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.
4. Mutu produk, tujuan dalam hal mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga ditentukan setinggi mungkin.
5. Karena pesaing, dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing artinya bunga simpanan di atas pesaing dan bunga pinjaman dibawah pesaing.¹²

3. Tempat Atau Lokasi

Yang dimaksud dengan lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam prakteknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pebantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Penentuan lokasi suatu cabang merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Disamping lokasi yang strategis, hal lain juga yang juga mendukung lokasi tersebut adalah *layout* gedung dan *layout* ruangan bank itu sendiri. Penetapan *layout* yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan

bank. Pada akhirnya, lokasi dan *layout* merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu paduan yang serasi dan sepadan.¹³

4. Promosi Bank

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Agar produk bisa laku dijual ke masyarakat atau nasabah, maka masyarakat perlu tahu kehadiran produk tersebut berikut manfaat, harga, dimana bisa diperoleh, dan kelebihan-kelebihannya dibandingkan produk pesaing. Sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut:

1. Periklanan (*advertising*), merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, *billboard*, koran, majalah, televisi atau radio.
2. Promosi penjualan (*sales promotion*), merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.
3. Publisitas (*publicity*), merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank didepan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan *sponsorship* terhadap suatu kegiatan amal atau sosial atau olahraga.

Penjualan pribadi (*personal selling*), merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut memengaruhi nasabah.

B. Pengertian Dana Pihak Ketiga

Yang dimaksud dengan sumber-sumber dana bank adalah usaha bank dalam menghimpun dana untuk membiayai operasinya. Hal ini sesuai dengan fungsinya bahwa bank adalah lembaga keuangan dimana kegiatan sehari-harinya adalah dalam jual beli uang. Tentu saja sebelum menjual uang (memberikan pinjaman) bank harus lebih dulu membeli uang (menghimpun dana) sehingga dari selisih bunga tersebutlah bank mencari keuntungan.

Dana untuk membiayai operasinya dapat diperoleh dari berbagai sumber. Perolehan dana ini tergantung bank itu sendiri apakah secara pinjaman (titipan) dari masyarakat atau dari lembaga lainnya. Disamping itu, untuk membiayai operasinya dana dapat pula diperoleh dengan modal sendiri, yaitu dengan mengeluarkan atau menjual saham. Perolehan dana disesuaikan pula dengan tujuan dari penggunaan dana tersebut.

Dana yang berasal dari masyarakat luas atau bisa disebut dana pihak ketiga, sumber dana ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini. Pencairan dana dari sumber ini relatif paling mudah jika dibandingkan dengan sumber lainnya dan pencairan dana dari sumber dana ini paling dominan, asal dapat memberikan bunga dan fasilitas menarik lainnya, menarik dana dari sumber ini tidak terlalu sulit. Akan tetapi, pencarian sumber dana dari sumber ini relatif lebih

mahal jika dibandingkan dari dana sendiri. Adapun sumber dana dari masyarakat luas dapat dilakukan dalam bentuk:

a. Simpanan giro (*demand deposit*)

Undang-Undang Perbankan Nomor Tahun 1998 tanggal 10 November menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.

b. Simpanan tabungan (*saving deposit*)

Seperti halnya simpanan giro, simpanan tabungan juga mempunyai syarat-syarat tertentu bagi pemegangnya dan persyaratan masing-masing berbeda satu sama lainnya. Disamping persyaratan yang berbeda, tujuan nasabah menyimpan uang direkening tabungan juga berbeda. Dengan demikian, sasaran bank dalam memasarkan produknya juga berbeda sesuai dengan sasaran.

Pengertian tabungan menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpanan dengan bank.¹⁴

Giro pada bank syariah umumnya tetap sama dengan giro bank konvensional, dimana bank tidak membayar apapun kepada pemegangnya, bahkan tidak mengenakan biaya layanan (*service charge*). Dana giro ini boleh dipakai oleh bank syaria'ah dalam operasi bagi hasil. Pembayaran kembali nilai nominal giro dijamin sepenuhnya oleh bank dan dilihat sebagai pinjaman depositor kepada bank.

Tabungan di bank konvensional berbeda dari giro dimana ada beberapa restriksi seperti berapa dan kapan dapat ditarik. Tabungan biasanya memperoleh hasil pasti (*fixed return*). Pada bank bebas bunga, tabungan juga bersifat yang sama, kecuali bahwa penabung tidak memperoleh hasil pasti. Menurut para ulama penabung boleh menerima hasil yang berfluktuasi sesuai dengan hasil yang diperoleh bank, dan setuju untuk berbagi risiko dengan bank.¹⁵

Deposito pada bank konvensional menerima jaminan pembayaran kembali atas simpanan pokok dan hasil (bunga) yang telah ditetapkan sebelumnya. Pada bank dengan sistem bebas bunga, deposito diganti dengan simpanan yang memperoleh bagian dari laba/rugi bank. Oleh karena itu bank syaria'ah membuatnya sebagai rekening investasi atau simpanan investasi. Rekening-rekening itu dapat mempunyai tanggal jatuh tempo yang berbeda-beda.

Larangan Riba dalam Al-Quran

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ ^ط وَمَا آتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ﴿٣٩﴾

“Dan, sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia menambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan, apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipatgandakan (pahalanya).” (ar-Ruum: 39)

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ^ط وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

﴿١٣٠﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.” (Ali Imran: 130)¹⁶

Larangan riba dalam hadits

عَنْ جَابِرٍ قَالَ لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكِلَ الرِّبَا وَمُؤَكِّلَهُ وَكَاتِبَهُ وَشَاهِدِيهِ وَقَالَ هُمْ سَوَاءٌ.

Jabir berkata bahwa Rasulullah saw, mengutuk orang yang menerima riba, orang yang membayarnya, dan orang yang mencatatnya, dan dua orang saksinya, kemudian beliau bersabda, “mereka itu semuanya sama.” (HR. Muslim no.2995, kitab al-Masaqqah)¹⁷

C. Pengertian Office Channelling (Layanan Syariah)

Di Indonesia, Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan Undang-Undang No. 7 Tahun 1991 tentang Perbankan dan Undang-Undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia telah memberikan peluang besar bagi beroperasinya sistem perbankan syari’ah, baik melalui pendirian kantor-kantor bank syari’ah baru atau konversi dari kantor pusat bank konvensional (bank syari’ah tunggal), maupun dengan melakukan dua sistem kegiatan perbankan (konvensional dan berdasarkan prinsip syari’ah) sekaligus (*dual system bank*), melalui konversi dari kantor cabang bank konvensional, pembukaan kantor cabang syari’ah (baru) dari

bank konvensional, atau melalui peningkatan status dan konversi kantor cabang pembantu bank konvensional menjadi kantor cabang syariah.

Bank (konvensional) hanya dapat mengubah kegiatan usahanya menjadi bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dengan izin dari gubernur Bank Indonesia. Permohonan izin perubahan kegiatan usaha diajukan oleh bank kepada gubernur Bank Indonesia. Permohonan ini antara lain wajib disertai dengan rancangan akta perubahan anggaran dasar yang diantaranya berisi penegasan bahwa bank melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah serta penempatan Dewan Pengawas Syariah dan tugas-tugasnya setelah mendapatkan izin perubahan kegiatan usaha tersebut, bank wajib segera melaksanakan kegiatan usaha bank berdasarkan prinsip syariah. Bank Indonesia akan membatalkan izin tersebut bila dalam jangka waktu 60 hari setelah izin usaha dikeluarkan bank belum melaksanakannya.¹⁸

Hal baru yang diatur dalam PBI No. 8/3/PBI/2006 adalah adanya mekanisme layanan syariah. Layanan syariah adalah kegiatan penghimpunan dana yang dilakukan di kantor cabang dan atau di kantor di bawah kantor cabang untuk dan atas nama kantor cabang syariah pada bank yang sama. Hal ini berarti PBI telah membuka kemungkinan layanan penghimpunan dana yang dilakukan bank konvensional yang memiliki Usaha Unit Syariah. Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam melakukan layanan syariah tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Rencana layanan syariah wajib dicantumkan dalam rencana bisnis bank yang telah mendapat penegasan dari Bank Indonesia.
- b. Layanan syariah dapat dibuka:
 - 1) Dalam satu wilayah kerja kantor Bank Indonesia dengan kantor cabang syariah induknya.
 - 2) Dengan menggunakan pola kerja sama antara kantor cabang syariah induknya dengan kantor cabang dan atau kantor cabang pembantu.
 - 3) Dengan menggunakan sumber daya manusia sendiri bank yang telah memiliki pengetahuan mengenai produk dan operasional bank syariah.
- c. Layanan syariah wajib:
 - 1) Memiliki pencatatan dan pembukuan yang terpisah dari kantor cabang dan atau kantor cabang pembantu.
 - 2) Menggunakan standar akuntansi yang berlaku bagi perbankan syariah.
 - 3) Melaporkan keuangan layanan syariah dengan menggunakan laporan keuangan kantor cabang syariah induknya pada hari yang sama.

Hal penting lainnya yang harus diperhatikan adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha yang berdasarkan prinsip syariah wajib menerapkan prinsip syariah dan prinsip kehati-hatian dalam melakukan kegiatan usahanya dengan mengacu pada PBI tentang bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Dalam hal akuntansi, sistem akuntansi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah mengacu kepada Standar Akuntansi Keuangan Syariah yang berlaku bagi perbankan syariah.¹⁹

Unit Usaha Syari'ah merupakan Unit Usaha Syari'ah yang masih dibawah pengelolaan bank konvensional. Unit Usaha Syari'ah (UUS) adalah unit kerja dari kantor pusat bank konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah, atau unit kerja dikantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor cabang pembantu syari'ah dan/ atau unit syari'ah.²⁰

Bank yang telah mendapat izin perubahan kegiatan usaha wajib menyelesaikan seluruh hak dan kewajiban debitur dan kreditur dari kegiatan usaha secara konvensional, paling lambat 360 hari sejak tanggal surat izin perubahan kegiatan usaha dilakukan. Untuk keperluan tersebut, bank dapat melakukan pemberitahuan/pengumuman kepada kreditur dan debitur secara langsung dan atau melalui media masa. Bila jangka waktu tersebut ternyata belum mencukupi, maka untuk tujuan penyelesaian aktiva produktif, bank dapat mengajukan permohonan perpanjangan jangka waktu, paling lambat 30 hari sebelum berakhirnya jangka waktu yang ditetapkan, disertai dengan alasan perpanjangan waktu dan bukti-bukti pendukung. Bank yang semula memiliki izin usaha sebagai bank yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional dan telah memperoleh izin perubahan kegiatan usaha menjadi bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah, dilarang untuk mengubah kembali kegiatan usahanya menjadi kegiatan usaha secara konvensional. Bank konvensional juga dapat membuka kantor-kantor yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah. Bank yang akan membuka kantor untuk melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah, terlebih dahulu wajib membentuk Unit Usaha Syariah (UUS) di kantor pusat bank.²¹

a. Tujuan *Office Channelling*

Salah satu kendala utama penetrasi dan pengembangan bank syariah adalah keterbatasan jaringan. Karena itu, Bank Indonesia ketika awal tahun 2006 meluncurkan kebijakan baru mengenai layanan syari'ah atau dikenal dengan *Office Channelling*. Kebijakan tentang dibolehkannya bank konvensional menerima tabungan dari nasabah bank syari'ah, diharapkan mampu mendongkrak pangsa pasar bank syari'ah.

Kebijakan *Office Channelling* dimaksudkan untuk meningkatkan akses masyarakat kepada jasa perbankan syari'ah. Dengan sistem ini, bank syari'ah tidak perlu membuka kantor cabang syari'ah baru, sehingga biaya ekspansi jauh lebih efisien. Kebijakan ini juga dimaksudkan untuk mengarahkan aktivitas perbankan agar mampu menunjang perekonomian nasional melalui kegiatan perbankan syari'ah. Penerapan *Office Channelling* akan semakin memudahkan masyarakat melakukan transaksi syari'ah. Dengan kata lain, akses terhadap lokasi bank syari'ah yang selama ini menjadi kendala akan dapat teratasi, karena selama ini masyarakat yang akan bertransaksi dengan bank syari'ah mengalami kesulitan karena belum banyak bank syari'ah yang beroperasi di Indonesia. Pelayanan *Office Channelling* ini, diprediksi akan berpengaruh positif terhadap

perkembangan industri bank syariah di masa depan. Semakin mudah masyarakat mendapatkan akses layanan perbankan syariah, maka diperkirakan pertumbuhan bank syariah akan semakin besar secara signifikan.

Selain itu, tujuan dikeluarkannya *OC* adalah dalam rangka mendukung realisasi pencapaian pangsa pasar (*market share*) perbankan syariah 5% pada tahun 2008, karena hingga kini pangsa perbankan syariah masih dibawah 2%. Dengan adanya kebijakan *OC*, Dana Pihak Ketiga yang dihimpun bank akan semakin meningkat, sehingga dana yang masuk tersebut akan berputar dan dapat tersalurkan ke sektor riil (di *lending* ke UMKM, dan lain- lain), sesuai dengan *blue print* perbankan syariah BI. Semakin besar dana yang diperoleh bank, maka akan semakin besar pula peranan bank syariah terhadap perekonomian Indonesia.²²

b. Pengaruh *Office Channelling*

Salah satu pengaruh dari kebijakan *office channelling* juga dimaksudkan untuk meningkatkan akses masyarakat kepada jasa perbankan syariah. Dengan sistem baru ini bank syariah tidak perlu lagi membuka cabang UUS dibanyak tempat dalam memberikan pelayanan perbankan syariah. Sehingga biaya ekspansi jauh lebih efisien.²³

III. Metode Penelitian

Penelitian ini mengkaji tentang pertumbuhan layanan syariah yang ada di Indonesia. Melalui website Bank Indonesia www.bi.go.id. Jumlah populasi sebesar 20 bank akan tetapi yang diambil hanya 18 sampel.

Penulis memilih perbankan di Indonesia karena ingin mengetahui seberapa besar dan cepat pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia

IV. Hasil PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kebijakan *Office Channelling* Terhadap Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga

Politik Hukum Indonesia dalam hal pembangunan hukum nasional, pada awalnya masih dipengaruhi oleh teori *receptie* yang dikembangkan oleh Snock Horgronye (1857-1936) . Pengaruh teori *receptie* ini masih melekat pada masa awal kemerdekaan atau pada masa pemerintahan orde lama, bahkan sampai pada masa pemerintahan orde baru (1967-1998). Pada masa Orde Baru ini konsep pembangunan hukum diarahkan pada konsep kesatuan hukum nasional, dimana hukum agama (Islam) yang dianut mayoritas rakyat Indonesia tidak dengan serta merta dapat dijadikan sebagai hukum yang berlaku. Beberapa hukum Islam untuk diangkat menjadi materi hukum membutuhkan kerja keras dari umat Islam, meskipun sebenarnya hukum itu hanya diberlakukan bagi pemeluknya. Namun pada masa orde baru teori *receptie* ini mulai berkurang pengaruhnya terbukti dengan telah

diterimanya hukum Islam (perdata dan muamalat) sebagai hukum positif di Indonesia. Dalam perkembangan hukum di Indonesia, terutama yang menyangkut perkembangan penerapan hukum Islam, mengalami pasang surut mengikuti arah politik yang ada. Apa sesungguhnya yang menjadi keinginan dan tujuan para pemegang kekuasaan, penerapan hukum Islam itu diarahkan kepada kepentingan mereka. Adanya hubungan yang cukup baik antara umat Islam dengan negara pada paruh kedua masa Orde Baru, sedikit demi sedikit hukum Islam diberi tempat dalam tata hukum nasional, dimulai dengan lahirnya UU No.1 tahun 1974 tentang perkawinan, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1989 tentang Peradilan Agama, Undang-undang No.7 tahun 1992 tentang Perbankan. Pemberlakuan Hukum Islam dibidang muamalat seperti perbankan syari'ah mempunyai arti tersendiri bagi umat Islam Indonesia. Sebelum berlakunya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, ketentuan hukum Islam di bidang muamalat belum diakui eksistensinya dalam tata hukum nasional. Namun, sejak lahirnya UU No.7 tahun 1992 dan PP No.72 tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil, yang kemudian diikuti oleh lahir Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-undang No.7 tahun 1992 tentang Perbankan dapat dikatakan penerapan hukum Islam dibidang muamalat di Indonesia secara yuridis formal mulai diakui eksistensinya. Apalagi sejak masa reformasi, sejak disahkannya Undang-undang No. 39 tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, Undang-undang No 41 tahun 2004 tentang Wakaf, Undang-undang No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah dan Undang-undang no 19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syari'ah Negara, hukum Islam dalam bidang muamalat telah mendapat tempat dalam hukum nasional di Indonesia.²⁴

Secara umum regulasi perbankan diarahkan untuk memberi lingkungan yang baik untuk pertumbuhan dan pengembangan industri perbankan dalam rangka menciptakan stabilitas keuangan nasional. Dalam fungsinya sebagai regulator, peranan pemerintah dalam hal ini adalah memfasilitasi upaya pengembangan perbankan dengan menciptakan lingkungan usaha yang kompetitif dan sehat. Karena tujuan dari regulasi itu sendiri adalah untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan dan memberi perlindungan kepada nasabah. Berkaitan dengan ini regulasi untuk perbankan syari'ah adalah dalam rangka menyeimbangkan pengawasan dan fasilitas untuk pertumbuhan dan pengembangan industri ini. Dalam pengaturan perbankan syari'ah, sejak berdiri tahun 1992, pemerintah mengeluarkan Undang-undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah No.72 Tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Walaupun fungsi regulasi pemerintah terhadap sektor "bank bagi hasil" ini sudah dimulai, namun undang-undang ini belum secara tegas mengatur tentang keberadaan perbankan syari'ah. Artinya Undang-undang tersebut belum memberi landasan hukum yang kuat terhadap pengembangan bank syari'ah karena belum secara tegas mengatur keberadaan bank berdasarkan prinsip syari'ah. Dalam perjalanannya, perbankan syari'ah di Indonesia geraknya tidak secepat perbankan konvensional. Kondisi ini terjadi akibat dari sistem dan perangkat hukum yang

mendukung perbankan syariah tidak memberikan ruang yang seluas-luasnya bagi perbankan syariah untuk berkembang. Setelah munculnya UU No. 10 tahun 1998 tentang Perubahan terhadap UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan yang diikuti dengan dikeluarkannya sejumlah ketentuan pelaksanaan dalam bentuk SK Direksi Bank Indonesia atau Peraturan Bank Indonesia, telah memberi landasan hukum yang lebih kuat dan kesempatan yang lebih luas lagi bagi pengembangan perbankan Syariah di Indonesia. Undang-undang No 10 Tahun 1998 tersebut memberi kesempatan yang luas untuk pengembangan jaringan perbankan Syariah antara lain melalui izin pembukaan Kantor Cabang Syariah (KCS) oleh bank konvensional. Dengan kata lain, Bank Umum dimungkinkan untuk menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional sekaligus dapat melakukannya berdasarkan prinsip syariah. UU No.10 tahun 1998 ini menjadi dasar hukum penerapan *Dual Banking System* di Indonesia. *Dual banking system* ini membuktikan sektor keuangan berbasis syariah diterima dalam industri perbankan nasional. Aturan ini memicu ekspansi industri perbankan syariah nasional secara signifikan. Pada saat pemerintahan reformasi pertama presiden B. J. Habibie, yang merupakan salah satu seorang intelektual muslim Indonesia memberikan kekuatan baru atas dasar legal formal perbankan Islam di tanah air dengan mengeluarkan UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan yang menandai *dual banking system* bank islam di tanah air. Dalam UU tersebut diatur dan diberikan landasan hukum serta berbagai jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan secara langsung oleh perbankan Islam, termasuk juga petunjuk yang diperlukan bagi bank-bank konvensional untuk membuka unit usaha Islam ataupun secara total mengonversikan kegiatan usahanya menjadi bank Islam.²⁵

Ketentuan ini menandai dimulainya era sistem perbankan ganda (*dual banking system*) di Indonesia, yaitu beroperasinya sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan dengan prinsip bagi hasil. Kedua sistem perbankan tersebut secara sinergi dan bersama-sama memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dan jasa perbankan, serta mendukung pembiayaan berbagai sektor perekonomian nasional.²⁶

Karena potensi yang dimiliki perbankan syariah yang sungguh luar biasa, semestinya perbankan syariah bisa mendapatkan porsi di atas 5% dari bank konvensional bahkan bisa 50%, apabila legitimasi hukum yang diberikan sesuai dengan konsep syariah yang sebenarnya. Bank Indonesia sebagai bank central dengan hak dan otoritas yang dimiliki mestinya lebih leluasa membuat suatu kebijakan yang lebih komprehensif terkait dengan kebijakan perkembangan perbankan syariah. Peran Bank Indonesia sungguh luar biasa kalau melihat amanah yang diberikan oleh Undang-undang Nomor 23 Tahun 1999. Pasca pengesahan Undang-undang No. 23/1999 tentang Bank Indonesia memberikan support terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia, karena undang-undang ini menugaskan BI untuk mempersiapkan perangkat peraturan atau fasilitas-fasilitas penunjang yang mendukung operasional Bank Syariah dalam upaya mendorong pertumbuhan industri perbankan syariah. Secara umum, mulai dari pendekatan politik, landasan hukum, efektifitas pengawasan, dan kelembagaannya, perbankan

syaria'ah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Khususnya dalam pembukaan bank syariah, Bank Indonesia telah menyediakan regulasi yang cukup memadai untuk pendirian baru, konversi, dan membolehkan bank umum konvensional membuka kantor bank syaria'ah. Dengan regulasi tersebut, pertumbuhan bank syariah pada periode tahun 1999 hingga akhir 2009 terus meningkat. Demikian pula pertumbuhan jaringan kantor dan volume usaha menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat. Sepanjang tahun 2010 jaringan kantor perbankan syaria'ah mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal itu ditandai dengan berdirinya Bank Umum syariah (BUS) sebanyak 10 bank, BPRS sebanyak 251 bank. Penyebaran jaringan kantor bank syaria'ah juga telah menjangkau masyarakat lebih di 146 kabupaten dan kota di 32 propinsi.

Office channelling adalah kegiatan penghimpunan dana yang dilakukan di kantor cabang dan atau di kantor di bawah kantor cabang untuk dan atas nama kantor cabang syariah pada bank yang sama.

Hal tersebut diperkuat pada tahun 2006 dengan adanya kebijakan baru yaitu, pemberian layanan syariah juga semakin dipermudah dengan diperkenalkannya konsep *office channelling*, yakni semacam *counter* layanan syariah yang terdapat

UUS kepanjangan dari unit usaha syariah.²⁷ Hal demikian ditentukan dalam PBI No.8/3/PBI/2006 tentang perubahan kegiatan usaha bank umum konvensional menjadi bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah oleh bank umum konvensional. Di tahun-tahun mendatang, jumlah bank syariah akan terus meningkat seiring dengan masuknya pemain-pemain baru, maupun dengan dibukanya *Islamic Window* di bank-bank konvensional.²⁸

dikantor cabang/kantor cabang pembantu baik konvensional yang sudah memiliki UUS. Besarnya kontribusi *office channelling* dalam menghimpun Dana Pihak Ketiga (DPK) pada unit usaha syaria'ah (UUS) dan bank Umum syariah sampai Juli tahun 2010 mencapai 60,462 triliun, BPRS sebesar 1,418,726 milyar. Perkembangan jaringan kantor ini mengindikasikan tingginya kebutuhan atau permintaan masyarakat terhadap jasa pelayanan keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syaria'ah. Kebijakan perbankan yang ditempuh oleh Bank Indonesia sejak tahun 2007 adalah meningkatkan fungsi intermediasi dan memperkuat kelembagaan perbankan, termasuk meningkatkan kapasitas pelayanan industri perbankan syaria'ah. Kebijakan untuk meningkatkan fungsi intermediasi perbankan antara lain melalui penyesuaian beberapa ketentuan terkait dengan kredit. Sedangkan penguatan kelembagaan perbankan antara lain adalah mendorong proses konsolidasi serta berperan aktif dalam pengembangan pasar dan instrument keuangan untuk membentuk sector keuangan yang sehat dan kuat dalam rangka meningkatkan daya tahan perekonomian. Dari sisi perbankan syaria'ah, kebijakan diarahkan pada peningkatan perannya dalam perekonomian melalui peningkatan keberagaman produk dan jasa syaria'ah sebagai salah satu outlet penanaman modal dari luar negeri. Kebijakan untuk meningkatkan kapasitas sector pelayanan industri perbankan syaria'ah ditujukan untuk mempercepat pertumbuhan industri perbankan syaria'ah. Untuk itu sejalan dengan Cetak Biru

Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia, Bank Indonesia telah memformulasikan rencana peningkatan kapasitas pelayanan industri perbankan syariah. Rencana peningkatan tersebut dilakukan pada sisi penawaran dan permintaan secara serentak untuk meningkatkan target pangsa perbankan syariah dari 1,72 % menjadi 5 % dari total volume usaha perbankan nasional pada akhir tahun 2008. Kondisi perbankan syariah di Indonesia memang menunjukkan kinerja yang baik. Berdasarkan data Bank Indonesia tahun 2007 pangsa DPK perbankan syariah terhadap perbankan nasional meningkat dari 1,6 % tahun 2006 menjadi 1,9% pada akhir 2007, Hal ini menunjukkan bahwa peran perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional terus meningkat. Penghimpunan Dana Pihak Ketiga perbankan syariah tumbuh sebesar 35,5 %, sedangkan pembiayaan yang disalurkan (PYD) sebesar 36,7%. Peningkatan tersebut memperbesar pangsa aset perbankan syariah terhadap perbankan nasional dari 1,6 % pada akhir tahun 2006 menjadi 1,9 % pada akhir 2007. Dengan progres perkembangannya yang impresif, yang mencapai rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan. Dalam menyusun peraturan bagi perbankan syariah ini, BI bertujuan untuk mewujudkan pertumbuhan bank syariah yang sehat dan patuh kepada prinsip syariah. Baik manajemen maupun regulasi yang mendukungnya. Sehingga dalam menjalankan aktivitasnya lembaga perbankan syariah tidak lagi hanya berorientasi pasar, akan tetapi lebih jauh sebagai lembaga keuangan yang mempunyai karakteristik tersendiri melalui penerapan syariah secara menyeluruh tanpa ada politisasi poin-poin syariah di dalamnya. Partisipasi publik mulai melihat perbankan syariah sebagai alternatif perekonomian. Sehingga perbankan syariah bukan dilihat dari perspektif agama, tetapi lebih kepada kepentingan ekonomi nasional. Kedepan, pertumbuhan bank dan kantor bank syariah akan terus meningkat, dengan semakin banyaknya bank syariah baru terutama dalam bentuk *dual banking system* dan *office channelling* oleh bank-bank pembangunan daerah. Diperkirakan pangsa aset perbankan syariah pada akhir tahun 2011 akan melebihi target *blue print* (Cetak Biru) BI, sebesar lima persen dari pangsa perbankan nasional.²⁹

Pengembangan perbankan syariah diarahkan untuk memberikan kemaslahatan terbesar bagi masyarakat dan berkontribusi secara optimal bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu, maka arah pengembangan perbankan syariah nasional selalu mengacu kepada rencana-rencana strategis lainnya, seperti Arsitektur Perbankan Indonesia (API), Arsitektur Sistem Keuangan Indonesia (ASKI), serta Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN). Dengan demikian upaya pengembangan perbankan syariah merupakan bagian dan kegiatan yang mendukung pencapaian rencana strategis dalam skala yang lebih besar pada tingkat nasional. “Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia” memuat visi, misi dan sasaran pengembangan perbankan syariah serta sekumpulan inisiatif strategis dengan

prioritas yang jelas untuk menjawab tantangan utama dan mencapai sasaran dalam kurun waktu 10 tahun ke depan, yaitu pencapaian pangsa pasar perbankan syariah yang signifikan melalui pendalaman peran perbankan syariah dalam aktivitas keuangan nasional, regional dan internasional, dalam kondisi mulai terbentuknya integrasi dgn sektor keuangan syariah lainnya. Dalam jangka pendek, perbankan syariah nasional lebih diarahkan pada pelayanan pasar domestik yang potensinya masih sangat besar. Dengan kata lain, perbankan Syariah nasional harus sanggup untuk menjadi pemain domestik akan tetapi memiliki kualitas layanan dan kinerja yang bertaraf internasional. Pada akhirnya, sistem perbankan syariah yang ingin diwujudkan oleh Bank Indonesia adalah perbankan syariah yang modern, yang bersifat universal, terbuka bagi seluruh masyarakat Indonesia tanpa terkecuali. Sebuah sistem perbankan yang menghadirkan bentuk-bentuk aplikatif dari konsep ekonomi syariah yang dirumuskan secara bijaksana, dalam konteks kekinian permasalahan yang sedang dihadapi oleh bangsa Indonesia, dan dengan tetap memperhatikan kondisi sosio-kultural di dalam mana bangsa ini menuliskan perjalanan sejarahnya. Hanya dengan cara demikian, maka upaya pengembangan sistem perbankan syariah akan senantiasa dilihat dan diterima oleh segenap masyarakat Indonesia sebagai bagian dari solusi atas berbagai permasalahan negeri. Bank Indonesia telah menformulasikan rencana peningkatan kapasitas pelayanan industry perbankan syari'ah melalui program akselerasi pengembangan perbankan syari'ah yang sejalan dengan Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syari'ah Indonesia. Program percepatan pertumbuhan industry perbankan syari'ah pada prinsipnya ditujukan pada sisi penawaran dan permintaan secara serentak. Tujuan peningkatan kapasitas pelayanan perbankan syari'ah dari sisi penawaran dilakukan dalam bentuk:

- 1) Peningkatan kualitas SDM baik dari aspek syari'ah maupun aspek keahlian lainnya diantaranya dalam bentuk memberikan program sertifikasi direksi BPRS, Upgrading pengurus bank syari'ah dan penyusunan buku teks book Ekonomi Islam,
- 2) Peningkatan jaringan pelayanan perbankan syari'ah dengan mendorong officed channeling, dan
- 3) Memperkaya produk jasa keuangan perbankan syari'ah bagi masyarakat dengan menyusun kodifikasi produk perbankan syari'ah. Program penguatan sisi permintaan dilakukan dengan upaya:
 - a. Menggalakkan program sosialisasi perbankan syari'ah melalui berbagai forum dengan melibatkan berbagai pihak baik praktisi, akademisi maupun masyarakat umum, seperti pada media televise, cetak dan lain sebagainya.
 - b. Melakukan linkage program sebagai bagian dari pengembangan industry perbankan syari'ah dalam rangka memperkuat pola hubungan antara pelaku perbankan syari'ah dengan sector usaha. Misalnya pelatihan pembinaan UMKM bagi pengurus bank syari'ah, pemda dan LSM.

- c. Menghimbau pemerintah untuk terlibat aktif dalam pengembangan industry perbankan syari'ah nasional. salah satunya imbauan kepada pemerintah untuk pembiayaan proyek-proyek pemerintah dan pengelolaan sumber dana pemerintah di perbankan syari'ah.
- d. Menyempurnakan ketentuan dan perundang-undang yang kondusif bagi pengembangan perbankan syari'ah. Mislanya penyempurnaan ketentuan pajak termasuk pajak pertambahan nilai (PPn) terhadap produk yang berdasarkan prinsip jual beli, selain itu diupayakan penyelesaian RUU perbankan syari'ah, yang merupakan langkah strategis bagi perkembangan industry perbankan syari'ah di masa depan.
- e. Mendorong pelaksanaan program voluntary sector, dalam rangka meningkatkan potensi peran industry perbankan syari'ah dalam sector social melalui program perbankan syari'ah peduli umat (PSPU) bekerjasama dengan lembaga pengelola ZISWaf).³⁰

Konsep dasar bank Islam di Indonesia disebut bank syari'ah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi di sektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha (investasi, jual beli atau lainnya) berdasarkan prinsip syari'ah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syari'ah yang bersifat makro maupun mikro. Sehingga dari tahun ke tahun pertumbuhan perbankan syariah meningkat.³¹

Pertumbuhan Kantor Layanan Syariah

Tabel 4.1
JUMLAH KANTOR LAYANAN SYARIAH (*OFFICE CHANNELLING*)

No	Nama Bank	Tahun 2007	Tahun 2008
1	UUS Bank Danamon	70	70
2	UUS Bank Permata	148	186
3	UUS BII	8	9
4	UUS Bank Tabungan Negara	36	64
5	UUS CIMB Niaga	63	143
6	UUS BTPN	0	8
7	UUS HSBC	7	10
8	UUS BPD DKI	21	33
9	UUS BPD SUMUT	63	76
10	UUSBPD Riau	8	33
11	UUS BPD SUMSEL	41	41
12	UUS BPD KALSEL	10	10
13	UUS BPD KALTIM	10	10

14	UUS BPD KALBAR	0	1
15	UUS BPD NTB	1	10
16	UUS BNI	636	640
17	UUS Jabar dan Banten	9	28
18	UUS Bukopin	27	29
19	UUS IFI	1	1
20	UUS SUMBAR	0	5

Dari table di atas yang paling banyak kantor layanan syariah yaitu UUS BNI dan yang paling sedikit adalah BPD KALBAR.

V. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, skripsi yang berjudul “Analisis Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Sebelum Dan Sesudah Keluarnya Kebijakan *Office Channelling*”. Dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari 18 perbankan di Indonesia yang menggunakan pelayanan syariah (*office channelling*) sebelum keluarnya pelayanan syariah jumlah Dana Pihak Ketiga sebesar Rp. 200 Triliun, jumlah rata-rata Rp. 1.020 Triliun. Dan sesudah keluarnya pelayanan syariah jumlah Dana Pihak Ketiga sebesar Rp. 300 Triliun, jumlah rata-rata Rp. 1.400 Triliun, dapat disimpulkan bahwa, pertumbuhan jumlah Dana Pihak Ketiga setelah keluarnya kebijakan *office channelling* meningkat sebesar 50%. Setengah nya lebih besar dibandingkan sebelum keluarnya kebijakan *office channelling*.
2. Dari hasil analisis data menggunakan SPSS VERSI 16.0 dengan uji t untuk dua sampel yang berpasangan (*Paired Sample t Test*) diperoleh t_{hitung} sebesar -2,354 dan t_{tabel} sebesar -2,109 dan tingkat signifikansi (α) 5% (0,05) dan nilai probabilitasnya adalah -0,31. Jika dibandingkan antara t_{tabel} dan t_{hitung} , maka diperoleh $t_{hitung} (-2,354) < t_{tabel} (-2,109)$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap pertumbuhan Dana Pihak Ketiga sebelum dan sesudah keluarnya kebijakan *Office Channelling*.

Catatan Akhir:

- ¹ Luhur Prasetyo, *UU Perbankan Syariah*, (Ponorogo: STAIN Ponorogo PRESS, 2010), h. 21.
- ² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 23.
- ³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), h. 51.
- ⁴ Soemitra Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2010), h. 23.
- ⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008), op cit, h. 119.
- ⁶ Ibid, h. 120.
- ⁷ Ibid, h. 121.
- ⁸ Ibid, h. 122.
- ⁹ Ibid, h. 127.
- ¹⁰ Ibid, h. 128.
- ¹¹ Thorik Gunawan dan Uus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad*, (Bandung: Salamadani, 2007), h. 49.
- ¹² Op cit, h. 137.
- ¹³ Ibid, h. 145.
- ¹⁴ Kasmis, *Bank dan Lembaga Keuangan Liannya*, (Jakarta: Kencana, 2004), h.65.
- ¹⁵ Opcit, h. 41.
- ¹⁶ Menurut Sayyid Quthb Dalam Buku Karangan Sya'fi Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 49.
- ¹⁷ HR. Muslim, Kitab Al-Masaqqah, No. 2995.
- ¹⁸ Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Sentral* (Jakarta: Pustaka Alfabet, 2006), h. 37.
- ¹⁹ Wirdyangsih, et al., *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 72.
- ²⁰ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2011), op cit, h. 33.
- ²¹ Opcit, h.38.
- ²² Diakses pada tanggal 08 Mei 2014 https://www.google.com/search?client=firefox-a&hs=1kT&rls=org.mozilla:id:official&channel=fflb&sclient=psy-ab&q=ww.kebijakan+office+channeling.bi.go.id&oq=ww.kebijakan+office+channeling.bi.go.id&gs_l
- ²³ Diakses pada tanggal 08 Mei 2014 <http://www.slideshare.net/iffatabahati/pengaruh-pelaksanaan-office-channeling-terhadap-pertumbuhan-bank>.
- ²⁴ Direktorat Pembinaan Badan Peradilan Agama Direktorat Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama RI, *Kompilasi Hukum Islam*, 1991.
- ²⁵ Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam* (Jakarta; Kencana 2010).h. 37.
- ²⁶ Muhamad Nadrattuzaman, *Produk Keuangan Islam* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 2002), h. 21.
- ²⁷ Muhamad Solahudin, *Kamus Istilah Ekonomi, Keuangan, dan Bisnis Syariah* (Jakarta : Gramedia Pustaka 2002), h. 17.
- ²⁸ Adiwarmarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan* (Jakarta: IIIT Indonesia 2003), h. 29.
- ²⁹ Bank Indonesia, *Laporan Perekonomian Indonesia 2007*.
- ³⁰ <http://rozalinda.wordpress.com/2011/06/>.
- ³¹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007),h. 30.

DAFTAR PUSTAKA

Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2010

Arifin Zainul, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Sentral*, Jakarta: Pustaka Alfabet, 2006

-
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007
- Direktorat Pembinaan Badan Peradilan Agama Direktorat Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama RI, *Kompilasi Hukum Islam*, 1991
- Gunawan Thorik dan uus hardiono sudiby, *Marketing Muhammad*, Bandung: salamadani, 2007
- Huda Nurul dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, Jakarta; Kencana 2010
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta : Kencana, 2011
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Liannya*, Jakarta: Kencana, 2004
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2008
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Khoirunnisa, *Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Banten*, Banten: 2011
- Menurut Sayyid Quthb Dalam Buku Karangan Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Nadrattuzaman Muhamad, *Produk Keuangan Islam*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Prasetyo Luhur, *UU Perbankan Syariah*, Ponorogo: STAIN Ponorogo PRESS, 2010.
- Tenny Badina et, *Fakultas Ekonomi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*, Banten: 2009.
- Wirdyangsih, et al., *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, Jakarta: kencana, 2005.
- Diakses pada tanggal 08 Mei 2014 <https://www.google.com/search?client=firefox-a&hs=1kT&rls=org.mozilla:id:official&channel=fflb&sclient=psy-ab&q=ww.kebijakan+office+channeling.bi.go.id&oq=ww.kebijakan+office+channeling.bi.go.id&gs>.

www.bi.go.id

Meri Lustianah, alumni Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Efi Syarifudin, dosen pada Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten