



KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH

01

Aspek Filosofis

02

Aspek Legal

03

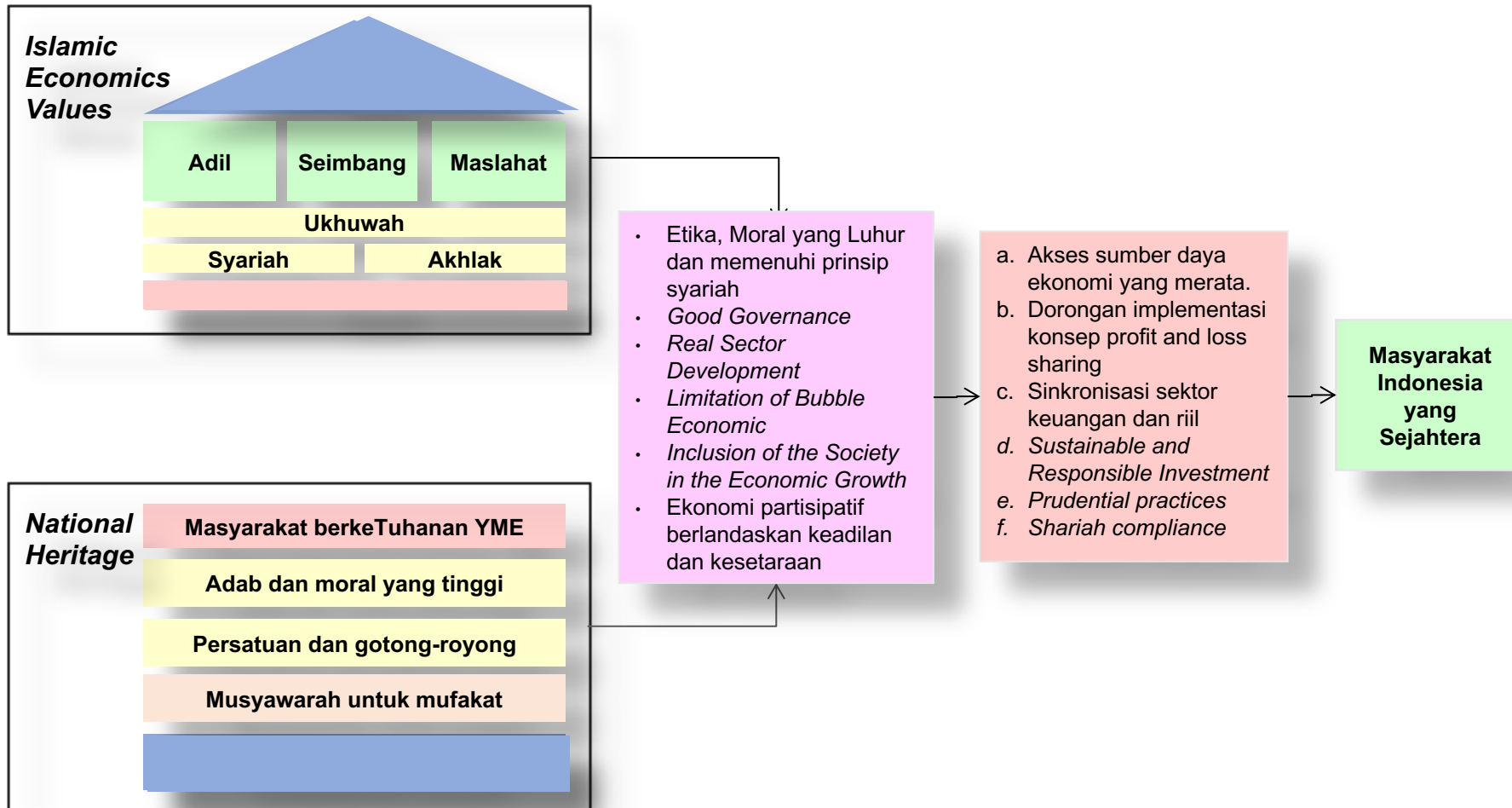
Aspek Potensi & Prospek



ASPEK FILOSOFIS



Fondasi Pemikiran *Reinvent the Heritage*



LEGAL FRAMEWORK

UU No.7/1992 yang diubah oleh UU No.10 Tahun 1998 tentang Perbankan :

- Dual Banking System
- Dual System Bank

01

UU No.23 Tahun 1999 yang diubah oleh UU No.3/2004 tentang Bank Indonesia

- Cara-cara pengendalian moneter dapat dilakukan berdasarkan Prinsip Syariah
- Bank Indonesia dapat memberikan pembiayaan berdasarkan Prinsip Syariah kepada
- Bank untuk mengatasi kesulitan pendanaan jangka pendek

02

UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

- Perizinan dan pengaturan
- Pembinaan, pengawasan dan pemeriksaan
- Penyelesaian persengketaan
- Pembentukan Komite Perbankan Syariah

03



POTENSI DAN PROSPEK

Pasar Domestik

- Dengan jumlah penduduk yang cukup besar (> 200 juta jiwa) & sumber daya alam (SDA) yang sangat potensial, Indonesia memiliki prospek besar dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah.
- Socio-cultural masyarakat Indonesia dipandang sejalan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam sistem ekonomi dan keuangan syariah → gotong royong dalam berbagi hasil.
- Perkembangan & pertumbuhan pasar keuangan (khususnya perbankan) syariah nasional yang semakin meningkat.
- Perbankan syariah sebagai industri keuangan yang berbasis sektor riil sangat sesuai dengan kondisi perekonomian di Indonesia

Pasar Global

- Sekitar 1,3 miliar penduduk muslim dunia merepresentasikan 20% populasi dunia dan memiliki total kontribusi mendekati 10% GNP Dunia.
- Potensi SDA negara-negara muslim mendominasi potensi SDA dunia.
- Perkembangan perbankan syariah internasional yang pesat, termasuk negara2 non-muslim, seperti Inggris & beberapa negara Eropa
- Volume dana yang dikelola oleh industri perbankan syariah secara global (396 bank yang tersebar di 53 negara) mencapai ± US \$700 miliar dengan pertumbuhan rata-rata pertahun sebesar 15 %.

VISI DAN MISI

Pengembangan Perbankan Syariah Nasional

VISI

Terwujudnya sistem perbankan syariah yang sehat, kuat dan istiqamah terhadap prinsip syariah dalam kerangka keadilan, kemaslahatan dan keseimbangan, guna mencapai masyarakat yang sejahtera secara material dan spiritual (*falah*)



MISI

Mewujudkan iklim yang kondusif untuk pengembangan perbankan syariah yang kompetitif, efisien dan memenuhi prinsip syariah dan prinsip kehati-hatian, yang mampu mendukung sektor riil melalui kegiatan berbasis bagi hasil dan transaksi riil, dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi nasional

SARAN PENGEMBANGAN



1. Terpenuhinya prinsip syariah dalam operasional perbankan syariah (sharia compliance)
2. Diterapkannya prinsip kehati-hatian dalam operasional perbankan syariah
3. Terciptanya sistem perbankan syariah yang kompetitif dan efisien
4. Terciptanya stabilitas sistemik serta terealisasinya kemanfaatan bagi masyarakat luas
5. Meningkatnya kualitas SDM dan tersedianya SDM secara memadai untuk mendukung pertumbuhan
6. Optimalnya fungsi sosial BS melalui perannya dalam memfasilitasi keterkaitan antara *voluntary sector* dengan pemberdayaan ekonomi rakyat (*dhua'fa*, usaha mikro dan kecil)

Meletakkan Fondasi
Pertumbuhan

Phase 1
(2002 - 2004)

Memperkuat
Struktur Industri

Phase 2
(2005 - 2009)

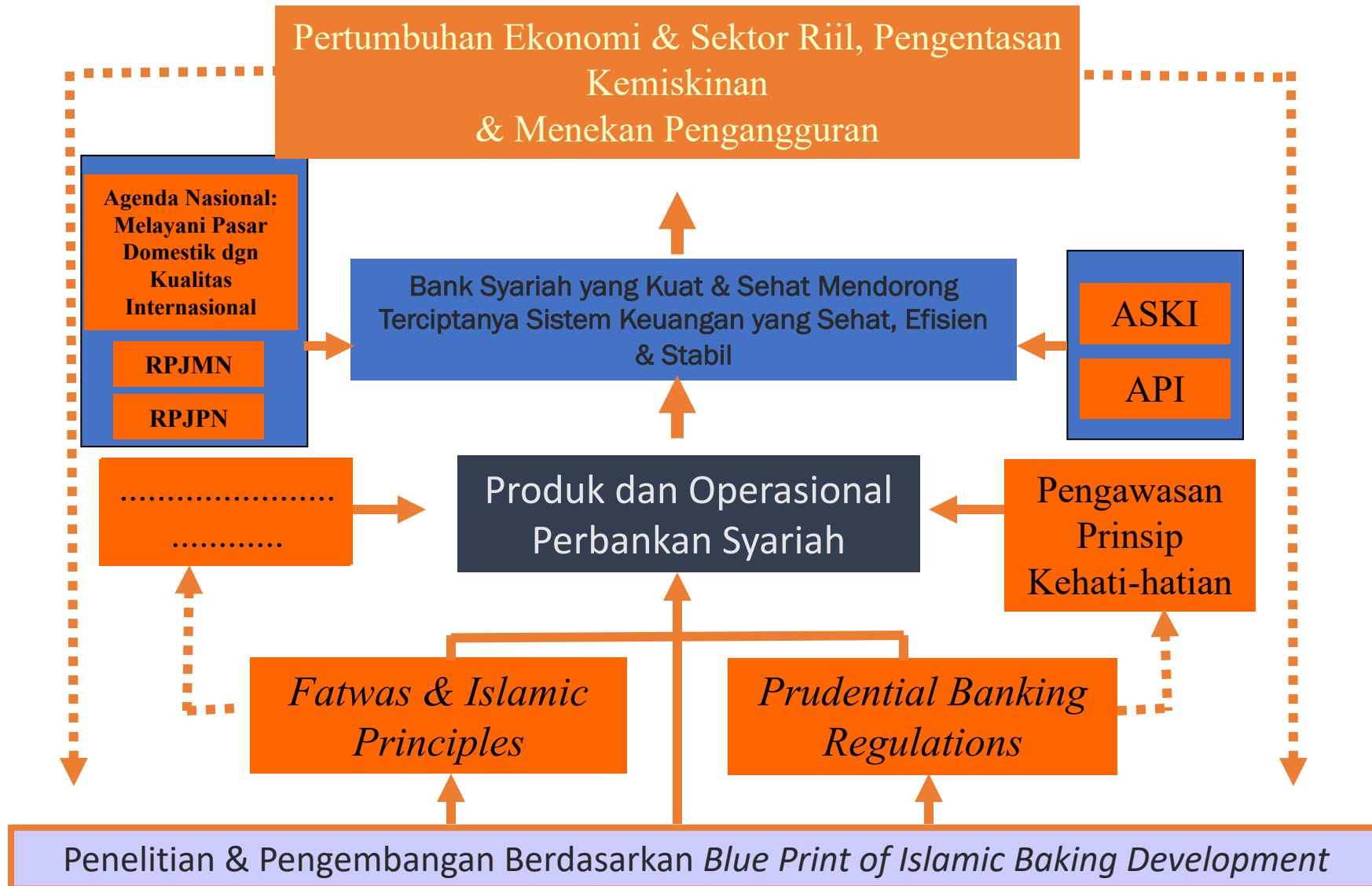
Memenuhi standar
keuangan dan mutu
pelayanan Internasional

Phase 3
(2010 - 2012)

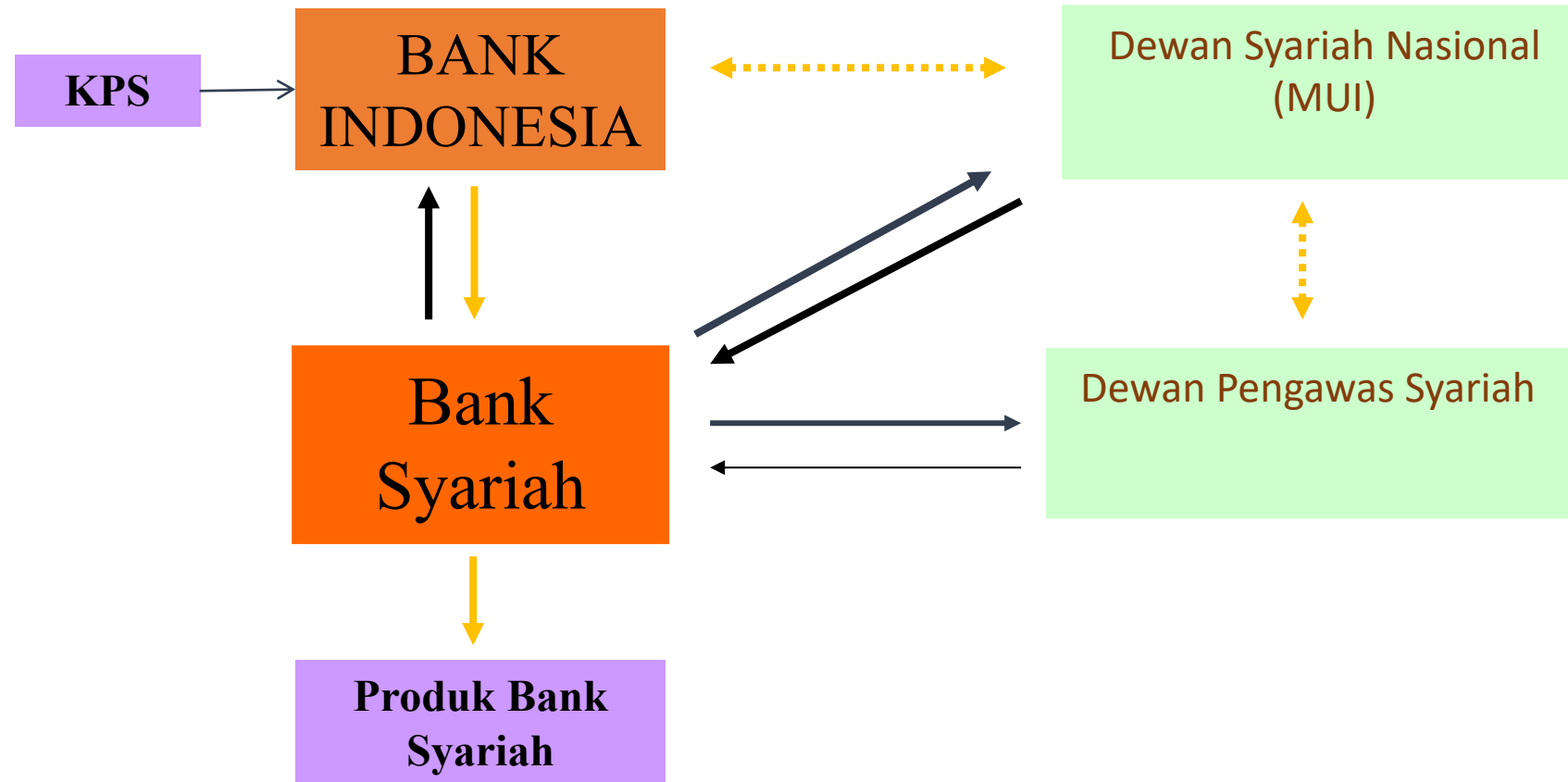
Menuju integrasi dg
lembaga keuangan
syariah lainnya

Phase 4
(2013 - 2015)

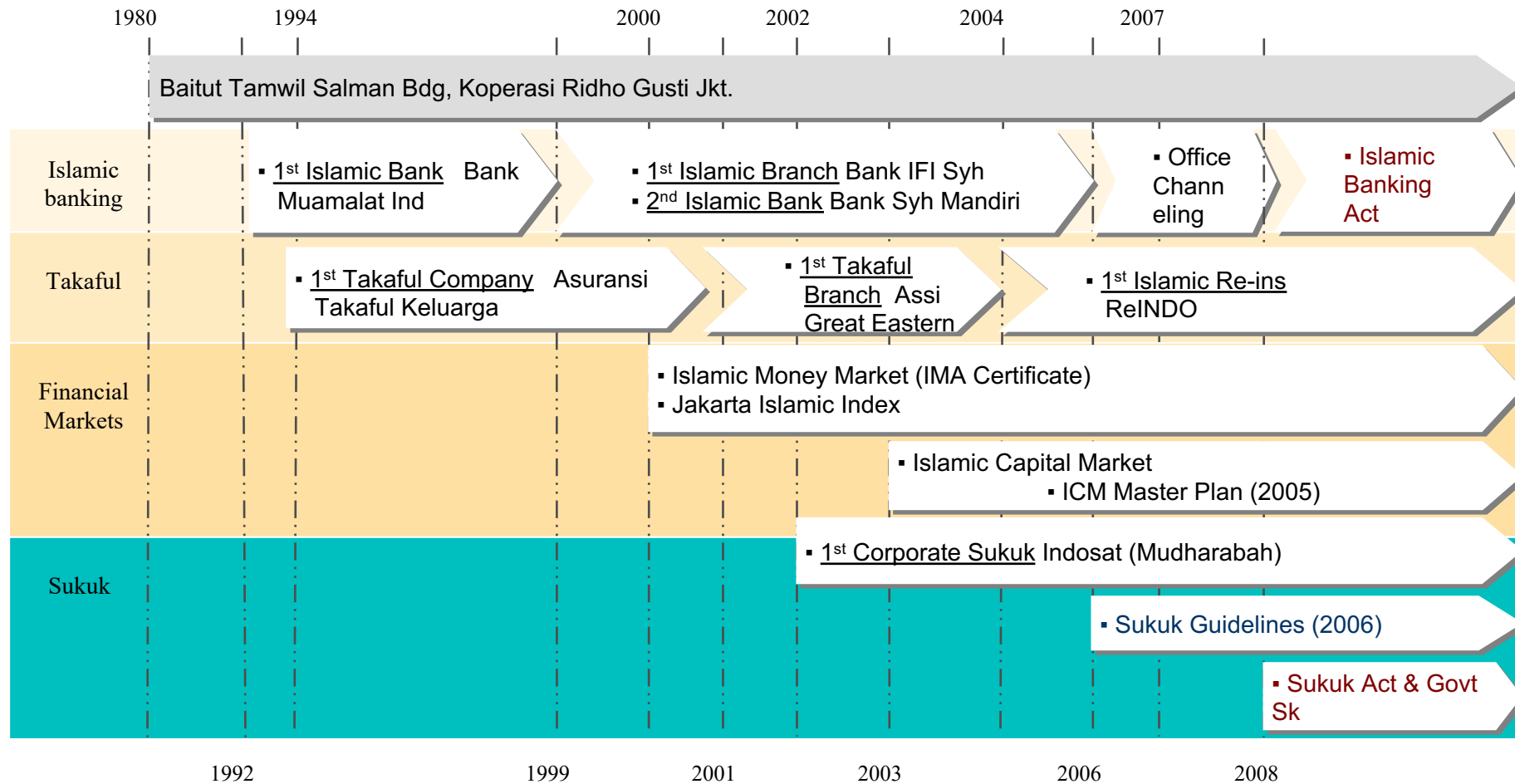
KERANGKA PENGEMBANGAN



Pengawasan Ketentuan Syariah Dalam Perbankan Syariah Indonesia



Islamic Financial Market Development of Indonesia



The Indonesian Islamic Financial & Fiscal Landscape



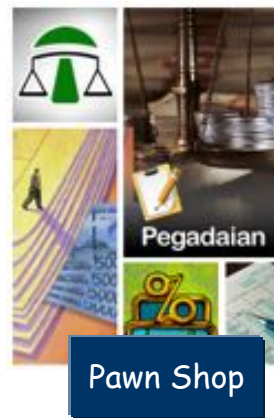
UU No. 21 Th 2008
Perbankan Syariah



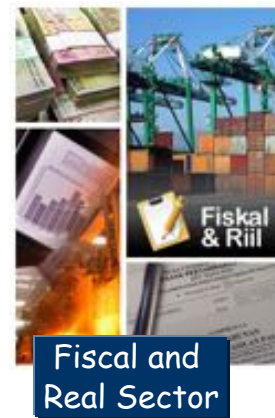
UU No. 19 Th 2008
SBSN



UU No. 20 Th 2008
UMKM



Pawn Shop



Fiscal and
Real Sector
UU Perpajakan
Dalam Proses Amandemen



Social
Sector
UU No. 38 Th 1999
Pengelolaan Zakat



SDM Bank Syariah

1

Memahami prinsip-prinsip Syariah dalam bidang Perbankan

2

Memahami implementasi prinsip-prinsip Syariah dalam praktik Perbankan

3

Pengetahuan yang luas dalam bidang Perbankan secara umum

4

Komitmen penerapan prinsip Syariah secara konsisten

5

Komitmen penerapan atas prinsip-prinsip etika marketing Syariah

Tantangan Perbankan Syariah



Pemanfaatan potensi yang tinggi guna mencapai target pertumbuhan menuju volume aset yang signifikan yang didukung oleh sumber daya manusia yang andal, sistem operasi yang efisien dan pengawasan yang efektif



Peluang untuk menggunakan channel perbankan syariah untuk menjangkau sektor ekonomi mikro dan memanfaatkan peluang pembiayaan pembangunan secara internasional.



Upaya merealisasikan political will dari pimpinan negara untuk mewujudkan sistem perbankan syariah yang unggul secara internasional

Pengembangan Jaringan Kantor



Pembukaan kantor cabang-cabang baru sebagai implementasi ekspansi bisnis.



Pemanfaatan program *Office Channeling / Delivery Channeling* di kantor bank konvensional induknya

Perkembangan Pesat Perbankan Syariah - Tren Global



Lebih dari 300 institusi keuangan syariah di lebih 75 negara mengelola asset sekitar USD 700 - 1000 miliar, dengan menggunakan jenis instrumen keuangan syariah yang semakin berkembang.



Berdasarkan data The Islamic Banker, London, diperkirakan lebih dari 250 lembaga mutual funds Syariah yang mengelola sekitar USD 300 miliar assets



Berkembangnya pusat-pusat keuangan syariah di berbagai kawasan: Bahrain, Inggris, Indonesia, Malaysia, Hongkong, Singapura, dll



Dalam kurun waktu 17 tahun perkembangannya, total aset industri perbankan Syariah telah meningkat sebesar 27 kali lipat dari Rp 1,79 triliun pada tahun 2000, menjadi Rp 49,6 triliun pada akhir tahun 2008. Laju pertumbuhan aset 46,3% per tahun (yoy, rata-rata pertumbuhan dlm 5 tahun terakhir)



Posisi Indonesia dalam Pasar Keuangan Global: pertumbuhan industri dalam 5 tahun terakhir lebih tinggi dari pertumbuhan industri keuangan syariah global

Pengembangan perbankan Syariah di Indonesia Memberi kemanfaatan bagi Perekonomian Nasional

1. Menyediakan alternatif jasa keuangan dan perbankan bagi masyarakat yang menginginkan jasa keuangan dan perbankan berdasarkan prinsip syariah

Meningkatkan mobilisasi dana masyarakat u/ pembiayaan pembangunan nasional
→ **Financial Deepening**

2. **Anti spekulatif**, melalui penolakan terhadap aktivitas spekulatif di pasar valas dan di pasar modal, (built-in characteristic dari produk2 bank syariah)

Mendukung stabilitas harga dan meningkatkan **daya tahan sistem keuangan** terhadap *economic shocks*

3. Menciptakan harmonisasi antara sektor keuangan dengan sektor produktif riil (*re-attachment*) melalui penyediaan likuiditas yang sesuai dengan aktivitas riil perekonomian. Mengurangi *excess liquidity trap*.

Memperkuat **sektor produktif** perekonomian dan mendukung pencapaian inflasi yg rendah

4. Mendorong fungsi sosial, memperluas jangkauan pertumbuhan ekonomi kepada UMK dan masyarakat miskin, melalui peran perbankan syariah dalam *voluntary sector* (CSR, ZISWaH)

Pemberdayaan UMK dan *social safety net* → menciptakan *quality of growth*.

Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia Merupakan bagian dari Arsitektur Sistem Keuangan Indonesia dan Arsitektur Perbankan Indonesia (API)



Grand Strategy Pengembangan Pasar Perbankan Syariah: Branding, Communication, Product, Service Concept



Grand Strategy Pengembangan Pasar Perbankan Syariah: Program pencitraan Baru

Perubahan citra industri perbankan syariah

ASPEK	CITRA SEKARANG ⁽¹⁾	CITRA DI MASA DEPAN ⁽²⁾
POSITIONING	<ul style="list-style-type: none"> Bank untuk kalangan muslim / orang yang mau naik haji Lebih menekankan ke simbol keislaman 	<ul style="list-style-type: none"> Untuk semua kalangan yang menginginkan keuntungan kedua belah pihak: bank & nasabah Lebih menekankan ke substansi/ values seperti 'rahmatan lil alamin'
.....		
PRODUK	<ul style="list-style-type: none"> Tabungan bagi hasil Pinjaman tanpa bunga tapi serupa dengan perbankan konvensional Banyak menggunakan istilah Arab yang sebetulnya tidak banyak dimengerti oleh pelanggan atau calon pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> Produk dengan skema keuangan perbankan yang variatif Selain tetap menggunakan istilah bahasa Arab sebagai ciri khas juga menggunakan istilah lain selain istilah Arab yang lebih mudah dimengerti
.....		
.....	<ul style="list-style-type: none"> Jaringan terbatas Fasilitas layanan sering tidak bisa digunakan 	<ul style="list-style-type: none"> Jaringannya luas Fasilitas layanan bisa diandalkan
BRANDING	<ul style="list-style-type: none"> Bank yang adil dan menentramkan 	<ul style="list-style-type: none"> Lebih dari sekedar bank

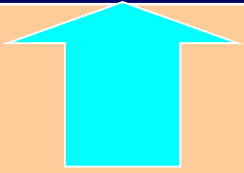
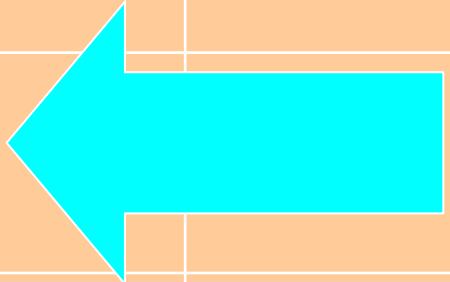

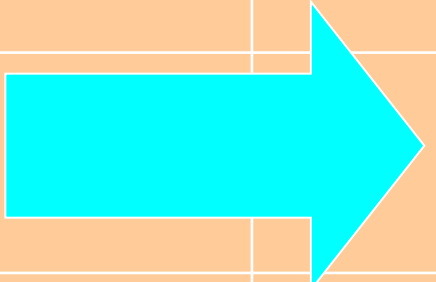

Sumber: (1) Hasil riset focus group discussions (FGD); Analisa MarkPlus&Co

(2) Hasil riset FGD In-depth Interview, dan Desk Research; Analisa MarkPlus&Co

Grand Strategy Pengembangan Pasar Perbankan Syariah: Pemetaan target Market yang Lebih Akurat

PETA SEGMENT TARGET MARKET PERBANKAN SYARIAH

Banking Orientation

	"POKOKNYA SYARIAH" (Apapun kondisinya, pakai perbankan syariah)	"IKUT ARUS" (Mau pakai perbankan syariah kalau sudah banyak yang pakai)	"SESUAI KEBUTUHAN" (Memakai syariah atau konvensional berdasarkan keunggulannya)	"TERPAKSA" (Memakai perbankan syariah karena dituntut lingkungan)	"POKOKNYA KONVENSIONAL" (Apapun kondisinya pakai perbankan konvensional)
YANG PENTING AMAN					
AMAN, PRODUK DAN LAYANANNYA BAGUS					
AMAN, PRODUK DAN LAYANANNYA BAGUS, SEKALIGUS MENGUNTUN G-KAN				Pendekatan demografis (populasi 85% muslim) tidak akurat utk menilai potensi pasar perbankan syariah, Karena tidak otomatis muslim Indonesia tertarik kepada bank syariah. Pendekatan Psikografis mengungkapkan spektrum populasi yang lebih beragam...yang memerlukan strategi komunikasi yang lebih terbuka dn universal	

Psychographic Values

Bagaimana Menjadi Beyond Banking ?

Universalitas, Produk Beragam, SDM Multidimensi

Menjadi Lebih Dari Sekedar Bank (Beyond Banking)

- **Langkah pertama:** menunjukkan **universalitas, terbuka, inklusif** dan menggunakan komunikasi produk yang gampang dimengerti semua kalangan tanpa menghilangkan ciri khas
- **Langkah kedua:** pelaku mengembangkan **produk-produk baru** yang lebih beragam dan skema keuangan yg lebih bervariasi
- **Langkah ketiga:** memiliki **people & facility** yang memungkinkan keunikan yang dimiliki bisa dinikmati kapanpun & dalam jangkauan yang luas

Universalitas, Terbuka, Inklusif

1. **Bahasa Indonesia** juga digunakan sebagai nama produk dan sekaligus terjemahan skema atau akad dalam bahasa Arab
2. Mempunyai **standar penamaan produk** perbankan syariah untuk memudahkan nasabah mengenali produk. Contoh: Deposito iB, Tabungan iB, KPR iB, KPM iB, Multijasa iB
3. Dalam berkomunikasi menunjukkan **universalitas**.
4. Membuat nasabah & non nasabah **tidak sungkan** untuk datang ke bank syariah, terbuka bagi seluruh golongan masyarakat

Inovasi Produk Baru

1. Inovasi produk-produk yang semakin **beragam** dan **skema keuangan yang lebih bervariasi**, di samping skema murabahah yang sudah ada
2. Membuat produk-produk baru yang bisa masuk ke setiap segmen sesuai dengan segmentasi baru nasabah, dan diikuti dengan konsep komunikasi yang sesuai untuk tiap segmen

People & facility

1. Universalitas dan produk baru dengan skema variatif bisa membuat perbankan syariah menjadi trendy yang pada akhirnya bisa menarik lebih banyak people berkualifikasi tinggi
2. Terus menerus memperbaiki people & facility agar diferensiasi semakin solid dan lebih banyak nasabah yang bisa menikmati

Grand Strategy Pengembangan Pasar Perbankan Syariah Produk Komunikasi yang Mudah Dimengerti / User Friendly

Penyamaan nama produk dan jasa perbankan syariah, menggunakan kata **iB**
Untuk memudahkan masyarakat mengenali produk bank syariah
(Surat Deputi Gubernur No.10/57/DpG/DPbS Tanggal 27 Mei 2008 Perihal Penyeragaman
Nama Produk dan Jasa Perbankan Syariah)

PERAN / INISIATIF BI

- Memberikan arahan branding baru dan komunikasi produk kepada pelaku:

Tabungan – iB
Deposito - iB
KPR –iB
KPM – iB
Multijasa - iB

PERAN / INISIATIF PELAKU

- Penggunaan bahasa Indonesia untuk produk dan jasa yang ditawarkan kpd masyarakat
- Akad dalam bahasa Arab hanya untuk kepentingan back-office
- Penggunaan kata **iB** di setiap produk untuk menunjukkan kepada nasabah bahwa perbankan syariah memiliki beragam produk dengan skema variatif
- Penggunaan '**iB**' di tataran Marketing untuk mempermudah sosialisasi dan komunikasi produk yang sudah dikenal masyarakat
- Untuk akad dan penjelasan lebih mendalam mengenai skema yang akan digunakan nasabah harus sesuai dengan prinsip syariah

Grand Strategy Pengembangan Pasar Perbankan Syariah Produk Komunikasi yang Mudah Dimengerti / User Friendly

NAMA PRODUK	AKAD
PENDANAAN	
GIRO iB	
Giro USD iB	Titipan
Giro iB	Titipan
TABUNGAN iB	
Tabungan iB	Fleksibel : Titipan/ Penyertaan Modal
Tabungan Haji iB	Fleksibel : Titipan/ Penyertaan Modal
Tabungan Emas iB	Penyertaan Modal
Tabungan Pendidikan iB	Penyertaan Modal
Tabungan Perencanaan iB	Penyertaan Modal
Tabungan Arisan iB	Penyertaan Modal
Tabungan Umrah iB	Penyertaan Modal
DEPOSITO iB	
Deposito iB	Penyertaan Modal
Deposito USD iB	Penyertaan Modal
Deposito Special Investment Deposit iB	Penyertaan Modal untuk Proyek Tertentu
JASA iB	
Jasa Kirim Uang Antar Negara iB	Sewa
Jasa Bank Garansi iB	Penjaminan
Jasa SKBDN iB	Penjaminan dan Perwakilan
Jasa Syariah Card iB	Penjaminan, Pinjaman Uang dan Perwakilan
Jasa Deposit Box Emas iB	Sewa
Jasa Pengalihan Hutang iB	Pinjaman Uang dan Jual Beli dengan Margin
Jasa Penukaran Uang iB	Penukaran dua mata uang yang berbeda
Jasa Kirim Uang iB	Perwakilan
Jasa Kiriman Uang Valas iB	Perwakilan
Jasa Bancassurance iB	Perwakilan dengan Fee
Jasa L/C Ekspor iB	Perwakilan dengan Fee, Jual Beli dan Penjaminan
Jasa L/C Impor iB	Perwakilan dengan Fee dan Penjaminan
Gadai Emas iB	Pinjaman Uang dan Sewa
Investasi Emas iB	Perwakilan

Grand Strategy Pengembangan Pasar Perbankan Syariah
Produk Komunikasi yang Mudah Dimengerti / User Friendly

PEMBIAYAAN	
KONSUMER iB	
Pembiayaan Multijasa iB-KTA iB (untuk Pendidikan, Pernikahan, Kesehatan, Umrah)	Sewa
Pembiayaan Pemilikan Rumah iB (KPR iB)	Fleksibel : Jual Beli dengan Margin, Jual Beli dengan Pesanan, Sewa Beli
Pembiayaan Pemilikan Mobil iB (KPM iB)	Fleksibel : Jual Beli dengan Margin, Sewa Beli, Sewa
Pembiayaan Kavling Siap Bangun iB	Jual Beli dengan Margin
Pembiayaan Renovasi Rumah	Fleksibel : Jual Beli dengan Margin, Jual Beli dengan Pesanan
Pembiayaan Konsumtif iB	Jual Beli dengan Margin ⁴
Kartu Kredit iB	Penjaminan, Pinjaman Uang, Sewa dan Perwakilan
PEMBIAYAAN	
MODAL KERJA DAN KORPORASI iB	
Pembiayaan Dana Berputar iB	Kemitraan
Pembiayaan Menengah dan Korporasi iB	Fleksibel : Kemitraan/Penyertaan Modal
Pembiayaan Mikro dan Kecil iB	Fleksibel : Kemitraan/Penyertaan Modal
Pembiayaan Rekening Koran iB	Kemitraan
Pembiayaan Sindikasi iB	Kemitraan
Pembiayaan Modal Kerja iB	Fleksibel : Kemitraan/Penyertaan Modal
Pembiayaan Channeling iB	Fleksibel : Penyertaan Modal untuk Proyek Tertentu/Sewa Beli
Pembiayaan Executing iB	Penyertaan Modal untuk Proyek Tertentu
Pembiayaan Sewa Equipment iB	Sewa Beli
Pembiayaan ke Sektor Pertanian iB	Jual Beli dengan Pesanan secara Paralel
Pembiayaan Pembangunan Perumahan iB	Jual Beli dengan Pesanan secara Paralel
LAIN – LAIN iB	
Pembiayaan Dana Talangan iB	Pinjaman Uang

Grand Strategy Pengembangan Pasar Perbankan Syariah Program Komunikasi/Sosialisasi Kepada Seluruh Stakeholder



Program Sosialisasi Perbankan Syariah

3. Program Gerakan Ekonomi Syariah (GRES) terhadap masyarakat.

2. Ikut serta dalam events dan expo yang dilakukan di beberapa lokasi, seperti expo *International Franchise License & Business Concept Expo*, *Ib Property & Housing Finance Expo*, dll

1. Iklan layanan masyarakat "logo IB" oleh Bank Indonesia



4. Program seminar & training Perbankan Syariah melalui kerjasama dengan akademisi dan kampus-kampus

5. Sosialisasi melalui media dakwah yang dilakukan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Dewan Pengawas Syariah (DPS) serta para ulama.

Strategi Pertumbuhan :

01

Penguatan fungsi intermediasi perbankan syariah kepada sektor ekonomi produktif

02

Pengembangan dan pengayaan produk perbankan syariah yang lebih terarah

03

Peningkatan sinergi dengan bank induk dengan tetap mengembangkan infrastruktur kelembagaan bisnis syariah

04

Peningkatan edukasi dan komunikasi dengan lebih fokus

05

Peningkatan *Good Governance* dan pengelolaan resiko kegiatan perbankan syariah

06

Penguatan sistem pengawasan

Strategi Pertumbuhan:

01

Strategi Penetrasi Pasar (*Market Penetration Strategy*)

- ~ tingkatkan penjualan
- ~ tingkatkan iklan & promosi

02

Strategi Integrasi (*Integration Strategy*)

- ~ perluasan jaringan distribusi
- ~ mencari pangsa baru

03

Strategi Pengembangan Produk (*Product Development Strategy*)

- ~ ciptakan produk baru
- ~ masuki segmen pasar yang spesifik

Pendekatan Yang Dilakukan

1. Pendekatan The Boston Consulting Group (BCG)
Yaitu analisis multiple product perusahaan (perusahaan yang memiliki bermacam-macam produk)



Cara melakukan pendekatan BCG:

- a. Satu perusahaan memiliki produk yang beragam, misal perusahaan perdagangan dengan menjual alat-alat perkantoran, elektronik, peralatan rumah tangga, dll.
- b. Satu perusahaan membentuk grup-grup usaha sehingga semua segmen bisnis dapat dimasuki/dilakukan



Asumsi kondisi pasar untuk pendekatan BCG

- a. Pangsa pasar cukup besar
- b. Persaingan pasar stabil
- c. Profitabilitas/modal perusahaan tinggi
- d. Daya saing perusahaan di pasar cukup kuat

vs

Pendekatan Yang Dilakukan

2. Pendekatan General Electric (GE)

Yaitu analisis perencanaan portofolio bisnis secara komprehensif dengan dengan sangat memperhitungkan faktor kekuatan bisnis serta daya tarik pasar

Cara melakukan pendekatan BCG:

		Kekuatan Bisnis		
		Kuat	Sedang	Lemah
Daya Tarik Pasar	Tinggi			
	Sedang			
	Rendah			

Asumsi kondisi pasar untuk pendekatan GE:
Kekuatan Bisnis Kuat & Daya Tarik Pasar tinggi