



2022

# POLICY BRIEF

Pertanian, Kelautan, dan Biosains Tropika

Vol.4 No.4, 2022

## Strategi Pengembangan Pasar Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Indonesia

 Anisa Dwi Utami<sup>1,2\*</sup>, Lukman M Baga<sup>1,2</sup>, Rahmat Yanuar<sup>1,2</sup>, Tita Nur Syamsiah<sup>1,3</sup>, Busaid<sup>1</sup>, Yekti Mahanani<sup>1,3</sup>
<sup>1</sup>Pusat Studi Ekonomi dan Bisnis Islam (CIBEST) LPPM IPB University

<sup>2</sup>Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University

<sup>3</sup>Departemen Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University

\*Email: anisadwiutami@apps.ipb.ac.id

### Isu Kunci

- Industri BPRS di Indonesia menghadapi tantangan persaingan di industri keuangan yang semakin ketat yaitu berada pada situasi “middle-child syndrome”.
- Digitalisasi lembaga keuangan menjadi kebutuhan seiring dengan perubahan perilaku masyarakat
- Kolaborasi stakeholder menjadi semakin penting dalam menjawab berbagai tantangan internal maupun eksternal.
- Pengembangan pasar berbasis komunitas baik di sektor UMKM maupun non UMKM perlu dilakukan.

### Ringkasan

Seiring dengan perubahan perilaku masyarakat di era digital persaingan di industri keuangan semakin meningkat sehingga menyebabkan industri BPRS mengalami “middle-child syndrome”. Hal ini membutuhkan strategi pengembangan pasar BPRS yang tidak hanya mengandalkan pasar yang selama ini dilayani. Di satu sisi, BPRS dihadapkan beberapa permasalahan fundamental di dalam internal industri khususnya terkait permodalan, SDM dan kesiapan infrastruktur informasi teknologi serta kejelasan model bisnis. Perkembangan digitalisasi menuntut BPRS untuk berkolaborasi dengan berbagai pihak baik di dalam internal industri maupun lembaga keuangan lain, pemerintah dan berbagai lembaga di masyarakat. Sejalan dengan hal tersebut, berkembangnya berbagai komunitas di masyarakat baik di sektor UMKM maupun non-UMKM dapat menjadi peluang pengembangan pasar BPRS.

## Pendahuluan

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan suatu jenis bank dalam yang diatur oleh Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah selain Bank Umum Syariah. Perbedaan mendasar antara Bank Perkreditan Rakyat dengan Bank Umum adalah adanya keterbatasan penyediaan produk maupun layanan serta jangkauan wilayah operasional khusus bagi BPR dan BPRS. Industri keuangan saat ini dihadapkan pada beberapa tantangan eksternal berupa perubahan ekosistem global dan nasional yang ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi (TI) serta perubahan pola perilaku masyarakat. Perubahan tersebut menuntut industri keuangan untuk dapat menyediakan produk dan layanan yang memenuhi ekspektasi masyarakat, serta kompetitif dalam bisnis industri keuangan di Indonesia.

BPRS sebagaimana Bank Perkreditan Rakyat (BPR) merupakan bank dengan skala relatif lebih kecil yang melaksanakan fungsi intermediasinya dengan memberikan produk dan layanan perbankan bagi masyarakat hingga ke pelosok daerah, termasuk di dalamnya UMKM. Dari sisi produk dan layanannya, sebagian besar BPR dan BPRS masih memberikan produk dan layanan yang bersifat tradisional atau produk dasar, meskipun terdapat pula BPR dan BPRS yang telah mengembangkan produk dan layanan berbasis TI.

Secara umum pola pertumbuhan BPRS dan BPR memiliki tren yang sama. Perkembangan BPR dan BPRS pada posisi bulan Mei 2021 jika dilihat sebelum dan sesudah pandemi Covid 19, terlihat bahwa pertumbuhan bisnis BPRS lebih tinggi dibanding dengan pertumbuhan BPR, mulai dari sisi dana pihak ketiga (DPK), aset, maupun pembiayaan. Meskipun pertumbuhan bisnis BPRS relatif lebih tinggi dibandingkan dengan BPR, namun *market share* BPRS lebih kecil dibandingkan BPR dan BUS/UUS yaitu senilai 8,77 persen per Mei 2021 terhadap total industri BPR-BPRS, dan kurang dari 3 Persen dari total industri keuangan syariah keseluruhan (OJK 2021).

Terdapat beberapa kemungkinan yang menjadikan *market share* BPRS masih rendah. Salah satu faktor yang mungkin bisa menjadi penyebab diantaranya adalah BPRS perlu

bersaing ketat dengan beberapa jenis lembaga keuangan lain pada segmen utamanya, yakni usaha mikro dan kecil. Pada sektor ini BPRS harus bersaing ketat dengan Bank Unit Syariah/ Unit Usaha Syariah (BUS/UUS), dan Baitul Maal wat-Tamwil (BMT). BMT, keberadaannya memang untuk segmen usaha mikro dan kecil, sedangkan BUS/UUS meskipun awal keberadaannya bukan untuk usaha kecil dan mikro, namun saat ini telah membuka unit layanan untuk masuk ke segmen tersebut.

BPRS bersaing ketat dengan BMT, karena keberadaan BMT umumnya lebih fleksibel dan adaptif dengan pengusaha mikro. Berdasarkan regulasi yang ada di Indonesia, secara umum BMT dikategorikan menjadi dua kelompok, yakni Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) yang diawasi oleh Kementerian Koperasi dan UKM (KUMKM), serta Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). BPRS, secara prosedur dan persyaratan relatif lebih mudah dan terjangkau oleh pengusaha mikro dan kecil dibandingkan dengan BUS/UUS. Namun BUS/UUS telah merambah ke segmen usaha mikro dan kecil, tetap menjadi pesaing BPRS karena BUS/UUS memiliki keunggulan pada teknologi, jaringan kantor dan ketersediaan pendanaan. Dengan demikian BPRS posisinya dihipit oleh BUS/UUS dan Industri Keuangan Mikro Syariah (IKMS) sehingga sering disebut mengalami *middle child syndrome*. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan dan pendalaman pasar BPRS sebagai bagian dari upaya penguatan BPRS, khususnya pada aspek pasar dan bisnisnya.

## Evaluasi Lingkungan Strategis Industri BPRS

Dalam kajian ini Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*) digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam industri BPRS.

### A. Kekuatan (*Strengths*)

Berdasarkan identifikasi terhadap kondisi lingkungan internal industri BPRS,

terdapat tiga faktor yang menjadi kekuatan BPRS sebagai Lembaga keuangan syariah, yaitu: 1) konsep syariah yang menjadi *core value* bisnis BPRS, 2) Variasi akad dan produk layanan pembiayaan, dan 3) Kedekatan personal antara BPRS dengan nasabah serta 4) Tumbuhnya aksi kolektif BPRS dalam organisasi ASBISINDO

Penerapan prinsip syariah dalam menjalankan bisnis BPRS tercermin dalam kepatuhan terhadap ketentuan syariah (*sharia compliance*) khususnya menyangkut tata-cara ber-*muamalah*. Hal ini terlihat dari produk-produk BPRS memiliki karakteristik bebas bunga (*riba*) serta prinsip bagi hasil. Sehingga, produk-produk yang bebas bunga ini menjadi keunggulan BPRS yang tidak dimiliki oleh lembaga keuangan konvensional. Untuk menjaga agar BPRS tetap patuh dengan prinsip syariah, kegiatan usaha BPRS diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah.

Akad dalam produk pembiayaan yang lebih bervariasi menjadi suatu keunggulan khusus lembaga keuangan syariah termasuk BPRS dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional. Pada lembaga keuangan akadnya hanya akad pinjaman. Sementara pada lembaga keuangan syariah, secara garis besar terdapat 4 kategori yang membedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu: 1) Pembiayaan dengan akad jual beli seperti, *murabahah*, *salam*, dan *istihna'* 2) Pembiayaan dengan akad sewa, seperti *ijarah* dan *ijarah muntahhiyah bittamlik*, 3) Pembiayaan dengan akad bagi hasil, seperti *musyarakah*, *mudharabah*, serta 4) Lainnya seperti *wakalah*, *kafalah*, *sharf*, *qordh*, *rahn*, *hiwalah*, *ijarah*, dan *al-wadiah*.

BPRS merupakan lembaga keuangan perbankan yang memungkinkan lebih dekat dengan nasabahnya secara personal. Pelayanan ini dapat tercermin dari produk BPRS yang memudahkan nasabah dengan menyediakan pelayanan perbankan cepat, mudah dan sederhana. Sehingga, ini menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki BPRS dibandingkan dengan bank umum lainnya. Persyaratan yang

diajukan kepada nasabah tidak serumit bank umum. BPRS juga lebih cepat dalam membuat keputusan penetapan pembiayaan. BPRS juga melayani program jemput bola (*pick up*) bagi nasabah yang ingin menabung atau menandatangani dananya.

Perkembangan industri perbankan syariah mesti berkembang lebih progresif daripada perbankan konvensional. Hal ini bertujuan agar memiliki dampak terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Oleh sebab itu, Perkumpulan Bank Syariah Indonesia (ASBISINDO) didirikan pada 31 Maret 1992 di Bandung. Asbisindo dibentuk dengan dukungan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) agar terus mengembangkan perbankan syariah di Indonesia. Pada Musyawarah Nasional (Munas) tahun ketiga, keanggotaan Asbisindo mulai terbuka untuk seluruh bank syariah, yaitu Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). ASBISINDO juga berperan dalam mediasi antara lembaga perbankan syariah dengan regulator ataupun dengan pemerintah.

## B. Kelemahan (*Weakness*)

Berdasarkan identifikasi terhadap kondisi lingkungan internal industri BPRS, terdapat empat faktor kelemahan utama yang dimiliki oleh Sebagian besar pelaku di industri BPRS, meliputi: 1) permodalan, kualitas SDM, 3) infrastruktur TI, dan 4) ketidakjelasan model bisnis.

Komposisi BPRS berdasarkan modal inti memperlihatkan bahwa mayoritas BPRS memiliki modal inti kurang dari Rp. 15 Miliar. Meskipun demikian, BPRS dengan kecukupan modal inti kurang dari Rp. 15 Miliar menguasai *market share* dari total aset industri BPRS. BPRS dengan permodalan yang lebih rendah, dalam hal ini adalah BPRS yang memiliki kecukupan modal inti kurang dari Rp. 15 Miliar, memerlukan upaya yang lebih optimal dalam memperkuat permodalan terutama untuk menghadapi era *new normal*, dimana terdapat *shifting*

kebutuhan dan perilaku masyarakat dalam pemanfaatan teknologi informasi (TI), serta disrupsi teknologi dari kompetitornya. Selain itu, BPRS merasa kesulitan dalam menambah modal dikarenakan adanya regulasi terkait dengan larangan *initial public offering* (IPO) dan tidak dibolehkannya melakukan layanan lalu lintas keuangan yang berpengaruh terhadap pengumpulan dana murah dari masyarakat. Masyarakat menjadi tidak tertarik menyimpan uangnya di BPRS karena tidak bisa melakukan transfer antar bank.

Salah satu unsur yang sangat penting dalam perusahaan adalah Sumber Daya Manusia (SDM). Adanya keterbatasan dalam pemenuhan SDM baik dari segi kualitas maupun kuantitas dapat menghambat perkembangan BPRS itu sendiri. Kelemahan yang dimiliki BPRS adalah terbatasnya praktisi yang berkualitas dibidang ekonomi syariah. Dari segi kuantitas, BPRS belum memiliki kepengurusan yang lengkap sesuai dengan POJK Nomor 3/POJK.03/2016 dimana ditetapkan bahwa anggota direksi BPRS paling sedikit berjumlah dua orang. Sedangkan banyak BPRS yang hanya memiliki satu orang direksi sehingga pelaksanaan tugas direksi menjadi kurang optimal dalam menjalankan fungsinya. BPRS juga kesulitan melakukan rekrutmen SDM yang berkualitas dibidang marketing bagian pembiayaan karena kondisi modal yang masih rendah.

Salah satu kelemahan yang dimiliki oleh BPRS adalah kurang memadainya fasilitas atau infrastruktur teknologi informasi (TI). BPRS tidak mempunyai divisi khusus maupun SDM yang memiliki kemampuan di bidang TI sehingga menyebabkan pemanfaatan sistem teknologi informasi di BPRS masih kurang. Kelemahan dalam sistem TI dapat menyebabkan beberapa kendala seperti *fraud* atau *error* terhadap sistem pada BPRS seperti tidak dapat memvalidasi data yang telah diinput, adanya kemungkinan sistem untuk diintervensi atau dimanipulasi, tidak ada otorisasi baik untuk kegiatan operasional harian maupun khusus, dan tidak ada batasan jumlah

transaksi yang dapat dilakukan *teller* tanpa melalui otorisasi sistem.

Sebagian besar BPRS belum memiliki model bisnis yang jelas. Hal ini dapat dilihat misalnya dari jenis produk dan layanan pembiayaan yang minim inovasi atau tidak memiliki diferensiasi dengan lembaga keuangan lainnya.

BPRS menawarkan produk yang terbagi menjadi tiga jenis, yaitu produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana, dan *payment point*. Produk penghimpunan dana terdiri dari tabungan (*wadi'ah*) dan deposito. Produk penyaluran dana terdiri dari 4 kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu: 1) Pembiayaan dengan prinsip jual-beli seperti, *murabahah, salam, dan istihna'* 2) Pembiayaan dengan prinsip sewa, seperti *ijarah* dan *ijarah muntahhiyah bittamlik*, 3) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, seperti *musyarakah, mudharabah*, dan 4) Lainnya seperti *wakalah, kafalah, sharf, qordh, rahn, hiwalah, ijarah*, dan *al-wadiah*. Namun demikian, hampir semua BPRS dalam penghimpunan dan penyaluran hanya fokus pada tabungan untuk penghimpunan dan akad jual beli (*murabahah*) untuk penyaluran.

### C. Peluang (*Opportunity*)

Berdasarkan identifikasi terhadap kondisi lingkungan eksternal, terdapat empat peluang yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan pasar BPRS, yaitu: 1) jumlah UMKM yang meningkat, 2) kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan UMKM, 3) Perkembangan ekosistem ekonomi dan keuangan syariah, dan 4) perkembangan digitalisasi di sektor keuangan dan ekonomi.

BPRS merupakan lembaga keuangan bank yang memiliki tujuan untuk melayani usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Kelompok usaha ini jumlahnya setiap tahun terus mengalami peningkatan. Sebelum terjadinya pandemic Covid 19, pada tahun 2019 jumlah UMKM sebanyak 65,5 juta mengalami

peningkatan sebesar 1,98 persen dari tahun 2018 yang jumlahnya sebesar 64,2 juta. Jumlah UMKM yang terus meningkat ini menjadi peluang bagi pengembangan BPRS.

Dewasa ini, UMKM mendapatkan perhatian besar dari pemerintah. Hal ini tampak dari berbagai kebijakan, baik dari sisi program bantuan, aturan pendukung, maupun lembaga yang menangani UMKM. Beberapa kebijakan tersebut dimulai dengan adanya kebijakan penerapan *Online Single Submission* (OSS) untuk perijinan sehingga pengurusan perijinan lebih cepat dan biayanya menjadi lebih murah. Selain itu, produk BPRS lainnya adalah mulai dari pemangkasan suku bunga Kredit Usaha Rakyat (KUR), penurunan pajak UMKM serta pemberian bantuan pemasaran dan pelatihan.

Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan sistem ekonomi dan keuangan syariah karena memiliki penduduk Muslim terbesar di dunia. Hal ini salah satunya dapat dilihat dari kinerja positif dari perbankan syariah seiring membaiknya kondisi sektor riil pasca pandemi, yaitu dengan pertumbuhan 9,59% dan jumlah rekening yang terus meningkat. *Market share* aset perbankan syariah tercatat meningkat sebesar 6,87%, dengan pertumbuhan aset, PYD dan DPK perbankan syariah tumbuh hingga dua angka dalam beberapa tahun terakhir (OJK 2022).

Seiring dengan perkembangan globalisasi dan perkembangan informasi teknologi, tingkat kebutuhan masyarakat terhadap digitalisasi juga semakin meningkat. Menurut data dari Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (2022), terdapat 21 juta jiwa pengguna internet baru pada tahun 2021 sehingga total pengguna internet menjadi 210 juta jiwa atau setara dengan 77% dari total jumlah penduduk Indonesia. Dari pengguna baru tersebut, sebesar 15 juta pengguna (72%) berasal dari masyarakat non metropolitan. Dibandingkan dengan negara-negara di Asia Tenggara, Indonesia merupakan negara dengan nilai Gross Merchandise Value (GMV) online

spending terbesar yaitu mencapai 70 milyar dollar pada tahun 2021 dan diperkirakan akan meningkat mencapai 146 milyar dolar pada tahun 2025. Selain itu, pada tahun 2030 diprediksikan kontribusi ekonomi digital akan meningkat sebesar 18,8%.

#### D. Ancaman (*Threat*)

Berdasarkan identifikasi terhadap faktor lingkungan eksternal industri BPRS, teridentifikasi tiga faktor utama yang dapat menjadi ancaman bagi pengembangan pasar industri BPRS, yaitu: 1) perubahan ekosistem ekonomi nasional, 2) persaingan usaha dari institusi keuangan lain baik bank maupun non-bank terutama yang bergerak di sektor UMKM, dan 3) Regulasi pemerintah yang tidak mendukung.

Terjadinya pandemi Covid 19 dan perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih telah mendorong terjadinya perubahan di semua sektor termasuk sektor ekonomi di tingkat global maupun nasional. Perubahan ekosistem ekonomi terlihat dari pola perilaku ekonomi masyarakat yang cenderung banyak memanfaatkan teknologi informasi dalam melakukan transaksi ekonomi. Selain itu, munculnya lembaga-lembaga baru dalam sistem perekonomian, seperti lembaga keuangan digital yang sebelumnya belum ada seperti bank digital. Kondisi perubahan ini menjadi ancaman bagi BPRS sebagai bagian dari ekosistem ekonomi nasional.

Seiring dengan ketatnya persaingan penyaluran kredit atau pembiayaan kepada sektor korporasi dan ritel, namun pangsa UMKM yang sangat tinggi mendorong bank umum juga ikut terjun membiayai UMKM. Program yang dilakukan bank umum untuk menyentuh UMKM berupa program laku pandai. Di samping itu, terdapat juga cukup banyak lembaga keuangan selain bank yang memberikan layanan kepada segmen UMKM, antara lain pegadaian, lembaga keuangan mikro (LKM) seperti BMT dan Bank Wakaf Mikro (BWM), perusahaan pembiayaan, serta PT. Permodalan Nasional Madani (PNM).

Kemunculan *fintech lending* dengan keunggulan di bidang TI dalam kegiatan usahanya juga membuat segmen UMKM semakin ramai.

Dukungan dan keberpihakan pemerintah adalah salah satu kunci berkembangnya BPRS di Indonesia. Pihak regulator yaitu Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah mengeluarkan berbagai regulasi dan kebijakan terkait tata kelola kelembagaan maupun penguatan infrastruktur yang mendukung upaya pengembangan BPRS. Namun demikian, masih ada beberapa regulasi yang dapat menjadi ancaman bagi pengembangan BPRS ditengah persaingan yang semakin tinggi di sektor UMKM, diantaranya larangan BPRS melakukan IPO dan tidak diperbolehkannya BPRS memberikan layanan jasa lalu lintas pembayaran membuka simpanan berbentuk check dan giro.

## Implikasi dan Rekomendasi

Berdasarkan analisis SWOT berikut sepuluh strategi rekomendasi pengembangan industri BPRS di Indonesia, yaitu meliputi :

- 1) *Re-branding* BPRS sebagai LKS syariah, mudah dan murah.  
Saat ini, prinsip syariah dalam syarat transaksi menjadi daya tarik khusus bagi masyarakat Indonesia yang dominan beragama Islam. Jumlah UMKM yang besar dan terus meningkat juga menjadikan *tagline* "mudah dan murah" ini menjadi sangat tepat guna menjangkau pasar menengah ke bawah yang menjadi salah satu segmen pasar yang dituju oleh industri BPRS.
- 2) Kolaborasi LKS untuk penetrasi pasar UMKM  
Kolaborasi LKS untuk penetrasi pasar UMKM merupakan strategi yang tepat untuk menjangkau dan memperbesar peran BPRS dalam pembiayaan UMKM.
- 3) Pengembangan pasar nasabah berbasis komunitas.  
Pendekatan berbasis komunitas dalam pengembangan pasar seperti komunitas pedagang, komunitas pengusaha muda, komunitas UMKM, dan lain-lain. Dengan masuknya BPRS ke dalam komunitas-komunitas tertentu, nasabah yang satu akan menjadi stimulan bagi calon nasabah lainnya sehingga lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan melakukan pendekatan pada calon nasabah satu per satu.
- 4) Penyusunan platform digital bersama BPRS Digitalisasi di sektor keuangan dan ekonomi yang semakin berkembang menjadikan penyusunan platform digital bersama BPRS ini sebagai strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan. Digitalisasi yang kini menjadi kebutuhan akan membuat industri BPRS ini akan tertinggal jika tidak mengikuti perkembangannya. Masyarakat saat ini membutuhkan kemudahan dan kecepatan transaksi, sehingga industri BPRS harus memiliki platform digital yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut agar dapat bertahan dan berkompetisi dengan institusi keuangan lainnya, baik konvensional maupun syariah.
- 5) Pembentukan APEX BPRS  
Pembentukan APEX BPRS merupakan strategi yang tepat untuk menciptakan suatu ekosistem yang baik dalam industri BPRS. Pada 2017, Ketua Dewan Komisiner OJK, mengungkapkan bahwa apex secara umum berperan dalam pengumpulan dana atau *pooling of fund* serta memberikan bantuan keuangan atau *financial assistance* juga dukungan teknis (*technical support*). Sehingga keberadaan APEX ini sangat krusial dalam membantu penyediaan dan penyaluran fasilitas likuiditas sebagai antisipasi kekeringan likuiditas di industri keuangan terutama pada BPRS, serta mendukung proses restrukturisasi dan penyaluran subsidi dari pemerintah. APEX juga memiliki peran penting untuk dapat menaungi serta membantu perkembangan layanan digital BPRS.
- 6) Kolaborasi dengan *stakeholder* dalam pengembangan UMKM  
Kolaborasi dengan *stakeholder* dalam pengembangan UMKM merupakan salah

satu kunci mengingat UMKM sebagai segmen utama dalam industri BPRS, sehingga semakin berkembangnya industri UMKM semakin besar pula peluang BPRS dalam mendapatkan nasabah

- 7) Kolaborasi dengan *stakeholder* dalam pengembangan SDM BPRS  
Kolaborasi dengan *stakeholder* dalam pengembangan SDM BPRS diperlukan mengingat terbatasnya praktisi yang berkualitas di bidang ekonomi syariah. Secara khusus BPRS dapat berkolaborasi dengan institusi atau lembaga pendidikan guna meningkatkan pemahaman serta kemampuan pada praktisi SDM dalam industri BPRS.
- 8) Inovasi produk dan layanan pembiayaan syariah  
Pengelolaan dan pembiayaan BPRS yang berbasis syariah sebenarnya menjadi keunggulan tersendiri dikarenakan dapat dikembangkan menjadi akad produk dan layanan pembiayaan yang bervariasi. Value syariah yang dimiliki menjadikan produk BPRS berbeda dengan produk dari lembaga keuangan lain.
- 9) Advokasi kebijakan yang kondusif untuk pengembangan BPRS
- 10) Kolaborasi BPRS dengan *fintech lending* syariah.  
Kolaborasi BPRS dengan *fintech lending* syariah dilakukan untuk pengembangan infrastruktur IT mengingat permodalan BPRS yang masih lemah.

## Daftar Pustaka

- [OJK] Otoritas Jasa Keuangan. Departemen Pengembangan Pengawasan dan Manajemen Krisis OJK. 2022. Laporan Profil Industri Perbankan Triwulan I 2022.
- [OJK] Otoritas Jasa Keuangan. 2021. Roadmap Pengembangan Perbankan Indonesia bagi Industri BPR dan BPRS 2021-2025.
- [OJK] Otoritas Jasa Keuangan. 2022. Statistik Perbankan Syariah per Juni 2022.
- [KNEKS] Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. 2019. Rekomendasi Kebijakan Strategi Pengembangan Keuangan Mikro Syariah Di Indonesia.



**Direktorat  
Publikasi Ilmiah  
dan Informasi Strategis**

Direktorat Publikasi Ilmiah dan Informasi Strategis IPB (DPIS IPB) melaksanakan tugas dalam mengkaji dan mengelola informasi terkait isu-isu strategis untuk meningkatkan peran IPB dalam kebijakan pertanian, kelautan dan biosains tropika, serta mendorong peningkatan publikasi ilmiah untuk mendukung IPB menjadi World Class University.

**Direktorat Publikasi Ilmiah dan Informasi Strategis (DPIS), IPB University**  
Gedung LSI Lantai 1, Jl. Kamper, Kampus IPB Dramaga, Bogor - Indonesia 16680  
Website: <https://dpis.ipb.ac.id>

