

KONSEP MANAJEMEN AMANAH

(Kajian Teoritik terhadap Sistem Finansial Perbankan Islam)

Eko Suprayitno

Melemahnya sektor moneter dalam hal ini adalah nilai tukar rupiah terhadap dollar telah ikut serta merusak sendi-sendi perekonomian kita. Terjadinya krisis nilai tukar telah memaksa pemerintah untuk segera melakukan restrukturisasi perbankan dan program penjadwalan kembali hutang pemerintah dan swasta. Upaya ini sebagai salah satu dari sekian banyak program pemulihan perekonomian Indonesia yang telah dilakukan oleh pemerintah.

Kenyataan ini tentu saja memberikan dampak yang relatif signifikan bagi kalangan dunia usaha, terutama dalam menentukan arah kebijakan dan strategi perusahaan. Akibatnya, dengan tidak mampunya sektor riil untuk menekan harga produk, akan memberikan pengaruh tingkat Inflasi Perekonomian Indonesia. Situasi tersebut telah menyulitkan pelaku bisnis untuk menyusun suatu strategi yang dapat diterapkan pada situasi seperti sekarang.

Oleh karena itu, sebagai upaya menggerakkan kembali perekonomian Indonesia, pemerintah melalui Bank Indonesia, telah mengeluarkan beberapa kebijakan, baik pada tingkat undang-undang maupun surat ketetapan menteri. Salah satu kebijakan yang telah dilakukan pemerintah antara lain dengan diberlakukannya Undang-Undang (UU) No. 10 Tahun 1998 yang merupakan penyempurnaan atas UU No. 7 tahun 1992. Sebagai tindak lanjut pelaksanaan UU No. 10 tahun 1998 tersebut, Bank Indonesia telah mengeluarkan beberapa ketentuan di bidang perbankan yang salah satunya dengan diberikannya peluang untuk terselenggaranya kegiatan usaha bank berdasarkan Prinsip syari'ah. Kegiatan usahabank berdasarkan prinsip syari'ah secara resmi sebenarnya telah dipublikasikan sejak tahun 1992, yaitu dengan adanya ketentuan usaha bagi hasil dalam undang-undang perbankan No. 7 tahun 1992, yang kemudian diikuti dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI). Sehingga peranan bank syariah sebagai unit intermediary yang efisien diharapkan dapat segera dimanfaatkan oleh banyak kalangan terutama oleh dunia usaha kita.

Dengan adanya peluang untuk pemanfaatan sistem operasi bank syariah diatas, telah memberi kesempatan dunia usaha untuk mencoba mempertimbangkan sistem tersebut sebagai salah satu pendekatan yang dapat digunakan dalam penyusunan

strategi keuangan syariah. Seperti yang kita ketahui bersama, bahwa sistem ini secara alamiah terproteksi dari gejolak moneter dan keuangan global yaitu karena terbebas dari referensi tingkat suku bunga (*free interest based-bank*), dari pengalaman beberapa negara telah membuktikan bahwa bank syariah dan nasabah ternyata sangat kompetitif dalam menghadapi gejolak moneter, perubahan ekonomi, perubahan pasar, dan perubahan kebijakan ekonomi/perdagangan dunia. Akhirnya, bagaimana penerapan sistem manajemen bank syari'ah dalam manajemen keuangan bank dengan memperhatikan keunggulan dan kelemahan yang akan dihadapi.

Terlepas dari kaitan antara aspek ekonomi, politik, dan berbagai aspek lainnya, dari sudut pandang ekonomi sendiri, semua orang sibuk menganalisis sambil disana-sini memberikan solusi sesuai dengan hasil analisis masing-masing walaupun kadang-kadang solusi dan analisisnya kurang ilmiah dan kurang masuk akal. Disisi lain, Pemerintah sendiri terus berusaha dengan sekuat tenaga dengan segala daya dan upaya agar semua persoalan ini dapat segera diatasi. Dalam konteks ini, ada orang yang berfikir pragmatis, namun tidak sedikit pula yang berfikir jauh lebih konseptual. Pemikiran pragmatis tentu bertujuan, agar dalam masa yang sesingkat-

singkatnya, masyarakat Indonesia bisa keluar dari krisis yang sangat memberatkan ini. Dalam konteks inilah misalnya adanya program jaringan pengaman sosial, program bantuan teknis, bantuan usaha lewat berbagai skim kredit, dan berbagai macam program lainnya.

Sebagian orang masih berdebat tentang apa sebenarnya ekonomi kerakyatan itu. Sementara itu, bahkan ada pula yang mempertanyakan landasan pemikiran sistem ekonomi kerakyatan itu. Mereka berada pada posisi ini, secara sangat skeptikal mempertanyakan kemungkinan keberhasilan sistem ini, sambil menegaskan betapa secara empiris, belum pernah ada bukti yang meyakinkan, sehingga dengan demikian, bagi mereka sistem ekonomi kerakyatan sangat sulit diharapkan berhasil.

Selain sistem ekonomi kerakyatan, sejak beberapa waktu yang lalu, ada pula diantara para pakar yang mencoba mengangkat wacana sistem ekonomi Islam atau sering disebut dengan sistem ekonomi syari'ah. Mereka yang meyakini mengatakan, bahwa

Sebagian orang masih berdebat tentang apa sebenarnya ekonomi kerakyatan itu. Sementara itu, bahkan ada pula yang mempertanyakan landasan pemikiran sistem ekonomi kerakyatan itu. Mereka berada pada posisi ini, secara sangat skeptikal mempertanyakan kemungkinan keberhasilan sistem ini, sambil menegaskan betapa secara empiris, belum pernah ada bukti yang meyakinkan, sehingga dengan demikian, bagi mereka sistem ekonomi kerakyatan sangat sulit diharapkan berhasil.

sistem ekonomi Islam merupakan sebuah sistem alternatif yang menjanjikan, dan oleh karenanya layak dipertimbangkan secara seksama. Namun demikian, tidak sedikit pula yang mempertanyakan, apakah benar sistem ekonomi Islam merupakan sebuah alternatif yang menjanjikan, khususnya upaya menyelesaikan masalah ekonomi bangsa yang sangat menyesak ini, walaupun pada saat ini sudah mulai banyak yang menerapkan sistem ekonomi syari'ah ini dalam dunia perbankan.

ORGANISASI SYARI'AH DAN METAFORA AMANAH

Secara tradisional, organisasi dimengerti sebagai perusahaan yang mempunyai tujuan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemilik perusahaan (*stockholders*) tanpa harus ada kewajiban sosial (*Social responsibility*). Pengertian tradisional ini begitu dominan, sehingga sampai pada saat ini masih banyak perusahaan yang menggunakan konsep tersebut. Bahkan pandangan ini diperkuat oleh Milton Friedman (1970) seorang ekonom pemenang hadiah Nobel dalam tulisannya berjudul *The social Responsibility of Business is to Increase Its Profits* mengatakan :

Businessmen who talk this way (proposing social responsibility of business) are unwitting puppets of intellectual forces that have been undermining the basis of a free society these past decades....there is one and only one social responsibility of business to use its resources and engage in activities design to increase its profit so long as it stays within the rules of the game, which is to say, engages in open and free competition without deception or fraud.

Friedman jelas menolak adanya tanggung jawab social bagi perusahaan, atau dengan kata lain, ia mereduksi tanggung jawab social dalam pencapaian laba (yang maksimal). Dalam dunia nyata, konsep ini bukannya tanpa masalah. Karena motivasi untuk memperoleh laba maksimal, secara psikologis, akan menstimulasi timbulnya perilaku egoistik secara berlebihan.

Dengan pemahaman seperti diatas, organisasi tidak diragukan lagi dapat disamakan dengan metafora mesin dalam paradigma fungsionalis, karena organisasi dianggap sebuah mesin pengeruk laba. Hal yang sama juga dapat ditemui pada metafora amanah. Metafora ini mempunyai nuansa humanis dan transedental. Metafora amanah sebetulnya diangkat dari penelitian empiris yang dilakukan terhadap organisasi bisnis dan sosial yang secara eksplisit berdasarkan pada syariaah (lihat pada Triuwono 1995). "Amanah" adalah suatu yang dipercayakan kepada orang lain untuk digunakan sebagaimana mestinya sesuai dengan

keinginan yang mengamanahkan. Ini artinya bahwa pihak yang mendapatkan amanah tidak memiliki hak penguasaan (pemilikan) mutlak atas apa yang diamanahkan. Ia memiliki kewajiban untuk memelihara amanah tersebut dengan baik dan mema faatkannya sesuai dengan yang dikehendaki oleh pemberi amanah.

Dalam metafora amanah ini ada tiga bagian penting yang harus diperhatikan, yaitu: pemberi amanah, penerima amanah, dan amanah itu sendiri. Pemberi amanah dalam hal ini, adalah Tuhan Sang pencipta Alam Semesta. Dengan kekuasaannya yang Maha Besar, Tuhan menciptakan manusia sebagai wakilnya di bumi (Khalifatullah fil Ardh), seperti difirmankan dalam Al-Qur'an:

Ingatlah ketika Rabb-mu berfirman kepada para Malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang Khalifah di muka bumi" (QS,2:30).

Dia-lah yang menjadikan kamu khalifah-khalifah di muka bumi (QS, 35:39).

Amanah untuk menyebarkan rahmat ini merupakan tugas universal setiap diri manusia tanpa ada batas ruang dan waktu. Dengan demikian tujuan organisasi (perusahaan) tidak lagi memaksimalkan laba, tetapi "memaksimalkan rahmat," yang meliputi rahmat (kesejahteraan) materi, rahmat psikis (mental), dan spiritual. "Memaksimalkan rahmat" mengandung makna implisit bahwa proses sampai tujuan tersebut harus berdasarkan pada mayoritias syari'ah melalui sebuah proses manajemen, yaitu *Manajemen Amanah*.

Selain itu tentang hal ini Rahardjo (1995, 47) mengartikan khalifah sebagai; Sebuah fungsi yang diemban oleh manusia berdasarkan amanat yang diterimanya dari Allah. Amanat itu pada intinya adalah tugas mengelola bumi secara bertanggung jawab, dengan menggunakan akal yang telah dianugerahkan Allah kepadanya.

Pernyataan ini menguatkan pengertian bahwa manusia dengan predikat khalifah Allah di bumi mengemban amanah atau tugas tertentu yang harus dilakukan dengan rasa penuh tanggung jawab. Ini berarti bahwa penerima amanah, dalam melakukan segala sesuatu, harus berdasarkan pada kesadaran diri (*self-consciousness*) bahwa ia sebenarnya adalah khalifah Tuhan di

bumi yang mempunyai konsekuensi bahwa semua aktivitasnya harus sesuai dengan keinginan Tuhan (*the will of God*). Atau, dengan ungkapan yang lain, penerima amanah harus menjadikan predikat 'khalifah Tuhan di bumi' (*Khalifatullah fil Ardh*) sebagai cara pandang (perspektif) dalam setiap gerak langkah kehidupannya baik secara individual maupun secara komunal.

Dengan mengakui bahwa perspektif ini sebagai perspektif yang tunggal dan universal, maka penerima amanah akan secara sadar mengetahui tentang amanah yang harus ditunaikannya, yaitu, "mengelola bumi secara bertanggung jawab" (Rahardjo 1995, 47), atau dengan menggunakan bahasa Al-Qur'an, 'menyebarkan rahmat bagi seluruh alam,' seperti difirmankan Allah dalam Al-Qur'an 21:107:

Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.

Amanah untuk menyebarkan rahmat ini merupakan tugas universal setiap diri manusia tanpa ada batas ruang dan waktu. Dengan demikian tujuan organisasi (perusahaan) tidak lagi memaksimalkan laba, tetapi “memaksimalkan rahmat,” yang meliputi rahmat (kesejahteraan) materi, rahmat psikis (mental), dan spiritual. “Memaksimalkan rahmat” mengandung makna implisit bahwa proses sampai tujuan tersebut harus berdasarkan pada mayoritas syari’ah melalui sebuah proses manajemen, yaitu *Manajemen Amanah*.

Mirip dengan konsep “Memaksimalkan rahmat” tersebut, Sikula (1996, 96) mengajukan konsep yang dikenal dengan nama *moral maximization* sebagai tujuan perusahaan. Sikula memaknainya sebagai “perilaku, aksi dan keputusan yang mengakibatkan adanya peningkatan yang paling besar dari hak asasi, kebebasan, kesamaan, dan pengembangan manusia secara individual maupun kolektif (1996, 96).

Sikula (1996, 99) menempatkan empat aspek sebagai indikator/standart *moral maximization*nya, yaitu: hak asasi manusia (*human rights*), kebebasan manusia (*Human freedom*), kesamaan manusia (*human equity*), dan pengembangan manusia (*Human Development*) seperti pada tabel 1.

Untuk mencapai standart *moral maximization* ini, Sikula (1996, 96) menggunakan pola manajemen yang disebut dengan standart *Moral management*. Sedikit lebih luas dari *moral maximization*, organisasi dengan metafora amanah ini tidak saja mempunyai kepedulian terhadap kesejahteraan manusia (*stakeholders*), tetapi juga terhadap kesejahteraan (kelestarian) alam. Ini merupakan refleksi dari Al-Qur’an 21:107. Namun, manusia dalam merefleksikan misinya ini bukannya tanpa aturan, karena penerima amanah terikat pada tata-aturan yang dikehendaki oleh Pemberi Amanah. Seperti dalam ayat Al-Qur’an di bawah ini:

“...sesungguhnya Kami menjadikan kamu khalifah (penguasa) di muka bumi, maka berilah keputusan (perkara) di antara manusia dengan adil dan jangan kamu mengikuti hawa nafsu, karena ia akan menyesatkan kamu dari jalan Allah (QS. 38:26).”

MANAJEMEN AMANAH

Sifat ketundukan dan kepasrahan kepada Tuhan semesta alam ini menjadikan sebuah konsekuensi bahwa organisasi dalam seluruh hidupnya harus dioperasikan atas dasar nilai-nilai etika, yang dalam kaitannya dengan bisnis dinamakan dengan etika bisnis. Kebutuhan untuk menerapkan etika bisnis ini sebetulnya bukan hanya dari pandangan tradisi Islam, tetapi juga pandangan manusia mempunyai kepedulian terhadap masalah ini. Sebagai contoh, kepedulian ini dinyatakan oleh Chryssides dan Kaler (1993). Menurut mereka, etika bisnis adalah:

“.....ethics as it applies to business...[It is] about whether we ought or ought not to perform certain kinds of actions; about whether those actions are good or bad, right or wrong, virtuous or vicious, worthy of praise or blame, reward or punishment, and so on (1993, 12).”

Perhatian Chryssides dan Kaler ini bukannya tanpa latar belakang. Karena mereka, dan mungkin juga kita, melihat ada suatu kesan bahwa seolah-olah bisnis sama sekali tidak ada hubungannya dengan etika. Paling tidak kesan ini diperoleh De George, sehingga ia mengatakan:

“The position the ethics has nothing to do with business has a long history. But it is a position that takes too narrow a view of both ethics and business. Ethics is concerned with the goods worth seeking in life and with the rules that ought to govern human behavior and social interaction. Business is not just matter of economics exchange, of money, commodities and profits; it involves human interaction, is basic to human society, and is intertwined with the political, social, legal, and cultural life

Tabel 1. Moral Maximization Standards (MMS)

Human Rights	Human freedoms	Human equity	Human Development
Education	Leisure/rest	Due process	Achievement
Health	Liberty	Equal opportunity	Companionship
Life	Peaceful Assembly	Justice/fairness	Inner Accord
Privacy	Petition	Presumed innocence	Involvement/participation
Property	Pursuit of Happiness	Affirmative action	Prosperity
Safety	Religious worship	Community mirroring	Recognition
Voting	Speech/Expression	Minority mentoring	Security
Work	Travel	Rainbow coalition	Self respect

Sumber : Sikula (1996,99)

society (1993, 37).”

Pernyataan De George dia atas sebetulnya merupakan refleksi dari keadaan bisnis sekarang yang mengidentifikasi bahwa masyarakat (bisnis) mempunyai persepsi yang salah tentang etika. Etika, menurut persepsi mereka, sama sekali tidak memiliki sesuatu yang dapat dilakukan dengan bisnis. Etika adalah sesuatu hal dan bisnis adalah suatu hal yang lain, keduanya tidak memiliki hubungan, atau, keduanya adalah sesuatu yang sangat berbeda. Kesan semacam ini juga sering kita temui dalam kehidupan sehari-hari seperti yang dikemukakan oleh Keraf; *“Namun yang sangat memprihatinkan adalah bahwa bisnis hampir tidak pernah atau belum dianggap sebagai suatu profesi yang luhur. Hal ini disebabkan oleh pandangan masyarakat yang menganggap bahwa bisnis adalah pekerjaan yang kotor dan dicemoohkan. Itulah sebabnya bisnis selalu menadapat konotasi yang jelek....Kesan dan sikap masyarakat seperti itu sebenarnya disebabkan oleh ulah orang-orang bisnis itu sendiri, atau lebih tepat ulah beberapa “orang bisnis” yang memperlihatkan citra yang begitu negatif (1991, 51-2).”*

“Namun yang sangat memprihatinkan adalah bahwa bisnis hampir tidak pernah atau belum dianggap sebagai suatu profesi yang luhur. Hal ini disebabkan oleh pandangan masyarakat yang menganggap bahwa bisnis adalah pekerjaan yang kotor dan dicemoohkan. Itulah sebabnya bisnis selalu menadapat konotasi yang jelek....Kesan dan sikap masyarakat seperti itu sebenarnya disebabkan oleh ulah orang-orang bisnis itu sendiri, atau lebih tepat ulah beberapa “orang bisnis” yang memperlihatkan citra yang begitu negatif (1991, 51-2).”

Kepedulian tentang etika bisnis ini menjadi sesuatu yang krusial, karena tanpa adanya kepedulian semacam ini mustahil bisnis dapat dianggap, seperti dikatakan Keraf, sebagai profesi yang luhur, dan mustahil pula akan tercipta peradaban bisnis wawasan humanis, emansipatoris, transedental (Kuntowidjoyo 1991), dan teleologikal. Dalam tradisi Islam, atau organisasi yang

menggunakan metafora amanah, etika (bisnis) ‘diformulasikan’ dalam bentuk Syari’ah, dimana dalam pengertian yang luas, ia (Syari’ah) merupakan pedoman yang digunakan oleh umat Islam untuk berperilaku dalam segala aspek kehidupan.

Bagi umat Islam, kegiatan bisnis tidak pernah terlepas dari “ikatan” etika Syari’ah. Oleh karena itu, bukan suatu hal yang berlebihan bila, misalnya bank Islam beroperasi berdasarkan pada nilai etika Syari’ah. Bahkan secara formal bank Islam membentuk suatu badan khusus dalam organisasinya. Badan ini bertugas memberikan pandangan dasar-dasar etika (atau pengawasan) Syari’ah bagi manajemen dalam menjalankan operasinya. Badan tersebut dinamakan Dewan Pengawas Syari’ah yang berdiri secara independen di dalam organisasi bank.

Dari keterangan di atas, secara eksplisit terlihat bahwa eksistensi etika Syari’ah dalam organisasi bisnis sebetulnya merupakan konsekuensi logis dari penggunaan metafora amanah dalam melihat sebuah organisasi. Konsekuensi semacam ini akan sulit ditemukan dalam metafora lain.

Aplikasi etika syari’ah sebagai konsekuensi dari tujuan perusahaan yang memaksimalkan rahmat melahirkan apa yang disebut dengan *manajenen amanah*. Seluruh proses dalam manajemen ini selalu dijiwai oleh, dan dipraktikan dengan, etika syari’ah untuk memaksimalkan rahmat. Meskipun tujuan perusahaan adalah memaksimalkan rahmat, ini bukan berarti bahwa konsep tersebut meletakkan orientasi pada tujuan (*ends*), tetapi lebih menekankan

Tabel 2. Tingkatan Organisasi Strategi Aplikasi Manajemen Amanah

Stage	Degree of Employee Involvement	Marketing Approach	Accounting and Finance	Strategic Initiative	Operation Management
Stage 1	<input type="checkbox"/> Individual operation initiative	<input type="checkbox"/> Amanah marketing for short-term customer	<input type="checkbox"/> Minimize social cost and liability	<input type="checkbox"/> Compliance	<input type="checkbox"/> Amanah Officers <input type="checkbox"/> Amanah management audit
Stage 2	<input type="checkbox"/> Team Amanah Management <input type="checkbox"/> Total Quality Amanah Management	<input type="checkbox"/> Satisfying longterm customer	<input type="checkbox"/> Extravagant (israf) cost avoidance	<input type="checkbox"/> Unethical behavior prevention <input type="checkbox"/> Unethical behavior as cost	<input type="checkbox"/> Senoir Amanah management <input type="checkbox"/> A m a n a h assurances
Stage 3	<input type="checkbox"/> High integration and involved workforced	<input type="checkbox"/> Amanah design <input type="checkbox"/> Product reformation	<input type="checkbox"/> Revenue and asset generator <input type="checkbox"/> Zakat motive	<input type="checkbox"/> Morality as an asset	<input type="checkbox"/> Board members responsible for moral

Sumber : Denton (1994, 105; dimodifikasi)

pada proses, karena penekanan terhadap tujuan akan mengakibatkan malpraktik atau perilaku yang menyimpang.

Oleh karena itu, ditekankan oleh manajemen amanah adalah proses bagaimana memaksimalkan rahmat dapat dilakukan. Untuk itu strategi untuk mengaplikasikan manajemen amanah perlu dilakukan agar manajemen amanah menjadi corporate culture dari perusahaan.

STRATEGI APLIKASI MANAJEMEN KEUANGAN AMANAH

Dengan gambaran diatas kita dapat secara umum merumuskan strategi aplikasi dari manajemen amanah dalam sebuah bank. Dengan mengambil inspirasi dari Denton (1994, 97-119). Model yang dikembangkan oleh Denton ini sebetulnya untuk 'membangkitkan' environmental management dengan filosofi zero waste atau waste as an "asset." Model yang dikemukakan oleh denton (1994, 60) bukan model yang bersifat normatif, karena model tersebut sudah dipraktikkan, yaitu misalnya di Dow Chemical dengan program Waste Reduction Always Pays (WRAP) yang dilakukan sejak 1986.

Model tersebut secara sistematis membuat tiga tahapan dalam upaya membuat perusahaan/manajemen berwawasan lingkungan (Denton 1994, 104), yaitu

; stage 1 Organization, stage 2 Organization, dan Stage 3 organization. Masing-masing tahap (lihat tabel 2) meliputi lima dimensi manajemen, yaitu; (1) workforce, (2) operation management, (3) strategy, (4) accounting and finance, dan (5) marketing.

Dalam konteks strategi aplikasi manajemen amanah, stage 1 organization pada dasarnya bersifat individual. Artinya perusahaan berusaha untuk mengimplementasikan manajemen amanah pada tingkat individu. Setiap karyawan, pada aspek tingkat keterlibatan karyawan (degree of employee involvement), memiliki kesadaran diri (self-consciousness) tentang, dan mempraktekkan, etika syari'ah dalam tugas sehari-hari di perusahaan.

Implikasinya dapat dipraktikkan pada pendekatan pemasaran (marketing approach) yang dilakukan, yaitu dengan teknik pemasaran amanah (misalnya, memberikan informasi yang jujur dan lengkap, tidak menyesatkan, mengutamakan pelanggan, dan lain-lainnya). Untuk menjangkau pelanggan jangka pendek (short term-customer). Pada aspek accounting and finance, setiap individu karyawan memiliki perilaku untuk meminimalkan biaya sosial dan kewajibn (social cost and liability). Setiap karyawan akan menyadari bahwa melakukan kesalahan dengan cara berperilaku tidak etis (misalnya, memberikan informasi yang menyesatkan dan menipu kepada pelanggan) akan menimbulkan biaya sosial yang akan merugikan orang lain (pelanggan) dan menimbulkan kewajiban bagi perusahaan bila, misalnya pelanggan melakukan tuntutan kepada perusahaan karena

pelanggan merasa dirugikan oleh perusahaan. Pada tahap ini untuk tahap aspek strategic initiative diperlukan "ketaatan" (compliance) karyawan terhadap ethical conduct yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Pada Operation management karyawan yang amanah (amanah officers) sudah mulai dikondisikan misalnya dengan cara melakukan amanah management audit. Salah satu aspek dari amanah management audit ini adalah untuk meyakinkan bahwa karyawan telah melakukan tugasnya berdasarkan pada nilai moralitas yang berlaku (diperusahaan/diperbankan).

Indonesia adalah negara yang sedang membangun dengan sasaran peningkatan kesejahteraan materiil dan spirituil. Kesejahteraan materiil biasanya diterjemahkan dalam bentuk berupa peningkatan kesejahteraan lahir, yaitu peningkatan pendapatan per kapita penduduk, tersedianya cukup sandang dan pangan, tersedianya papan yang layak, tersedianya kesempatan memperoleh perawatan kesehatan, dll. Sedang kesejahteraan spirituil biasanya diterjemahkan dalam bentuk peningkatan kesejahteraan bathin, yaitu: peningkatan kecerdasan, peningkatan keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan YME, dll.

Untuk mencapai sasaran pembangunan tersebut diatas, ada tiga upaya yang harus ditempuh yaitu, Pertama, mengupayakan terjadinya pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi, melalui perencanaan pembangunan yang berkesinambungan, berpedoman pada GBHN, REPELITA, dan APBN, serta mengupayakan terciptanya iklim investasi yang cukup mendukung, dalam bentuk tingkat bunga yang rendah, tersedianya sarana dan prasarana yang memadai, tersedianya SDM yang terampil dan terdidik, dll. Selain dari pada itu untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi diperlukan pula kebijaksanaan dibidang kependudukan, yaitu: pengendalian pertumbuhan penduduk, melalui keluarga berencana dan transmigrasi, dan peningkatan produktivitas dan efisiensi, melalui peningkatan kualitas SDM (untuk ICOR yang rendah).

Daftar Pustaka

- Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Jilid I – IV, Dhana Bhakti Wakaf, Yogyakarta 1995.
- Didiet P. Affandy, *Strategi Manajemen Keuangan Syari'ah*, PPBEI FE UNIBRAW, Hotel Batu Malang 1999
- Iwan Triyuwono, *Manajemen Amanah Teori dan Aplikasi*, PPBEI FE UNIBRAW
- M. A. Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Dhana Bhakti Wakaf, Yogyakarta 1997
- M. Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Wacana Ulama dan Cendekiawan*, Tazkia Institute & BI, Jakarta 1999.