

## ALTERNATIF SKEMA PEMBIAYAAN INDUSTRI KREATIF DI JAWA BARAT

Atih R Dariah  
Dosen Program Studi Ilmu Ekonomi UNISBA

### Abstrak

Jawa Barat memiliki potensi ekonomi kreatif yang luar biasa. Dalam pengembangannya, mayoritas pelaku usaha membutuhkan fasilitasi bidang pemasaran dan keuangan. Tulisan ini mengupas penting tidaknya industri yang bergerak di bidang ekonomi kreatif diberikan skim pembiayaan yang sangat spesifik dan seperti apa alternatif skema pembiayaan bagi pelaku usaha industri kreatif di Jawa Barat.

Berdasarkan hasil studi literatur terkait penelitian yang membahas tentang pembiayaan industri kreatif, diperoleh jawaban bahwa tidak mudah merancang skema pembiayaan yang spesifik untuk industri kreatif. Hal ini disebabkan *nature business* sub sektor industri kreatif yang sangat beragam termasuk pola rantai nilainya. Namun sebagian besar pelaku seluruh sub sektor industri kreatif di Jawa Barat merupakan usaha mikro kecil, sehingga Pemerintah Provinsi Jawa Barat menetapkan salah satu kegiatan dalam rencana aksi pengembangan ekonomi kreatif Jawa Barat adalah penyusunan skema bantuan pembiayaan yang sesuai bagi pelaku ekonomi kreatif dengan indikator diantaranya bantuan pinjaman.

Bantuan pinjaman seyogianya diseting untuk tahap usaha pemula, ketika sub sektor industri kreatif terus berkembang dan matang, peran lembaga keuangan akan lebih tepat. Pembiayaan dari perbankan syariah dengan prinsip bagi hasil dan prinsip jual beli lebih memadai karena mengakomodir karakteristik *nature bisnis* apa pun. Hanya saja dalam praktiknya hingga saat ini, implementasi operasi perbankan syariah sesuai konsepnya belum berjalan optimal. Masih banyak bank syariah tetap meminta agunan ketika ia memberikan pembiayaan Mudharabah atau Musyarakah, dan cenderung lebih menganjurkan prinsip jual beli dibandingkan dengan prinsip bagi hasil. Dalam kondisi demikian, pemerintah bisa menginisiasi beroperasinya Lembaga Pembiayaan UMKM sebagai lembaga pooling dana berkolaborasi dengan perbankan. Lembaga tersebut dapat berbentuk PT dimana komunitas ekonomi kreatif diberi kesempatan menjadi pemegang saham selain yang utama pemerintah dan perusahaan (BUMN/D, PMA, PMDN).

Kata kunci: industri kreatif, skema pembiayaan

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Ekonomi kreatif muncul sebagai kekuatan ekonomi baru yang diperkirakan akan menjadi basis di abad 21 ini dan mungkin dalam abad-abad berikutnya, mengingat eksploitasi kreativitas bisa berjalan tanpa batas. Pembentuk ekonomi kreatif berbasis pada individu yang kreatif, industri kreatif dan kota kreatif. Inggris merupakan negara pencetus awal munculnya gelombang ekonomi kreatif sebagai sumber pertumbuhan ekonomi pada tahun 1990 an. Dalam perjalanannya, banyak negara berkembang mengadopsi dan turut mengembangkannya termasuk Indonesia.

Fokus Pemerintah Indonesia terhadap industri kreatif baru dimulai tahun 2006, dan pada tahun 2009 secara resmi presiden mengeluarkan Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, yang secara kelembagaan menggiring pada kolaborasi sejumlah kementerian dan lembaga terkait serta seluruh gubernur dan kabupaten/kota untuk implementasi strategi pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Munculnya nomenklatur baru dalam struktur organ eksekutif pemerintahan di Indonesia yakni Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang diumumkan secara resmi pada saat reshuffle kabinet di pertengahan tahun 2011, menjadi sinyal kuat komitmen pemerintah untuk mendukung tumbuhkembangnya ekonomi kreatif di Indonesia.

Provinsi Jawa Barat memiliki potensi besar pengembangan ekonomi kreatif. Hasil pemetaan Tim Inisiasi Ekonomi Kreatif Provinsi Jawa Barat, diketahui terdapat 7 industri kreatif di Jawa Barat yakni advertising, seni dan pasar antik, kerajinan, desain, seni pertunjukan, seni rupa dan lainnya (termasuk kuliner). Berdasarkan profilnya, mayoritas pelaku usaha industri kreatif tersebut adalah usaha mikro kecil. Sebagian besar harapan pelaku usaha industri kreatif Jawa Barat untuk pengembangan usaha ke depannya yakni fasilitasi bidang pemasaran dan keuangan (Bappeda Provinsi Jawa Barat, 2011).

Munculnya harapan fasilitasi bidang keuangan mencerminkan keterbatasan akses pada sumber pembiayaan. Masalah akses ini tidak sekedar dihadapi pelaku usaha kreatif di Jawa Barat, juga di tingkat nasional dan negara lain termasuk Inggris (Fraser, 2011; Prihtiyani, 2011; Asdi, 2011; Mutmainah, 2011, Bappeda Jabar, 2011). Hal ini terkait erat dengan keterbatasan kepemilikan agunan para pelaku industri kreatif yang

mengandalkan intangible asset, sedangkan tuntutan perbankan agunan berbentuk fisik. Selain itu, isu ketidakpastian terutama terkait moral hazard tampaknya merupakan isu yang lebih besar yang mengarahkan pada masalah akut kegagalan pasar dalam penawaran keuangan untuk industri kreatif dibandingkan dengan industri lainnya. Menurut Fraser, kekhawatiran pandangan bahwa 'seni sebatas untuk seni' memberi celah terjadinya *adverse selection* dan *moral hazard* (Fraser, 2011).

Berdasarkan hasil survey Tim Inisiasi Ekonomi Kreatif Provinsi Jawa Barat diperoleh informasi bahwa sebagian besar pelaku industri kreatif membutuhkan modal untuk berkembang. Menariknya, sebagian besar dari mereka juga membutuhkan info dana CSR (Bappeda Provinsi Jawa Barat, 2011). Hal ini mengisyaratkan bahwa modal yang mereka harapkan bukanlah merupakan pinjaman komersil. Hal ini diperkuat dengan pernyataan bahwa sebagian besar dari mereka menggunakan modal pribadi atau keluarga.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan fakta permasalahan di atas, dirumuskan masalah:

1. Apakah industri kreatif membutuhkan skema pembiayaan yang sangat spesifik?
2. Seperti apakah alternatif skema pembiayaan bagi pelaku usaha industri kreatif di Jawa Barat?

## **1.3. Tujuan Penulisan**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, ditetapkan tujuan penulisan:

1. Menganalisis penting tidaknya industri kreatif diberikan skema pembiayaan yang sangat spesifik.
2. Mengidentifikasi alternatif skema pembiayaan bagi pelaku usaha industri kreatif di Jawa Barat.

## BAB II STUDI LITERATUR

### 2.1. Skema Pembiayaan

Dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah kepada nasabah. Menurut UU Perbankan No. 10 Tahun 1998, Pembiayaan Berdasar Prinsip Syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Dalam arti luas pembiayaan adalah tindakan penyediaan dana bagi kegiatan usaha, pembelian atau investasi (<http://www.investopedia.com>). Penyediaan dana bisa dilakukan oleh lembaga keuangan, bank atau instansi pemerintahan untuk mendukung kegiatan usaha, konsumen dan investor.

Berdasarkan definisi pembiayaan demikian, berarti skema pembiayaan merupakan kerangka pembiayaan yang dirancang sedemikian rupa oleh penyedia dana untuk calon penerima berdasarkan kesepakatan perjanjian tertentu. Sesuai latar belakang dan tujuan serta sasaran penyediaan dana maka akan muncul berbagai skema pembiayaan. Beberapa contoh berikut yang terkait dengan pelaku UMKM diantaranya Skema pembiayaan UMKM inovatif (Pusat Inovasi UMKM), skema pembiayaan usaha kecil menengah dan koperasi pelaku ekspor (Kementerian KUMKM), skim pembiayaan UMKM dengan pola dana bergulir PEMDA.

Skema pembiayaan UMKM inovatif merupakan skema pembiayaan yang diperuntukkan bagi para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dengan memperhatikan kondisi usaha dan kemampuan pengembalian kredit UMKM tersebut. Pola pembiayaan UMKM inovatif meliputi sedikitnya 4 pola berikut ini, yakni: pembiayaan perbankan pemerintah dan swasta, Program Lembaga Pengelolaan Dana Bergulir (LPDB) Kementerian Koperasi dan UKM, Pembiayaan Modal Ventura dan Pembiayaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) BUMN. Sedangkan untuk pembiayaan KUKM pelaku ekspor diwadahi dalam Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia yang sengaja dibentuk berdasarkan UU No 2 Tahun 2009. Skema pembiayaan yang ditawarkan diantaranya berbentuk kredit modal kerja ekspor, kredit investasi ekspor, dan fasilitas pembelian tagihan ekspor. Dalam implementasinya bekerjasama dengan perbankan, perusahaan modal ventura, dan perusahaan besar pelaku ekspor.

Skema pembiayaan yang melibatkan Pemda terdapat beberapa pola seperti channelling dan executing yang melibatkan bank pelaksana. Kedua pola tersebut banyak dipraktekan oleh sejumlah pemerintah daerah di Indonesia sebagai pola yang lebih memadai untuk meningkatkan akses pelaku UMK terhadap sumber permodalan.

Seluruh skema pembiayaan di atas belum membedakan UMKM menurut bidang usaha, sehingga sering tidak tepat sesuai kebutuhan. Padahal menurut pengamatan Pusat Inovasi UMKM, kredit yang diperlukan UMKM haruslah tepat jumlah, tepat waktu, tepat sasaran dan prosedur yang sederhana (<http://piumkm.blogdetik.com>).

## 2.2. Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif merupakan era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusianya sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya (Kemendag, 2009). Sedangkan industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Berdasarkan definisi di atas, yang menjadi core dari ekonomi dan industri kreatif adalah kreativitas. Kreativitas mengandung makna beragam tergantung pada segi penekanannya. Terdapat empat jenis dimensi sebagai *Four P's Creativity*, yaitu *dimensi Person, Proses, Press* dan *Product* (Bappeda Jabar, 2011). Makna keempat dimensi tersebut diuraikan sebagai berikut :

1. Dimensi *Person*, upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada individu atau person dari individu yang dapat disebut kreatif.
2. Dimensi *Proses*, upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada proses berpikir sehingga memunculkan ide-ide unik atau kreatif.
3. Dimensi *Press*, menekankan faktor *press* atau dorongan, baik dorongan internal diri sendiri berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta atau bersibuk diri secara kreatif, maupun dorongan eksternal dari lingkungan sosial dan psikologis.
4. Dimensi *Product*, berfokus pada produk atau apa yang dihasilkan oleh individu baik sesuatu yang baru/original atau sebuah elaborasi/penggabungan yang inovatif.

### **2.3. Akses Keuangan Industri Kreatif**

Ekonomi kreatif mencakup sejumlah sub sektor yang bersifat heterogen. Hasil penelitian di Inggris menunjukkan bahwa kebutuhan dan akses keuangan UMK industri kreatif bervariasi tergantung ukuran, jenis sub sektor IK, dan posisinya dalam rantai nilai dari kreator sampai ke konsumen akhir (Clayton, 2006). Namun ternyata dari hasil riset lainnya menunjukkan bahwa sub sektor percetakan, video, film dan fotografi, radio dan TV yang ada di Inggris, pengajuan keuangan mereka lebih banyak ditolak oleh penyedia dana dibandingkan dengan industri non kreatif padahal tingkat resiko serupa (Fraser, 2011).

Kasus di negara-negara berkembang, hambatan untuk pembiayaan industri kreatif diperburuk oleh informasi asimetri, dukungan kelembagaan dan politik yang lemah, rendahnya tingkat kewirausahaan kemampuan, ketergantungan pada perusahaan asing dan investasi asing, tidak efisien atau tidak ada rezim hak cipta dan pembajakan (Cunningham, 2004).

## BAB III ALTERNATIF SKEMA PEMBIAYAAN UMKM INDUSTRI KREATIF

### 3.1. Karakteristik Industri Kreatif di Jawa Barat dan Kebutuhan Pembiayaan

Membahas karakteristik industri kreatif dalam konteks akses dan kebutuhan fasilitas skema pembiayaan, perlu dilihat dari aspek nature bisnisnya, ukuran usaha, tahapan usaha, dan posisi dalam rantai nilai. Berdasarkan jenis sub-sektor yang merupakan industri berbasis kreativitas sebagaimana tertera dalam Inpres No 6 Tahun 2009, Jawa Barat memiliki semuanya. Bahkan Jawa Barat menambah 1 subsektor lagi yaitu KULINER sehingga di Jawa Barat subsektor Industri Kreatif menjadi 15. Hasil pemetaan Tim Inisiasi Ekonomi Kreatif Provinsi Jawa Barat, terdapat sejumlah kegiatan dari setiap sub sektor yakni: Advertising/Periklanan, Seni & Pasar Antik, Kerajinan (*Keramik, kaca, Kayu, tekstil, metal, perhiasan, kulit*), Fashion (Mode), Rekaman Musik & Distribusi, Penerbitan & Percetakan, Layanan Komputer & Piranti Lunak, Penyiaran, TV & Radio, Film & Video, Riset & Pengembangan, Arsitektur, Desain (Desain Grafis, Desain Pakaian, Desain Interior), Seni Pertunjukan (Tari, Teater & Drama, Musik), Seni Rupa (Media Digital, Ilustrasi, Lukisan, Fotografi), *Public art* (Patung, Video, Game Komputer), Makanan, Animasi, Mobile Content/Konten multimedia, Modelling, Daur Ulang Sampah, Elemen Estetik Interior (Onix).

Sekalipun seluruhnya berbasis kreativitas, ke-15 jenis sub sektor industri kreatif tersebut sangat berbeda karakteristiknya, sehingga menurut Fraser sulit berbicara mereka sebagai sebuah entitas tunggal (Fraser, 2011). Dengan lain kata tidak mungkin melakukan generalisasi terhadap perilaku mereka termasuk dalam hal kebutuhan dan akses keuangan. Harus terpetakan bagaimana bentuk rantai nilai setiap sub sektor.

Tidak seluruh sub sektor industri kreatif memiliki rantai nilai yang normal yakni kreasi-produksi-pengepakan-distribusi. Sebagai contoh, Pasar Barang Seni, Televisi dan Radio, Layanan Komputer dan Piranti Lunak, Seni Pertunjukan, Desain, Arsitektur memiliki rantai nilai tidak sampai tahap distribusi. Lebih spesifik lagi, kegiatan arsitektur hanya sampai tahap kreasi. Karena kegiatan produksi sebagai perwujudannya sudah merupakan kegiatan sektor bangunan. Kegiatan desain pun memiliki rantai nilai yang berbeda, ada yang sebatas pada kreasi, ada pula sampai tahap produksi. Karena desain mencakup desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.

Kegiatan sub sektor industri kreatif lainnya yang memiliki rantai nilai standar pun karakteristiknya tetap berbeda. Misalnya antara kerajinan, fesyen dengan Video, Film dan Fotografi atau Penerbitan dan Percetakan. Kreator kerajinan dan fesyen secara umum memproduksi sendiri sebagai wujud ekspresi idenya. Berarti pelaku pada tahap kreasi dan produksi sama. Sementara penyusun skenario untuk sebuah film atau cerita novel, penulis buku, merupakan kreator yang tidak memproduksi sendiri. Terdapat pelaku lain dalam rantai yang berfungsi sebagai produsen yakni produser atau penerbit. Ketika tahap distribusi, bisa beragam pula, dimungkinkan dirangkap pihak kreator atau produsen atau yang lainnya. Di sinilah tantangan penentuan skema pembiayaan, pada tahap mana, untuk siapa?

Perbedaan lain yang mencolok, untuk kegiatan kerajinan dan fesyen, kreator sebagai pemilik talenta membutuhkan input utama sebagai media inti untuk ekspresi karyanya. Nilai output akhir sangat ditentukan oleh kualitas input utama dan ukuran kreativitasnya. Dibandingkan dengan simulasi desain atau rancang bangun yang cukup di atas kertas atau bantuan komputer sebagai asset tetap, tentunya pelaku usaha di sub sektor industri kreatif kerajinan dan fesyen membutuhkan biaya operasional yang lebih tinggi dibandingkan dengan design dan arsitektur. Lain halnya dengan sub sektor industri kreatif pembuatan film, biaya terbesar dihadapi pada tahap produksi karena membutuhkan peralatan, teknologi tertentu, aktor, ilustrator musik, kru film dan pendukung lainnya.

Perbedaan lain diantara sub sektor industri kreatif terkait periode waktu mulai awal kreasi sampai bisa dinikmati oleh konsumen akhir. Kerajinan, design dan arsitektur mungkin membutuhkan waktu lebih pendek dibandingkan dengan pembuatan buku atau film. Perbedaan ini berimplikasi pada jangka waktu tingkat pengembalian seluruh pengorbanan yang sudah dikeluarkan.

Jika dari karakteristik sub sektor berbeda signifikan, namun dari skala usaha, mayoritas pelaku industri kreatif di Jawa Barat termasuk kategori usaha mikro kecil. Hal ini tercermin dari besarnya modal awal usaha yang mayoritas 30 juta rupiah ke bawah, pendapatan per tahun mayoritas 20 juta rupiah ke bawah, dan jumlah tenaga kerja mayoritas di bawah 10 orang. Terbatas jumlah pelaku industri kreatif di Jawa Barat yang menghabiskan modal awal usaha lebih dari 100 juta rupiah (Bappeda Provinsi Jawa Barat,

2011). Modal awal mayoritas merupakan tabungan pribadi/pinjaman keluarga, sedikit sekali yang bersumber dari pinjaman bank.

### **3.2. Skema Pembiayaan Pemerintah**

Berdasarkan kondisi sebagian besar pelaku usaha industri kreatif saat ini, untuk mendorong tumbuhkembangnya, pemerintah daerah telah merancang rencana aksi pengembangan ekonomi kreatif Jawa Barat dimana salah satu kegiatannya adalah penyusunan skema bantuan pembiayaan yang sesuai bagi pelaku ekonomi kreatif. Dua indikator untuk kegiatan ini adalah insentif pajak bagi pelaku ekonomi kreatif dan bantuan pinjaman. Belum tertera dalam dokumen rencana aksi tersebut seperti apa mekanisme penyaluran dan jenis bantuannya. Berdasarkan nomenklatur dalam keuangan publik adalah hibah. Sebagaimana dinyatakan dalam Permendagri No 32 Tahun 2011, hibah adalah pemberian uang/barang atau jasa dari pemerintah daerah kepada pemerintah atau pemerintah daerah lainnya, perusahaan daerah, masyarakat dan organisasi kemasyarakatan, yang secara spesifik telah ditetapkan peruntukannya, bersifat tidak wajib dan tidak mengikat, serta tidak secara terus menerus yang bertujuan untuk menunjang penyelenggaraan urusan pemerintah daerah.

Mekanisme bantuan pinjaman dalam bentuk hibah selama ini yang dikelola oleh setiap dinas baik langsung atau pun melalui bank pelaksana, seringkali tidak tepat sasaran, tidak tepat waktu, dan tidak adanya penegakan aturan yang jelas dalam pengembaliannya. Sehingga muncul menjadi kredit macet dan pencitraan yang kurang baik bagi program yang bersangkutan. Berdasarkan pengalaman demikian perlu dirancang mekanisme lain agar bantuan tepat sasaran, tepat waktu dan ada pengembalian sekalipun sebatas pokok.

Alternatif pertama skema pembiayaan pemerintah untuk industri kreatif adalah melalui komunitas ekonomi kreatif. Sampai saat ini sudah terbentuk komunitas di beberapa kota/kabupaten, baik berupa forum, asosiasi, paguyuban, dan jenis lembaga lainnya. Dimungkinkan di dalamnya terdapat kegiatan yang berhubungan dengan pengumpulan dan penyaluran uang untuk pengelolaan dan pengembangan komunitas. Keunggulan sebuah komunitas yang biasanya memiliki modal sosial yang kuat tercermin dalam rasa memiliki dan bertanggungjawab terhadap komunitas, pengelolaan uang tersebut dijamin lebih baik. Ini merupakan satu celah besar untuk memperkuat kondisi keuangan sehingga bisa memfasilitasi kebutuhan anggota. Berarti bantuan pinjaman

disalurkan melalui komunitas yang secara kelembagaan sudah memiliki kegiatan pengelolaan keuangan yang memadai.

Alternatif kedua, segera merealisasikan rencana pendirian lembaga pembiayaan UMKM yang berfungsi sebagai pooling dana bagi pengembangan KUMKM termasuk industri kreatif. Dana tersebut bisa berasal dari pemerintah, pemerintah provinsi, CSR atau donor internasional yang dikelola secara profesional apakah dengan pola penetapan bunga namun di bawah harga pasar atau pola bagi hasil.

### **3.2. Skema Pembiayaan Prinsip Bagi Hasil**

Bantuan pinjaman pemerintah untuk industri kreatif saat ini merupakan intervensi yang tepat sebagai *public support* untuk mendorong pertumbuhan usaha industri kreatif, namun ke depannya seiring dengan tahapan usaha menuju pengembangan dan kematangan, peran lembaga keuangan akan lebih tepat. Hanya saja skema seperti apa yang tepat bagi industri kreatif?

Sesuai karakteristik yang sangat beragam, tidak mudah mengidentifikasi skema pembiayaan perbankan yang spesifik bagi tumbuhkembangnya industri kreatif. Pengalaman di negara lain menunjukkan bahwa pelaku industri kreatif lebih banyak memanfaatkan overdrafts dan leasing/hire purchase. Sedikit sekali yang memanfaatkan invoice finance atau equity finance (Clayton, 2006; Fraser, 2011).

Untuk di Indonesia termasuk Jawa Barat, pertumbuhan perbankan syariah yang cukup tinggi merupakan sumber pembiayaan yang dapat menjadi solusi bagi tumbuhkembangnya industri kreatif. Pembiayaan dari perbankan syariah dengan prinsip bagi hasil dan prinsip jual beli lebih memadai karena mengakomodir karakteristik nature business apa pun.

Prinsip bagi hasil dilakukan secara *mudharabah* dan *musyarakah*. Beberapa pengertian yang dijelaskan oleh beberapa ulama, *mudharabah* adalah akad antara pemilik modal (harta) dengan pengelola modal (harta) tersebut, dengan syarat bahwa keuntungan diperoleh dua belah pihak sesuai jumlah kesepakatan (Suhendi, 2008). Jika rugi, ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian pengelola (Antonio, 2001). Sementara *musyarakah* adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi

dana (atau *amal/expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. *Musyarakah* biasanya diaplikasikan untuk pembiayaan proyek dimana nasabah dan bank sama-sama menyediakan dana untuk membiayai proyek tersebut (Antonio, 2001).

Selain *mudharabah* dan *musyarakah* adalah jual beli. Dari sekian banyak jenis jual beli, ada tiga jenis yang telah banyak dikembangkan yakni Murabahah, Salam dan Istishna. Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati, penjual harus memberitahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahan. Sedangkan *salam* adalah transaksi jual beli, dimana barang yang diperjualbelikan belum ada sehingga barang tersebut diserahkan secara tangguh oleh penjual (nasabah), sedangkan pembayaran secara tunai oleh pembeli (bank). *Istishna* menyerupai *salam*, namun pembayaran dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa termin pembayaran (Asdi, 2011).

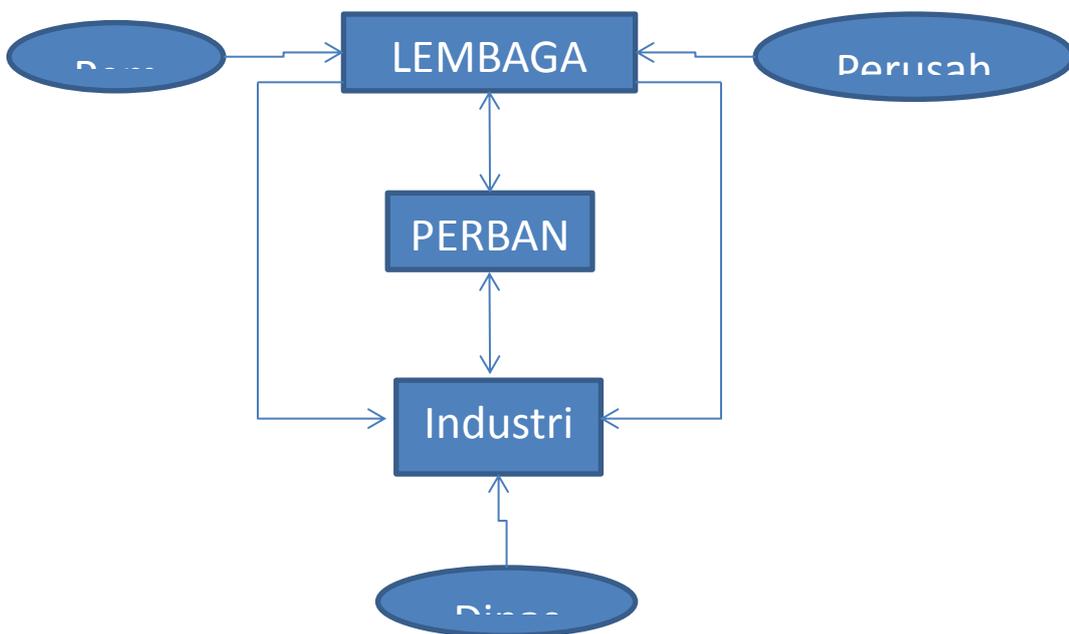
Kebutuhan mesin dan peralatan sebagai input tetap untuk mewujudkan kreasi misalnya di sub sektor kerajinan dan fesyen, bisa diperoleh melalui prinsip jual beli. Sedangkan kebutuhan bahan baku atau modal kerja dapat difasilitasi dengan pembiayaan *mudharabah*. Pembiayaan tersebut memiliki keunggulan karena menonjolkan bagi hasil, tidak disyaratkan agunan dan tidak ada bunga. Selain itu, terdapat fleksibilitas waktu pengembalian, sehingga periode waktu mulai kreasi, produksi sampai pemasaran yang sangat bervariasi bisa diakomodir dalam kesepakatan antara pengusaha dengan bank syariah.

### **3.3. Skema Pembiayaan Hibrida Pemerintah-Dunia Usaha-Perbankan**

Dalam praktiknya hingga saat ini, implementasi operasi perbankan syariah sesuai konsepnya masih belum berjalan optimal. Masih banyak bank syariah tetap meminta jaminan dari nasabah ketika ia memberikan pembiayaan Mudharabah atau Musyarakah. Padahal hampir seluruh ulama sepakat bahwa apabila seseorang melakukan Mudharabah, pemilik modal/dana tidak boleh meminta jaminan dari pelaksana. Fakta lain menginformasikan bahwa fasilitas pembiayaan mudharabah tidak diberikan begitu saja ke nasabah baru karena belum jelas bagaimana karakternya. Nasabah baru cenderung dengan jual beli, seperti Murabahah atau Bai' Bithaman Ajil, Salam dan Istisna, karena dalam produk ini bank dapat menerapkan semua prinsip perbankan murni, seperti

hutang, kewajiban cicilan, jangka waktu, tingkat harga, jaminan tambahan dan sebagainya (Hakim, 2009). Padahal tidak mungkin semua jenis usaha bisa dilayani dengan prinsip jual beli. Justru yang lebih memadai adalah pola bagi hasil. Hanya saja, seperti halnya kesiapan perbankan (berarti di dalamnya termasuk pemilik dana) untuk menanggung resiko jika usaha mengalami kegagalan masih rendah.

Untuk mengatasi masalah di atas, dimungkinkan design skema pembiayaan hibrida yakni penggabungan peran pemerintah, dunia usaha dan perbankan sebagaimana digambarkan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Skema Pembiayaan Hibrida Pemerintah-Dunia Usaha-Perbankan

Lembaga pembiayaan UMKM yang berfungsi sebagai pooling dana dari berbagai sumber bagi pengembangan UMKM termasuk industri kreatif, menempatkan dananya di perbankan syariah melalui pola bagi hasil dan bersifat executing. Penempatan dana merupakan simpanan Mudharabah yang berjangka waktu 3 tahun dan prinsip bagi hasil. Lembaga pembiayaan dapat berbentuk BUMD atau swasta dimana pemerintah bertindak sebagai salah satu pemegang saham. Peluang perusahaan sebagai pemegang saham cukup besar karena selama ini banyak perusahaan besar yang berlokasi di Jawa Barat sudah menjalin kemitraan dengan UMKM. Sebagai contoh di Kota Bandung, sebagian besar pelaku usaha mikro kecil yakni sekitar 95% yang dibina oleh BPPKU (Badan Promosi dan Pengelolaan Keterkaitan Usaha) sumber permodalannya dari BUMN/D melalui

program PKBL (Bintoro, 2012). Demikian halnya perusahaan-perusahaan besar yang ada di Kabupaten Purwakarta dan Bekasi, bermitra tidak terbatas dalam program PKBL, juga kemitraan industri dan pembinaan khusus (Dariah, 2007).

Terdapat ide menarik dari hasil riset Zain (2010) bahwa saham badan usaha lembaga pembiayaan UMKM dimungkinkan melibatkan UMKM sebagai pemilik saham, sehingga dalam pengembangannya UMKM lebih dipandang sebagai subyek ketimbang sebagai obyek seperti pada umumnya skim pembiayaan yang diterapkan selama ini (<http://www.bi.go.id>). Terkait industri kreatif, kelembagaan komunitas kreatif yang cukup mapan dapat menjadi salah satu pemegang saham.

## **BAB V KESIMPULAN**

### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Karena *nature business* sub sektor industri kreatif yang ada di Jawa Barat sangat beragam termasuk pola rantai nilainya, sulit untuk menetapkan skema pembiayaan spesifik sesuai karakteristik masing-masing. Ciri menonjol yang identik bahwa industri kreatif Jawa Barat mayoritas merupakan usaha mikro kecil. Sama halnya dengan pelaku UMK sektor lain, masalah akses keuangan terkait erat dengan agunan dan jenis pinjaman yang tidak tepat waktu dan tepat jumlah.
2. Skema bantuan pinjaman merupakan *public support* untuk mendorong tumbuhkembangnya industri kreatif. Dalam implementasinya, penyaluran bantuan pinjaman dapat didesign dengan melibatkan komunitas ekonomi kreatif yang sudah mapan atau inisiasi beroperasinya Lembaga Pembiayaan UMKM. Ketika industri kreatif sudah memasuki tahap berkembang dan matang, skema pembiayaan perbankan lebih tepat. Sesuai *nature business*, skema pembiayaan dengan prinsip bagi hasil dan jual beli menjadi alternatif yang tepat untuk membiayai perkembangan industri kreatif. Hanya saja dalam praktiknya, masih banyak perbankan syariah yang belum beroperasi secara optimal sesuai prinsip syariah. Tercermin dalam tuntutan agunan untuk pembiayaan mudharabah dan

musarakah serta cenderung mendorong skema pembiayaan dengan prinsip jual beli. Dalam situasi demikian, Lembaga Pembiayaan UMKM dapat berkolaborasi dengan perbankan untuk menyalurkan pembiayaan. Lembaga tersebut dapat berbentuk PT dimana komunitas ekonomi kreatif diberi kesempatan menjadi pemegang saham selain yang utama pemerintah dan perusahaan (BUMN/D, PMA, PMDN).

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas disarankan beberapa hal berikut ini:

1. Implementasi kebijakan bantuan pinjaman dalam bentuk hibah seyogianya disiapkan sedemikian rupa menyangkut target sasaran, besaran, dan waktu dengan melibatkan kelembagaan komunitas ekonomi kreatif.
2. Pemerintah Provinsi seyogianya segera merealisasikan berdirinya Lembaga Pembiayaan UMKM sebagai pooling dana yang berasal dari berbagai sumber.
3. Bank Indonesia seyogianya mengeluarkan regulasi untuk pertumbuhan perbankan syariah agar bisa beroperasi sesuai prinsip-prinsip syariah secara murni.

## Daftar Pustaka

- Antonio, S. 2001. Bank Syariah Dari Teori ke Praktek. Gema Insani, Jakarta. 2001
- Asdi, Erika. 2011. Bank Syariah, Alternatif PEmbiayaan Industri Kreatif. Website <http://www.indonesiakreatif.net/index.php/id/news/read/bank-syariah-alternatif-pembiayaan-industri-kreatif>. Diakses tanggal 7 Januari 2012.
- Bappeda Provinsi Jawa Barat. 2011. Dokumen Perencanaan “Strategi Perencanaan Pengembangan Ekonomi Kreatif Jawa Barat”. 2011.
- Bintoro, B. 2012. Pembinaan Berkelanjutan Bagi UMKM di Kota Bandung. Paper Disampaikan Dalam Seminar Intern Prodi Ilmu Ekonomi Unisba, 6 Januari 2012.
- Clayton, L. 2006. The financing of UK Creative Industries SMEs. Website [http://pembridge.typepad.com/my\\_weblog/documents/The\\_financing\\_of\\_UK\\_creative\\_industries\\_SMEs.pdf](http://pembridge.typepad.com/my_weblog/documents/The_financing_of_UK_creative_industries_SMEs.pdf). Diakses tanggal 3 Januari 2012.
- Cunningham, S. D. and Ryan, Mark D. and Keane, Michael A. and Ordonez, Diego. 2004. Financing Creative Industries in Developing Country Contexts. Website <http://eprints.qut.edu.au/2504/1/2504a.pdf>. Diakses tanggal 9 Januari 2012.

- Dariah, AR, dkk. 2007. Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan UMKM Melalui Program Penjaminan Kredit di Jawa Barat, Bank Indonesia Bandung.
- Fraser, S. 2011. Access to Finance for Creative Industry. Website <http://www.bis.gov.uk/assets/biscore/enterprise/docs/a/11-898-access-to-finance-for-creative-industry-businesses>. Diakses tanggal 7 Januari 2012.
- Hakim, C.M. 2009. Problem Pengembangan Produk Dalam Bank Syariah. Website <http://www.bi.go.id/NR/ronlyres/E736319E-6D52-4199-ACF9-247D719BF119/3018/bempvol2no3des99.pdf>. Diakses tanggal 14 Januari 2012.
- Kementerian KUMKM RI. 2009. Skema Pembiayaan Bagi UKM dan Koperasi Pelaku Ekspor. Website [http://www.smecda.com/Files/Dep\\_Pembiayaan/16\\_Skema\\_Pembiayaan\\_UKMK\\_Pelaku\\_Ekspor.pdf](http://www.smecda.com/Files/Dep_Pembiayaan/16_Skema_Pembiayaan_UKMK_Pelaku_Ekspor.pdf). Diakses tanggal 5 Januari 2012.
- Mutmainnah, A. L. 2011. Industri Kreatif Perlu Skema Pembiayaan Khusus. Website <http://www.jurnas.com/news/33354>. Diakses tanggal 5 Januari 2012.
- Pemerintah Republik Indonesia, . 2009. Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Website <http://prokum.edm.go.id/inpres/2009/Inpres62009.pdf>. Diakses tanggal 2 Januari 2012.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 32 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pemberian Hibah Dan Bantuan Sosial Yang Bersumber Dari Anggaran Pendapatan Dan Belanja Daerah. Website <http://www.jabarprov.go.id/assets/data/menu/PermendagriNo32Tahun20111201.pdf>. Diakses tanggal 5 November 2011.
- Prihtiyani, E. 2011. Era Otonomi Kreatif. Kompas.com
- Pusat Inovasi UMKM. 2010. Alternatif Skema Pembiayaan Untuk UMKM inovatif. Website <http://piumkm.blogdetik.com/category/skim-pembiayaan>. Diakses tanggal 7 Januari 2012.
- Suhendi, H. 2008. Fiqh Muamalah. PT RajaGrafindo Persada, Jakarta. 2008
- Zain, H.M. Yunus. 2007. Skema Pembiayaan Perbankan Daerah Menurut Karakteristik Umkm Pada Sektor Ekonomi Unggulan Di Sulawesi Selatan. Website <http://www.bi.go.id/NR/ronlyres/20C045F4-7CE5-4B7E-BDAB-1A49523140DA/946/SkemaPembiayaanPerbankanDaerahMenurutKarakteristik.pdf>. Diakses tanggal 7 Januari 2012.

