



PENGETAHUAN NASABAH TERHADAP PRINSIP PRODUK PEMBIAYAAN PADA BANK ACEH SYARIAH CABANG PEMBANTU ALUE BILIE

Fera Santika¹, Mukhsinuddin², Arroyan Ramly³, Adi Kasman⁴, Yoni Hendrawan⁵
¹²³⁴⁵STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh

Email kontributor: Veerrasantika@email.com

Abstrak

Masyarakat Alue Bilie yang mayoritas dianut yakni ajaran Islam sebagai jangkauan Bank Aceh Cabang Pembantu Alue Bilie menggunakan prinsip bank syariah sesuai dengan syariat Islam. Akan tetapi pada pengambilan keputusan menggunakan bank syariah ada dua indikator oleh nasabah. Tingkat pengetahuan nasabah yang diperoleh melalui informasi-informasi yang pertama dan yang kedua dipengaruhi oleh promosi-promosi yang dijalankan oleh Bank Aceh Syariah. Tujuan yang hendak dicapai untuk mengetahui pengetahuan nasabah terhadap prinsip produk pembiayaan di pada Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Alue Bilie. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Dalam penentuan subjek penelitian penulis menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data ditempuh dengan metode wawancara dan dokumentasi. Analisis yang dilakukan dengan tahapan mereduksi data, mendisplay data, dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah terhadap prinsip produk pembiayaan yang ada di Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Alue Bilie diperoleh melalui informasi dan promosi yang dilakukan oleh bank. Informasi-informasi yang didapatkan oleh nasabah melalui pegawai bank yang langsung memberikan penjelasan mengenai prinsip-prinsip produk pembiayaan yang ada di bank ketika nasabah hendak melakukan transaksi pembiayaan. Nasabah juga mendapatkan informasi melalui nasabah lain yang telah duluan melakukan transaksi dan dari rekan-rekan kerja di kantor atau ditempat nasabah berkerja. Pengetahuan mengenai prinsip produk pembiayaan juga didapatkan nasabah melalui promosi-promosi yang dilakukan oleh pihak bank Aceh Syariah Cabang Alue Bilie. Promosi-promosi yang dilakukan oleh bank dalam bentuk baliho, spanduk, media sosial stori WA, dan video iklan di dalam ruang tunggu bank. Promosi tersebut merupakan marketing produk yang dilakukan oleh bank untuk memberikan informasi-informasi mengenai produk pembiayaan yang ada di bank.

Kata kunci: Pengetahuan nasabah, Prinsip Produk Pembiayaan

Abstract

The majority of the Alue Bilie community adheres to Islamic teachings as the reach of Bank Aceh, the Alue Bilie Sub-Branch uses sharia banking principles in accordance with Islamic law. However, when making decisions to use Islamic banks, there are two indicators by customers. The level of customer knowledge obtained through the first and second information is influenced by promotions run by Bank Aceh Syariah. The aim to be achieved is to determine customer knowledge of the principles of financing products at Bank Aceh Syariah Alue Bilie Sub-Branch. This research was conducted using qualitative methods. In determining research subjects the author used a purposive sampling technique. Data collection techniques were carried out using interview and documentation methods. The analysis was carried out in the stages of reducing data, displaying data, and drawing conclusions. The research results show that customer knowledge of the principles of financing products at Bank Aceh Syariah Alue Bilie Sub-Branch is obtained through information and promotions carried out by the bank. The information obtained by customers is through bank employees who directly explain the principles of financing products available at the bank when customers want to carry out financing transactions. Customers also get information from other customers who have previously made transactions and from colleagues in the office or where the customer works. Customers also gain knowledge about the principles of financing products through promotions carried out by the Aceh Syariah Bank, Alue Bilie Branch. Promotions carried out by the bank are in the form of billboards, banners, WA social media stories and advertising videos in the bank waiting room. This promotion is product marketing carried out by the bank to provide information about financing products available at the bank.

Keywords: *Customer knowledge, Financing Product Principles*

A. PENDAHULUAN

Bank syariah berbeda dengan bank konvensional, perbedaan tersebut terletak pada prinsip yang dijalankan. Bank konvensional dalam operasionalnya bank mengambil keuntungan dari tabungan dan kredit dengan penerapan bunga. Sedangkan Bank syariah yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang beroperasi dan produknya dikembangkan berlandaskan Al- Qur'an dan Hadist (Khaerul Umam. 2013: 15).

Selain itu bank syariah dalam menentukan keuntungannya menggunakan prinsip bagi hasil, baik bagi hasil tabungan maupun bagi hasil pembiayaan. Bagi hasil merupakan cara yang digunakan oleh bank syariah untuk menghindari dari praktik riba. Hal ini sesuai dengan pendapat Muhammad Syafi'i Antonio yang mengatakan bahwa "Bank-bank Islam dikembangkan berdasarkan prinsip yang tidak membolehkan pemisahan antara hal yang temporal (keduniaan) dan keagamaan. Prinsip ini mengharuskan kepatuhan kepada syariah sebagai dasar dari semua aspek kehidupan (Muhammad Syafi'i Antonio. 2001: 200).

Ketertarikan calon nasabah terhadap jasa perbankan juga dapat berkaitan dengan atribut suatu bank, khususnya bank syariah. Seperti diketahui bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Ketika berbicara tentang Bank Syariah maka karakteristik yang terbentuk di masyarakat adalah bank yang aktivitasnya dan pengelolannya menanggalkan sistem bunga yang merupakan suatu riba. Hal ini sebagaimana pendapat Wiwiek Rabiatal Adawiyah yang menjelaskan bahwa pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa (dalam hal ini produk dan jasa bank syariah) serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Wiwiek Rabiatal Adawiyah. 2010: 193).

Akad pada produk pembiayaan pada perbankan syariah yang telah mendapat rekomendasi dari Dewan Syariah Nasional untuk dijalankan antara lain Pertama, *Murabahah* yang merupakan salah satu akad yang digunakan pada produk pembiayaan yang dilakukan oleh perbankan syariah baik kegiatan usaha yang bersifat produktif maupun bersifat konsumtif. Pelaksanaan akad *murabahah* pada perbankan syariah diatur dengan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 04/ DSN- MUI/ IV/ 2000 tentang *murabahah* (Ridwan Nurdin. 2014: 62).

Masyarakat Alue Bilie yang mayoritas dianut yakni ajaran Islam sebagai jangkauan Bank Aceh Cabang Pembantu Alue Bilie menggunakan prinsip bank syariah sesuai dengan syariat islam. Akan tetapi pada pengambilan keputusan menggunakan bank syariah ada dua indikator oleh nasabah. Tingkat pengetahuan nasabah yang diperoleh melalui informasi-informasi yang pertama dan yang kedua dipengaruhi oleh promosi- promosi yang dijalankan oleh Bank Aceh Syariah. Tujuan yang hendak dicapai untuk mengetahui pengetahuan nasabah terhadap prinsip produk pembiayaan di pada Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Alue Bilie (Abd.M. 2021).

Berdasarkan uraian di atas penulis ingin melihat lebih jauh tentang tingkat pengetahuan nasabah Bank Aceh terhadap prinsip syariah pada produk yang ada pada bank Aceh Syariah. Penelitian ini mengambil lokasi pada Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Alue Bilie. Menurut penulis nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Alue Bilie terdiri dari berbagai latar belakang sosial, pendidikan bahkan suku bangsa. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan

penelitian dengan judul “Pengetahuan Nasabah Terhadap Prinsip Produk Pembiayaan Pada Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Alue Bilie.

B. METODE PENELITIAN (Untuk penulisan dalam bentuk hasil penelitian)

Penelitian yang semua data didapatkan di lapangan yang berbentuk deskriptif kualitatif pada Pengetahuan Nasabah Terhadap Prinsip Produk Pembiayaan Pada Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Alue Bilie dengan jenis penelitian ini adalah *field research*. Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Alue Bilie merupakan objek/lapangan penelitian pada penelitian ini. *Indepth interview* data yang digunakan pada pihak nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Alue Bilie dengan teknik *purposive sampling*, dokumentasi, dan semua data akan dianalisis secara kualitatif.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengetahuan merupakan suatu informasi yang disimpan oleh nasabah tentang sesuatu hal. Pengetahuan merupakan suatu pembelajaran yang diperoleh seseorang dari sebuah pengalaman yang menjadi acuan dalam pembentukan sikap seseorang. Tingkat pengetahuan nasabah bank Aceh syariah Cabang Alue Bilie tentang prinsip produk perbankan salah satunya karena pengalaman dari lamanya menjadi nasabah di bank tersebut.

Nasabah bank Aceh Syariah cabang pembantu Alue Bilie merupakan orang yang bertransaksi menggunakan jasa perbankan di sebuah bank. berbagai bentuk jasa perbankan yang disediakan oleh bank seperti setoran di tabungan, pembiayaan, gadai dan jasa pelayanan lainnya. Dalam menjalankan transaksi nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Alue Bilie memiliki rentang waktu yang berbeda- beda. Nasabah Bank yang melakukan transaksi di bank memiliki tingkat lama menjadi nasabah dalam jangka waktu yang berbeda- beda. Ada nasabah yang sudah cukup lama mencapai 13 tahun, 7 tahun, 5, tahun, 4 tahun, 3 tahun, 2 tahun dan ada nasabah yang baru saja bergabung dengan bank Aceh Syariah Cabang Alue Bilie. Informasi tersebut penulis dapat dari hasil wawancara dengan nasabah bank bahwa “Saya sudah cukup lama menjadi nasabah bank Aceh Syariah cabang Alue Bilie sudah mencapai 13 tahun lamanya” (Nur Badri. 2022)

Selanjutnya informasi juga didapatkan dari informan yang lain bahwa “Saya menjadi nasabah bank sudah 7 tahun menjadi nasabah bank Aceh” (Yusri. 2022). Informasi juga penulis temukan dari jawaban informan bahwa “Saya sudah menjadi nasabah dan bertransaksi selama 5 tahun di bank Aceh Syariah Capem Alue Bilie” (Nazaruddin. 2022).

Adapun informasi-informasi yang diberikan oleh bank Aceh syariah Cabang Alue Bilie Nasabah memang merupakan bagian dari bank, yang melakukan transaksi di bank Aceh syariah Cabang Alue Bilie. Berbagai bentuk transaksi yang dilakukan masyarakat salah satunya pembiayaan. Nasabah bank Aceh pernah melakukan pembiayaan di bank Aceh Syariah Cabang pembantu Alue Bilie dalam bentuk pembiayaan dengan prinsip *murabahah* dan *mudharabah*. Ada juga nasabah yang melakukan pembiayaan dengan prinsip gadai, hal ini karena proses di pembiayaan gadai lebih cepat. Dalam pembiayaan gadai nasabah hanya menyiapkan KTP dan barang berharga untuk digadaikan dan uangnya dapat diproses dalam hitungan jam saja.

Hal tersebut penulis dapatkan informasi dari hasil wawancara dengan nasabah bank “Saya pernah melakukan transaksi pembiayaan di bank Aceh Syariah Capem Alue Bilie” (Fatimah. 2022). Informasi lain penulis dapatkan dari wawancara dengan Nazar Ruddin bahwa ”Pernah,

cuma saya pernah melakukan transaksi pembiayaan gadai saja. Karena gadai lebih cepat proses pencairannya.

Dengan informasi yang diperoleh nasabah melalui pegawai bank dan rekannya, sebagai dasar bagi nasabah untuk melakukan pembiayaan di Bank Aceh Syariah Cabang Alue Bilie. Dengan adanya informasi yang tersedia, dapat memotivasi nasabah untuk melakukan transaksi pembiayaan yang sesuai dan selaras dengan kebutuhan keuangan spesifiknya di bank. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian Inar Asri Ayu yang menjelaskan bahwa nasabah di Bank BNI Syariah sudah mengetahui produk perbankan syariah sejak pertama kali ingin mengajukan pembiayaan, seperti dijelaskan oleh Customer Service Bank BNI Syariah. Dalam proses pengajuan pembiayaan, nasabah akan mendapat penjelasan mengenai produk yang diinginkan sesuai kebutuhannya, yang akan diselaraskan dengan prinsip produk syariah yang ditawarkan bank syariah. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk mengidentifikasi produk mana yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Inar Asri Ayu. 2020).

Sedangkan untuk promosi yang dilakukan oleh Bank Aceh Syariah Cabang Alue Bilie, terdapat berbagai jenis promosi yang dapat dilakukan melalui pamflet, spanduk, dan kini lebih mudah lagi melalui media sosial seperti WhatsApp Stories, Instagram, dan website bank. Hal serupa juga terjadi pada tindakan yang dilakukan Bank Aceh Syariah Cabang Alue Bilie. Dalam memasarkan produk bank, digunakan media yang tersedia seperti pamflet dan media sosial. Promosi yang dilakukan Bank Syariah Aceh Cabang Alue Bilie ini akan memberikan informasi singkat kepada nasabah bank tersebut.

Bank Aceh sedang melakukan promosi terkait prinsip dan produk pembiayaan yang tersedia di bank tersebut. Promosi mengenai pembiayaan dengan prinsip gadai sering terlihat. Sedangkan pembiayaan dengan prinsip mudharabah dan murabahah diungkapkan langsung oleh pegawai bank pada saat nasabah hendak mengajukan pembiayaan di bank. Promosi tersebut dilakukan bank dalam bentuk pamflet, spanduk, dan video iklan di ruang tunggu bank serta story media sosial WhatsApp. Informasi yang penulis peroleh dari hasil wawancara dengan nasabah yaitu melalui WhatsApp Stories yang dibagikan, dan sebelumnya juga terdapat promosi dengan menggunakan pamflet dan spanduk yang dipasang di depan kantor cabang. "Tetapi belakangan ini spanduk-spanduk itu sudah tidak ada lagi dan pamflet juga sudah tidak ada lagi." (Muzakir, 2022). Nur Badri juga menjelaskan bahwa "Saya sering melihat pegawai bank memposting masalah gadai di story WhatsApp mereka." Karena saya sudah lama menjadi nasabah, saya sudah mempunyai nomor identifikasi pegawai bank (Nur Badri. 2022).

Dalam kesehariannya, nasabah masyarakat juga mendapatkan pengetahuan tentang prinsip-prinsip pembiayaan dengan sesekali menyaksikan promosi yang dilakukan oleh Bank Aceh Syariah Cabang Alue Bilie. Promosi dilakukan melalui pamflet, spanduk di depan bank, iklan khusus di TV ruang tunggu nasabah, dan juga melalui media sosial. Dengan pengetahuan tersebut, nasabah akan menggunakannya sebagai dasar untuk bertransaksi di Bank Aceh Syariah Cabang Alue Bilie.

Oleh karena itu, nasabah memperoleh pengetahuan tentang prinsip-prinsip pembiayaan dari informasi langsung yang diberikan oleh pegawai bank. Informasi ini diberikan ketika karyawan menjelaskan kepada nasabah pada saat nasabah melakukan transaksi pembiayaan di bank. Selain informasi dari bank, nasabah juga menerima informasi dari nasabah lain yang pernah melakukan transaksi di bank sebelumnya, serta dari rekan kerjanya. Pengetahuan nasabah

juga didapat dari promosi yang dilakukan oleh bank aceh. Promosi tersebut berupa baliho, spanduk, media sosial, dan iklan TV di ruang tunggu bank.

Promosi yang dilakukan Bank Aceh Syariah Cabang Alue Bilie merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan bank untuk memberikan informasi mengenai produk pembiayaan yang tersedia. Sehingga masyarakat menjadi terinformasi mengenai produk dan prinsip produk pembiayaan di perbankan. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh M. Anang Firmansyah bahwa promosi adalah upaya memperkenalkan produk dan jasa agar dikenal dan diterima oleh masyarakat. Ada beberapa jenis promosi, antara lain periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, publisitas, dan pemasaran langsung. Beberapa jenis promosi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pemasaran itu sendiri, sehingga tanpa promosi tersebut pemasaran tidak dapat berfungsi sama sekali (M. Anang Firmansyah. 2020: 267).

Dengan demikian, pengetahuan masyarakat mengenai prinsip-prinsip produk pembiayaan diperoleh nasabah melalui dua cara. Pertama, melalui informasi detail yang diberikan oleh pegawai bank. Informasi tersebut diberikan ketika pegawai bank menjelaskan kepada nasabah prinsip-prinsip produk pembiayaan yang tersedia di bank. Selain informasi dari bank, nasabah juga mendapat informasi dari nasabah lain yang pernah melakukan transaksi di bank sebelumnya, dari rekan kerja, dan dari mulut ke mulut di masyarakat saat berinteraksi sosial. Kedua, pengetahuan nasabah juga didapat dari promosi yang dilakukan Bank Aceh. Promosi dilakukan melalui berbagai bentuk seperti brosur, spanduk, baliho, media sosial, dan video iklan yang ditampilkan pada layar informasi di ruang tunggu bank.

D. KESIMPULAN

Pengetahuan diperoleh melalui informasi yang diperoleh nasabah langsung dari pegawai bank yang memberikan penjelasan tentang prinsip-prinsip produk pembiayaan pada bank pada saat nasabah bermaksud melakukan transaksi pembiayaan. Terkait dengan prinsip produk pembiayaan yang melibatkan gadai, nasabah juga memperoleh informasi melalui nasabah lain yang pernah melakukan transaksi sebelumnya dan dari rekan kerja di kantor atau tempat kerja nasabah.

Pengetahuan yang diperoleh nasabah melalui promosi yang dilakukan oleh Bank Aceh Syariah cabang Alue Bilie. Bank melakukan kegiatan promosi dalam bentuk baliho yang dipasang di sepanjang jalan raya, spanduk dan leaflet yang dipajang di depan bank, postingan media sosial tertentu melalui WhatsApp story pegawai bank, dan video iklan yang ditampilkan pada layar informasi di ruang tunggu bank. Promosi merupakan strategi pemasaran suatu bank untuk memberikan informasi mengenai prinsip-prinsip produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasil Wawancara dengan Abd. M. Nasabah Bank Aceh KCP Alue Bilie. Tanggal 20 Desember 2021.
- Hasil Wawancara dengan Fatimah Nur. Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Alue Bilie. Tanggal 21 November 2022.
- Hasil Wawancara dengan Muzakir. Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Alue Bilie. Tanggal 17 November 2022.
- Hasil Wawancara dengan Nur Badri. Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Alue Bilie. Tanggal 15 November 2022.
- Hasil Wawancara dengan Nazarruddin. Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Alue Bilie. Tanggal 15 November 2022.
- Hasil Wawancara dengan Yusri. Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Alue Bilie. Tanggal 16 November 2022.
- Inar Asri Ayu. (2020). *Analisis Pengetahuan Nasabah tentang Prinsip Produk Perbankan Syariah di Kota Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar: Skripsi.
- Khaerul Umam. (2013). *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Muhammad Syafi'i Antonio. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- M. Anang Firmansyah. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Ridwan Nurdin. (2014). *Aqad-Aqad Fiqih Pada Perbankan Syariah di Indonesia*. Banda Aceh: Yayasan PeNa.
- Wiwiek Rabiatul Adawiyah. (2010). *Pertimbangan, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah*. Purwokerto: Universitas Jenderal Soedirman. Jurnal Ekonomi Pembangunan. Vol. 11, No. 02