



Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno

Wahyu Agus Viantika
Dr. Fatimah Yunus, M.A

ANALISIS PENGETAHUAN NASABAH PEMBIAYAAN DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN JASA PERBANKAN (STUDI PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH FADHILAH BENGKULU)



Editor
Yunida Een Fryanti, M. Si

**ANALISIS PENGETAHUAN NASABAH PEMBIAYAAN
DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN JASA
PERBANKAN (STUDI PADA BANK PERKREDITAN
RAKYAT SYARIAH FADHILAH BENGKULU)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH :

WAHYU AGUS VIANTIKA
1811140192

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM N FATMAWATI
SUKARNO BENGKULU**

BENGKULU, 2022 M / 1443 H



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon. (0736) 51276-51171-51172-Faksimili (0736)-51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi yang ditulis oleh Wahyu Agus Viantika, NIM. 1811140192 dengan judul “Analisis Pengetahuan Nasabah Pembiayaan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Perbankan (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu)” Program studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Pembimbing I dan Pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

Bengkulu, 8 Juli 2022
9 Zulhijah 1443 H

Pembimbing I

Dr. Fatimah Yunus, M. A
NIP. 19630319200032003

Pembimbing II

Yunida Een Fryanti, M.Si
NIP. 198106122015032003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon. (0736) 51276-51171-51172-Faksimili (0736)-51171-51172
Website: www.uinfabsengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Analisis Pengetahuan Nasabah Pembiayaan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Perbankan Perbankan (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu)”, oleh Wahyu Agus Viantika, NIM. 1811140192, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 27 Juli 2022 M/ 28 Dzulhijah H

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah, dan diberikan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 4 Agustus 2022 M
6 Muharram H

Tim Sidang Munaqasyah

Sekretaris

Ketra
Idwal B, M.A
NIP. 198307092009121005

Yunida Een Fryanti, M.Si
NIP. 198106122015032003

Penguji I

Idwal B, M.A
NIP. 198307092009121005

Penguji II

Faisal Muttaqin, S.E., M.SM
NIP. 198701282019031007

Mengetahui,
Dekan,

Dr. H. Supardi, M.Ag
NIP. 19650410199303007

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah kamu berharap.”

(Q.S Asy-Syarah: 94 Ayat 5-8)

“Jangan pernah berhenti apalagi mundur. Tetap melangkah walaupun hanya selangkah. Gapai apa yang ingin dicapai. Apapun kondisinya, kata mamak dan bapak kita hadapi bersama”

(Wahyu Agus Viantika)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur Alhamdulillah dan terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, penulis memperoleh banyak bantuan dan dukungan dari orang-orang baik di sekitar dalam penulisan skripsi ini. Tidak akan pernah cukup untuk mengucapkan terima kasih atas kebaikan dan segala bentuk perhatian yang telah dilimpahkan. Namun, penulis akan mengungkapkan rasa terima kasih dan hormat yang terdalam kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta yaitu Ibu Suhaimi dan Bapak Darianto. Saya mengucapkan terima kasih telah mendoakan, menjadi tempat berbagi keluh kesah, dan mendukung baik moril maupun materil. Dalam perjalanan hidup yang kita lalui bersama telah memberikan sejuta rasa dan mengokohkan diri saya untuk tidak mudah putus asa, bahkan hingga detik ini kalian tetap mendukung saya untuk melanjutkan mimpi dan pendidikan selanjutnya. Kalian orang tua hebat!
2. Kedua adik saya yang bernama Leo Wardo Anjasmara dan Agung Ardiansyah yang telah menemani berjuang dan membantu saya ketika tertimpa musibah. Semoga kelak impian dan cita-cita kalian tercapai, tetap berbakti kepada orang tua.

3. Untuk dosen pembimbing I yaitu Ibu Dr. Fatimah Yunus, M.A dan dosen pembimbing II yaitu Ibu Yunida Een Fryanti, M.Si yang luar biasa. Saya mengucapkan terima kasih telah membantu dan membimbing saya dalam menyusun skripsi ini.
4. Saya mengucapkan terima kasih kepada Bapak Aan Shar, M.M., Ibu Debby Arisdandi, MBA., dan Ibu Agnes Yolanda, M.E yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi untuk meneyerakan skripsi ini.
5. Saya mengucapkan terima kasih kepada dosen dan semua staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan kepada saya.
6. Sahabat saya; Atika Tri Aryani, S.E, Anisah Jayanti, dan Chindi Septina yang telah mendukung, membantu, dan selalu ada baik suka maupun duka dari awal perkuliahan hingga detik ini.
7. *My best buddies*; Novita Tari, Eva Herlina, Amd. Kes, dan Livia Puspa Lingga yang telah menjadi sahabat dan mendukung saya dalam menyelesaikan gelar sarjana Ekonomi ini.
8. *My bestie* Nyinyi; terima kasih juga telah menemani proses selama mengerjakan skripsi ini.

9. Terima kasih Lisa Aprilia Febrian, Mika Septia Rezadi, Nanda Egi Sentosa Putra, Exa Ladeka Stiadi, Adrian Firmansyah, dan Wilyandi atas dukungan dan bantuannya.
10. Untuk teman-teman kelas F angkatan 2018 yang telah sudi menjadi teman hingga akhir perkuliahan.
11. Untuk rekan-rekan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu yang telah membantu dan memberi dukungan, doa, dan arahan.
12. Segenap civitas akademik dan almamater Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah menempahku.

SURAT PERYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul “**Analisis Pengetahuan Nasabah Pembiayaan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Perbankan (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu)**” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Agustus 2022 M

Muharram 1443H

Mahasiswa yang menyatakan,


Wahyu Agus Viantika
1811140192

ABSTRAK

ANALISIS PENGETAHUAN NASABAH PEMBIAYAAN DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN JASA PERBANKAN (STUDI PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH FADHILAH BENGKULU)

Oleh: Wahyu Agus Viantika, NIM 1811140192

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan produk (*product knowledge*) terhadap nasabah yang menggunakan produk pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah. Jenis penelitian ini merupakan penelitian *descriptive* dengan pendekatan kuantitatif. Responden dari penelitian ini adalah nasabah pembiayaan berjumlah 62 orang dengan teknik *purposive sampling*. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan metode rata-rata (*mean*) dan tabel distribusi frekuensi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman nasabah mengenai pengetahuan produk (*product knowledge*) apabila dilihat dari tolok ukur terdiri dari manfaat fungsional, manfaat psikologis, dan nilai yang diperoleh nasabah sudah termasuk ke dalam kategori baik. Namun, dari atribut produk termasuk ke dalam kategori cukup baik. Artinya, pengetahuan produk yang dimiliki nasabah terhadap produk pembiayaan secara menyeluruh sudah baik. Namun, jika dilihat secara khusus berdasarkan tolok ukur masih perlu ditingkatkan lagi.

Kata Kunci : *Pengetahuan Produk, Produk Pembiayaan, Bank Perkreditan Rakyat Syariah*

ABSTRACT

ANALYSIS OF KNOWLEDGE FINANCING CUSTOMERS IN USING BANKING SERVICES (STUDY ON SHARIA RURAL BANK FADHILAH BENGKULU)

By: Wahyu Agus Viantika, NIM 1811140192

The purpose of this research is to determine the product knowledge of customers who use the financing products at Sharia Rural Bank. This type of research approach uses a quantitative descriptive method. The respondents of this research is the financing customers as many 62 people were taken with the purposive sampling technique. The methods of data analysis used are mean and the frequency distribution table. The results of this study indicate that the customer's understanding of product knowledge when viewed from the indicate consists of functional benefits, psychological benefits, and the value obtained by customers is included in the good category. However, the product attributes are included in the category quite well. This means that the customer's product knowledge of financing products as a whole is good. However, when viewed specifically based on benchmarks, it still needs to be improved.

Keywords : Product Knowledge, Financing Products, Sharia Rural Bank

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengetahuan Nasabah Pembiayaan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Perbankan (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu)” shalawat dan salam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. KH. Zulkarnain Dali, M. Pd, selaku Rektor UINFAS Bengkulu yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu tercinta ini.
2. Dr. H. Supardi, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomidan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
3. Dr. Nurul Hak, M.A selaku Wakil Dekan I, Desi Isnaini, M.A selaku Wakil Dekan II dan Eka Sri Wahyuni, M.M selaku Wakil Dekan III yang telah memberikan arahan dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.

4. Yenti Sumarni, M.M selaku Ketua Jurusan dan Aan Shar, M.M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan saran saat pengajuan judul skripsi.
5. Debby Arisandi, MBA selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberi saran dan motivasi demi kesuksesan penulis.
6. Dr. Fatimah Yunus, M. A selaku Pembimbing I yang telah memberikan bantuan, arahan, dan motivasi selama bimbingan skripsi.
7. Yunida Een Fryanti, M. Si selaku Pembimbing II yang telah memberikan bantuan, arahan, dan motivasi selama bimbingan skripsi.
8. Kedua orang tua yang telah mencurahkan cinta dan kasih sayang serta mendoakan kesuksesan penulis.
9. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
10. Staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.

11. Sahabat, teman-teman, dan semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini ke depan.

Bengkulu, Agustus 2022 M
Muharram 1443 H

Wahyu Agus Viantika
NIM. 1811140192

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian	7
F. Penelitian Terdahulu	9
G. Sistematika Penulisan	14
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Teori	17
1. Pemasaran	17

2. Pemasaran Syariah.....	18
3. Pengetahuan Produk	19
a. Pengertian Pengetahuan Produk	19
b. Dimensi Pengetahuan Produk.....	22
c. Indikator Pengetahuan Produk.....	24
4. Produk Pembiayaan	26
a. Pengertian Produk Pembiayaan	26
b. Jenis Produk Pembiayaan	28
c. Tata Cara Pengajuan Pembiayaan	29
d. Akad yang Digunakan	30
e. Persyaratan Pembiayaan	32
B. Kerangka Berpikir.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	35
1. Jenis Penelitian.....	35
2. Pendekatan Penelitian	36
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	36
1. Waktu Penelitian	36
2. Lokasi Penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel.....	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel.....	37
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	38
D. Sumber dan Teknik Pengambilan Data	38
1. Sumber Data.....	38

2. Teknik Pengambilan Data.....	39
E. Variabel dan Definisi Operasional.....	40
F. Instrumen Penelitian	41
G. Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
B. Hasil Penelitian.....	55
C. Pembahasan	61
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel, Dimensi, Indikator	39
Tabel 3.2 Interval Rat-rata Persepsi Responden	43
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Umur.....	51
Tabel 4.3 Pernyataan Responden	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Pengajuan Pembiayaan	28
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	31
Gambar 4.1 Logo	48
Gambar 4.2 Struktur Lembaga	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Blangko Judul
- Lampiran 2 : Surat Persetujuan Proposal Disetujui
- Lampiran 3 : Surat Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 4 : Pengesahan Pembimbing Untuk Izin Penelitian
- Lampiran 5 : Surat Rekomendasi Izin Penelitian Dari Kesbangpol
- Lampiran 6 : Kuesioner
- Lampiran 7 : Dokumentasi
- Lampiran 8 : Surat Keterangan Selesai PenelitianLampiran
- Lampiran 9 : Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 10 : Surat Bukti Plagiasi
- Lampiran 11 : Tabulasi Data
- Lampiran 12 : Data Hasil

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam dunia perbankan beberapa tahun terakhir. Hal itu terlihat melalui data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per Desember 2020, perbankan syariah memiliki aset sebesar 608.9 triliun, pembiayaan yang disalurkan (PYD) sebesar 394.6 triliun, dan dana pihak ketiga (DPK) sebesar 475.8 triliun. Dengan *Market Share* yang menyentuh angka 6.51%. Sektor perbankan syariah mencakup Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Ketiga lembaga ini berperan penting dalam sektor keuangan negara dan memiliki segmen pasar masing-masing.

Kehadiran Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) diawali dengan adanya Bank Perkreditan Rakyat (BPR) berdasarkan paket deregulasi di bidang keuangan, moneter, dan perbankan pada 27 Oktober 1988 atau dikenal dengan Paket Kebijakan 27 Oktober 1988.¹ Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha sesuai dengan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya

¹ Rachmadi Usman, *Manajemen Pemasaran Bank* (Jakarta: Sinar Grafika, 2012).

tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.² Kegiatan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah cukup sempit dibanding kegiatan bank umum lainnya sebab Bank Perkreditan Rakyat Syariah tidak menerima simpanan giro, valuta asing, peransuransian, dan sebagainya.

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) hampir terdapat di seluruh provinsi Indonesia salah satunya terletak di Provinsi Bengkulu. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) di Provinsi Bengkulu yang terdaftar per Juni 2021 di Otoritas Jasa Keuangan berjumlah tiga Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yaitu Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat, Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Adam, dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah. Dari ketiga bank tersebut, Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah merupakan bank yang baru beroperasi satu tahun dibandingkan bank yang lain. Namun, walaupun terbilang masih cukup muda Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah sudah menunjukkan eksistensi dan perkembangan yang baik dengan terus melakukan pembenahan dari berbagai segi sehingga bisa bersaing ditengah menjamurnya lembaga keuangan lainnya.

²Otoritas Jasa Keuangan, :“://Sikapuangmu.Ojk.Go.Id/FrontEnd/CMS/Article/316,. ‘Bank Syariah.’, dikutip dari <https://Www.Ojk.Go.Id/Id/Kanal/Perbankan/Pages/Bank-Syariah.AspX..>, diakses pada Senin, 18 Oktober 2021, Pukul 19.43 WIB

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Bengkulu hadir di tengah masyarakat untuk menjadi solusi pembiayaan dengan target sasaran yaitu memenuhi kebutuhan dan pinjaman modal usaha untuk semua kalangan dengan latar belakang pekerjaan apapun seperti nelayan, petani, pedagang kecil, karyawan, pensiunan, atau masyarakat yang belum terjangkau oleh bank lainnya. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah menyediakan produk-produk pembiayaan yang terdiri dari Pembiayaan Fadhilah Pegawai, Pembiayaan Fadhilah Usaha, Pembiayaan Fadhilah Sertifikasi, Pembiayaan Fadhilah Anggota Dewan, dan Pembiayaan Fadhilah Koperasi dan Lembaga Keuangan lainnya dengan menerapkan akad *Murabahah*, *Qardh*, dan *Ijarah Multijasa*. Berdasarkan pengamatan di lapangan, pembiayaan Fadhilah merupakan produk unggulan dan diminati oleh nasabah yang mana memberikan bantuan berupa pinjaman modal bagi nasabah yang memiliki keterbatasan modal.

Ketika nasabah memilih untuk menggunakan suatu produk/ jasa tentu nasabah sudah memiliki informasi-informasi yang terkait dengan produk/ jasa tersebut atau yang sering kali disebut dengan pengetahuan produk. Pengetahuan produk didefinisikan sebagai kesadaran konsumen akan informasi spesifik tentang produk tertentu yang meliputi atribut produk, manfaat fungsional, manfaat psikologis, dan

nilai. Pengetahuan produk memiliki posisi secara konsisten menjadi salah satu pengaruh yang paling penting terhadap perilaku pembelian konsumen.³ Hal ini sejalan dengan penelitian Lin, *et al* yang menyatakan bahwa *product knowledge* yang dimiliki pelanggan tentang suatu produk akan mempengaruhi minat konsumen.⁴ Dari temuan tersebut menjelaskan bahwa pengetahuan pelanggan memainkan peran penting dalam proses penggunaan suatu produk.

Evaluasi pengetahuan produk terhadap nasabah yang menggunakan produk pembiayaan Fadhilah diperlukan untuk mengetahui sejauh mana nasabah mengetahui produk tersebut. Penelitian yang mempelajari pengetahuan produk konsumen telah lama memajukan penelitian konsumen, teori dan praktik pemasaran sehingga diharapkan dapat membantu Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Bengkulu dalam memajukan bank tersebut. Berdasarkan hasil observasi awal di lapangan terhadap nasabah yang menggunakan produk pembiayaan Fadhilah pada dasarnya nasabah sudah memiliki informasi atau pengetahuan produk tentang atribut produk, manfaat fungsional, manfaat psikologis, dan nilai-

³ Scot Burton, Elizabeth Howlett, and Andrea Heintz Tangari, "Food for Thought: How Will the Nutrition Labeling of Quick Service Restaurant Menu Items Influence Consumers' Product Evaluations, Purchase Intentions, and Choices?," *Journal of Retailing* 85, no. 3 (2009): 258–273, h. 25

⁴ Long Yi Lin and Chun Shuo Chen, "The Influence of the Country-of-Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decisions: An Empirical Study of Insurance and Catering Services in Taiwan," *Journal of Consumer Marketing* 23, no. 5 (2006): 248–265, h. 30

nilai terkait produk yang digunakannya akan tetapi belum memahami secara menyeluruh sehingga mengindikasikan bahwa nasabah tersebut memiliki pengetahuan produk yang belum sangat baik. Hal ini diketahui melalui wawancara awal di mana nasabah belum mengetahui secara detail terkait pengetahuan produk, nasabah mempelajari hanya satu jenis elemen saja sehingga tidak lengkap terkait pengetahuan produk. Apabila nasabah memiliki pengetahuan produk yang sangat baik terkait produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu maka dapat memberikan peranan penting dalam proses mengenal perusahaan terutama dalam hal inovasi.⁵

Berangkat dari uraian di atas maka permasalahan yang muncul dalam penelitian ini adalah terkait pengetahuan produk yang dimiliki nasabah mengenai produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Bengkulu. Oleh sebab itu, penelitian yang akan dilakukan kali ini adalah untuk mengkaji pengetahuan produk nasabah tentang produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu. Sehingga judul yang diambil dalam penelitian ini adalah **“Analisis Pengetahuan Nasabah Pembiayaan Dalam Menggunakan**

⁵ Maurizio Massaro et al., *Knowledge Management in Small and Medium Enterprises: A Structured Literature Review*, *Journal of Knowledge Management*, vol. 20, 2016.

Layanan Jasa Perbankan (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu)”

B. Batasan Masalah

Pada penelitian ini terdapat batasan masalah yang berfungsi agar penelitian lebih terarah dan fokus pada pokok pembahasan. Adapun batasan masalah yaitu menganalisa pengetahuan produk (*product knowledge*) menggunakan teori yang dikemukakan oleh J. Paul Peter dan Jerry, C. Olson terhadap nasabah Pembiayaan Fadhilah pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah kota Bengkulu.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan yang telah ditulis sebelumnya, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengetahuan atribut produk pada nasabah pembiayaan yang menggunakan produk pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Kota Bengkulu?
2. Bagaimana pengetahuan manfaat fungsional pada nasabah pembiayaan yang menggunakan produk pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Kota Bengkulu?
3. Bagaimana pengetahuan manfaat psikologis pada nasabah pembiayaan yang menggunakan produk pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Kota Bengkulu?

4. Bagaimana pengetahuan nilai yang diperoleh pada nasabah pembiayaan yang menggunakan produk pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Kota Bengkulu?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka terdapat tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui pengetahuan atribut produk pada nasabah pembiayaan yang menggunakan produk pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Kota Bengkulu.
2. Mengetahui pengetahuan manfaat fungsional pada nasabah pembiayaan yang menggunakan produk pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Kota Bengkulu.
3. Mengetahui pengetahuan manfaat psikologis pada nasabah pembiayaan yang menggunakan produk pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Kota Bengkulu.
4. Mengetahui pengetahuan nilai yang diperoleh pada nasabah pembiayaan yang menggunakan produk pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Kota Bengkulu.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sumbasih berupa pemikiran bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut di bidang ini dengan menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan referensi dan pertimbangan

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis diharapkan hasil penelitian tersebut dapat memberikan kontribusi untuk berbagai pihak:

a. Bagi Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Bengkulu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa pemikiran dan informasi bagi Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Bengkulu pada pengetahuan nasabah tentang *product knowledge* sehingga dapat dijadikan sebagai fokus dan bahan evaluasi dalam mengembangkan layanan keuangan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Bengkulu.

b. Bagi Masyarakat Penulis

Bagi masyarakat diharapkan dapat memberikan pengetahuan, pengalaman, dan informasi dalam

memahami produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan kita masing-masing.

c. Bagi Pemerintah

Bagi pemerintah diharapkan dengan adanya penelitian pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Bengkulu untuk lebih mendukung perkembangan kemajuan dari bank tersebut.

F. Penelitian Terdahulu

Untuk menambah pemahaman teoritis penelitian ini, peneliti merangkum studi empiris dari penelitian sebelumnya tentang variabel yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan sehingga dapat digunakan sebagai bahan referensi. Penelitian sebelumnya yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah hasil penelitian yang dilakukan oleh *Ilham Candra Prayoga dan Yessy Artanti pada tahun 2021 yang mengkaji* peran kredibilitas influencer, pengetahuan produk, dan negara asal pada niat beli smartphone Oppo A9 2020.⁶ Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa pengetahuan suatu produk sangat diperlukan calon konsumen dibenaknya guna memunculkan niat pembelian salah satunya merasa puas mengenai nilai-nilai produk smartphone Oppo yang didapatkan sebelumnya memuaskan keinginan konsumen sehingga dapat memunculkan niat pembeliannya.

⁶ Ilham Candra Prayoga and Yessy Artanti, "Peran Kredibilitas Influencer, Pengetahuan Produk, Dan Negara Asal Pada Niat Beli Smartphone Oppo A9 2020," *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 5, no. 1 (2021): 111.

Hasil pada variabel *product knowledge* (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. Sedangkan, perbedaan pada penelitian yang akan dilakukan adalah peneliti berfokus pada satu variabel saja yaitu pengetahuan produk yang bertujuan untuk mendeskripsikan pengetahuan produk yang dimiliki oleh nasabah yang menggunakan produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Kota Bengkulu.

Penelitian sebelumnya yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah hasil penelitian yang dilakukan oleh Fajar Rezky Maulana, Nevi Hasnita, dan Evriyenni yang mengkaji pengaruh pengetahuan produk dan *word of mouth* terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah pada tahun 2020.⁷ Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4,223 > 1,984$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Namun terdapat perbedaan dimana penelitian saat ini berfokus pada pengetahuan produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Bengkulu dan metode penelitian yang digunakan juga berbeda.

⁷ Fajar Rezky Maulana, Nevi Hasnita, dan Evriyenni, Perbankan Syariah, “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth,” *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance* 2, no. 2 (2020): 124–137.

Penelitian yang dilakukan oleh Tatang Anggara, dkk pada tahun 2020 meneliti penggunaan layanan bank syariah oleh nasabah berdasarkan pengetahuan dan kualitas layanan. Dari penelitian disimpulkan bahwa pengetahuan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, keputusan nasabah dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa PT. Mitra Agribisnis BPR Syariah Bandar Lampung.⁸ Penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan yaitu sama-sama meneliti pengetahuan nasabah. Sedangkan perbedaannya penelitian ini berfokus pada pengetahuan produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Bengkulu dan metode penelitian yang digunakan juga berbeda.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Julie V. Stanton, dkk pada tahun 2019 meneliti “*product knowledge and information processing of organic foods*” Dimana variabel yang diteliti adalah *product knowledge, information*

⁸ Ulil Albab Tatang Anggara, Ruslaini, “Penggunaan Jasa Bank Syariah Oleh Nasabah Berdasar Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan,” *Journal.uml.ac.id* 3, no. 1 (2020), h. 10.

processing. Dari penelitian ini disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap makanan organik dan terdapat dukungan yang signifikan terhadap hipotesis tentang jalur pemrosesan informasi yang mempengaruhi alasan pilihan konsumen dan pengetahuan produk konsumen mempengaruhi pilihan jalur pemrosesan informasi.⁹ Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian saat ini, yaitu persamaan keduanya menguji variabel pengetahuan, sedangkan perbedaan penelitian sebelumnya bertujuan untuk mengukur bagaimana pengetahuan produk mempengaruhi konsumen untuk mempertimbangkan informasi yang tersedia sebelum memilih antara organik dan non-organik, pilihan organik. Sedangkan, penelitian yang akan dilakukan bertujuan untuk mengukur pengetahuan nasabah terhadap pengetahuan produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Bengkulu dan metode penelitian yang digunakan juga berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati Deylla Handida & Maimun Sholeh pada tahun 2018 menguji pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan tingkat literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan komunitas muslim menggunakan produk perbankan syariah di daerah istimewa Yogyakarta. Dari penelitian ini

⁹ Julie V. Stanton and Laurel Aynne Cook, "Product Knowledge and Information Processing of Organic Foods," *Journal of Consumer Marketing* 36, no. 1 (2019), h, 15.

disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan tingkat literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim untuk menggunakan produk perbankan syariah di DIY, baik secara parsial maupun simultan.¹⁰ Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian saat ini, yaitu persamaan keduanya mengkaji variabel pengetahuan masyarakat yang menjadi pelanggan. Namun terdapat perbedaan yaitu pada penelitian sebelumnya banyak variabel yang diteliti, sedangkan penelitian yang akan dilakukan hanya berfokus pada pengetahuan produk dan metode penelitian yang digunakan juga berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh Ida Nurlaeli pada tahun 2017 mengkaji pengaruh faktor budaya, psikologis, pelayanan, promosi dan pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah memilih Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) di Banyumas. Dari penelitian disimpulkan bahwa tingkat signifikansi variabel pengetahuan tentang produk sebesar $0,012 < 0,05$ yang berarti variabel pengetahuan tentang produk secara parsial berpengaruh

¹⁰ Rahmawati Deylla Handida and Maimun Sholeh, "Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, Dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta," *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* 15, no. 2 (2019), h.25.

positif terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.¹¹ Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian saat ini, yaitu sama-sama mengkaji variabel pengetahuan. Namun yang membedakan adalah penelitian yang akan dilakukan adalah menganalisis pengetahuan nasabah terhadap produk pembiayaan dalam menggunakannya serta metode penelitian penelitian yang digunakan juga berbeda.

G. Sistematika Penulisan

Adapun dalam memudahkan untuk memahami isi dari skripsi, maka terdapat sistematika penulisan yang terdiri dari atas lima bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I Merupakan bagian pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian sebelumnya, dan sistematika penulisan.

BAB II Merupakan bagian kajian teori yang mana berisi penjelasan terkait landasan teori yang dijadikan sebagai acuan penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini dan kerangka berpikir.

BAB III Merupakan bagian metode penelitian, dalam bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan teknik

¹¹ Ida Nurlaeli, "Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Di Banyumas," *Islamadina* 18, no. 2 (2017): 75.

pengambilan sampel, sumber data dan teknik pengumpulan data, variabel dan definisi operasional, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV Merupakan bagian analisis dan pembahasan, bab ini berisikan tentang deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pembahasan mengenai Analisis Pengetahuan Nasabah Pembiayaan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Perbankan (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu)”.
BAB V Merupakan bagian penutup yaitu akhir dalam penelitian ini, bagian ini memuat kesimpulan dan saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori

1. Pemasaran (*Marketing*)

Menurut Kotler pemasaran adalah suatu proses sosial dan amanjerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk dengan pihak lain.¹ Menurut *American Marketing Association*, pemasaran didefinisikan sebagai “aktivitas, serangkaian institusi, dan proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya.² Pemasaran dapat diartikan lebih dari fungsi bisnis lainnya, berhubungan dengan pelanggan. Menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan adalah inti dari pemikiran dan praktik pemasaran modern. Perusahaan yang sukses tahu bahwa jika mereka menjaga pelanggan, pangsa pasar dan pertumbuhan laba kemungkinan besar akan mengikuti seperti yang diungkapkan oleh Peter Drucker yaitu bahwa pemasaran adalah hal sangat mendasar sehingga

¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo, 1997).

² A Thangaraja, “Fast Moving Consumer Goods Distributors ’ Source of Information and Marketing Intelligence System on Customer Feedback .,” no. 1 (2016): 833–837.

tidak dapat dianggap sebagai fungsi yang terpisah, tetapi keseluruhan bisnis dilihat dari sudut pandang hasil akhirnya yaitu dari sudut pandang pelanggan. Artinya, keberhasilan bisnis/ perusahaan tidak ditentukan oleh produsen akan tetapi oleh pelanggan.³

Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan komunikasi dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan dengan cara yang yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Jadi, pemasaran adalah proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan, mengkomunikasikan dan menyampaikan nilai itu kepada pelanggan, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan untuk mengungkapkan nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

2. Pemasaran Syariah

Sedangkan, jika pemasaran syariah atau *syariah marketing* adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholders*, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam islam. Yang artinya bahwa dalam *syariah marketing*, seluruh proses baik

³ Burt Kotler, P. and G. on, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, *Marketing* (Pearson Higher Education AU, 2015), h.4

proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami.⁴ Secara filosofis ada tiga hal yang menjadi ciri khas ekonomi Islam, yaitu filosofi religiusitas yang melahirkan ekonomi dengan atribut pelarangan riba, keadilan yang melahirkan nisbah bagi hasil, dan kemaslahatan yang melahirkan pelembagaan zakat, pelarangan *israf* dan *tabdhir*, dan pembiayaan bisnis halal yang dituntut oleh nilai falah, bukan utilitarianisme dan rasionalisme.⁵

3. Pengetahuan Produk (*Product Knowledge*)

a. Pengertian Pengetahuan Produk (*Product Knowledge*)

Pengetahuan produk merupakan bagian dari manajemen pemasaran. Pengetahuan setiap konsumen berada pada level yang berbeda-beda. Rahmayani, menyatakan bahwa pengetahuan mengenai bank syariah akan mempengaruhi keputusan yang akan dipilih oleh masyarakat. Jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka dalam memandang dan keinginan untuk menjadi nasabah bank syariah pastinya rendah pula. Apabila ditinjau dalam pandangan islam, terdapat ayat yang

⁴ Herman Kertajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan Media Utama, 2006).

⁵ Muhammad Anwar Fathoni, "Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam," *Jurisdictie* 9, no. 1 (2018): 128.

membahas tentang pengetahuan yakni dalam Q.S Az-Zumar (39) ayat 9 yang berbunyi:

أَمَّنْ هُوَ قَانِتٌ آنَاءَ اللَّيْلِ سَاجِدًا وَقَائِمًا يَحْذَرُ الْآخِرَةَ
وَيَرْجُو رَحْمَةَ رَبِّهِ^٦ قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ
وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ^٦ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ

Arinya:

“(Apakah kamu orang musyrik yang lebih beruntung) ataukah orang yang beribadah pada waktu malam dengan sujud dan berdiri, karena takut kepada (azab) akhirat dan mengharapkan rahmat Tuhannya? Katakanlah, ‘Apakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang-orang yang tidak mengetahui?’ Sebenarnya hanya orang yang berakal sehat yang dapat menerima pelajaran”.

Pengetahuan produk menurut Brucks merupakan produk hasil dari memori dan pengetahuan yang ada dalam benak seorang individu.⁶ Pengetahuan dibutuhkan oleh konsumen ketika memilih suatu produk dan mengarahkan konsumen dalam memilih suatu produk untuk melakukan keputusan pembelian atau penolakan produk.

⁶ M. D. T. P. Nasution and Y. Rossanty, “Information Search and Intentions To Purchase: The Role of Country of Origin Image, Product Knowledge, and Product Involvement,” *Journal of Theoretical and Applied Information Technology* 96, no. 10 (2018): 375–385. 23

Pengetahuan produk merupakan bagian penting dari perilaku konsumen sehingga sangat menarik untuk dikaji. Pengetahuan produk adalah kumpulan dari berbagai macam informasi yang dimiliki konsumen tentang produk yang meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan produk.⁷ Menurut Betty dan Gleim, pengetahuan produk adalah pengetahuan yang dirasakan konsumen tentang produk. Sedangkan menurut Dacin dan Mitchell mengungkapkan bahwa pengetahuan produk terdiri dari pengetahuan konkrit, pengetahuan tidak langsung, dan perasaan konsumen.⁸

Dari definisi pengertian pengetahuan produk, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk adalah bagian penting dari perilaku konsumen yang merupakan kumpulan informasi tentang suatu produk tertentu mulai dari atribut produk, nilai produk, dan sebagainya yang dapat memberikan arahan kepada konsumen dalam memutuskan untuk membeli atau menolak produk tersebut.

⁷ Tatiek Nurhayati and Hendar Hendar, "Personal Intrinsic Religiosity and Product Knowledge on Halal Product Purchase Intention: Role of Halal Product Awareness," *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 3 (2020): 603–620. 40

⁸ Kai Chen and Ting Deng, "Research on the Green Purchase Intentions from the Perspective of Product Knowledge," *Sustainability (Switzerland)* 8, no. 9 (2016).11

b. Dimensi Pengetahuan Produk

Konsumen dengan pengetahuan produk tinggi memiliki analisis dan logika produk yang lebih baik daripada mereka yang memiliki pengetahuan produk rendah.⁹ Konsumen dapat memiliki tiga jenis pengetahuan produk, antara lain sebagai berikut:¹⁰

1) Produk sebagai kumpulan atribut

Atribut memiliki arti bagi konsumen dan konsumen dapat memiliki pengetahuan tentang berbagai jenis atribut produk. Atribut konkret mewakili karakteristik fisik yang nyata dari suatu produk atau yang berwujud (*tangible*) seperti merek, logo, desain produk, dan sebagainya. Sedangkan, atribut abstrak mewakili karakteristik yang lebih subjektif dan tidak berwujud (*intangible*) seperti kualitas atau nama baik produk tersebut.

2) Produk sebagai kumpulan manfaat

Konsumen dapat mengetahui dua jenis konsekuensi produk, yaitu fungsional dan psikososial. Konsumen dapat memiliki pengetahuan tentang dua jenis konsekuensi

⁹ Lin BS Lin NH, "The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount.," *Management Studies*. 2 (2007): 121–32.3

¹⁰ Jerry. C. Olson J. Paul Peter, *Consumer Behavior and Strategy Marketing* (Americas, New York: McGraw-Hill/Irwin, 2010).27

produk: fungsional dan psikososial. Konsekuensi fungsional adalah hasil nyata dari penggunaan produk yang dialami konsumen secara langsung. Misalnya, konsekuensi fungsional mencakup hasil fisiologis langsung dari penggunaan produk. Konsekuensi fungsional juga mencakup kinerja fisik dan hasil nyata dari penggunaan atau konsumsi produk. Konsekuensi psikososial mengacu pada hasil sosial dari penggunaan produk. Konsekuensi psikologis dari penggunaan produk adalah internal, hasil pribadi, seperti bagaimana produk membuat konsumen merasa. Sebagian besar konsekuensi psikososial memiliki kualitas afektif.

3) Produk sebagai kumpulan kepuasan

Konsumen juga memiliki pengetahuan tentang nilai-nilai simbolis pribadi yang produk dan merek membantu mereka puas atau mencapai. Nilai sering melibatkan emosi pengaruh yang terkait dengan tujuan dan kebutuhan ini.

Singkatnya, konsumen dapat memiliki pengetahuan produk tentang atribut produk, konsekuensi penggunaan produk, dan nilai-nilai

pribadi. Sebagian besar riset pemasaran berfokus pada satu jenis pengetahuan produk, biasanya atribut atau konsekuensi, di mana fokusnya biasanya pada manfaat daripada risiko. Masalahnya adalah mempelajari hanya satu jenis pengetahuan memberi pemasar pemahaman yang tidak lengkap tentang pengetahuan produk konsumen. Mereka kehilangan hubungan kritis antara atribut, konsekuensi, dan nilai.¹¹

c. Indikator Pengetahuan Produk

Pengukuran pengetahuan konsumen tentang suatu produk perlu dilakukan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi bagi suatu perusahaan atau lembaga dalam memberikan jasa keuangan. Menurut J. Paul Peter dan Jerry, C. Olson pengetahuan produk memiliki indikator antara lain sebagai berikut:¹²

1) Atribut Produk (*Product Attributes*)

Aspek fisik suatu produk/jasa yang dapat dilihat atau dirasakan. Dalam hal jasa, atribut dapat dilihat misalnya dari reputasi, merek, logo, desain produk, dan harga yang harus dibayar untuk memperoleh jasa. Atribut produk

¹¹ Jerry. C. Olson J. Paul Peter, *Consumer Behavior and Strategy Marketing* (Americas, New York: McGraw-Hill/Irwin, 2010). h. 210

¹² Elsyé Rumondang Damanik, "Bagaimana Product Knowledge Dan Product Involvement Memotivasi Konsumen?," *Humaniora* 4, no. 2 (2013): 1336–1344.20

adalah segala aspek fisik dari suatu produk atau jasa yang dapat dilihat atau dirasakan. Atribut produk contohnya adalah warna, bentuk tampilan luar produk, motif, dan sebagainya.¹³

Dalam halnya dengan jasa, atribut dapat dilihat misalnya dari reputasi dan harga yang harus dibayar untuk memperoleh jasa.

2) Manfaat Fungsional (Fisik)

Dampak langsung dapat dirasakan ketika konsumen berinteraksi dengan produk/jasa yang digunakan.

3) Manfaat Psikologis

Dampak sosial yang didapat konsumen ketika berinteraksi dengan suatu produk/jasa. Adapun manfaat psikologis adalah dampak sosial yang diperoleh konsumen ketika berinteraksi dengan suatu produk atau jasa.

4) Nilai Yang Diperoleh

Nilai-nilai yang diperoleh setelah konsumen menggunakan produk atau jasa. Contoh dari aspek ini adalah konsumen akan merasa memiliki daya saing dan kemampuan dalam bekerja dan usaha.

¹³ Manuarang Romario Nimrod, "Pengaruh Product Knowledge Terhadap Purchase Intention (Survei Pada Pengunjung Toko Buku UB Press , Kota Malang)" (Universitas Brawijaya, 2018), h. 114

Sama halnya dengan pernyataan penelitian Prayoga, I. C., & Artanti, Y yang menggunakan indikator pengetahuan produk (*product knowledge*) terdiri dari (1) Atribut Produk, Semua aspek fisik produk atau jasa yang dapat dilihat atau dirasakan. (2) Manfaat Fisik. Manfaat fisik adalah dampak yang dirasakan ketika konsumen berinteraksi dengan produk atau jasa yang digunakan secara langsung. (3) Manfaat Psikologis. Manfaat psikologis adalah ketika berinteraksi dengan suatu produk atau jasa menimbulkan dampak sosial yang didapat oleh konsumen, dan (4) Nilai-Nilai yang diperoleh. Nilai-nilai yang diperoleh konsumen setelah menggunakan produk atau jasa, sehingga dapat disimpulkan bahwa *product knowledge* merupakan pengetahuan suatu produk secara lengkap meliputi merek produk, harga produk, kategori produk, atribut atau fitur produk, terminologi produk, dan kepercayaan pada suatu produk.

4. Produk Pembiayaan

a. Pengertian Produk Pembiayaan

Pembiayaan adalah dukungan dalam bentuk pendanaan untuk memenuhi kebutuhan atau pengadaan barang, aset, atau jasa tertentu yang melibatkan tiga pihak, yaitu pihak pemberi dana,

penyedia barang, aset, atau jasa tertentu, dan pihak memanfaatkan barang, aset, atau jasa tertentu. Produk pembiayaan disediakan oleh bank umum syariah/ unit usaha syariah/ Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), dan perusahaan pembiayaan. Namun ada juga mekanisme yang hanya melibatkan dua pihak, seperti pembiayaan emas di bank syariah/ Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dan pembiayaan dengan cara jual dan sewa (*sale and lease back*).¹⁴

Dalam menyalurkan dana kepada nasabah, secara umum produk pembiayaan syariah terbagi menjadi empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu: 1) Pembiayaan dengan prinsip jual beli, 2) Pembiayaan dengan prinsip sewa, 3) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, 4) Pembiayaan dengan akad pelengkap. Dengan demikian, produk pembiayaan merupakan fasilitas layanan yang diberikan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) kepada nasabah yang memiliki latar belakang profesi pegawai negeri sipil (PNS), yaitu produk pembiayaan pegawai berupa pemenuhan kebutuhan konsumtif. Sedangkan untuk nasabah yang memiliki latar belakang pelaku usaha yaitu produk

¹⁴ Otoritas Jasa Keuangan, “Apa Itu Kredit Dan Pembiayaan,” last modified 2021, <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/316>.

pembiayaan usaha berupa pemenuhan pinjaman modal usaha.

b. Jenis Produk Pembiayaan

Ada beberapa jenis produk pembiayaan yang terdapat pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Bengkulu sebagai berikut:

1. Pembiayaan Fadhilah Pegawai

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Bengkulu menyediakan produk Pembiayaan Fadhilah Pegawai yang diperuntukan bagi seorang individu yang berstatus Pegawai Negeri Sipil (PNS) untuk memenuhi kebutuhan konsumtif berupa barang atau jasa di luar modal usaha.

2. Pembiayaan Usaha Fadhilah

Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu mendukung nasabah yang berprofesi sebagai wirausahawan, baik usaha mikro, kecil, dan menengah. Nasabah dapat memanfaatkan fasilitas berupa produk pembiayaan usaha Fadhilah dengan mengajukan pinjaman modal usaha guna memperluas dan mengembangkan usaha sesuai dengan kebutuhan masing-masing pelaku usaha yang membutuhkan pinjaman.

3. Pembiayaan Fadhilah Sertifikasi

Pembiayaan Fadhilah Sertifikasi berlaku untuk nasabah yang berprofesi sebagai guru yang memiliki sertifikasi.

4. Pembiayaan Fadhilah Anggota Dewan

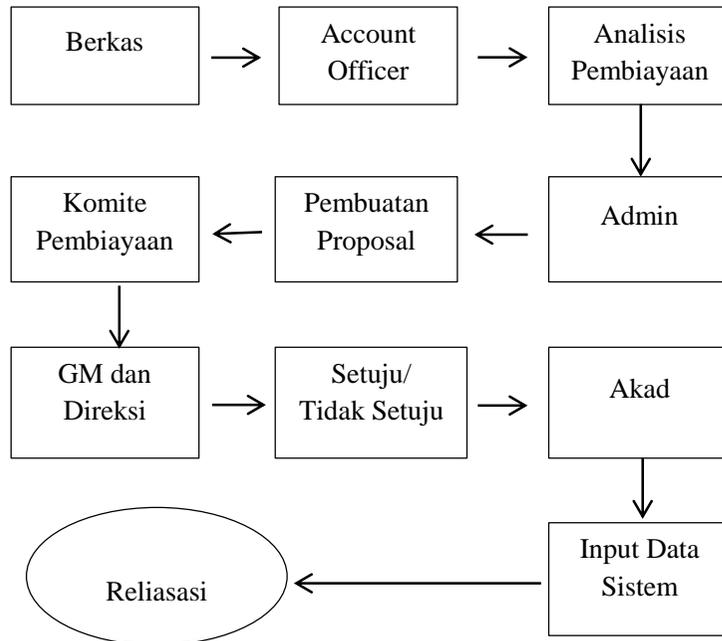
Selain itu, terdapat pembiayaan Fadhilah Anggota Dewan berlaku untuk anggota dewan yang membutuhkan pembiayaan untuk kebutuhan konsumtif dan lainnya.

5. Pembiayaan Fadhilah Koperasi dan Lembaga Keuangan Lainnya.

Pembiayaan Fadhilah Koperasi berlaku untuk pelaku koperasi yang membutuhkan pembiayaan atau modal

c. Tata Cara Pengajuan Pembiayaan Fadhilah

Proses pengajuan pembiayaan fadhilah pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Bengkulu berlangsung selama 1-3 hari dengan melalui tahapan-tahapan dan pengumpulan berkas persyaratan. Adapun tata cara pengajuan Pembiayaan Fadhilah pada yakni sebagai berikut:



Gambar 2.1

Alur Pengajuan Pembiayaan

d. Akad- akad dalam Transaksi yang Digunakan

Dalam kaidah fikih, akad didefinisikan sebagai pertalian ijab (pernyataan melakukan ikatan) dan kabul (pernyataan penerimaan ikatan) sesuai dengan kehendak syariat yang berpengaruh kepada objek perikatan sehingga terjadi perpindahan kepemilikan dari satu pihak kepada pihak yang lain. Menurut istilah, akad adalah hubungan/ keterkaitan antara ijab dan kabul atas diskursus yang dibenarkan oleh syara' dan

memiliki implikasi hukum tertentu. Jadi, akad adalah suatu perbuatan yang sengaja dibuat oleh dua orang atau lebih berdasarkan keridaan masing-masing pihak yang melakukan akad dan memiliki akibat hukum baru bagi mereka yang berakad. Akad yang digunakan pada produk pembiayaan Fadhilah Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah kota Bengkulu yaitu:

1. Akad *Murabahah*

Akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.

2. Akad *Ijarah Multijasa*

Akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.

3. Akad *Qard*

Akad pinjaman dana kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya pada waktu yang telah disepakati.

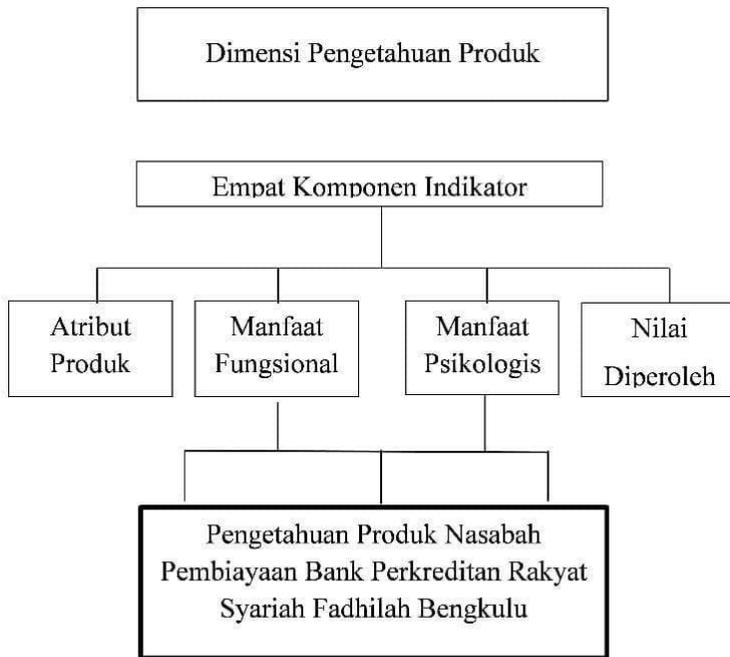
e. Persyaratan Pembiayaan Fadhilah

Adapun terdapat persyaratan saat ingin meminjam produk pembiayaan fadhilah antara lain sebagai berikut:

1. Dokumen Identitas (KTP, Kartu Keluarga, Buku Nikah)
2. NPWP
3. Daftar Gaji dan Tunjangan
4. SK terbaru, Karpeg, Tespen Ketenagakerjaan/ BPJS
5. Pas foto 4x6
6. Legalitas Usaha
7. Agunan Berupa Kendaraan Shm atau BPKB
8. Formulir Calon Nasabah
9. Dokumen Pendukung Lainnya

B. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir dalam penelitian ini mengacu pada empat dimensi pengetahuan produk, yaitu atribut produk, manfaat fungsional, manfaat psikologis, dan nilai yang diperoleh. Dapat dilihat dari gambar bagan sebagai berikut:



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

Gambar 2.2 di atas menjelaskan bahwa untuk melihat bagaimana pengetahuan produk (*product knowledge*) pada nasabah pembiayaan Fadhilah Usaha Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu dapat melalui pemahaman terhadap 4 dimensi pada produk pembiayaan. Sehingga perlu dilakukan kajian terhadap 4 komponen tersebut sebagai berikut, yaitu atribut produk, manfaat fungsional, manfaat psikologis, dan nilai yang diperoleh.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan metode survey. Metode survey adalah metode yang digunakan untuk memperoleh data dari tempat atau objek yang diteliti dengan menyebarkan kuesioner, wawancara terstruktur, dan sebagainya.¹ Tujuan penelitian survey yaitu untuk mempelajari karakteristik populasi sasaran, dan memahami sikap, persepsi, motif, keyakinan mereka dan, secara umum, mengumpulkan pendapat mereka tentang fenomena yang sedang diteliti.²

Peneliti mengaplikasikan metode survey dengan menyebarkan kuesioner/ angket yang berisi sejumlah pertanyaan tertulis terkait topik yang diteliti yaitu pengetahuan produk (*product knowledge*) kepada nasabah yang menggunakan produk pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu guna memperoleh informasi dan data yang dibutuhkan dari responden secara langsung.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 6

² Gerard Emilien, Rolf Weitkunat, and Frank Lüdicke, "Consumer Perception of Product Risks and Benefits," *Consumer Perception of Product Risks and Benefits*, no. Sheth 1985 (2017): 1–596, h. 420

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yaitu mendeskripsikan fenomena-fenomena yang data penelitiannya berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.³ Tujuan dari pendekatan kuantitatif deskriptif adalah untuk menggambarkan/mendeskripsikan tentang sesuatu secara objektif dengan menggunakan angka-angka mengenai variabel yang diteliti, dalam hal ini peneliti ingin mendeskripsikan pengetahuan produk (*product knowledge*) yang dimiliki oleh nasabah yang menggunakan produk pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu

Penelitian tersebut dilaksanakan dari tanggal 17 Februari sampai dengan 17 Maret 2022.

2. Lokasi

Penelitian tersebut dilaksanakan di Bank Perkreditan Rakyat Fadhilah Kota Bengkulu yang beralamat di Jl. Jendral Ahmad Yani Kelurahan Kebun Keling Kecamatan Teluk Segara.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D...*
h.36

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu dan ditentukan oleh peneliti sebagai bahan yang akan dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu yang berjumlah 248 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari kualitas dan karakteristik tertentu dari populasi yang diambil dari populasi sebagai perwakilan untuk menarik kesimpulan.⁴ Pengambilan sampel dalam penelitian ini jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.⁵ Dari populasi nasabah yang menggunakan produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu, dipilih sebanyak 25% nasabah sampel, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 62 orang responden.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D...*, h.81

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah teknik untuk menentukan sampel dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* di mana teknik tersebut menentukan sampel berdasarkan sampel yang memiliki unsur tertentu dan telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti. Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan sampel pada penelitian ini yaitu nasabah merupakan pengguna dari produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu dengan alasan agar terjadinya sinkronisasi dengan topik yang diteliti yaitu pengetahuan produk (*product knowledge*) pembiayaan. Selanjutnya, responden berumur sekurang-kurangnya > 20 tahun. Selain itu, nasabah tersebut paling tidak sudah menggunakan produk pembiayaan minimal 6 bulan terakhir dengan alasan agar dapat mendeskripsikan atau menjawab pertanyaan tertulis pada kuesioner penelitian maupun wawancara.

D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

Pada penelitian ini menggunakan sumber data primer yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber pertama, yaitu responden atau tempat objek penelitian. Data primer yang diperoleh peneliti berasal dari jawaban hasil

penyebaran kuesioner kepada 62 responden dan wawancara di lapangan secara langsung dengan responden yaitu nasabah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu. Selain itu juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari mengumpulkan data-data yang berasal dari laporan atau tertulis lainnya yang memuat pembahasan sesuai dengan topik penelitian mengenai pengetahuan produk pembiayaan.

b. Teknik Pengumpulan Data.

Sebelum penelitian ini dimulai, didahului dengan studi pustaka, untuk mempelajari teori-teori yang ada hubungannya dengan permasalahan yang akan dihadapi penulis di lapangan, metode yang peneliti gunakan adalah :

1) Kuesioner

Pengumpulan data menggunakan kuesioner atau daftar pertanyaan yang dibagikan langsung oleh penulis kepada responden, dalam hal ini nasabah yang menggunakan produk pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu.

2) Wawancara

Pengumpulan data dengan cara komunikasi langsung kepada responden mengenai informasi

yang berkaitan dengan objek penelitian yang akan diselidiki oleh penulis. Dalam penelitian ini wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur artinya wawancara yang bebas dimana penulis tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap. Tujuan wawancara ini dilakukan apabila penulis ingin memperoleh informasi lebih mendalam pada responden agar data yang diperoleh dari hasil kuesioner lengkap dan valid.

E. Variabel dan Definisi Operasional

Definisi operasional adalah unsur-unsur penelitian yang akan memberitahu bagaimana mengukur suatu variabel. Dalam penelitian ini variabel yang akan diteliti adalah pengetahuan produk (*product knowledge*) yaitu kumpulan informasi yang dimiliki oleh nasabah pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu mengenai suatu produk pembiayaan yang digunakan. pengetahuan produk (*Product Knowledge*) diukur dengan empat indikator yaitu atribut produk, manfaat fungsional, manfaat psikologis, dan nilai yang diperoleh yang ditinjau dari pandangan ekonomi islam.

1. Atribut produk terkait dengan atribut fisik atau yang berwujud (*tangible*) seperti merek, logo, desain produk, dan sebagainya. Sedangkan, atribut abstrak mewakili

karakteristik yang lebih subjektif dan tidak berwujud seperti nama baik dan sebagainya.

2. Manfaat fungsional berkaitan dengan manfaat fisik yang dapat langsung dirasakan. Dalam hal ini manfaat fungsional berkaitan dengan kualitas produk pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu.
3. Manfaat psikologis berkaitan dengan manfaat yang berdampak pada hasil pribadi yang dirasakan oleh nasabah pembiayaan yang menggunakan produk pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu.
4. Nilai yang diperoleh dapat berupa nilai positif dan negatif yaitu perasaan yang dirasakan oleh nasabah pembiayaan yang menggunakan produk pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu.

F. Instrumen Penelitian

Pada penelitian kuantitatif dalam proses pengumpulan datanya menggunakan instrumen. Instrumen penelitian atau alat ukur penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang akan diamati. Dalam hal ini, instrumen penelitian yang digunakan berjumlah satu instrumen dikarenakan variabel yang akan diteliti hanya variabel pengetahuan produk. Tujuan menggunakan

instrumen penelitian adalah untuk memperoleh hasil yang akurat.

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini yaitu angket. Untuk mempermudah responden dalam menjawab maka jenis angket yang digunakan adalah angket tertutup yaitu setiap pertanyaan dalam angket disertai dengan pilihan jawaban. Pilihan jawaban menggunakan skala *Likert* 1 sampai 5. Skor 1 menunjukkan Sangat Tidak Setuju (STS); 2 Tidak Setuju (TS); 3 Cukup Setuju (CS); 4 Setuju; dan 5 Sangat Setuju (SS).

Tabel 3.1 Variabel, Dimensi, dan Indikator Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator Pengetahuan Produk	Sumber
Pengetahuan Produk (<i>Product Knowledge</i>)	Atribut Produk	1. Kelebihan dan kekurangan produk 2. Merek/warn/tulisan/desan produk/ warna pada logo produk 3. Reputasi produk 4. Akad dan	- Peter dan Olson (1999) - Prayoga, I. C., & Artanti, Y. (2021) - Maulan

		prinsip-prinsip syariah	a, F. R., Hasnita, N., & Evriyenni, E. (2020)
Manfaat Fungsional		Kemudahan prosedur peminjaman	
Manfaat Psikologis		Manfaat produk terhadap nasabah	
Nilai		<ol style="list-style-type: none"> 1. Konekskuensi positif dan negatif penggunaan produk pembiayaan 2. Nilai rekomendasi dari nasabah kepada kerabat 3. Kepuasan nasabah pada nilai-nilai produk pembiayaan dan pelayanan 	

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan metode *skoring* untuk menjawab permasalahan pada penelitian. Selanjutnya untuk melihat persepsi responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini digunakan metode rata-rata (*mean*) dan tabel distribusi frekuensi. Untuk menghitung nilai rata-rata (*mean*) digunakan rumus :

$$\text{Mean} : \frac{\sum fx}{N} \quad (\text{Sugiyono, 2008})$$

- Dimana :
- f : Frekuensi jawaban responden
 - X : Skor jawaban responden
 - N : Jumlah sampel

Selanjutnya juga dihitung skala interval jawaban responden, yang bertujuan untuk memudahkan interpretasi hasil, dengan menggunakan rumus:

$$\text{Skala Interval} : \frac{U - L}{K} \quad (\text{Sugiyono, 2008})$$

Dimana

U : Skor jawaban tertinggi

L : Skor jawaban terendah

K : Jumlah kelas interval

Dari rumus di atas, maka skala interval yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Dimana :

Skor jawaban tertinggi (U) : 5

Skor jawaban terendah (L) : 1

Jumlah kelas interval (k) : 5

$$\begin{aligned} \text{Skala Interval} & : \frac{5 - 1}{5} \quad (\text{Sugiyono, 2008}) \\ & : 0,80 \end{aligned}$$

Jadi Skala Interval setiap interval kelas adalah 0,80. Dari skala interval kemudian diinterpretasikan ke dalam rata-rata jawaban responden dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.2 Interval Rata-Rata Persepsi Responden

No	Interval (Range)	Keterangan
1	1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik
2	1,80 – 2,59	Tidak Baik
3	2,60 – 3,39	Cukup Baik
4	3,40 – 4,19	Baik
5	4,20 – 5,00	Sangat Baik

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu

Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu merupakan bank yang didirikan oleh pemerintah kota Bengkulu. Dengan kata lain, Bank tersebut merupakan bank daerah provinsi Bengkulu. Sejarah awalnya berdiri Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu adalah bermula dari masyarakat kota Bengkulu yang masih saja terlibat dengan rentenir, hal ini menimbulkan keprihatinan sehingga lahirlah ide untuk menghadirkan bank yang memberi kebahagiaan dan manfaat bagi masyarakat. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu secara resmi sudah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Berdasarkan SK. Menteri dan hak azasi manusia Republik Indonesia Nomor : AHU-730.AH.02.01 Tahun 2010 TGL 12 Februari 2010 & P.P.A.T (Pejabat Pembuat Akta Tanah) SK. Kepala BPN Republik Indonesia Nomor : 104/KEP-17.3/III/2011 Tanggal 21 Maret 2011. Menyatakan AKTA Pendirian PT. BPRS Fadhilah Kota Bengkulu, Nomor : 05 Tanggal 20 September 2019. Dengan berdirinya Bank

Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam hal peminjaman modal. Sesuai dengan namanya yaitu “Fadhilah” yang memiliki arti manfaat, memberi manfaat melalui pengadaan program-program dan dari segi pelayanan yang baik bagi masyarakat. Sejak berdiri hingga sekarang Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu memiliki *progress* yang cukup baik hal ini terlihat dari laporan tahun 2020 awal Januari – Desember aset Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu mencapai 11,4 Milyar dengan Rp. 320.000.000 penyaluran pembiayaan kepada masyarakat. Untuk eksistensi Bank perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu dituntut untuk terus melakukan inovasi-inovasi terhadap produk dan layanan jasa keuangan agar dapat bersaing dengan kompetitor lain serta dapat memperluas pangsa pasar yang masih sempit. Sehingga dapat dikenal oleh masyarakat dan dilirik oleh investor.

Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu pada awalnya terletak di Jl. Letjend Soeprapto No. 114 RT. 01 Simpang Kebun Gran namun, pada 20 Desember 2021 Bank Fadhilah secara resmi pindah ke gedung baru yang berada persis di sebelah Bank Indonesia, Jalan Jendral Ahmad Yani Kelurahan Kebun

Keling Kecamatan Teluk Segara. Tujuan pemindahan gedung tersebut adalah untuk meningkatkan kinerja Bank daerah tersebut dengan pembangunan fasilitas untuk menajamen bank.¹

2. Visi dan Misi Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu

Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu mempunyai tujuan dan arahan utama dalam melakukan kegiatan yang dirangkum dalam visi sedangkan untuk proses mencapai tujuan tersebut dirangkum dalam misi. Visi dan misi yang dimiliki Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu yaitu sebagai berikut:

a. Visi

“Menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah terbaik, sehat, dan tumbuh berkesinambungan di Bengkulu”. Yang artinya terbaik dalam memberikan pelayanan, keunggulan produk dan keuntungan kepada masyarakat dan pemangku kepentingan. Sehat dalam arti pembiayaan yang disalurkan disamping memberikan profit juga terjaga.

¹ Bengkulu news, “Last Modified 2022,” dikutip dari <https://www.bengkulunews.co.id/bank-fadhilah-kota-bengkulu-resmi-pindah-ke-sebelah-bi>, diakses pada Minggu, 20 Maret 2022, Pukul 20.31 WIB

b. Misi

“Membangun Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang berorientasi pada penerapan nilai-nilai syariah, menjalankan prinsip kehati-hatian, yang ditopang keterampilan sumber daya manusia yang berlandaskan nilai-nilai islami untuk memberikan kontribusi terbaik bagi masyarakat Bengkulu yang religious dan bahagia”. Yang artinya menerapkan nilai-nilai islami (syariah) dalam keseharian bekerja dengan menanamkan kepada seluruh karyawan bahwa bekerja adalah ibadah, menerapkan prinsip kehati-hatian (prudent) dalam menjalankan operasional BPRS, meningkatkan keterampilan seluruh karyawan, teknologi yang handal, membuat Satuan Kerja Audit internal yang fungsinya menjaga penerapan ketentuan, aturan, dan SOP dijalankan sesuai dengan peraturan dan ketentuan serta budaya perusahaan.

3. Motto

“Utama dan bermanfaat”.

4. Logo



Gambar 4.1 Logo

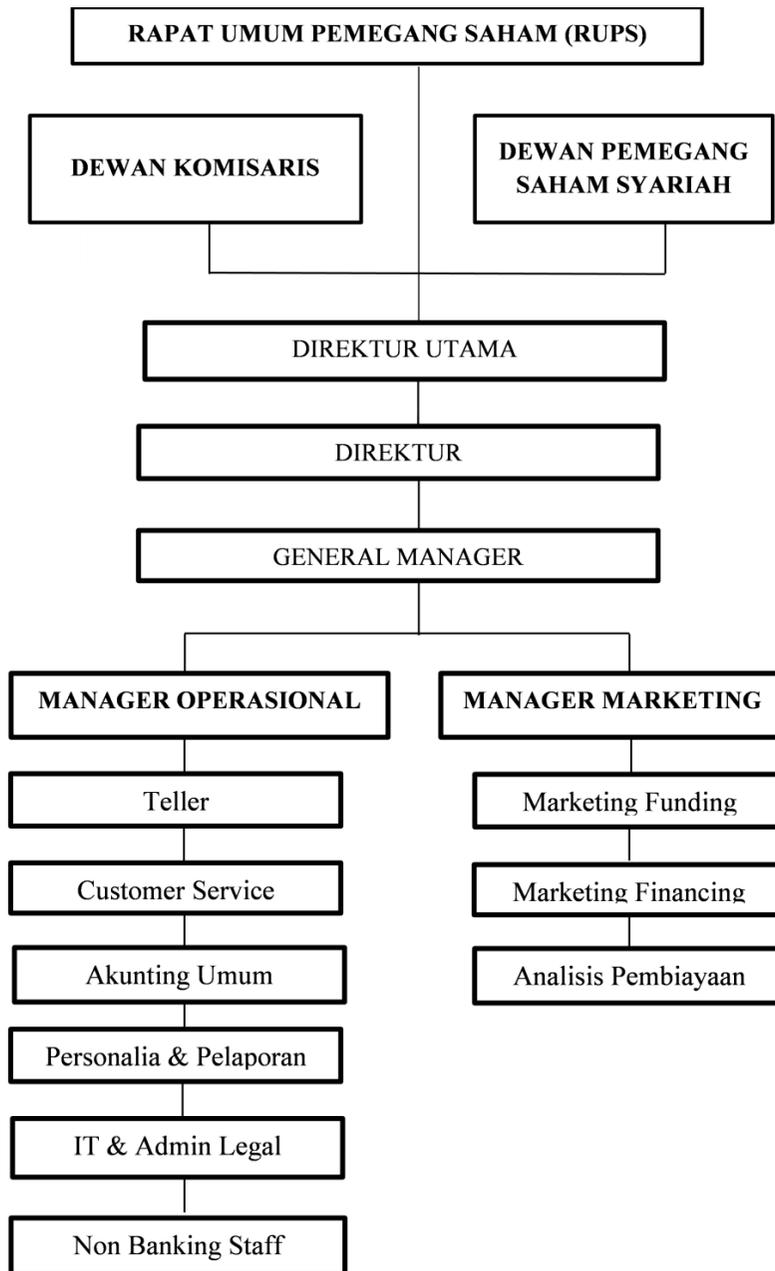
Komposisi Warna:

- a. Logo berwarna toska yang melambangkan ketenangan dan percaya diri
- b. Tulisan Bank Fadhilah berwarna biru tua melambangkan kepercayaan, dapat diandalkan, dan stabilitas (kesinambungan)
- c. Warna jingga pada *tagline* “Utama dan Bermanfaat” melambangkan kehangatan dan semangat.

Sehingga, dapat disimpulkan arti dari logo tersebut adalah Bank Fadhilah akan menjadi Bank yang dapat dipercaya oleh masyarakat dengan kehandalannya akan senantiasa tumbuh dan berkesinambungan yang ditopang oleh kehandalan personelnnya yang melayani nasabah.

5. Struktur Lembaga Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu

Adapun struktur organisasi yang terdapat pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu sebagai berikut:



Gambar 4.2 Struktur Lembaga

6. Data Deskriptif Responden

Data deskriptif yang menggambarkan keadaan responden yang merupakan sumber informasi sebagai penguat dan pendukung hasil penelitian. Responden penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk pembiayaan Fadhilah di Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 62 orang dengan metode *purposive sampling*. Karakteristik responden sebagaimana diperoleh dari hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Jenis Kelamin

Jenis Kelamin			
		Frekuensi	Persentase
Valid	Laki-laki	30	48%
	Perempuan	32	52%
	Total	62	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas, data tersebut menunjukkan bahwa total responden pada penelitian berjumlah 62 responden yang terdiri dari jenis kelamin laki-laki sebanyak 30 orang dengan persentase 48%. Sedangkan, jenis kelamin perempuan sebanyak 32 orang dengan persentase 52%. Maka dari itu, responden pada

penelitian ini terbanyak dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 32 responden.

Tabel 4.2
Karakteristik Umur

Umur		Frekuensi	Persentase
Valid	20-25 Tahun	2	3%
	26-30 Tahun	6	10%
	31-35 Tahun	11	18%
	36-40 Tahun	14	23%
	>40 Tahun	27	44%
Total			100%

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas, data tersebut menunjukkan bahwa karakteristik umur responden dalam peneliti ini bervariasi dimulai dari umur 20-25 tahun dengan jumlah 2 orang dan jumlah persentase adalah 3%. Umur 26-30 tahun dengan jumlah 6 orang dan jumlah persentase adalah 10%. Umur 31-35 tahun dengan jumlah 11 orang dan jumlah persentase adalah 18%. Umur 36-40 tahun dengan jumlah 14 orang dan jumlah persentase adalah 23%. Umur >40 tahun merupakan umur yang mendominasi pada nasabah pembiayaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah

Kota Bengkulu dengan jumlah 27 orang dan jumlah persentase adalah 44%.

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang analisis pengetahuan nasabah pembiayaan dalam menggunakan layanan jasa perbankan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu, dengan variabel yang diteliti terdiri dari dimensi pengetahuan produk (*Product Knowledge*) yaitu atribut produk, manfaat fungsional, manfaat psikologis, dan nilai yang diperoleh. Berikut ini disajikan pernyataan responden terhadap pengetahuan produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu.

Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan Produk (*Product Knowledge*) berdasarkan dimensi pengetahuan produk yang terdiri dari beberapa indikator yaitu atribut produk, manfaat fungsional, manfaat psikologis, dan nilai yang diperoleh. Setiap item pernyataan memiliki 5 (lima) pilihan jawaban menggunakan skala *likert* berjenjang 1 - 5. Skala tersebut menunjukkan tanggapan responden mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Berikut ini disajikan pernyataan responden terhadap pengetahuan produk (*product knowledge*):

Tabel 4.3
Pernyataan Responden Terhadap Pengetahuan
produk (*Product Knowledge*)

No	Pernyataan	Jawaban					Total Jawab	Rata-rata
		STS	TS	CS	S	SS		
Atribut Produk								
1	Saya mengetahui kelebihan dan kekurangan pada produk pembiayaan fadhilah sebagai dasar saya memilih produk pembiayaan tersebut	0	0	3	38	21	266	4.29
2	Saya mengetahui merek/ warna/ serta logo produk pembiayaan Fadhilah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu	0	5	32	23	2	208	3.35
3	Pembiayaan Fadhilah memiliki reputasi yang bagus sebagai produk pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu	0	0	8	44	10	250	4.03
4	Saya mengetahui akad dan prinsip-prinsip syariah pada produk pembiayaan yang digunakan	1	6	27	28	0	206	3.32
Rata-rata								3.74
Manfaat Fungsional								
5	Saya merasa dalam prosedur peminjaman pengajuan mudah	0	0	6	40	16	258	4.16

	dan cepat bagi nasabah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu							
Rata-rata								4.16
Manfaat Psikologis								
6	Saya merasa terbantu dengan kehadiran produk pembiayaan fadhilah usaha Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu	0	0	1	43	18	265	4.27
Rata-rata								4.27
Nilai Yang Diperoleh								
7	Saya mengetahui konsekuensi positif dan negatif dari penggunaan produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu	0	0	11	38	13	250	4.03
8	Saya dapat merekomendasikan pembiayaan fadhilah kepada kerabat berdasarkan pengalaman dalam menggunakan produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu	0	0	11	45	6	243	3.92
9	Saya merasa puas dengan nilai-nilai produk pembiayaan dan pelayanan Fadhilah yang	0	0	15	38	9	242	3.90

sudah saya dapatkan sebelumnya di Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu								
Rata-rata								3.95
TOTAL RATA-RATA								4.03

Sumber: Hasil Penelitian 2022, data di olah

<i>Ket</i>	<i>: Interval (Range)</i>	<i>= Keterangan</i>
	1.00 – 1.79	= Sangat Tidak Baik
	1.80 – 2.59	= Tidak Baik
	2.60 – 3.39	= Cukup Baik
	3.40 – 4.19	= Baik
	4.20 – 5.00	= Sangat Baik

a. Tanggapan Responden Mengenai Atribut Produk

Pada tabel 4.3 di atas, terlihat bahwa dimensi atribut produk terdiri dari empat item pertanyaan. Adapun yang menjadi indikatornya yaitu nasabah mengetahui kelebihan dan kekurangan pada produk pembiayaan fadhilah sebagai dasar memilih produk pembiayaan tersebut sangat baik dengan nilai rata-rata 4,29 dan merupakan indikator yang paling tinggi. Selanjutnya, nasabah mengetahui merek/ warna/ serta logo produk pembiayaan Fadhilah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu cukup baik dengan nilai rata-rata 3,35. Kemudian, Pembiayaan Fadhilah memiliki reputasi yang bagus sebagai produk

pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu baik dengan nilai rata-rata 4,03. Secara menyeluruh, dimensi atribut produk memiliki nilai rata-rata 3,74 yang dapat disimpulkan bahwa atribut produk pembiayaan Fadhilah sudah baik. Namun, ada beberapa indikator yang tergolong ke dalam cukup baik dengan range nilai rata-rata dari 2.60 – 3.39 sehingga perlu diperhatikan dan fokus ke beberapa item tersebut.

b. Tanggapan Responden Mengenai Manfaat Fungsional

Jika dilihat dari dimensi manfaat fungsional di mana satu item pertanyaan yang menjadi indikatornya yaitu nasabah merasa dalam prosedur pengajuan pembiayaan mudah dan cepat bagi nasabah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu baik dengan nilai rata-rata 4,16. Secara menyeluruh, dapat disimpulkan bahwa manfaat fungsional telah berjalan dengan baik sehingga mempermudah nasabah untuk pengajuan pembiayaan Fadhilah pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu.

c. Tanggapan Responden Mengenai Manfaat Psikologis

Selanjutnya, dimensi manfaat psikologis terdiri dari satu item pertanyaan di mana yang menjadi indikatornya yaitu nasabah merasa terbantu dengan kehadiran produk pembiayaan fadhilah usaha Bank

Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu sangat baik dengan nilai rata-rata 4,27. Secara menyeluruh, dapat disimpulkan bahwa manfaat psikologis telah berjalan dengan sangat baik sehingga produk pembiayaan menjadi salah satu solusi bagi nasabah yang sedang mengalami kesulitan dalam keuangan ataupun permodalan.

d. Tanggapan Responden Mengenai Nilai Yang Diperoleh

Sedangkan, pada dimensi nilai yang diperoleh terdiri dari tiga indikator. Adapun yang menjadi indikatornya yaitu nasabah mengetahui konsekuensi positif dan negatif dari penggunaan produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu baik dengan nilai rata-rata 4,03 dan merupakan indikator yang paling tinggi. Selanjutnya, nasabah dapat merekomendasikan pembiayaan fadhilah kepada kerabat berdasarkan pengalaman dalam menggunakan produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu baik dengan nilai rata-rata 3,92 Kemudian, Saya merasa puas dengan nilai-nilai produk pembiayaan dan pelayanan Fadhilah yang sudah saya dapatkan sebelumnya di Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu baik dengan nilai rata-rata 3,90. Secara menyeluruh, dimensi nilai yang diperoleh

memiliki nilai rata-rata 3,95 yang termasuk ke dalam kategori baik. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dimensi nilai yang diperoleh nasabah selama menggunakan produk pembiayaan telah baik.

C. Pembahasan

Menurut Barrutia, bahwa pengetahuan produk konsumen dapat secara langsung mempengaruhi kognisi mereka tentang atribusi produk dan kriteria evaluasi, yang selanjutnya akan mempengaruhi kemampuan konsumen untuk mengumpulkan dan menangani informasi.² Menurut Peter & Donnelly, Pengetahuan produk mengacu pada jumlah informasi yang disimpan konsumen dalam ingatannya tentang jenis produk tertentu, bentuk produk, merek, model, dan cara membelinya.³ Pada tingkat pengetahuan yang rendah misalnya, konsumen mungkin tidak menyadari apa yang tidak dia ketahui dan karenanya merasa percaya diri dalam mengambil keputusan. Seiring bertambahnya pengetahuan, konsumen semakin akrab dengan atribut produk dan lebih siap untuk mencari detail spesifik tentang setiap pilihan produk. Dalam hal ini, pengetahuan produk yang lebih tinggi

² Jose M. Barrutia and Ainhize Gilsanz, "Electronic Service Quality and Value: Do Consumer Knowledge-Related Resources Matter?," *Journal of Service Research* 16, no. 2 (2013): 231–246.

³ Hannah Wanjiku Wambugu, Raymond Musyoka, and Veronica Kaindi Kaluyu, "Effects of Shoppers' Individual Characteristics, Price and Product Knowledge on Shoppers Purchase Behavior," *European Journal of Business and Management* www.iiste.org ISSN 6, no. 24 (2014): 63–71, www.iiste.org, h. 4

memfasilitasi penggunaan informasi yang tersedia dalam pengambilan keputusan.⁴ Hal ini mempengaruhi keputusan pembelian dalam hal seberapa banyak informasi yang dicari ketika memutuskan untuk melakukan pembelian, yang dapat mempercepat atau menunda proses pengambilan keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui pernyataan responden (nasabah pembiayaan) terhadap pengetahuan produk (*product knowledge*) pembiayaan Fadhilah pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu jika dilihat dari secara keseluruhan setiap indikator yaitu indikator atribut produk berada pada kategori baik, indikator manfaat fungsional berada pada kategori baik, indikator manfaat psikologis berada pada kategori sangat baik, dan indikator nilai yang diperoleh berada pada kategori baik. Namun, jika ditinjau dari item pertanyaan pada indikator masih ada yang tergolong dalam kategori cukup baik.

Pada pembahasan ini mendeskripsikan pemahaman nasabah tentang pengetahuan produk yang terdiri dari atribut produk, yang mana item pertanyaan tentang merek/ logo/ warna Bank Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu tergolong cukup baik. Berdasarkan penelitian di lapangan, diketahui penyebab nasabah tidak mengetahui

⁴ Stanton and Cook, "Product Knowledge and Information Processing of Organic Foods, 2019."

secara detail mengenai merek/ logo/ warna yakni disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya yaitu adanya pergantian logo lama dan logo baru sehingga nasabah pembiayaan banyak yang tidak mengetahui secara detail. Faktor lainnya yaitu usia nasabah yang sudah cukup lanjut berpengaruh pada kekuatan daya ingat untuk mengingat dan memahami logo/ merk/ warna yang berhubungan dengan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu. Selain itu, nasabah pembiayaan mempunyai pemahaman yang cukup baik mengenai akad yang digunakan. Hal ini disebabkan oleh nasabah tidak dapat menjelaskan secara spesifik akad apa yang digunakan pada pembiayaan yang digunakan. Manfaat fungsional tergolong sudah baik ditandai dengan nasabah yang merasakan kemudahan dalam prosedur pengajuan pembiayaan Fadhilah. Lamanya proses pengajuan pembiayaan berkisar 1-3 hari. Hal tersebut, yang menjadi salah satu alasan nasabah untuk memilih produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu dibandingkan Bank lainnya. Manfaat Psikologis tergolong sudah baik ditandai dengan jawaban nasabah yang menunjukkan bahwa Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu sangat membantu nasabah dalam pemenuhan kebutuhannya masing-masing berdasarkan tujuan penggunaan produk pembiayaan tersebut. Nilai yang diperoleh nasabah ketika menggunakan produk pembiayaan

menunjukkan sudah baik ditandai dengan nasabah puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu. Nasabah pembiayaan yang puas akan menjadikan pengalaman dalam menggunakan produk tersebut menjadi bahan rekomendasi kepada kerabat terdekat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan, yakni sebagai berikut pemahaman konsumen mengenai pengetahuan produk (*Product Knowledge*) terhadap nasabah pembiayaan Fadhilah secara menyeluruh sudah baik. Namun, apabila dilihat secara khusus setiap indikatornya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada indikator atribut produk terdapat dua item pertanyaan yang tergolong ke dalam kategori cukup baik yaitu tentang merek/ warna/ serta logo produk pembiayaan Fadhilah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu, serta akad dan prinsip-prinsip syariah pada produk pembiayaan Fadhilah yang digunakan.
2. Pada indikator manfaat fungsional termasuk ke dalam kategori baik yang artinya dalam proses pengajuan pembiayaan Fadhilah pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu berjalan dengan baik ditandai dengan alur tata cara pengajuan pembiayaan yang mudah dan cepat bagi calon nasabah.
3. Pada indikator manfaat psikologis termasuk ke dalam kategori baik yang artinya pembiayaan Fadhilah pada

Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu berjalan dengan baik sehingga nasabah merasa terbantu dengan hadirnya pembiayaan Fadhilah tersebut.

4. Pada indikator nilai yang diperoleh nasabah yang menggunakan pembiayaan Fadhilah termasuk ke dalam kategori baik yang artinya di mana pengetahuan nasabah mengenai konsekuensi positif dan negatif dari penggunaan produk pembiayaan sudah baik, nasabah yang memiliki pengalaman bagus dalam menggunakan produk pembiayaan tersebut bersedia merekomendasikan kepada kerabat, dan nasabah merasa puas dengan produk pembiayaan dan pelayanan di Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengetahuan produk nasabah pembiayaan Fadhilah pada kesehatan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan berkaitan dengan hasil penelitian yakni sebagai berikut:

1. Diharapkan pihak Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu memperhatikan aspek atribut produk yang berdasarkan hasil penelitian masuk ke dalam kategori cukup baik sehingga perlu ditingkatkan lagi dan membentuk strategi agar nasabah pembiayaan

dapat memiliki pengetahuan dan pemahaman terkait produk pembiayaan dengan sangat baik.

2. Pihak Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu dapat melakukan sosialisasi untuk memperkenalkan lebih dalam terkait merek/ warna/ logo pembiayaan Fadhilah yang ada sehingga nasabah mengetahuinya dengan sangat baik.
3. Diharapkan karyawan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu memberikan penjelasan lebih spesifik terkait akad-akad atau prinsip syariah yang akan digunakan pada produk pembiayaan Fadhilah dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Barrutia, Jose M., and Ainhize Gilsanz. "Electronic Service Quality and Value: Do Consumer Knowledge-Related Resources Matter?" *Journal of Service Research* 16, no. 2 (2013): 231–246.
- Bengkulu news. "Last Modified 2022,," <https://www.bengkulunews.co.id/bank-fadhilah-kota-bengkulu-resmi-pindah-ke-sebelah-bi>.
- Burton, Scot, Elizabeth Howlett, and Andrea Heintz Tangari. "Food for Thought: How Will the Nutrition Labeling of Quick Service Restaurant Menu Items Influence Consumers' Product Evaluations, Purchase Intentions, and Choices?" *Journal of Retailing* 85, no. 3 (2009): 258–273.
- Chen, Kai, and Ting Deng. "Research on the Green Purchase Intentions from the Perspective of Product Knowledge." *Sustainability (Switzerland)* 8, no. 9 (2016).
- Damanik, Elsy Rumondang. "Bagaimana Product Knowledge Dan Product Involvement Memotivasi Konsumen?" *Humaniora* 4, no. 2 (2013): 1336–1344.
- Emilien, Gerard, Rolf Weitkunat, and Frank Lüdicke. "Consumer Perception of Product Risks and Benefits." *Consumer Perception of Product Risks and Benefits*, no. Sheth 1985 (2017): 1–596.
- Fathoni, Muhammad Anwar. "Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam." *Jurisdictie* 9, no. 1 (2018): 128.
- Handida, Rahmawati Deylla, and Maimun Sholeh. "Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, Dan Tingkat

- Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta.” *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* 15, no. 2 (2019): 84–90.
- Herman Kertajaya, Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Media Utama, 2006.
- J. Paul Peter, Jerry. C. Olson. *Consumer Behavior and Strategy Marketing*. Americas, New York: McGraw-Hill/Irwin, 2010.
 ———. *Consumer Behavior and Strategy Marketing*. Americas, New York: McGraw-Hill/Irwin, 2010.
- Kotler, P., Burt, and G. on, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong. *Marketing*. Pearson Higher Education AU, 2015.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo, 1997.
- Lin, Long Yi, and Chun Shuo Chen. “The Influence of the Country-of-Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decisions: An Empirical Study of Insurance and Catering Services in Taiwan.” *Journal of Consumer Marketing* 23, no. 5 (2006): 248–265.
- Lin NH, Lin BS. “The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount.” *Management Studies*. 2 (2007): 121–32.
- Massaro, Maurizio, Karen Handley, Carlo Bagnoli, and John Dumay. *Knowledge Management in Small and Medium Enterprises: A Structured Literature Review*. *Journal of Knowledge Management*. Vol. 20, 2016.
- Maulana, Fajar Rezky, Nevi Hasnita, and Perbankan Syariah. “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth.” *JIHBIZ:Global Journal of Islamic Banking and Finance* 2,

no. 2 (2020): 124–137.

Nasution, M. D. T. P., and Y. Rossanty. “Information Search and Intentions To Purchase: The Role of Country of Origin Image, Product Knowledge, and Product Involvement.” *Journal of Theoretical and Applied Information Technology* 96, no. 10 (2018): 375–385.

Nimrod, Manuarang Romario. “Pengaruh Product Knowledge Terhadap Purchase Intention (Survei Pada Pengunjung Toko Buku UB Press , Kota Malang).” Universitas Brawijaya, 2018.

Nurhayati, Tatiek, and Hendar Hendar. “Personal Intrinsic Religiosity and Product Knowledge on Halal Product Purchase Intention: Role of Halal Product Awareness.” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 3 (2020): 603–620.

Nurlaeli, Ida. “Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Di Banyumas.” *Islamadina* 18, no. 2 (2017): 75.

Otoritas Jasa Keuangan. “Apa Itu Kredit Dan Pembiayaan.” Last modified 2021. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/316,>

Otoritas Jasa Keuangan, <https://Sikapiuangmu.Ojk.Go.Id/FrontEnd/CMS/Article/316,> ‘Bank Syariah.’ [https://Www.Ojk.Go.Id/Id/Kanal/Perbankan/Pages/Bank-Syariah.Aspx,.](https://Www.Ojk.Go.Id/Id/Kanal/Perbankan/Pages/Bank-Syariah.Aspx,)”

Prayoga, Ilham Candra, and Yessy Artanti. “Peran Kredibilitas Influencer, Pengetahuan Produk, Dan Negara Asal Pada Niat Beli Smartphone Oppo A9 2020.” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 5, no. 1 (2021): 111.

- Rachmadi Usman. *Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta: (Jakarta: Sinar Grafika, 2012.
- Stanton, Julie V., and Laurel Aynne Cook. “Product Knowledge and Information Processing of Organic Foods.” *Journal of Consumer Marketing* 36, no. 1 (2019): 240–252.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Tatang Anggara, Ruslaini, Ulil Albab. “Penggunaan Jasa Bank Syariah Oleh Nasabah Berdasar Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan.” *Journal.uml.ac.id* 3, no. 1 (2020).
- Thangaraja, A. “Fast Moving Consumer Goods Distributors ’ Source of Information and Marketing Intelligence System on Customer Feedback .,” no. 1 (2016): 833–837.
- Wanjiku Wambugu, Hannah, Raymond Musyoka, and Veronica Kaindi Kaluyu. “Effects of Shoppers’ Individual Characteristics, Price and Product Knowledge on Shoppers Purchase Behavior.” *European Journal of Business and Management* www.iiste.org ISSN 6, no. 24 (2014): 63–71. www.iiste.org.

L

A

M

P

I

R

A

N

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax (0736) 51171

FORM 1 PENGAJUAN JUDUL TUGAS AKHIR SKRIPSI

I. Identitas Mahasiswa
Nama : Wahyu Agus Viantika
N I M : 1811140192
Prodi : Perbankan Syariah
Semester : 7

II. Judul Yang Diajukan (Disertai Latar Belakang Masalah dan Rumusan Masalah):
1. Judul 1*: Analisis Pengetahuan Nasabah Pembiayaan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Perbankan (Studi pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu)
Latar Belakang Masalah**: (Lampirkan)
Rumusan Masalah***: (Lampirkan)
2. Judul 2*:
Latar Belakang Masalah**: (Lampirkan)
Rumusan Masalah***: (Lampirkan)
3. Judul 3*:
Latar Belakang Masalah**: (Lampirkan)
Rumusan Masalah***: (Lampirkan)

III. Proses Konsultasi
1. Validasi Judul oleh Pengelola Perpustakaan Fakultas
Catatan
Pengelola Perpustakaan
KHOSEN ZAKI, M.A
2. Konsultasi dan Persetujuan dengan Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir
Catatan: AC dapat diajukan atd seminar proposal
Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir
Yunda ton Tjauhi

IV. Judul Yang Disahkan
.....
Penunjukkan Dosen Penyeminar:
.....
Mengesahkan
Kajur Ekis/Manajemen
[Signature]
Mahasiswa
Bengkulu, 20 November 2018
Wahyu Agus Viantika

* Jelas, spesifik, tidak disingkat, rentang 6 (enam) sampai dengan 12 (dua belas) kata
** Minimal 5 (lima) paragraf berisi ide atau gagasan yang mengungkapkan masalah penelitian (kesenjangan ideal/teori dan praktek/pelaksanaannya)

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi berjudul "Analisis Pengetahuan Nasabah Pembiayaan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Perbankan (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu)" yang disusun oleh:

Nama : Wahyu Agus Viantika

NIM : 1811140192

PRODI : Perbankan Syariah

Telah diseminarkan Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu Pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 17 Desember 2021 M/1443 H

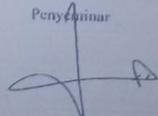
Dan Telah diperbaiki sesuai saran-saran tim penyeminan. Oleh karenanya sudah dapat diusulkan kepada jurusan untuk ditunjuk Tim Pembimbing Skripsi.

Bengkulu, 03 Januari 2022 M
1 Jumadil Awal 1443 H

Mengetahui
Ketua Prodi Perbankan Syariah


Yosy Wisandy, MM
NIP 198508012014032001

Penyeminan


Yeti Afrida Indri, M.Ak., CIOaR
0214048401



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 0031 /In.11/F.IV/PP.00.9/1/2022

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Dra. Fatimah Yunus, M. A.
NIP. : 19630319200032003
Tugas : Pembimbing I
2. N A M A : Yunida Een Fryanti, M. Si.
NIP : 198106122015032003
Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

N A M A : Wahyu Agus Viantika
NIM : 1811140192
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : **Analisis Pengetahuan Nasabah Pembiayaan dalam Menggunakan Layanan Jasa Perbankan (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu)**

Keterangan : Skripsi

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.



Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 6 Januari 2022
Plt. Dekan,

Tembusan :

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi berjudul "Analisis Pengetahuan Nasabah Pembiayaan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Perbankan (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu) yang disusun oleh:

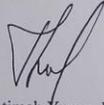
Nama : Wahyu Agus Viantika
NIM : 1811140192
Prodi : Perbankan Syariah

Sudah diperbaiki sesuai dengan arahan tim pembimbing, selanjutnya dinyatakan memenuhi syarat ilmiah untuk diajukan surat izin penelitian.

Bengkulu, 25 Januari 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

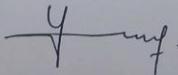


Dr. Fatimah Yunus, M.A
NIP. 19630319200032003



Yunida Een Fryanti, M.SI
NIP. 198106122015032003

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yenti Sumarni, M.M
NIP. 197904162007012020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

28 Januari 2022

Nomor : 0175/Un.23/F.IV/PP.00.9/1/2022
Lampiran : Satu Berkas Proposal Skripsi
Perihal : Mohon Izin Penelitian

Yth. Kepala KESBANGPOL Kota Bengkulu
di-
Bengkulu

Dengan Hormat,

Sehubungan akan dilaksanakannya penelitian Skripsi Mahasiswa Program Studi Strata Satu (S.1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun Akademik 2021/2022, dengan ini kami mohon kiranya berkenan memberikan izin penelitian kepada saudara :

Nama : Wahyu Agus Viantika
NIM : 1811140192
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan syariah
Semester : Tujuh (VII)
Waktu Penelitian : Tanggal 28 Januari s.d 28 Februari 2022
Judul Skripsi : Analisis Pengetahuan Nasabah Pembiayaan dalam Menggunakan Layanan Jasa Perbankan (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu)
Tempat Penelitian : Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Kota Bengkulu

Demikian permohonan izin ini kami sampaikan, atas perkenan dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.



Mengetahui
An. Dekan,
Wakil Dekan I

Nurul Hak



KUESIONER

Analisis Pengetahuan Nasabah Pembiayaan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Perbankan (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu)

Assalamualaikum Wr.Wb

Salam Sejahtera,

Saya Wahyu Agus Viantika, Mahasiswi jurusan perbankan syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Saat ini, saya sedang mengadakan penelitian untuk studi saya dan sangat membutuhkan partisipasi dari Bapak/Ibu/Sdra/Sdri dalam menjawab setiap pertanyaan yang terdapat di kuesioner penelitian ini, guna melengkapi data-data penelitian saya. Semua jawaban dalam kuesioner ini adalah semata-mata hanya untuk mendukung data penelitian. Atas kesediaan dan waktu yang diluangkan, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Peneliti,
Wahyu Agus Viantika

Identitas Responden

Nama :
Umur Responden :
Pekerjaan :
Jenis Kelamin :

Berilah jawaban dengan tanda (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan jawaban menurut Bapak/Ibu/Sdra/Sdri pada kolom yang telah disediakan. Berikut ini merupakan bobot pilihan jawaban:

Keterangan

SS : Sangat Setuju : 5
S : Setuju : 4
CS : Cukup Setuju : 3
TS : Tidak Setuju : 2
STS : Sangat Tidak Setuju : 1

Pengetahuan Produk (*Product Knowledge*)

NO	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
Atribut Produk						
1	Saya mengetahui kelebihan dan kekurangan pada produk pembiayaan fadhilah sebagai dasar saya memilih produk pembiayaan tersebut					
2	Saya mengetahui merek/warna/ serta logo produk pembiayaan Fadhilah Bank Perkreditan Rakyat Syariah					

	(BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu					
3	Pembiayaan Fadhilah memiliki reputasi yang bagus sebagai produk pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu					
4	Saya mengetahui akad dan prinsip-prinsip syariah pada produk pembiayaan fadhilah yang digunakan					
Manfaat Fungsional						
5	Saya merasa dalam prosedur peminjaman pembiayaan mudah dan cepat bagi nasabah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu					
Manfaat Psikologis						
6	Saya merasa terbantu dengan kehadiran produk pembiayaan fadhilah usaha Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu					
Nilai						
7	Saya mengetahui konsekuensi positif dan negatif dari penggunaan produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu					
8	Saya dapat merekomendasikan pembiayaan fadhilah kepada kerabat berdasarkan pengalaman dalam menggunakan produk pembiayaan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah					

	(BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu					
9	Saya merasa puas dengan nilai-nilai produk pembiayaan dan pelayanan Fadhilah yang sudah saya dapatkan sebelumnya di Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Kota Bengkulu					

Sumber:

1. Peter (2010)
2. Prayoga, I. C., & Artanti, Y. (2021)
3. Maulana, F. R., Hasnita, N., & Evriyenni, E. (2020)

Bengkulu, 25 Januari 2022

Peneliti

Wahyu Agus Viantika
NIM. 1811140192

Mengetahui,

Pembimbing I

Dr. Fatimah Yunus, M. A
NIP. 19630319200032003

Pembimbing II

Yunida Een Fryanti, M.
NIP. 19810612201503200











PT. BPRS FADHILAH KOTA BENGKULU (Perseroda)

JL.A Yani, Kel Kebun Keling, Kec, Teluk Segara, Kota Bengkulu

Telepon +627367348095 Website : www.bprsfadhilahbengkulu.com

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Bengkulu, 15 Maret 2022

Nomor : 042/BPRS-F/DIR/III/2022

Lampiran : -

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati

Di

Tempat

Perihal : **Surat Keterangan Telah Selesai Melakukan Penelitian**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya bagi kita semua dalam menjalankan aktivitas kita sehari-hari.

Sehubungan dengan surat Bapak/Ibu tanggal 16 Februari 2022 Nomor: 0253/Un.23/F.IV.I/PP.00/2/2022 perihal Mohon Izin Penelitian, bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa dengan data sebagai berikut :

Nama : Wahyu Agus Viantika

NIM : 1811140192

Telah selesai melaksanakan Penelitian dengan baik di PT. BPRS Fadhilah Kota Bengkulu (Perseroda) dari tanggal 17 Februari 2022 sampai dengan tanggal 17 Maret 2022.

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

PT. BPRS FADHILAH KOTA BENGKULU (Perseroda)



M. Mirus Subhan
General Manager



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
BENGKULUFAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Agus Viantika Program Studi : Perbankan Syariah
NIM : 1811140192 Pembimbing I : Dr. Fatimah Yunus, M. A
Judul Skripsi : Analisis Pengetahuan Nasabah Pembiayaan Dalam Menggunakan
Layanan Jasa Perbankan (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah
Fadhilah Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1.	Selasa, 18 Januari 2022	Penyerahan Surat Keputusan Pembimbing dan Proposal Skripsi		
2.	Selasa, 25 Januari 2022	Acc Kuesioner	Lanjutkan Izin Penelitian	
3.	Jumat, 22 Juni 2022	Rumusan Masalah	Cek ulang dan Perbaiki	
4.	Rabu, 29 Juni 2022	- Metode Penelitian	Perbaiki	
		- Populasi dan Sampel	Perbaiki	
5.	Kamis, 07 Juli 2022	Kesimpulan	Perbaiki	
		Abstrak	Perbaiki	

6	12/7-21	Xee	hale ujia	2.
---	---------	-----	-----------	----

Bengkulu, Juli 2022

Pembimbing I



Dr. Fatimah Yunus, M.A
NIP. 19630319200032003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Agus Wiantika Program Studi : Perbankan Syariah
NIM : 1811140192 Pembimbing II : Yunida Een Friyanti, M.Si
Judul Skripsi : Analisis Pengetahuan Nasabah Pembiayaan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Perbankan (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1.	Rabu, 19 Januari 2022	Penyerahan Surat Penunjukkan Pembimbing dan Proposal Skripsi	-	
2.	Kamis, 20 Januari 2022	Proposal Skripsi yakni kajian teori dan kuesioner	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki Bab II sesuai dengan pedoman penulisan yang berlaku- Tambahkan teori yang relevan pada kajian teori	
3.	Jum'at, 21 Januari 2022	Daftar Pustaka dan Footnote	<ul style="list-style-type: none">- Sesuaikan dengan pedoman penulisan yang berlaku dan konsisten- Perbaiki Kuesioner	
4.	Selasa, 25 Januari 2022	Acc Kuesioner	Lanjutkan izin penelitian	
5.	Jum'at, 25 Maret 2022	Hasil dan Pembahasan	Bahas rumusan masalah satu persatu, yakni terdapat 4 bahasan	
6.	Selasa, 19 April 2022	All BAB	Perbaiki lagi pada batasan masalah untuk memperjelas topik yang dibahas	

7.	Jum'at, 22 April 2022	Laporan skripsi	Perbaikan	
8.	Selasa, 24 Mei 2022	Laporan skripsi	Perbaikan dan melengkapi lampiran	
9.	Rabu, 8 Juni 2022	Laporan skripsi	ACC	

Bengkulu, Juni 2022

Pembimbing II



Yunida Een Fryanti, M.SI
NIP. 198106122015032003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIARISME

Nomor: 097/SKLP-FEBI/02/7/2022

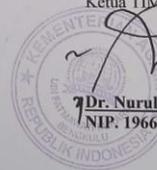
Ketua Tim Uji Plagiarisme Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : Wahyu Agus Viantika
NIM : 1811140192
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Tugas Akhir : **Analisis Pengetahuan Nasabah Pembiayaan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Perbankan (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Fadhilah Bengkulu)**

Dinyatakan lulus uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil **20%**. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

Demikian surat keterangan ini disampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Bengkulu, 20 Juli 2022
Ketua TIM / Wakil Dekan 1



Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

TABULASI DATA

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
1	4	3	4	3	5	4	4	4	5
2	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	4	3	4	4	5	5	4	4	5
4	5	3	4	3	4	4	5	4	4
5	4	3	4	3	4	4	3	4	4
6	4	4	4	4	5	4	4	4	5
7	5	3	4	4	4	5	5	3	4
8	4	3	4	3	3	4	3	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	3	4
10	4	3	4	3	4	4	4	4	3
11	5	3	4	3	5	4	4	5	5
12	5	3	4	4	5	5	4	3	3
13	4	4	4	4	4	4	3	5	5
14	5	3	4	4	5	5	4	4	4
15	4	2	4	3	4	4	3	4	4
16	4	3	4	3	4	4	4	3	4
17	5	4	4	4	5	4	5	4	4
18	4	4	4	4	5	4	5	4	4
19	4	3	4	4	4	4	4	5	5
20	4	3	4	4	4	5	3	4	4
21	4	4	4	4	4	4	3	5	4
22	4	3	4	3	4	4	4	4	4
23	5	4	4	4	5	4	4	5	5
24	5	3	3	3	5	3	5	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	3
26	4	4	5	3	4	5	4	4	4
27	5	4	5	3	5	5	5	4	4
28	4	3	4	2	4	4	4	4	5
29	4	4	5	4	4	5	3	4	4
30	5	3	4	4	4	4	5	3	3
31	5	3	4	3	5	4	4	4	3
32	5	5	5	4	5	5	4	4	4
33	5	4	4	2	5	4	5	4	5
34	5	3	4	2	4	4	4	4	4
35	4	4	4	3	4	4	4	4	3
36	5	3	4	4	4	4	5	3	4
37	4	3	5	3	4	5	4	4	4

38	4	3	3	2	3	4	4	4	3
39	5	4	4	2	4	4	4	4	4
40	4	3	5	3	4	5	5	3	4
41	3	2	3	1	4	4	4	4	3
42	4	4	4	4	3	4	4	4	4
43	4	3	4	3	4	4	4	4	4
44	5	3	4	3	4	5	4	4	4
45	5	3	4	3	4	5	5	3	4
46	4	4	3	4	4	4	4	4	3
47	5	3	4	3	4	5	5	3	4
48	4	2	3	3	3	4	4	4	3
49	4	3	4	3	4	4	4	4	3
50	5	3	5	4	4	5	4	4	4
51	3	2	5	3	5	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	3
53	4	3	3	3	4	4	5	3	3
54	4	4	3	4	4	4	4	4	4
55	4	3	4	3	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	5	4	4	4
57	3	2	5	2	5	5	3	4	4
58	4	3	4	4	4	4	4	5	4
59	4	4	4	3	3	4	3	4	3
60	5	4	5	4	4	5	3	4	4
61	4	4	4	4	4	4	3	4	4
62	4	5	3	3	3	4	4	4	3
SUM	266	208	250	206	258	265	250	243	242
Mean	4,29	3,35	4,03	3,32	4,16	4,27	4,03	3,92	3,90

Frequencies

[D:\aantotoya\DokumenKampus\KumpulanPenelitian\Ekonomi\Skrpsi\DataTika]

Statistics

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
N Valid	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4.29	3.35	4.03	3.32	4.16	4.27	4.03	3.92	3.90
Sum	266	208	250	206	258	265	250	243	242

Frequency Table

[D:\aantotoya\DokumenKampus\KumpulanPenelitian\Ekonomi\Skrpsi\DataTika]

Pernyataan 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	4.8	4.8	4.8
4	38	61.3	61.3	66.1
5	21	33.9	33.9	100.0
Total	62	100.0	100.0	

Pernyataan 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	8.1	8.1	8.1
3	32	51.6	51.6	59.7
4	23	37.1	37.1	96.8
5	2	3.2	3.2	100.0
Total	62	100.0	100.0	

Pernyataan 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	8	12.9	12.9	12.9
4	44	71.0	71.0	83.9
5	10	16.1	16.1	100.0
Total	62	100.0	100.0	

Pernyataan 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.6	1.6	1.6
2	6	9.7	9.7	11.3
3	27	43.5	43.5	54.8
4	28	45.2	45.2	100.0
Total	62	100.0	100.0	

Pernyataan 5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	6	9.7	9.7	9.7
4	40	64.5	64.5	74.2
5	16	25.8	25.8	100.0
Total	62	100.0	100.0	

Pernyataan 6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	1.6	1.6	1.6
4	43	69.4	69.4	71.0
5	18	29.0	29.0	100.0
Total	62	100.0	100.0	

Pernyataan 7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	17.7	17.7	17.7
	4	38	61.3	61.3	79.0
	5	13	21.0	21.0	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

Pernyataan 8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	17.7	17.7	17.7
	4	45	72.6	72.6	90.3
	5	6	9.7	9.7	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

Pernyataan 9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	15	24.2	24.2	24.2
	4	38	61.3	61.3	85.5
	5	9	14.5	14.5	100.0
	Total	62	100.0	100.0	