

Sosialisasi Akad Produk-Produk pada Bank Syariah Bersama Masyarakat di Desa Padang Cermin Kabupaten Langkat

Budi Abdullah

STAI Syekh H. Abdul Halim Hasan Al Ishlahiyah Binjai, Indonesia

ABSTRAK

This article aims to discuss the socialization of products in Islamic banks to the community in Padang Cermin village, Langkat. The methods in this research are counseling, discussion, consultation, and program evaluation. The results of this study indicate that many people already know about Islamic banking products and sharia contracts, but do not know them in depth. The existence of Islamic banking socialization has actually helped the community in Padang Cermin village, Langkat Regency, to get to know more and more details of Islamic banking products. The socialization of sharia banking products also provided an increase in knowledge, skills and understanding of the community in Padang Cermin village, Langkat.

ARTICLE HISTORY

Submitted 08 Desember 2021
Revised 01 November 2021
Accepted 22 November 2021

KEYWORDS

Socialization; Product; Islamic Bank; public

CITATION (APA 6th Edition)

Budi Abdullah . (2021). *Sosialisasi Akad Produk-Produk pada Bank Syariah Bersama Masyarakat di Desa Padang Cermin Kabupaten Langkat*. *Mitra Abdimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. 1(1), page 26-30.

*CORRESPONDANCE AUTHOR

budiabdullahsh@gmail.com

PENDAHULUAN

Bank syariah di Indonesia terhitung masih sangat muda, perkembangannya pun di Indonesia begitu lambat. Pertumbuhan aset Perbankan Syariah pada tahun 2009 sampai 2010 selalu berada di atas 30%, sedangkan pada tahun 2013 mengalami penurunan hanya sebesar 24.23%, sehingga CAGR (Compound Annual Growth Rate) perbankan Syariah hanya di atas 30% yang berarti 2 kali lipat dibandingkan pertumbuhan perbankan nasional. Dengan pangsa pasar yang masih kecil hanya sebesar 4.70% dari perbankan nasional.

Pembahasan pembentukan Bank Syariah di Indonesia sejak tahun 1980-an, namun realisasinya terjadi pada tahun 1992 yang dilakukan oleh salah satu bank pemerintah, yaitu Bank Muamalat Indonesia (Suharto, 2016, pp. 2–30). Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu perwujudan dari permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang selain menyediakan jasa perbankan/keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah (Syukron, 2013, pp. 28–53). Pada awalnya perkembangan bank di Indonesia masih bersifat konvensional dalam artian, belum Memiliki standar dari bank syariah sendiri, karena bank syariah berbasis ideologi Islam. Sedangkan bank konvensional berdasarkan ideologi Barat terutama ideologi Amerika dan Eropa.

Perkembangan keuangan syariah telah memberikan kontribusi bagi pemenuhan kebutuhan keuangan masyarakat dan juga bagi pembangunan ekonomi nasional. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya produk dan layanan dan berkembangnya infrastruktur yang mendukung industri keuangan syariah di Indonesia (Suwarsi and Wulandari, 2017, pp. 168–190). Selain itu Persaingan di dunia perbankan semakin ketat, hal tersebut merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh perbankan syariah khususnya di Indonesia. Perbankan syariah nasional diharapkan mempunyai daya saing guna menghadapi persaingan global terutama untuk tetap bertahan serta beradaptasi dalam lingkungan bisnis global yang akan dihadapi yaitu Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

Strategi pertahanan merupakan langkah yang paling tepat untuk menghadapi era MEA dan untuk itu sosialisasi merupakan kunci utama untuk membentuk pertahanan perbankan syariah nasional yang solid untuk mengantisipasi ekspansi perbankan asing ke dalam negeri. Harapan agar masyarakat dapat meninggalkan praktik riba dalam perbankan harus didukung dengan peranan bank syariah untuk aktif melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat agar terbangun pemahaman mengenai kemanfaatan produk dan jasa perbankan Syariah (Hidayah and Kartini, 2016, pp. 74–86).

Sampai saat ini sosialisasi perbankan syaria'ah masih belum begitu efektif karena sosialisasi terfokus pada Islamisasi, yaitu pengadopsian prinsip-prinsip Islam ke dalam sistem perbankan, sosialisasi yang dilakukan belum mencapai tahap saintifikasi sehingga sosialisasi perbankan syariah menjadi kurang efektif. Kurang efektifnya sosialisasi tersebut disebabkan kurangnya upaya dalam rangka sosialisasi unsur-unsur Islam agar dapat diterima oleh masyarakat secara umum dan rasional, sehingga perbankan syariah tidak hanya diakui keunggulannya di kalangan loyalis syariah namun juga dapat lebih memasyarakat. Data membuktikan, bahwa market share dari perbankan syariah tidak lebih dari 5 % dari total market perbankan secara umum. Bertenggangnya market share perbankan syariah sejak belasan tahun di atas satu koma, karena program sosialisasi yang dilakukan masih sangat minim (belum optimal) dan belum tepat. Dengan peningkatan efektivitas sosialisasi perbankan syariah akan memiliki daya saing yang tinggi di dalam negeri sebagai modal untuk bertahan dan menghadapi persaingan di era MEA, mengingat sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar 2, sudah selayaknya Ivan Rahmat Santoso 153 Indonesia menjadi pelopor dan kiblat pengembangan keuangan syariah di dunia.

Peningkatan efektivitas sosialisasi perbankan syariah sangatlah penting, untuk itu di perlukan usaha-usaha yang nyata. Untuk mencapai suatu tujuan yang di inginkan perlu dilakukan perbaikan-perbaikan dalam mensosialisasikan perbankan syariah di masyarakat, hal tersebut dapat dilihat dari faktor-faktor apa saja yang menjadi masalah dalam meningkatkan efektivitas sosialisasi perbankan syariah dimasyarakat khususnya di masyarakat. Masih banyak orang awam yang beranggapan bahwa menabung di bank syariah sama saja dengan dengan menabung di bank konvensional (Kusnandar, 2018, pp. 62–76). Persepsi umum ini masih menghinggapi masyarakat, sehingga tidak heran mereka masih enggan untuk menjadi nasabah dan mendapatkan pembiayaan dari perbankan syariah. Selain itu peran ulama, ustadz dan da'i masih relatif kecil, hal ini bisa dilihat dari lambannya pertumbuhan perbankan syariah, kendati potensinya sangat besar mengingat sebagian penduduk Indonesia beragama islam.

Perbankan syariah yang masih rendah disebabkan karena program sosialisasi yang dilakukan belum optimal. Hal itu akibat masih sulitnya merubah pola pikir masyarakat untuk memilih bank syariah. Hingga kini masyarakat, masih terbiasa dengan bank konvensional, dibandingkan bank syariah di sisi lain juga masih banyak masyarakat yang belum begitu mengetahui tentang keberadaan bank syariah, dan masih banyak pula masyarakat yang ragu-ragu dengan penerapan konsep anti riba pada bunga bank (Madjid, 2011), Artinya, sosialisasi perbankan syariah masih sangat kurang. Masyarakat luas di berbagai segmen masih belum banyak mengerti sistem, konsep, filosofi, produk, keuntungan dan keunggulan bank syariah. Setidaknya ada dua masalah penting dalam perbankan syariah dan dipersepsikan salah oleh masyarakat awam. Pertama, mengenai benchmark pembiayaan dan bagi hasil dengan tingkat suku bunga (interest rate) yang berlaku umum di Indonesia misalnya BI rate atau LIBOR di level internasional (Supriyanto, 2015, pp. 175–204). Masalah Kedua adalah pembiayaan pada perbankan syariah yang dipersepsikan hanya menganut prinsip bagi hasil (Amar and Setiawan, 2017, pp. 201–212).

METODE

Metode pendekatan yang digunakan dalam program kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam tiga tahap, yaitu:

Penyuluhan

Penyuluhan merupakan cara yang paling tepat dalam memberikan pengetahuan kepada masyarakat untuk memantapkan pelaksanaan kegiatan dan hasil penyuluhan. Brosur-brosur ataupun leaflet terkait dengan beberapa produk-produk perbankan syariah dibagikan kepada seluruh peserta sosialisasi dan pelatihan.

Demonstrasi, Pelatihan, dan Bimbingan

Disamping pemberian materi tentang akad-akad dan produk syariah, dalam pelatihan ini juga memperagakan dan mempercontohkan cara mekanisme perhitungan bagi hasil yang meliputi metode perhitungan bagi hasil, tahapan perhitungan bagi hasil, faktor penentu bagi hasil serta contoh-contoh kasus perhitungan bagi hasil dan profit margin perbankan Syariah.

Diskusi dan Konsultasi

Pada saat sosialisasi/pelatihan dan bimbingan disertai dengan diskusi dan konsultasi untuk lebih memantapkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan.

Evaluasi Program

Evaluasi pada akhir kegiatan ini dilakukan untuk mengukur keberhasilan dari seluruh program pelatihan. Adapun indikator keberhasilan dari kegiatan ini ditetapkan 80% peserta dalam kegiatan pelatihan ini dapat memahami konsep dan sistim dari perbankan syariah.

PEMBAHASAN

Penentuan Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam kegiatan ini adalah keompok masyarakat yang meliputi para tokoh masyarakat, tokoh agama, para ustad dan ustadzah yang mengajar di berbagai lembaga pendidikan pesantren maupun sekolah umum lainnya serta mahasiswa di lingkungan fakultas ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan diadakan selama satu hari bertempat di Aula Desa Padang Cermin Kabupaten Langkat.

Tahap Perencanaan Kegiatan

Tim pelaksana pada awal kegiatan mengundang para masyarakat, tokoh-tokoh masyarakat dan mahasiswa. Selanjutnya tim pelaksana menentukan sasaran sosialisasi ini adalah para masyarakat umum, para ustad dan ustadzah yang mengajar di berbagai lembaga pendidikan serta mahasiswa di lingkungan Desa Padang Cermin Kabupaten Langkat.

Pelatihan akad-akad dan produk perbankan syariah meliputi materi-materi dasar tentang filosofi praktis transaksi di bank syariah dari sisi produk sampai manajemen operasional, dari sisi praktis, birokratis dan akademis. Tahapan materi yang diberikan secara garis besar meliputi:

- Identifikasi Transaksi Terlarang: materi ini memberikan pemahaman mengenai akad-akad yang terlarang dalam prinsip muammalah seperti riba, tadlis, taghrir dan persaingan tidak sempurna (ikhtikar dan bai' najasy).
- Teori Akad dan Wa'ad: materi ini memberikan penjelasan tentang perbedaan antara akad dan wa'ad dalam transaksi. Selain itu dipaparkan mengenai jenis akad (contract) dalam bank syariah meliputi profit (tijarah) dan non profit (tabarru) serta jenis produk dan jasa bank syariah meliputi penghimpunan, penyaluran dan jasa keuangan
- Designing Syariah Contract: materi ini memberikan penjelasan tentang tehnik mendesain suatu akad pembiayaan syariah yang meliputi: memahami karakteristik kebutuhan nasabah, memahami kebutuhan nasabah, memahami karakteristik sumber dana pihak ketiga dan memahami akad fiqih yang tepat.
- Karakteristik Pasar Bank Syariah: materi ini memberikan penjelasan tentang keadaan pangsa pasar bank syariah di Indonesia, pertumbuhan rata-rata aset industri perbankan syariah, total aset dan data jaringan kantor di seluruh Indonesia.
- Produk-Produk Pembiayaan Bank Syariah: materi ini memberikan penjelasan tentang tentang produk-produk pembiayaan bank syariah meliputi produk pembiayaan konsumtif dan produk pembiayaan produktif, pengertian jenis-jenis produk, dasar hukum, skema dan aplikasinya pada perbankan.

- Teknik Perhitungan Dana Pihak Ketiga dan Pembiayaan: materi ini memberikan penjelasan tentang mekanisme perhitungan bagi hasil yang meliputi metode perhitungan bagi hasil, tahapan perhitungan bagi hasil, faktor penentu bagi hasil serta contoh-contoh kasus perhitungan bagi hasil dan profit margin perbankan syariah.

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Materi penyuluhan disampaikan dalam bentuk powerpoint diberikan kepada peserta sesuai jumlah yang hadir dengan dukungan sarana dan prasarana antara lain laptop, infocus, layar, wireless, alat peraga lainnya dan konsumsi disiapkan oleh tim pengabdian dengan dibantu oleh 2 (orang) staf pendukung Desa Padang Cermin Kabupaten Langkat. Terkait dengan bagaimana mengimplementasikan akad-akad dan produk perbankan syariah dalam kehidupan sehari-hari. Dilanjutkan dengan tanya jawab. Pelaksanaan penyuluhan dilakukan sebanyak 2 (Dua) kali kegiatan

Penyampaian/pemberian teori pada pelaksanaan kegiatan ini dilakukan oleh 2 orang instruktur yang memiliki kapasitas dan kapabilitas dibidang tersebut. Model pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk penyampaian materi, diskusi dan simulasi/latihan terkait dengan beberapa contoh kasus metode perhitungan bagi hasil, tahapan perhitungan bagi hasil, faktor penentu bagi hasil. Tujuan dari kegiatan simulasi ini diharapkan peserta pelatihan dapat mengimplementasikan hasil pelatihan tersebut dalam kehidupan sehari-hari

Tahap Akhir Kegiatan dan Evaluasi

Evaluasi pada akhir kegiatan ini dilakukan untuk mengukur keberhasilan dari seluruh program pelatihan. Adapun indikator keberhasilan dari kegiatan ini ditetapkan 80% peserta dalam kegiatan pelatihan ini dapat memahami konsep dan sistim dari perbankan syariah.

Hasil yang dicapai dari pemberian materi pelatihan ini adalah para masyarakat umum, para ustad dan ustadzah yang mengajar di berbagai lembaga pendidikan serta mahasiswa di lingkungan fakultas ekonomi Universitas Negeri Gorontalo mendapatkan pemahaman serta keterampilan tentang akad-akad dan produk perbankan syariah yang diharapkan dengan bekal pengetahuan tersebut dapat diaplikasikan dalam kehidupan berekonomi secara Islami

Secara umum kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam hal ini program sosialisasi Pelatihan Implementasi Akad-akad dan Produk Perbankan Syariah direspon baik oleh masyarakat peserta pelatihan. Setiap peserta mengikuti dengan seksama penjelasan tahapan pelatihan. Peserta yang mengikuti melebihi dari target undangan peserta yang telah ditetapkan yakni 25 orang peserta. Peserta pelatihan secara keseluruhan berjumlah 37 orang.

Pada awal kegiatan dilakukan survey pendahuluan dan wawancara dengan masyarakat sasaran pemberian pelatihan. Berdasarkan hasil survei tersebut diketahui bahwa sebagian besar masyarakat mengetahui akan produk-produk perbankan syariah maupun beberapa akad-akad syariah. Akan tetapi mereka belum mengetahui secara lengkap dan mendalam bagaimana model-model transaksi derivatif dan keuntungan yang dapat diperoleh dari akad-akad maupun produk-produk perbankan syariah di lembaga keuangan syariah yang ada (Muttaqin, 2015, pp. 15–27). Sehingga dapat disimpulkan bahwa meskipun masyarakat mengetahui keberadaan produk-produk syariah akan tetapi dalam kehidupan sehari-hari lebih mengutamakan sistem yang sifatnya konvensional yang memang sudah diketahui dan lebih familiar dikalangan masyarakat.

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan implementasi akad-akad dan produk perbankan syariah dilaksanakan dalam bentuk pelatihan, diawali dengan ceramah dan diskusi secara teoritis, dilanjutkan dengan praktek dan bimbingan dan konsultasi. Dengan tahapan tahapan kegiatan tersebut, peserta diharapkan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih hebat lagi.

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan sosialisasiproduk bank syariah ini menghasilkan beberapa hal: 1) Terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta pelatihan dalam hal pemahaman akan akad-akad dan produk perbankan syariah; 2) Perlunya peningkatan efektifitas sosialisasi ekonomi Islam yang lebih mendalam di setiap lini masyarakat; 3) Perlunya sosialisasi perbankan syariah melalui strategi pengembangan sumber daya; dan 4) Perlu adanya penelitian ilmiah mengenai pengembangan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) di lingkungan Desa..

REFERENSI

- Amar, F., and Setiawan, E. (2017). Determinan Penggunaan Rekening Bank Syariah pada Pengelola Masjid di DKI Jakarta. , 2, h. 201-212. *IKONOMIKA: Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 201–212.
- Hidayah, A. N., and Kartini, I. A. (2016). Peranan Bank Syariah dalam Sosialisasi dan Edukasi Masyarakat Tentang Kemanfaatan Produk dan Jasa Perbankan Syariah. *Kosmik Hukum*, 16(1), 74–86.
- Kusnandar. (2018). Persepsi Masyarakat tentang Bank Syari'ah (Studi Kasus di Kelurahan Jati Jajar, Tapos, Depok Jawa Barat). *Al Mashalih: Journal of Islamic Law*, 1, 62–76.
- Muttaqin, A. (2015). Transaksi Derivatif di Lembaga Keuangan Syariah. *UNIVERSUM: Jurnal Keislaman Dan Kebudayaan*, 9(1), 15–27.
- Suharto, T. (2016). Praktek Bank Syariah dan Tantangannya. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 5(1), 2–30.
- Supriyanto, T. (2015). Konsep Rate of Profit dan Stabilitas Ekonomi Perbankan Syariah Etikonomi. *Etikonomi*, 14(2), 175–204.
- Suwarsi, A. A., and Wulandari, N. P. (2017). Identifikasi Potensi Nasabah Baru Bank Syariah ditinjau dari Customer Switching Intention. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 3(2), 168–190.
- Syukron, A. (2013). Dinamika Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Economic: Journal of Economic and Islamic Law*, 3(2), 28–53.