

**ANALISIS MINAT PEDAGANG MUSLIM DI PENDOPO ALIT
KABUPATEN BOYOLALI DALAM MENGGUNAKAN
PRODUK PERBANKAN SYARIAH**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Mengikuti Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN MAS SAID
SURAKARTA**

Oleh :

DITA SEPTIANA CAHYANINGRUM

NIM 16.52.31.055

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

2023

**ANALISIS MINAT PEDAGANG MUSLIM DI PENDOPO ALIT
KABUPATEN BOYOLALI DALAM MENGGUNAKAN
PRODUK PERBANKAN SYARIAH**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah**

oleh:

DITA SEPTIANA CAHYANINGRUM

NIM : 16.52.31.055

Surakarta, 13 April 2023

**Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen pembimbing skripsi**



MOKHAMAD ZAINAL ANWAR, S.H.I.,M.S.I

NIP. 198011302015031003

Mokhammad Zainal Anwar, S.H.I.,M.S.I

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Dita Septiana Cahyaningrum

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Dita Septiana Cahyaningrum NIM : 16.52.31.055 yang berjudul : "ANALISI MINAT PEDAGANG MUSLIM DI PENDOPO ALIT KABUPATEN BOYOLALI DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH " Sudah dapat dimunaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat. Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 13 April 2023



MOKHAMAD ZAINAL ANWAR, S.H.I.,M.S.I

NIP. 198011302015031003

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : Dita Septiana Cahyaningrum

NIM : 165231055

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul "ANALISIS MINAT PEDAGANG MUSLIM DI PENDOPO LAWAS KABUPATEN BOYOLALI DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH".

Demikian ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data dari Pedagang Muslim Di Pendopo Lawas Kabupaten Boyolali. Apabila dikemudian hari diketahui skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 13 April 2023



Dita Septiana Cahyaningrum

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : Dita Septiana Cahyaningrum

NIM : 165231055

JURUSAN : Perbankan Syariah

FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul "ANALISIS MINAT PEDAGANG MUSLIM DI FENDOPO LAWAS KABUPATEN BOYOLALI DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH"

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 13 April 2023



Dita Septiana Cahyaningrum

PENGESAHAN

ANALISIS MINAT PEDAGANG MUSLIM DI PENDOPO ALIT
KABUPATEN BOYOLALI DALAM MENGGUNAKAN
PRODUK PERBANKAN SYARIAH

Oleh :

DITA SEPTIANA CAHYANINGRUM
NIM. 16.52.31.055

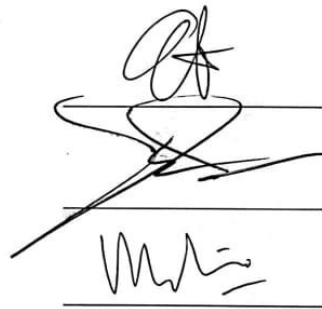
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Selasa tanggal 02 Mei 2023 M/ 12 Syawal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Dr. Waluyo, Lc., M.A.
NIP. 19790910 201101 1 005

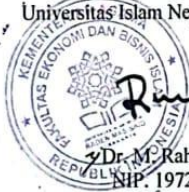
Penguji II
Dr. Agung Abdullah, M.M.
NIP. 19850301 201403 1 003

Penguji III
Melia Kusuma, M.M.
NIK. 19810608 201701 2 147



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



Rahmawan Arifin
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

vi

MOTTO

“Hatiku tenang karena apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khattab)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Ath-Thalaq: 2-3)

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan dengan segenap cinta dan doa, karya yang penuh dengan perjuangan ini untuk :

Orang tua saya tercinta. Yang selama ini selalu mendukung, menyayangi dan memberikan semua apa yang setiap kali saya minta.

Miarta, Sandra, dan Arsyah selaku adik-adikku yang menjadikan alasan kenapa saya harus tetap kuat dalam berjuang.

Kelas Perbankan Syariah B tahun 2016 yang sudah menemani dalam perjalanan study di IAIN Surakarta.

Teman-teman saya yang membantu saya dalam menyelesaikan tugas kuliah

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Minat Pedagang Muslim Di Pendopo Alit Kabupaten Boyolali Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata (S1) Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapat dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbang pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Mudhofir S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Uin Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I, selaku Ketua jurusan Fakultas Ekonomi dan Keuangan Syariah
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.S.I selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
5. Waluyo Lc, selaku Dosen Pemimbing Akademik Perbankan Syariah.

6. Mokhammad Zainal Anwar, S.H.I.,M.S.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis .
8. Ibu, Bapak dan Adekku, terimakasih atas do'a, cinta dan pengorbanan yang selalu mengalir, kasih sayangmu tak akan pernah kulupakan.
9. Sahabat-sahabatku, terimakasih atas doa
10. Responden pedagang di Pendopo Alit Kabupaten Boyolali.
11. Keluarga besar PBS B 2016, terimakasih telah menjadi keluarga serta teman yang baik selama perjalanan studi ini.
12. Seluruh pihak yang tak bisa disebutkan satu-persatu.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 13 April 2023

Dita Septiana Cahyaningrum

ABSTRACT

This research aims to analyze the interests of muslim traders who sell around Pendopo Alit in Boyolali Regency. Data collecting was carried out through an interview process with informants, namely Muslim traders directly. The informant selection technique is random. There were 10 informants who became informants in this study. In the process of data analysis, using data reduction techniques and data presentation. This study uses the Theory Of Consumer Behavior as a reference that explains the theory of consumer behavior in choosing products. So it can be concluded that from teh 10 sample people who were used as informants, the interest of muslim traders in Penopo Alit in Boyolali Regency was influenced by factors of minimal knowledge of Islamic banking products, environmental factors that used non-sharia products, product factors that were difficult to understand, adn promotions that less carried out by islamic banks. Meanwhile, the religiosity adn location factor do no effect teh interest of Muslim traders to use Islamic banking products..

Keywords: Knowledge, Environment, Product, Promotion, Religiosity, and Location

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa minat pedagang muslim yang berjualan di sekitar Pendopo Alit Kabupaten Boyolali. Pengumpulan data dilakukan melalui proses wawancara kepada informan yaitu pedagang muslim secara langsung. Teknik pemilihan informan yaitu secara random. Adapun narasumber yang menjadi informan pada penelitian ini berjumlah 10 orang. Dalam proses analisis data, maka menggunakan Teknik wawancara mendalam dengan narasumber menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan Teori perilaku konsumen sebagai acuan yang menjelaskan teori perilaku konsumen dalam memilih produk. Maka dapat disimpulkan bahwa dari 10 orang sampel yang dijadikan sebagai informan, minat pedagang muslim di Pendopo Alit Kabupaten Boyolali dipengaruhi oleh faktor pengetahuan yang minim akan produk perbankan syariah, faktor lingkungan sekitar yang menggunakan produk non syariah, faktor produk yang sulit dipahami, dan promosi yang kurang dilakukan oleh bank syariah. Sedangkan faktor religiusitas tidak mempengaruhi pedagang yang mayoritas muslim untuk menggunakan produk Bank Syariah, dan lokasi yang terbelang lebih dekat tidak menjadi acuan pedagang untuk menggunakan produk Bank Syariah.

Kata kunci : Minat, pengetahuan, produk, lokasi, lingkungan, religiusitas, dan promosi.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRACT.....	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Masalah	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi	10
BAB II.....	12
LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Minat	12
2.1.1 Pengertian Minat.....	12
2.1.2 Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	13
2.1.3 Tahapan Minat	15
2.2 perilaku konsumen	15
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	15
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	15
2.3 Perbankan Syariah.....	18

2.3.1 Pengertian Perbankan Syariah	18
2.3.2 Produk Perbankan Syariah	18
2.4 Penelitian Relevan	21
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
3.1 Waktu Dan Wilayah Penelitian	29
3.2 Jenis Penelitian	29
3.3 Populasi,Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel	30
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	30
3.4 Data Dan Sumber Data	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5.1 Wawancara.....	31
3.5.2 Observasi	31
3.5.3 Kepustakaan.....	32
3.6 Teknik Analisis Data	32
4.2 Analisis Penelitian	36
4.2.1 Data Hasil Wawancara.....	36
BAB V.....	55
PENUTUP.....	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Keterbatasan Penelitian	56
5.3 Saran.....	56
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan perbankan syariah.....	2
Gambar 1.2 Perkembangan Bank Syariah Per September 2021.....	3
Tabel 1.1 Data Jumlah Bank Syariah Dan Bank Konvensional.....	6

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

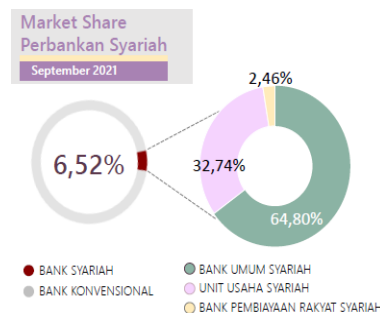
Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya beragama muslim. Secara demografis, berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 237,53 juta per 31 Desember 2021. Jumlah tersebut setara dengan 86,9 % dari populasi negara ini. Dengan adanya fenomena tersebut, maka Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan sistem keuangan di lembaga keuangan syariah. Hal tersebut akan mempermudah dalam menggerakkan masyarakat di Indonesia terkhusus umat muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah (Umam, 2013).

Kegiatan operasional perbankan berlandaskan prinsip syariah sudah mulai berkembang pesat. Hadirnya Bank Syariah ditengah-tengah Bank Konvensional untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi masyarakat muslim yang membutuhkan dan berkeinginan memperoleh layanan jasa perbankan tanpa adanya unsur *Riba* (Ismail, 2015). Untuk kemajuan perekonomian negara, Bank Syariah juga mengemban peranan penting. Efektivitas perbankan syariah dalam penyaluran pembiayaan berbasis syariah pada UMKM dapat menambah akses permodalan terkhusus para pedagang. Sehingga, dengan adanya produk perbankan dapat digunakan pedagang dalam menambah modal dari Bank Syariah sehingga dapat meningkatkan hasil usaha lebih optimal yang nantinya akan menggerakkan roda perekonomian pada sektor ekonomi mikro.

Pertumbuhan industri keuangan dan perbankan yang semakin berkemajuan tidak menutup kemungkinan menjadi suatu persaingan ketat di dunia lembaga keuangan. Perbankan syariah menghadapi sejumlah tantangan agar tetap eksis dikalangan masyarakat. Meski ditengah pandemi *Covid-19*, perbankan syariah memiliki pertumbuhan yang cukup signifikan. Berikut pertumbuhan perbankan syariah dilihat dari segi market share.

Gambar 1.1

Pertumbuhan perbankan syariah



Sumber : Snapshot Perbankan Syariah OJK 2021

Berdasarkan data yang diambil pada laman Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada september 2021, market share perbankan syariah di Indonesia baru mencapai 6,52 %. Bank Umum Syariah memiliki presentase cukup besar sebesar 64, 80%, untuk Unit Usaha Syariah sebesar 32,74%, sedangkan yang menempati urutan terkecil adalah BPRS yang memperoleh hanya sebesar 2,46%. Dari segi jumlah bank, jumlah kantor, aset yang disalurkan serta dana pihak ketiga Bank Syariah juga mengalami perkembangan signifikan. Berikut data perkembangan Bank Syariah.

Gambar 1.1

Perkembangan Bank Syariah Per September 2021

Industri Perbankan	Jumlah Institusi	Jumlah Kantor	Aset (dalam triliun rupiah)	PYD (dalam triliun rupiah)	DPK (dalam triliun rupiah)
BUS	12	2.028	418,77	256,87	341,33
UUS	21	409	211,57	145,10	151,79
BPRS	165	670	15,87	11,34	10,71
TOTAL	198	3.170	646,21	413,31	503,83

Sumber : Snapshot Perbankan Syariah OJK 2021

Dari data OJK dijelaskan bahwa perbankan syariah mengalami perkembangan yang baik, dilihat dengan jumlah Bank Syariah meliputi 12 Bank Umum Syariah, 21 Unit Usaha Syariah, 165 Bank Pembiayaan Rakyat syariah. Berdasarkan data diatas juga dapat dilihat dengan jumlah aset serta DPK mencapai 646,21 dan 503,82 (dalam triliun rupiah). Hal ini diharapkan Bank Syariah harus bisa menjaga eksistensinya sebagai lembaga kepercayaan masyarakat. Kondisi ini menimbulkan persaingan antar bank yang semakin ketat, sehingga harus diimbangi dengan suatu strategi pemasaran yang kuat untuk menarik minat calon nasabah di Bank Syariah.

Perkembangan lembaga keuangan Bank Syariah didukung dengan strategi dalam menarik minat calon nasabah untuk menggunakan jasa maupun produk dari Bank Syariah. Keberhasilan strategi pemasaran harus didukung dengan pemahaman mengenai perilaku konsumen untuk mengetahui minat calon nasabah. Dalam melakukan pemasaran pun harus dengan promosi yang unik serta pada segmen pasar yang akan dituju agar strategi dalam berjalan sesuai dengan tujuan yang akan

dicapai Bank Syariah. Daya pikat calon nasabah juga sangat dipengaruhi oleh kualitas produk yang dimiliki Bank Syariah (Arif, 2010).

Adapun beberapa Produk Bank Syariah yang di tawarkan kepada masyarakat dibagi menjadi berapa tingkatan sesuai akad dan pelaksanaannya. Pertama, *financing* atau prinsip jual beli yang dilakukan atas dasar pergantian hak atas barang dan benda. Pada tingkatan keuntungan yang didapatkan bank diputuskan terlebih dahulu dan kapasitas harga barang yang ditawarkan. Kedua, *funding* atau akumulasi dana dari Bank Syariah bisa dilaksanakan ke dalam bentuk giro, deposito, dan tabungan. Pedoman operasional syariah yang diberlakukan untuk penghimpunan dana masyarakat ialah prinsip *mudharabah* dan *wadiah* (A. Karim, 2010).

Adapun dari beberapa produk Bank Syariah yang ditawarkan minat masyarakat masih rendah. Pada kenyataan masih banyak masyarakat yang menggunakan produk Bank konvensional bahkan yang beragama muslim yang pada hakikatnya di anjurkan untuk menghindari riba yang dilaksanakan pada Bank Konvensional. Namun minimnya pengetahuan masyarakat mengenai itu dapat menjadikan minimnya minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah.

Menurut Pandji, minat adalah rasa suka dan tertarik pada objek atau aktivitas tidak ada paksaan dan mencari informasi mengenai objek tersebut. Minat dapat menjadi pedoman untuk mengambil keputusan dalam menggunakan jasa dan produk tertentu (Dayyan & Chalil, 2018). Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi adanya minat, yaitu produk, pengetahuan, lingkungan, lokasi, promosi, dan religiusitas.

Objek minat menggunakan produk Bank Syariah dalam penelitian ini adalah masyarakat yang belum dan tidak memiliki rasa tertarik atau belum mengenal mengenai macam-macam produk yang ada di Bank Syariah. Dengan kondisi yang mayoritas masyarakat Indonesia beragama muslim maka hal ini penting untuk mengetahui minat masyarakat agar dapat menarik kepada calon nasabah guna menggunakan produk Bank Syariah Menurut Schiffman dan Kanuk dalam (Sari, 2012).

Menarik minat calon nasabah maka Bank Syariah harus meningkatkan pelayanan yang baik kepada nasabah untuk menumbuhkan rasa puas terhadap penggunaan produk Bank Syariah. Hal ini dirasa penting karena kepuasan nasabah yang dicapai akan mempengaruhi loyalitas nasabah akan dapat bertahan menggunakan produk Bank Syariah serta tidak berpindah ke Bank lainnya. Kepuasan nasabah dapat dijadikan strategi dalam pemasaran produk bank (Sri Maharsi & Yuliani Mulyadi, 2007).

Penelitian ini dilakukan di sekitar daerah dan lingkungan pedagang muslim di sekitar kawasan Pendopo Alit Kabupaten Boyolali hal tersebut di dasari mayoritas pedagang di kawasan kuliner Pendopo Alit Boyolali ialah pedagang muslim. Kawasan kuliner berada di pusat kota dengan lokasi yang sangat strategis dan kawasan ini dibidang menjadi pusat jajanan yang lengkap bahkan lokasi yang bersih dan nyaman membuat konsumen tertarik untuk membeli aneka kuliner di Pendopo Alit Boyolali. Letaknya yang berdekatan dengan sekolah dan kantor membuat kawasan ini menjadi pilihan untuk kuliner. Namun berdirinya Bank Syariah di sekitar kawasan kuliner Pendopo Alit bisa dibidang lebih sedikit jika dibandingkan

dengan Bank Konvensional. Berikut data jumlah Bank Syariah dan bank konvensional terdekat:

Tabel 1.1

Data Jumlah Bank Syariah Dan Bank Konvensional

No	Jenis lembaga keuangan	Nama Bank	Jarak
1.	Bank Syariah	1. Bank Syariah Indonesia	0-1 Km
2.	Bank Konvensional	1. Bank Jateng Boyolali 2. BNI Boyolali 3. BRI 4. BPD Boyolali	0-1 Km

Sumber: Observasi awal

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa perbandingan jumlah Bank Konvensional serta Bank Syariah yang ada Di dekat lokasi pedagang. Dari tabel tersebut Bank Konvensional lebih banyak daripada Bank Syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa akses lokasi untuk bertransaksi di Bank Konvensional lebih mempermudah pedagang muslim Pendopo Alit Boyolali dengan adanya beberapa pilihan outlet Bank Konvensional. Lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah untuk bertransaksi, lokasi Bank yang strategis dan mudah dijangkau maka dapat menarik nasabah untuk menggunakan produk dan jasa di bank tersebut (Pertiwi, 2012).

Berdasarkan hasil pra penelitian menunjukkan bahwa pedagang muslim di Pendopo Alit Boyolali dalam menggunakan produk perbankan syariah masih minatnya dapat dikatakan tergolong rendah. Hal ini berdasarkan wawancara dengan 10 pedagang yang menyatakan tidak minat menggunakan produk Bank Syariah. Meskipun ditunjang salah satu Bank Syariah yang lokasinya notabene masih

terbilang dekat, akan tetapi kesadaran untuk bertransaksi menggunakan produk Bank Syariah cukup rendah. Dimana, mayoritas pedagang yang agama muslim di Pendopo Alit Boyolali masih menggunakan Bank Konvensional.

Adapun hasil penelitian Syamsurizal (2022) dengan judul “Analisis Minat Masyarakat Terhadap Bank Syariah”, Adapun faktor yang mempengaruhi minat antara lain : tidak ada biaya administrasi bulanan, terjauhi dari riba, biaya transaksi murah, mendapat keuntungan dari bagi hasil, dan mayoritas tertarik terhadap produk Bank Syariah seperti tabungan haji, umroh dan wakaf. Namun, respon masyarakat terhadap sosialisasi Bank Syariah masih belum tertarik, hal ini terbukti dengan banyaknya masyarakat yang tidak memahami produk yang ditawarkan Bank Syariah.

Hasil penelitian Safitri (2020) yang berjudul “ Minat Pegadang Taman Jalur Terhadap Produk Pembiayaan Mikro Di KCP BRI Syariah” mendapatkan hasil bahwa faktor pendorong pedagang menggunakan produk pembiayaan mikro di BRI adalah operasional sesuai dengan syariat islam, terhindar dari riba, sistem bagi hasil, promosi yang menarik, dan etika karyawan yang sesuai dengan syariah islam.

Hasil penelitian Rahmawati dkk (2017) dalam judul “ Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah” yang menunjukkan faktor yang mempengaruhi pegawai untuk tidak memilih produk pembiayaan di Bank Syariah adalah lingkungan, biaya, produk, proses, pesaing , people, promosi, margin, minat dengan rentang nilai 7,5%-16.8%

Hasil penelitian Rahmawati (2014) berjudul “Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di BNI Syariah Semarang”

menunjukkan bahwa persepsi tentang bunga dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk Bank Syariah.

Adapun pengujian dalam penelitian ini, dimaksud untuk menganalisis secara kualitatif diskriptif besaran nilai signifikansi terhadap variabel yang akan diuji. Dari uraian latar belakang, penulis ingin mengadakan penelitian mengenai isu minat pedagang muslim di pendopo alit Boyolali dalam menggunakan produk Bank Syariah.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas dapat dikemukakan beberapa masalah yang menjadi alasan untuk mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. *Market share* perbankan syariah yang masih kecil dibandingkan Bank Konvensional
2. Minat pedagang muslim di Pendopo Alit Kabupaten Boyolali untuk menggunakan produk-produk Bank Syariah terbilang rendah karena mayoritas pedagang masih menggunakan produk di Bank Konvensional.
3. Rendahnya pengetahuan pedagang mengenai Bank Syariah dan produk-produk Bank Syariah.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini agar analisis tidak keluar dari permasalahan, yaitu peneliti hanya terbatas pada minat pedagang muslim pendopo alit Kabupaten Boyolali dalam menggunakan produk perbankan syariah.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana minat pedagang muslim di pendopo alit kabupaten Boyolali dalam menggunakan produk perbankan syariah ?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat pedagang muslim di pendopo alit kabupaten Boyolali dalam menggunakan produk perbankan syariah?

1.5 Tujuan Masalah

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui minat pedagang kaki lima pendopo alit Kabupaten Boyolali dalam menggunakan produk perbankan syariah.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Agar dapat menyumbangkan karya ilmiah serta dapat menambah wawasan terutama pada disiplin ilmu perbankan syariah mengenai minat pedagang muslim di Pendopo Alit Kabupaten Boyolali dalam menggunakan produk perbankan syariah

2. Manfaat Praktisi

Untuk masyarakat sebagai informasi atau pengetahuan dalam proses kegiatan bank sebagai lembaga keuangan yang menghimpun dana dan menyalurkan dana . Untuk perbankan dapat sebagai masukan sebagai bahan informasi untuk meningkatkan kinerja bank agar lebih baik dan dapat menjadi rujukan oleh bank mengetahui faktor minat pedagang muslim di Pendopo Alit Kabupaten Boyolali dalam menggunakan produk perbankan syariah.

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini ada beberapa sub bab antara lain : latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat beberapa sub bab diantaranya, yaitu : kajian teori mengenai minat, perilaku konsumen serta Bank Syariah sesuai dengan tema penelitian dan dalam bab ini memuat juga hasil penelitian yang relevan, kajian teori yang digunakan dalam penelitian ini merupakan landasan teori yang dijadikan acuan untuk mendukung dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat beberapa sub bab diantaranya, yaitu: waktu dan wilayah penelitian, populasi dan sampel, jenis penelitian, serta teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan yang terakhir teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat beberapa subbab diantaranya, yaitu gambaran umum mengenai penelitian, pengujian hasil wawancara serta mengetahui hasil analisis data, dan pembahasan hasil analisis data yang berupa data wawancara.

BAB V PENUTUPAN

Bab ini memuat beberapa subbab diantaranya, kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Minat

2.1.1 Pengertian Minat

Minat dalam Kamus Besar Indonesia (KBBI) yaitu perhatian, kesukaan, dan kecenderungan hati. Minat adalah timbulnya keinginan dari dalam diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai objek tersebut. Minat adalah rasa suka maupun rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa adanya yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari informasi mengenai objek yang disenangi. Minat merupakan Tindakan sebelum melakukan keputusan untuk memakai atau membeli jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan dalam membeli atau menggunakan objek/kegiatan guna memperoleh tujuan yang akan dicapai. Termasuk keputusan dalam hal kebutuhan dana yang dimiliki (Assauri, 2011)

Menurut Komarudin, minat nasabah merupakan rasa yang timbul untuk lebih suka serta rasa tertarik pada aktivitas tertentu tanpa ada yang menyuruh serta tanpa adanya paksaan. Minat beli adalah suatu bentuk proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Tahapan dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli yang umumnya dilakukan oleh seseorang yaitu pengenalan kebutuhan dan proses informasi konsumen (Komarudin, 1994).

secara umum penulis menyimpulkan bahwa minat merupakan timbulnya rasa suka dan tertarik seseorang kepada suatu hal yang diikuti dengan adanya perhatian serta dorongan untuk mencari informasi mengenai objek tersebut.

2.1.2 Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Adapun beberapa teori mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat masyarakat antara lain sebagai berikut :

1. Pengetahuan dan pemahaman

Pengetahuan berkaitan dengan informasi yang didapatkan oleh masyarakat tentang produk atau jasa serta informasi mengenai fungsi produk yang akan dibeli maupun dikonsumsi. Pengetahuan mengenai produk ini dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. (Shinta, 2011).

2. Produk

Produk merupakan suatu atribut yang berhubungan dengan masalah warna, harga, nama baik, dan pelayanan yang diterima pembeli agar dapat memuaskan keinginannya. Konsumen akan melihat bagaimana manfaat dari produk tersebut apakah sudah sesuai dengan yang diinginkan. Bukan itu saja produk harus menarik dan unik untuk mendapatkan perhatian kepada konsumen (Alma, 2015).

3. Lokasi

Lokasi merupakan dimana perusahaan itu berdiri dan menjalankan operasionalnya. Lokasi perusahaan harus melihat dimana pangsa pasarnya hal ini dikarenakan akan berhubungan dengan kelanjutan perusahaan tersebut. Jika semakin jauh akan dapat mempengaruhi eksistensi serta fungsinya akan berkurang maka dari itu lokasi harus disesuaikan dengan pangsa pasar yang akan dituju. Tipe dan tingkat interaksi yang terlibat menjadi sangat penting (Adam, 2015).

4. Lingkungan

Lingkungan Merupakan sesuatu kelompok social budaya yang dalam menjalankan hidup ada aturan, Batasan, serta norma yang ada. Lingkungan social merupakan beberapa interaksi yang terjadi antara beberapa orang. Adapun Budaya merupak suatu bentuk kepercayaan seseorang mengenai Tindakan yang diambil, termasuk keputusan untuk menggunakan produk atau jasa (Shinta, 2011).

5. Religiusitas

Kata “religiusitas” menggambarkan kegiatan mengenai Tindakan individu yang berhubungan dengan apa yang dianut termasuk agama atau kepercayaan. Religiusitas diartikan sebagai sejauh mana individu memiliki pengetahuan terkait hal tersebut, kokohnya keyakinan dan bagaimana individu tersebut melaksanakan aturan- aturan dalam hal ibadah atas agama yang dianutnya. Religiusitas seorang muslim terlihat dari agama yang dianutnya yaitu agama Islam yang terdiri dari pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama (Fuad, 2002).

6. Promosi

Strategi promosi yang sudah direncanakan dengan baik dapat membantu untuk mengenalkan produk yang ditawarkan agar dapat tertarik dengan produk tersebut. Promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan kepada konsumen dengan cara memberitahu langsung kepada masyarakat. Promosi juga merupakan suatu kegiatan yang ditunjukan untuk mempengaruhi konsumen agar menjadi kenal dengan produk yang ditawarkan dan senang untuk membelinya. Promosi merupakan sarana untuk menarik calon nasabah dan mempertahankan nasabah (Kasmir, 2005).

2.1.3 Tahapan Minat

Dalam tahapan minat ini terdiri dari beberapa tahap antara lain:

1. Pengetahuan mengenai produk yang didapat dari Informasi yang lengkap.
2. Setelah pengetahuan lalu adanya pertimbangan mengenai informasi yang didapat
3. Setelah melakukan pertimbangan maka yang terakhir adalah keputusan untuk menggunakan. (Kanuk & Schiffman, 2008)

2.2 perilaku konsumen

2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut (Kotler, 2009) Perilaku konsumen yang berhubungan dengan barang, jasa, ide dan pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka hal ini berupa informasi mengenai bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkann.

Menurut (Suyono, 2014) Perilaku konsumen merupakan hal yang berkaitan dengan suatu Tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi dalam proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Amstrong Adapun beberapa factor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain: faktor budaya (budaya, subbudaya, kelas sosial), faktor sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), faktor kepribadian (usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian), faktor kejiwaan/psikologi (motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan).

1.) Faktor Budaya

Faktor budaya menjadi salah satu factor yang mempengaruhi perilaku konsumen adapun beberapa sub bab dari factor budaya yaitu:

- a.) Kultur (kebudayaan) merupakan kebudayaan ini berhubungan dengan lingkungan konsumen namun sudah tertanam dari dalam diri konsumen.
- b.) Sub-kultur merupakan bagian kecil yang memberikan sosialisasi anggota lenoh mendalam.
- c.) Kelas sosial merupakan bagian kedudukan konsumen dilingkungannya yang mempengaruhi nilai serta perilaku konsumen. Faktor Sosial

2.) Factor Sosial

Perilaku seseorang juga dipengaruhi oleh faktor sosial antara lain :

- a.) Kelompok acuan, yang terdiri dari semua kelompok yang mempengaruhi perilaku konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Semua kelompok ini merupakan kelompok primer dimana orang tersebut yang selalu berinteraksi dengan satu sama lain sedangkan kelompok sekunder berinteraksi yang tidak mungkin rutin.
- b.) Keluarga, yang terdiri dari keluarga inti termasuk orang tua seseorang dan kerabat dekat.
- c.) Peran dan status juga berpengaruh pada seseorang hal ini dikarenakan bagaimana seseorang tersebut berpartisipasi dalam banyak kelompok.

3.) Faktor Pribadi

Keputusan seseorang pembeli juga dipengaruhi oleh individu tersebut yaitu :

- a.) Usia dan tahap siklus hidup, hal ini berkaitan dengan waktu konsumen akan membeli barang atau jasa yang berbeda sepanjang hidupnya.
 - b.) Pekerjaan individu dapat mempengaruhi pola konsumsi terhadap barang atau jasa tersebut karena berkaitan dengan perolehan pendapatan yang di dapat.
 - c.) Keadaan ekonomi, meliputi pengeluaran untuk kehidupan sehari-harinya yang dibelanjakan oleh konsumen.
 - d.) Gaya hidup individu dapat di pengaruhi beberapa factor hal ini berkitan dengan cara individu mengkonsumsi barang atau jasa ini karena setiap individu akan berbeda-beda.
- 4.) Kepribadian dan konsep pribadi, kepribadian merupakan karektiristik individu sesuai dengan keputusan Tindakan dari dalam diri tanpa bisa di paksakan oelh orang lain.

5.) Faktor Psikologi

Faktor psikologi adalah sarana yang dapat dijadikan identifikasi perasaan individu untuk menganalisa informasi yang di dapat agar individu dapat mengambil suatu keputusan.

- a.) Motivasi adalah Tindakan untuk mendorong seseorang melakukan suatu kegiatan. Kebutuhan akan menjadi dorongan untuk mencapai tingakatan tertentu.
- b.) Persepsi merupakan suatu proses individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi masukan untuk menciptakan suatu kenyataan.
- c.) Pembelajaran adalah Hasil dari suatu pengalaman individu yang dapat merubah sikap serta tingkah laku seseorang.

d.) Keyakinan dan sikap

Keyakinan merupakan gambaran dari persepsi yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Sikap merupakan tindakan seseorang yang bermanfaat atau tidak dan melekat pada objek dalam waktu yang lama.

2.3 Perbankan Syariah

2.3.1 Pengertian Perbankan Syariah

Bank merupakan Lembaga keuangan yang dapat membantu dalam menjalankan perekonomian suatu negara. Hal ini karena fungsi bank yang dapat menyimpan dana serta dapat menyalurkan dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat. (Kasmir, 2001:3).

Bank merupakan suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dan menyalurkan dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat yang kekurangan dana (Ismail, 2015).

2.3.2 Produk Perbankan Syariah

Adapun beberapa produk yang ada di Bank Syariah hal ini dibedakan berdasarkan akad serta fungsinya, diantaranya:

1. Produk Penghimpunan Dana

Produk penghimpunan dana Bank Syariah digunakan untuk mobilisasi uang hal ini karena dapat dijadikan investasi serta dalam penyimpanan. Produk ini bisa menjadi solusi masyarakat yang ingin menyimpan dana dengan terhindar dari riba. Sehingga Bank Syariah dapat menjadi produk ini untuk menarik minat masyarakat guna mendapatkan produk halal. Beberapa produk penghimpunan dana di Bank

Syariah menerapkan prinsip *Wadi'ah, Mudharabah, Ijarah Dan Qard* (Ascarya, 2008).

A. Pendanaan dengan prinsip *Wadi'ah*

1. Giro *Wadi'ah*

Produk pendanaan bank syariah ini dalam bentuk giro sehingga masyarakat dapat menyimpan dengan mudah dan aman di Bank Syariah bukan itu saja nasabah akan mendapatkan bonus atau keuntungan dari dana yang dititipkan.

2. Tabungan *Wadi'ah*

Produk pendanaan yang berasal dari nasabah Bank Syariah berupa simpanan berbentuk rekening tabungan. Sama halnya giro *wadi'ah* nasabah akan menerima bonus dari Bank Syariah.

B. Pendanaan dengan prinsip *Mudharabah*

a. Tabungan Mudharabah

Yaitu Bank Syariah mendapatkan dana simpanan dari nasabah dan dana ini dapat dimanfaatkan bank syariah untuk memberi pembiayaan kepada nasabah yang membutuhkan dana. Masyarakat yang menyimpan dana dengan akad ini akan menerima hasil keuntungan yang disepakati.

b. Deposito/ Invetasi umum

Bank Syariah menerima dana simpanan berjangkan bentuk dengan akad *Mudharabah Muthlaqah*. Bank memiliki hak untuk mengelola dana tersebut untuk menyalurkan bisnis.

c. Deposito/ Investasi khusus

Bank Syariah menawarkan rekening investasi khusus kepada nasabah yang akan investasi dananya secara langsung dalam usaha yang diinginkannya dan Bank Syariah melaksanakan akad *Mudharabah Al Muqayyadah*.

2. Produk Pembiayaan

Produk pembiayaan syariah merupakan bentuk pendanaan yang diberikan antara pemilik dana yang dimaksu disini yang kelebihan dana kepada yang membutuhkan dana.

1.) Pembiayaan dengan pola jual beli

a. *Murabahah*

Akad jual beli yang telah disepakati oleh bank dengan adanya perhitungan harga perolehan dengan keuangan.

b. *Bai'As salam*

Akad jual beli dengan pembayaran dilakukan di muka yang pada akhir transaksi barang akan diserahkan oleh Bank Syariah..

c. *Istishna*

Akad jual beli dengan pemesan barang dahulu namun barang akan diberikan akhir yang hampir mirip dengan *Bai' As Salam*.

2.) Pembiayaan dengan Pola Sewa/Ijarah

Akad pemindahan hak penggunaan atas barang atau jasa melalui system pembayaran sewa. Tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas barang tersebut.

3.) Pembiayaan dengan pola Bagi Hasil

a. *Musyarakah*

Akad kerjasama antara kedua belah pihak dengan system bagi hasil yang telah disepakati . masing masing memiliki kesepakatan jika untung dan rugi akan di tanggung bersama.

b. *Mudharabah*

Akad kerjasama antara dua pihak, dimana kerugian ditanggung keduan belah pihak kevuali karena kelalaian yang dilakukan secara sengaja. Persentasi keuntungan akan dibagi sesuaie dengan perjanjian

4.) Produk jasa perbankan

Bank syariah juga menyediakan produk jasa berupa jual beli mata uang. Bank syariah akan mendapatkan upah dari pelayanan jasa yang diberikan.

a. *Sharf*

akad jual beli mata uang yang bukan sejenis dan bank medapatkan keuntungan dari hasil jasa tersebut.

2.4 Penelitian Relevan

Tabel 2.1

Penelitian Relevan

No.	Penulis	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1.	Erwin Burhanudin (2005)	Minat Konsumen untuk Bertransaksi pada Bank	Metode kualitatif	Minat konsumen untuk bertransaksi pada Bank

		Syariah di kota Yogyakarta		Syariah di kota Yogyakarta cenderung negatif dan norma subjektif lebih dominan pengaruhnya dibandingkan dengan sikap konsumen dalam mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan produk Bank Syariah
2.	Syamsurizal (2022)	Analisis Minat Masyarakat terhadap Perbankan Syariah	Metode Kualitatif	Minat masyarakat untuk memilih Bank Syariah antara lain : 1. Tidak ada biao bulanan administrasi, 2. Terjauh dari perbuatan riba, 3. Biaya transaksi yang

				<p>4. mudah, Mendapat keuntungan dari sistem bagi hasil, 5. Tertarik pada produk Bank Syariah seperti tabungan haji, umroh, kurban, dan wakaf.</p>
3.	Evi Novita & Hanafiah Aqliyah	Faktor Penyebab Rendahnya Minat Umkm di Kecamatan Pamijahan dalam memilih Pembiayaan Pada Bank Syariah	Metode Kuantitatif	<p>Hasil penelitian menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat umkm Pamijahan, Produk, prosedur pembiayaan, promosi dan bagi hasil secara bersama berpengaruh positif</p>

				terhadap minat umkm. Faktor yang paling dominan adalah promosi.
4.	Ahmad & Furi (2019)	Faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat pedagang muslim dalam menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri KC Sumberreja Bojonegoro	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel promosi dan persepsi berpengaruh signifikan dan positif terhadap rendahnya minat pedagang muslim dalam menggunakan jasa Bank Syariah, sedangkan pengetahuan produk dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap

				rendahnya minat pedagang menggunakan jasa Bank Syariah.
5.	Dayyan & Fahriamnsyah (2017)	Analisi Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Bank Syariah (Studi Kasus Di Gempong Pondok Kemuning)	Metode kualitatif	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa sosialisasi belum pernah dilakukan secara langsung oleh pihak bank kepada masyarakat. Penawaran produk yang dilakukan oleh Bank Syariah masih kurang.
6.	Anisa Rahmawati, (2014)	Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan	Metode Kuantitatif	hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi tentang bunga dan bagi hasil

		Produk Di Bni Syariah Semarang		berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk Bank Syariah.
7.	Safitri, (2020)	Minat Pegadang Taman Jalur Terhadap Produk Pembiayaan Mikro Di KCP BRI Syariah	Metode Kualitatif	hasil bahwa faktor pendorong pedagang menggunakan produk pembiayaan mikro di BRI adalah operasional sesuai dengan syariat islam, terhindar dari riba, sistem bagi hasil, promosi yang menarik, dan etika karyawan yang sesuai dengan syariah islam

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya menggunakan objek yang berbeda yaitu pedagang muslim pendopo Alit. Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif untuk mendapat data secara mendalam. Focus dalam penelitian ini untuk mengetahui minat pedagang muslim terhadap produk bank syariah yang berlokasi di Pendopo Alit Boyolali. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian lainnya ialah dari narasumber yang digunakan dalam penelitian ini 10 pedagang yang berada di sekitar kawasan Pendopo Alit Boyolali dengan menggunakan metode kualitatif dan metode wawancara untuk mengetahui minat pedagang dalam menggunakan produk pada Bank Syariah.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu Dan Wilayah Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat dilaksanakan penelitian adalah pendopo alit kabupaten Boyolali. Waktu yang diperlukan untuk melaksanakan penelitian ini direncanakan terhitung 26 Februari 2023 hingga selesai.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Peneliti berperan untuk mengumpulkan data, menganalisa data, dan mengambil kesimpulan atas data yang telah dianalisa. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan data di lapangan (field research) dengan wawancara lalu akan diolah dan di diskripsikan hasil dari penelitian guna menjabarkan suatu masalah (Suryabrata, 1995).

3.3 Populasi,Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Setiap penelitian memiliki tujuan populasi yang dijadikan sasaran dalam penelitian ini. Populasi terdiri atas keseluruhan unit yang akan masuk dalam ruang lingkup penelitian. Populasi merupakan semua jumlah objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah tertentu dengan ketentuan-ketentuan tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian (Nanang, 2010). Populasi yang termasuk dalam penelitian adalah sejumlah 18 pedagang kaki lima pendopo alit kabupaten Boyolali.

3.3.2 Sampel

Sampel mempunyai peran penting yang digunakan didalam penelitian. Sampel berarti sebagian dari populasi yang sesuai dengan kriteria untuk penelitian. Sampel merupakan bagian penting dalam membentuk kekuatan sehingga menunjukkan keabsahan terkait dengan hasil penelitian. Seorang peneliti hanya akan mengambil beberapa bagian populasi dengan ciri tertentu sebagai sampel. Sampel merupakan bagian kecil dari populasi yang memiliki kriteria atau keadaan tertentu yang akan diteliti (Martono 2019). Sampel yang digunakan peneliti merupakan pedagang kaki lima pendopo alit kabupaten boyolali berjumlah 10 pedagang yang mewakilkan pedagang kuliner dengan jenis makanan berat dan pedagang kuliner dengan jenis makanan ringan.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel merupakan teknik yang digunakan oleh peneliti dalam mengambil data. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dengan pengambilan sampel bagian populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperlihatkan tingkatan yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2001).

3.4 Data Dan Sumber Data

Sebuah penelitian harus menggunakan sumber data dalam penelitiannya. Sumber data ialah subjek darimana data dapat diperoleh. Sehubungan dengan pernyataan tersebut, peneliti menggunakan sumber data berupa dokumen yang merupakan data sekunder. Data adalah segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menganalisis data (Arikunto, 2002).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dipakai peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara dan tergantung pada fokus dan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini meliputi:

3.5.1 Wawancara

Wawancara mendalam digunakan peneliti untuk mendapatkan data secara lengkap dari narasumber. Penggunaan wawancara membutuhkan narasumber sebagai sumber informasi yang akan digali oleh peneliti. Menyiapkan daftar pertanyaan ini sangat diperlukan untuk mendapatkan jawaban yang diinginkan. Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan secara sistematis dan sesuai dengan tujuan penelitian (Marzuki, 2000). Teknik wawancara ini digunakan untuk mengambil data yang berasal dari informan.

3.5.2 Observasi

Dalam sebuah penelitian, peneliti juga dapat melakukan observasi mengenai keadaan objek penelitian dan membuat catatan untuk data yang dianggap penting. Cara ini dapat dilakukan secara luas dan tidak terbatas pada pengamatan terkait apa yang terjadi di lapangan. Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan keadaan, pencatatan data dan mengetahui fenomena yang terjadi (Hadi, 2002). Teknik ini digunakan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya terjadi di lapangan.

3.5.3 Kepustakaan

Kepustakaan merupakan bagian dari metode dalam pengumpulan data. Studi pustaka dilakukan dengan cara mendalami dan menelaah beberapa literatur yang dapat digunakan sebagai pendukung data dalam suatu penelitian. Peneliti mencari sumber yang dianggap berhubungan dengan teori peneliti dengan kajian yang akan dilaksanakan (Martono, 2019).

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu upaya peneliti yang dapat dilakukan untuk mengolah data, mencari pola, memilih-milihnya data yang dapat dikelola, memilih data yang penting (Moleong, 2009: 248). Metode analisis data ini menggunakan metode kualitatif lapangan hal ini karena data yang didapat berbentuk kata-kata maupun uraian. Peneliti menganalisis data yang didapat dari narasumber sehingga peneliti dapat mengetahui, mendeskripsikan, dan menjelaskan mengenai analisis minat pedagang muslim pendopo Alit Kabupaten Boyolali dalam menggunakan produk Perbankan Syariah (Hadi, 2002).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

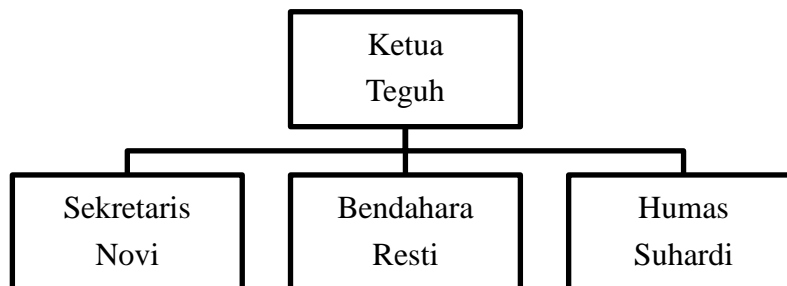
4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Kuliner Di Kawasan Pendopo Alit Kabupaten Boyolali

Kawasan kuliner Disekitar pendopo alit ini berada di pusat kota Boyolali yang beralamat Singorejan, Siswodipuran, Boyolali, Tepatnya di depan rumah dinas Bupati Boyolali. Pada awalnya kawasan kuliner ini hanya lahan parkir di depan masjid Agung Boyolali yang berdekatan dengan rumah dinas Boyolali. Pada tahun 2017 kawasan pendopo alit ini di *Revitalisasi* menjadi kawasan kuliner , buka hanya itu kawasan ini sudah dilengkapi kebun binatang yang berada dibelakang Pendopo Alit Boyolali. Kawasan kuliner ini mempunyai tempat yang nyaman serta lokasi yang bersih. Bukan itu saja kawasan ini aneka jajanan yang lengkap sehingga dapat menarik konsumen untuk datang. Lokasi yang dekat dengan area sekolah, kantor dinas ,dan kebun binatang menjadikan market di kawasan pendopo alit terbilang cukup ramai.

Kawasan kuliner Pendopo Alit Boyolali menjadi berkah tersendiri bagi warga Boyolali, ada sekitar 30 pedagang kaki lima berjualan di sekitar kawasan untuk mencari nafkah keluarga. Setiap hari para pedagang dapat memperoleh omset atau keuntungan dari ratusan ribu hingga jutaan rupiah, terlebih lagi hari sabtu malam dan hari libur lainnya.

Adapun struktur organisasi di pedagang Pendopo Alit Boyolali, hal ini dibuat untuk mempermudah koordinasi mengenai hal-hal yang berkaitan kegiatan perdagangan di kawasan tersebut.

Gambar 1.3**Struktur Organisasi****4.2 Data Informan**

Penelitian ini untuk menganalisis minat pedagang muslim dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan produk perbankan syariah, maka peneliti telah memilih 10 pedagang sebagai narasumber yang mewakili jenis pedagang makanan berat dan makanan ringan.

Tabel 1.2**Tabel Data Narasumber**

No.	Nama	Jenis makanan/minuman	Agama	Jenis kelamin
1.	Agus Setyono	Dawet Ketan	Islam	Laki-laki
2.	Muntafiah	Dawet Ayu Banjarnegara	Islam	Perempuan
3.	Muhtarifin	Cilok goreng	Islam	Laki-laki
4.	Partini	Seblak	Islam	Perempuan
5.	Eva Rahma	Sosis goreng	Islam	Perempuan
6.	Novi	Ayam Geprek	Islam	Perempuan

7.	Suhardi	Roti kukus & Panggang	Islam	Laki-laki
8.	Muhammad Bisri	Es Teller	Islam	Laki-laki
9.	Fransiska K.D	Minuman Teh Poci	Islam	Perempuan
10.	Yuda	Es Degan	Islam	Laki-laki

4.2 Analisis Penelitian

Tahapan penelitian ini pertama melakukan observasi dengan cara wawancara, berdasarkan hasil observasi peneliti menemukan fakta yang menunjukkan bahwa beberapa pedagang Kuliner di pedopo alit Boyolali di dapati hasil masih menggunakan produk Bank Konvensional sebagai media pembiayaan dan tabungan. Sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian di kawasan kuliner Pendopo Alit Boyolali dengan melakukan wawancara kepada beberapa pedagang untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat pedagang menggunakan produk Bank Syariah.

4.2.1 Data Hasil Wawancara

1. Minat Pedagang Muslim Pendopo Alit Kabupaten Boyolali dalam menggunakan produk Bank Syariah

Timbulnya minat individu tidak bisa timbul secara tiba-tiba harus dilatarbelakangi unsur missal minat untuk menggunakan suatu produk dan jasa yang dibutuhkan. Minat bisa timbul dikarenakan aktivitas yang di anggap menarik untuk dilakukan. Seseorang dapat dibilang berminat terhadap sesuatu bila individu tersebut memiliki beberapa unsur yaitu: perasaan senang, perhatian, ketertarikan,

serta manfaat dan fungsi dari aktivitas tersebut (Assauri, 2011).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada tanggal 11 April 2023 bersama beberapa pedagang di Pendopo Alit Boyolali dalam melakukan transaksi dalam usahanya masih menggunakan produk Bank Konvensional di bandingkan Bank Syariah.. Seharusnya minat terhadap Bank Syariah lebih banyak yang notabene mayoritas pedagang adalah muslim, namun pada kenyataan minat pedagang dapat tergolong rendah hal ini di sampainya oleh 10 narasumber bahwa tidak ada satupun yang menggunakan produk Bank Syariah. Berikut hasil wawancara kepada pedagang di Pendopo Alit Boyolali:

Tabel 1.3

Minat Pedagang Muslim Menggunakan Produk Bank Syariah

No.	Nama	Minat
1.	Agus Setyono	Tidak berminat, karena sudah menabung di BPD Boyolali.
2.	Muntafiah	Tidak berminat, karena tidak tahu tentang Bank Syariah dan produk-produk Bank Syariah.
3.	Muhtarifin	Tidak berminat , karena sudah menggunakan produk BPR Mekar Nugraha yang mau memberikan pelayanan jemput bola.
4.	Partini	Tidak berminat, karena sudah menggunakan produk dari Bank BCA yang berkaitan dengan transaksi online.

5.	Eva Rahma	Tidak berminat, karena menganggap operasioannya Bank Syariah sama dengan Bank Konvensional.
6.	Novi	Tidak berminat, karena tidak tahu mengenai Bank Syariah, lebih tertarik dengan koperasi BINSANI karena rekomendasi dari teman kerja.
7.	Suhardi	Tidak berminat, karena sudah menggunakan Produk koperasi BINSANI yang memberikan pelayanan jemput bola sehingga memudahkan untuk menabung.
8.	Muhammad Bisri	Tidak berminat, karena sudah menggunakan pinjaman di BPD Boyolali dengan prosedur mudah
9.	Fransiska K.D	Tidak berminat, karena tidak berminat menggunakan produk di perbankan baik Bank Syariah maupun Bank Konvensional
10.	Yuda	Tidak berminat,karena sudah menggunakan produk dari BPR Mekar Nugraha

Pada tabel 1.3 diatas menunjukan bahwa dari 10 orang responden yang penulis wawancara di kawasan kuliner Pendopo Alit Boyolali pada tanggal 14 April 2023 menyatakan tidak berminat menggunakan produk di Bank Syariah. Hal ini dapat disimpulkan minat pedagang dalam menggunakan produk Bank Syariah tergolong rendah karena hasil wawancara diatas mayoritas pedagang lebih memilih

menggunakan produk dari Bank Konvensional daripada Bank Syariah. Pedagang yang menjadi narasumber juga menyatakan informasi mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi tidak berminat dalam menggunakan produk Bank Syariah.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Muslim Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah

Faktor – faktor yang mempengaruhi minat seorang individu dalam menggunakan produk perbankan syariah terbagi menjadi beberapa faktor baik dari faktor dalam diri antara lain pengetahuan, pendapatan dan tingkat religious dan faktor dari luar diri antara lain produk, lokasi serta lingkungan dan budaya.

Berdasarkan pada kajian pustaka yang menjadi landasan penelitian, ditemukan bahwa terdapat 6 faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan produk perbankan syariah, antara lain :

a. Pengetahuan

Pengetahuan masyarakat adalah semua informasi yang dimiliki oleh masyarakat mengenai berbagai produk dan jasa tersebut serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan produk (Shinta, 2011).

Pengetahuan konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian: apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, dimana membeli dan kapan membelinya tergantung pada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut. Sama halnya dengan pemilihan untuk menggunakan produk dari Bank Syariah, masyarakat juga

perlu memiliki pengetahuan tentang apa yang dimaksud dengan Bank Syariah, apa saja produknya, dimana lokasinya dan sebagainya (Yuniarti, 2015).

Namun, apabila masyarakat tidak memiliki pengetahuan tentang produk atau jasa Bank Syariah maka hal ini menjadikan masyarakat kurang berminat atau bahkan tidak berminat sama sekali menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Dengan demikian semakin tinggi tingkat pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah maka akan semakin baik pula persepsi mengenai Bank Syariah. Sehingga dengan pengetahuan dan persepsi yang baik maka akan semakin besar keyakinannya untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Setiap orang pastilah memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda-beda.

Pengetahuan dapat dipahami sebagai segala sesuatu yang ada di dalam pikiran seseorang setelah dilakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Setiap pengetahuan masyarakat sudah pasti beragam, pengetahuan masyarakat merupakan informasi yang disimpan oleh masyarakat dalam benak ingatan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Gusmail Emmang dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah ” menjelaskan bahwa penelitian variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah (Emmang, 2016).

Sama halnya penelitian ini, dimana banyak pedagang di Pendopo Alit Kabupaten Boyolali yang tidak memiliki pengetahuan tentang Bank Syariah, dan memang hingga saat ini belum ada satupun Bank Syariah yang melakukan promosi atau sosialisasi tentang Bank Syariah di kawasan kuliner Pendopo Alit Kabupaten

Boyolali. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada pedagang muslim di wilayah Pendopo Alit Boyolali, ditemukan bahwa mayoritas pedagang muslim tidak mengetahui terkait produk dan jasa yang ditawarkan serta prosedur dan perbedaan dengan Bank Konvensional.

“...kalo sampe sekarang belum paham mbak soal Bank Syariah. Soale istilahe aneh susah pahame. Jadine dari pada bingung milih bank biasa wae.”

(Kutipan Informan Ibu Muntafiah pada tanggal 14 April 2023)

Hal tersebut juga diungkapkan oleh informan lain yang mana juga menyatakan bahwa tidak mengetahui terkait Bank Syariah.

“.. nek Bank Syariah tau mbak Cuma procedure gimana itu sing ngga tau otomatis ngga nggunain itu soale resiko ngga tau dan terlanjur nyaman pake koperasi.”

(Kutipan Informan Novi pada tanggal 14 April 2023)

Sesuai dengan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan pedagang muslim Pendopo Alit Kabupaten Boyolali tergolong rendah dan menyebabkan minat untuk menggunakan produk dan jasa Bank Syariah menjadi rendah. Pengetahuan atau pemahaman yang rendah tentang perbankan syariah terutama tentang produk-produk, seperti tentang akad yang diterapkan di Bank Syariah, sistem bagi hasil dan pembagian keuntungan yang kurang dipahami oleh masyarakat, dan juga belum adanya promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah kepada pedagang, jadi pedagang lebih mengenal Bank Konvensional daripada Bank Syariah sehingga minat pedagang lebih memilih produk Bank Konvensional.

Sosialisasi sangatlah penting untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang kelebihan dan keunggulan Bank Syariah. Sosialisasi ini harus melibatkan pemerintahan dan semua kalangan masyarakat untuk memperkenalkan Bank Syariah kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan sebagian pedagang bahkan

menilai Bank Syariah memberi harga yang mahal dalam segala aktivitasnya sehingga membuat masyarakat berfikir dua kali untuk menggunakan jasa Bank Syariah. Untuk saat ini Bank Syariah hanya berfokus memasarkan diri kepada kelompok tertentu, dan mengabaikan pangsa pasar potensial seperti pedagang kuliner. Oleh karena itu Bank Syariah harus dapat memberikan pemahaman secara luas dan menyeluruh terhadap masyarakat yang belum memahami perbankan syariah dalam aplikasi produknya.

b. Produk

Produk yang ditawarkan adalah salah satu faktor yang menjadikan masyarakat berminat untuk menggunakan jasa suatu bank. Pengetahuan produk yaitu kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan produk yaitu kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan seseorang akan menentukan tindakan atau pengambilan keputusan setelah konsumen mempelajari produk, merk dan pelayanan yang dianggap memuaskan. Oleh karena itu meskipun jasa bank telah dikemas secara menarik dan disertai layanan yang profesional, namun apabila bank tidak mengkomunikasikan dengan calon nasabah maka mereka akan ragu-ragu untuk membelinya. Karena ketidaktahuannya mengenai produk yang akan digunakan sehingga hal itu akan berpengaruh pada keputusan memilih produk yang akan dibeli (Maski, 2010).

Merk yang akrab dengan konsumen merupakan perangkat kesadaran. Sebaliknya sulit untuk menjual produk yang tidak dikenal akibat sasaran pemasaran memindahkan merk kedalam perangkat kesadaran. Setiap orang pasti memiliki kriteria tertentu dalam memilih produk perbankan mana yang cocok untuk

digunakannya. Segala keputusan seseorang dalam memilih produk tersebut pastinya berdasarkan dari kebutuhan masing-masing, serta penilaian manfaat dan pemahaman sistem bank (Yuniarti, 2015).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Uniyanti dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah” menyatakan bahwa variabel informasi produk Bank Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung. hal ini membuktikan pengetahuan produk Bank Syariah dapat mempengaruhi minat menggunakan produk Bank Syariah.

Faktor Produk yang dipertimbangkan dalam minat menggunakan perbankan syariah. Produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan sesuai dengan manfaat yang dicari oleh individu maka akan menjadi alasan pemilihan produk tersebut, karena system lebih mudah dipahami apabila individu mengetahui terkait produk tersebut. Berlaku pula kebalikannya, apabila produk yang ditawarkan tidak memiliki perbedaan yang signifikan dengan produk bank konvensional maka akan berpengaruh terhadap minat individu dalam menggunakan produk. Sesuai dengan penuturan informan Bapak Muhammad Bisri yaitu

“Misale bagian peminjaman, proses lebih mudah soale tinggal mengajukan SK PNS yang kebetulan istri saya bekerja sebagai PNS, jadi tak rasa lebih mudah dan yakin daripada Bank Syariah.”

(Kutipan Informan Bapak Bisri pada tanggal 14 Maret 2023)

Pendapat tersebut juga disampaikan oleh informan Ibu Partini yaitu

“Saya menggunakan bank BCA buat transaksi Gojek, karena bank BCA lebih mendukung penganmbangan kegiatan usaha saya misalnya adanya Qris.”

(Kutipan Informan Ibu Partini pada tanggal 14 Maret 2023)

Merujuk pada hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa produk Bank Syariah dirasa tidak mudah dipahami secara prosedur produk dibandingkan dengan produk Bank Konvensional hal ini sesuai hasil wawancara bahwa informan dirasa lebih mudah secara prosedur dalam menggunakan produk Bank Konvensional. Adapun hasil wawancara informan bahwa produk Bank Syariah dirasa tidak mendukung kegiatan usaha. Hal ini dikarenakan untuk transaksi jual beli pedagang lebih memilih menggunakan produk dari Bank Konvensional, Untuk transaksi *QRIS* dalam usaha. Hal ini karena pedagang memiliki pengetahuan mengenai produk sangat minim sehingga produk dari Bank Syariah belum merasakan manfaat dari produknya. Hal ini kurangnya sosialisasi Bank Syariah untuk mengenalkan produk apa saja yang ada di Bank Syariah kepada masyarakat.

c. Lokasi

Bisnis jasa adalah suatu bisnis yang sensitif terhadap kemajuan informasi dan teknologi karena dalam bisnis operasi bisnis jasa data-data mengenai konsumen, transaksi dan karyawan-karyawan adalah alat yang *esensial* yang dapat membedakan jasa tersebut dengan jasa pesaing, juga dapat meningkatkan kualitas jasa dan pelayanan jasa itu sendiri. Selain itu aspek fisik juga turut membuat *service* menjadi menarik dalam melakukan transkasinya, dengan kata lain kondisi fisik dimana jasa dipasarkan yaitu gedung dan lokasi (Maski, 2010).

Begitu pula dengan Bank Syariah, lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan produknya. Bukan hanya itu letak yang startegis ternyata jarak lokasi dari tempat tinggal masyarakat juag

menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan produknya.

Letak Bank Syariah menjadi salah satu faktor minat individu dalam menggunakan produk. Letak yang strategis dekat dengan tempat usaha membuat Bank Syariah lebih mudah dijangkau. Pada kenyataannya, lokasi Bank Syariah di wilayah Boyolali berada di pusat kota dengan jarak tempuh yang singkat apabila diakses melalui tempat usaha. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Informan Suhardi, yaitu

“Walaupun lokasi dekat tapi kurang minat mbak. Soalnya, udah nabung di Koperasi. Jadi males buat pindah pindah. Trus lokasine banknya kurang terlihat kalo lewat”

(Kutipan wawancara informan Suhardi pada tanggal 14 Maret 2023.)

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Informan Eva yaitu sebagai berikut

“... lokasine memang dekat kalo disini, Cuma kalo pergi – pergi ada susah nyari atm nya. Jadi lebih minat pake BCA yang mudah diakses atmnya.”

(Kutipan wawancara informan Eva pada tanggal 14 Maret 2023)

Merujuk pada kedua pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa lokasi Bank Syariah masih sedikit jika dibandingkan Bank Konvensional sehingga dapat dijadikan sebagai alasan kurangnya minat pedagang dalam menggunakan Bank Syariah. Menentukan lokasi merupakan keputusan penting yang bertujuan untuk membujuk pelanggan agar datang ke tempat tersebut dengan dalam pemenuhan kebutuhannya. Lokasi memiliki fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi yang tepat dalam menjadikan suatu usaha adalah satu hal yang sangat menentukan keuntungan bagi pihak bank, masyarakat

akan selalu mencari lokasi yang strategis, yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen (Adam, 2015).

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa lokasi Bank Syariah yang tergolong cukup dekat dengan lokasi usaha dengan jarak 1 km namun tidak berpengaruh pada minat pedagang menggunakan produk Bank Syariah. Hal ini sesuai jurnal (Darmawan, 2019) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah” yang menyatakan hasil bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung, dikarenakan lokasi Bank Jateng Syariah yang berada di jalan raya dan mudah dijangkau tidak berpengaruh pada minat menabung karena cukup banyak nasabah bank Jateng Syariah yang bertempat tinggal jauh dari lokasi bank Jateng Syariah.

d. Faktor Lingkungan

Sesuatu yang tidak bisa dipungkiri bahwa manusia merupakan makhluk sosial, yaitu makhluk yang hidup bersama dengan individu atau kelompok lain, dan interaksi dengan sesamanya. Individu-individu disekelilingnya itu yang disebut dengan lingkungan sosial. Manusia saling berinteraksi satu dengan yang lainnya, saling mempengaruhi dalam membentuk perilaku, kebiasaan, sikap, kepercayaan dan nilai-nilai yang dianggap penting. Salah satu unsur lingkungan sosial yang ada pada diri seorang manusia adalah lingkungan budaya.

Lingkungan sosial budaya adalah kelompok sosial budaya yang hidup dalam batas-batas tertentu yang ditata berdasarkan norma sosial budaya yang membedakan dengan lingkungan alam. Lingkungan sosial adalah semua interaksi sosial yang terjadi antar konsumen dengan sekelilingnya atau antara banyak orang.

Budaya adalah suatu kepercayaan, nilai-nilai dan kebiasaan yang dipelajari seseorang yang dapat mengarahkan seseorang tersebut dalam menggunakan suatu barang atau jasa. Lingkungan sosial budaya terdiri dari lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, lingkungan tempat kerja, dan lingkungan masyarakat (Shinta, 2011).

Lingkungan dan budaya juga menjadi salah satu penyebab masyarakat berminat untuk menggunakan produk Bank Syariah. Apabila lingkungan sekitarnya tidak menggunakan produk Bank Syariah maka dapat dikatakan minat seseorang untuk menggunakan produk Bank Syariah pun rendah. Begitu pula dengan budaya, apabila budaya sekitarnya menggunakan produk lain maka minat seseorang untuk menggunakan produk Bank Syariah juga rendah.

Endah Nur Rahmawati dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah” menyatakan bahwa ketika dilihat dari sisi kebiasaan masyarakat sekitar yang lebih memilih Bank Konvensional ternyata mayoritas (51.0%) menyatakan ketidaksetujuan responden akan hal ini sebagai pengaruh untuk tidak memilih produk pembiayaan di Bank Syariah. Sedangkan ketika dilihat dari indikator teman sejawat, data menunjukkan hanya 32.9% setuju, dan mayoritas 61.9% tidak setuju, sisanya ragu-ragu. Hal ini senada juga dilihat dari indikator adanya pengaruh keluarga untuk tidak memilih produk pembiayaan di Bank Syariah: 42% menyatakan setuju, 50.3% tidak setuju, dan sisanya ragu-ragu.

Sama halnya dengan beberapa responden pada penelitian ini yang mana mereka berasal dari lingkungan dan budaya yang tidak mendukung Bank Syariah sebagai

pembantu dalam kegiatan ekonominya, maka hal ini menyebabkan minat responden pada produk Bank Syariah pun juga rendah.

Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Bilson Simora bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya, seperti keluarga dan kelompok-kelompok sosial dimana seseorang menjadi anggota. Pada dasarnya seseorang akan berusaha mengharmonisasikan perilaku dengan apa yang dianggap pantas oleh lingkungan sosialnya. Oleh karena itu, seseorang akan membeli produk kalau produk tersebut diterima oleh lingkungan sosialnya (Simora, 2008).

Faktor lingkungan dan budaya yang mempengaruhi minat dimana masyarakat akan melihat reputasi bank dan banyaknya masyarakat sekitar individu yang menggunakan produk bank tersebut. Oleh karena itu, semakin banyak masyarakat sekitar individu yang menggunakan maka semakin tinggi penyebaran bank terhadap lingkungan sekitar. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan informan Yudha, yaitu :

“ Lingkungan sekitar jadi pertimbangan menggunakan produk, saya memilih menabung di BPR karena rata – rata pedagang sini pake produk itu dan merasa aman soalnya kenal sama mbak marketing.”

(Kutipan wawancara dengan Informan Yudha pada tanggal 14 Maret 2023)

Hal ini juga disampaikan oleh informan lain pada wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu

“Kalo pedagang sini jarang yang make Bank Syariah, kebanyakan make BPR jadi saya ikut – ikutan nabung.”

(Kutipan informan Jeni pada tanggal 14 Maret 2023)

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan pedagang muslim di Pendopo Alit Kabupaten Boyolali tidak menggunakan produk Bank Syariah dikarenakan lingkungan usaha yang mayoritas menggunakan produk Bank

Konvensional sehingga lingkungan tidak mendukung untuk menggunakan produk Bank Syariah.

e. Religiusitas

Tingkat religiusitas seseorang tentu mempengaruhi tindakan seseorang dalam kegiatannya sehingga tidak menyalahi syariat agama yang dianut. Mayoritas masyarakat muslim harusnya lebih memilih untuk menggunakan produk Bank Syariah dibanding produk Bank Konvensional mengingat takut akan riba dari produk perbankan yang ditawarkan. Namun, kenyataannya kebanyakan pedagang Pendopo Alit yang nota bene menganut agama Islam lebih banyak menggunakan produk Bank Konvensional.

Religiusitas yang dapat dilihat melalui aktivitas atau perilaku individu terhadap agama atau keyakinan iman yang dianutnya. Religiusitas seringkali diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seseorang terpancar dari bagaimana pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama islam. Hal ini berdasarkan wawancara informan mengenai religiusitas terhadap minat menggunakan produk Bank Syariah

“Saya sudah melakukan kewajiban sebagai umat Islam seperti sholat lima waktu dan shodaqoh. Menurut saya faktor religious tidak berpengaruh bagi saya, soalnya masih banyak juga orang Islam yang milih Bank Konvensional.” (Kutipan wawancara informan Bapak Agus Triyono pada tanggal 14 Maret 2023)

Hasil wawancara diatas menunjukkan hasil yang sama dengan hasil wawancara dengan informan lain.

“ saya tau mbak, Bank Syariah itu bebas dari riba dan sesuai dengan syariat. Tapi mau gimana lagi saya ngga minat, yang penting atm nya banyak kalo mau

transaksi sewaktu – waktu jadi mudah.” (Kutipan wawancara informan Eva pada tanggal 14 Maret 2023)

Delener dalam jurnal Esso dan Dib mengatakan bahwa religiusitas adalah salah satu faktor pendorong penting dan dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Hal ini didasarkan atas keputusan konsumen untuk membeli produk tergantung kadar keimanan mereka.

Menurut hasil penelitian Uniyanti menyatakan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah. Hasil ini sama dengan penelitian (Rahmanto, 2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat desa Sraten Kabupaten Semarang untuk menabung di Perbankan Syariah.

Merujuk pada hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor religious tidak berpengaruh pada minat pedagang muslim Pendopo Alit Boyolali untuk menggunakan produk Bank Syariah yang mayoritas beragama muslim namun pedagang justru lebih memilih menggunakan produk Bank Konvensional. Dengan keadaan pedagang yang mayoritas muslim tidak menjadikan alasan mereka menggunakan produk Bank Syariah hanya karena alasan menghindar riba. Justru meskipun mereka takut akan riba namun dikarenakan alasan yang lebih kuat, mereka lebih memilih untuk tidak menggunakan produk Bank Syariah sebagai pembantu kegiatan ekonominya. Maka hal ini dapat dikatakan bahwa fakta yang ada di lingkungan Pedagang Di Pendopo Alit Boyolali berbanding terbalik dengan teori Esso dan Dibb yang menyatakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh

pekerjaan, lingkungan sosial, religiusitas , pendidikan dan aktivitas rekreasi (Esso & Dibb, 2004).

f. Promosi

Promosi merupakan salah satu cara bank untuk menarik minat dan mempertahankan masyarakat agar tetap menggunakan produknya. Namun kegiatan promosi ini juga bisa mengurangi minat masyarakat menggunakan produk apabila dilakukan dengan tujuan dan penyampaian yang tidak tepat bahkan berlebihan. Kegiatan promosi ini bukan hanya sebagai alat komunikasi anatar perusahaan dengan konsumen, melainkan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Rambat, 2017).

Menurut (Mardiyanto, 2021) Promosi adalah cara langsung atau tidak langsung untuk mempengaruhi konsumen agar lebih suka untk membeli suatu merk barang tertentu. Pada kagiatanini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh jasa yang dimilikinya baik secara langsung atau tidak langsung. Tanpa promosi calon nasabah tidak dapat mengenal produk-produk bank, oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah atau calon nasabahnya. Kurangnya promosi yang dilakukan berdampak pada produk kurang dikenal oleh masyarakat sehingga dapat mempengaruhi minat pedagang dalam menggunakan produk Bank Syariah. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan informan sebagai berikut:

“...belum pernah ada promosi Bank Syariah, kebanyakan malah dari BCA, BPR sama koperasi sehingga saya masih pake Bank Konvensional sampe sekarang.” (Kutipan wawancara informan Ibu Partini pada tanggal 14 Maret 2023)

Hal ini juga dikemukakan oleh informan lain yaitu Novi sebagai berikut

“Promosi belum pernah mbak kesini, jadi saya tidak paham soal produk Bank Syariah.” (Kutipan wawancara informan Novi pada tanggal 14 Maret 2023)

Pada penelitian (Malik, 2021) dalam judul “Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP SINGKUT Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya” menyatakan hasil bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Hal ini membuktikan adanya pengaruh besar faktor promosi terhadap minat menggunakan produk Bank Syariah. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah baik bersifat persuasif dan kurangnya pendekatan langsung kepada masyarakat, sehingga masyarakat kurang tertarik untuk melakukan transaksi di Bank Syariah.

Merujuk pada hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap rendahnya minat pedagang Pendopo Alit Kabupaten Boyolali dalam menggunakan produk Bank Syariah. Hal ini dikarenakan kurang adanya sosialisasi dan promosi yang dilakukan Bank Syariah kepada Pedagang sehingga mereka cenderung untuk memilih produk di Bank Konvensional yang lebih dulu mempromosikan produknya kepada pedagang secara aktif sehingga produk di Bank Konvensional lebih dikenal oleh pedagang karena adanya kegiatan promosi tersebut.

Dari pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan minat pedagang muslim di Pendopo Alit Kabupaten Boyolali tergolong rendah. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi rendahnya minat pedagang yaitu minimnya pengetahuan pedagang, lingkungan pedagang yang merekomendasikan untuk menggunakan produk Bank

Konvensional, serta belum adanya promosi langsung dari Bank Konvensional. Dari beberapa faktor yang mempengaruhi rendahnya minat faktor yang dominan adalah minimnya pengetahuan , lingkungan usaha yang tidak mendukung untuk menggunakan produk Bank Syariah. belum adanya promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah secara langsung oleh pedagang.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada pedagang muslim di Pendopo Alit Boyolali mengenai minat dan faktor apa saja yang memengaruhi minat pedagang menggunakan produk Bank Syariah, peneliti mencoba mengungkapkan, menganalisis, dan mengambil kesimpulan tentang hasil dari penelitian sebagai berikut:

- 1.) Minat pedagang muslim di kawasan kuliner Pendopo Alit Boyolali tergolong rendah, hal ini di dapat dari hasil penelitian yang menunjukkan 10 pedagang tidak berminat untuk menggunakan produk Bank Syariah karena mayoritas pedagang di Pendopo Alit Boyolali sudah menggunakan produk dari Bank Syariah.
- 2.) Faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat pedagang dalam menggunakan Bank Syariah antara lain : Pengetahuan terhadap produk Bank Syariah rendah, adanya rekomendasi dari lingkungan usaha menggunakan Bank Konvensional, kurangnya promosi secara langsung yang dilakukan oleh Bank Syariah.
- 3.) Faktor lokasi yang dekat dengan pedagang tidak menjadikan timbulnya minat untuk menggunakan produk Bank Syariah, selain itu juga faktor religiusitas juga tidak mempengaruhi minat pedagang untuk menggunakan produk Bank Syariah karena pada kenyataannya mayoritas pedagang beragama muslim namun tetap menggunakan produk dari Bank Konvensional.

- 4.) Faktor dominan yang mempengaruhi rendahnya minat pedagang menggunakan produk Bank Syariah adalah promosi yang kurang aktif dilakukan Bank Syariah.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini hanya menggunakan 10 sampel saja serta dengan menggunakan wawancara yang mendalam kurang mendapat informasi yang mendalam karena waktu yang terbatas serta jawaban informasi yang tergolong pasif sehingga peneliti sulit mengembangkan pertanyaan.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari apa yang penulis simpulkan tadi, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- 1.) Bagi Bank Syariah di harapkan untuk melakukan sosialisasi dan promosi secara langsung kepada masyarakat agar mudah dikenal produk serta system di Bank Syariah serta menambah fasilitas agar mempermudah dalam bertransaksi agar
- 2.) Bagi Ulama dan Tokoh agama agar dapat memberikan edukasi kepada masyarakat muslim mengenai Perbankan Syariah serta mengenai larangan riba yang diterapkan di Bank Konvensional sehingga masyarakat akan lebih memahami tentang Bank Syariah
- 3.) Bagi masyarakat diharapkan memperdalam lagi informasi mengenai Bank Syariah terutama tentang produk, karena sejatinya Bank Syariah adalah Bank Islam menjalankan operasionalnya sesuai dengan syariat
- 4.) Bagi penulis selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian dengan tema ini dengan menggunakan sampel yang lebih luar dan banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Adiwarman A. Karim. (2010). *Bank Islam*. PT RajaGrafindo Persada dan Karim Business Consulting (KBC).
- Arif, M. Nur Rianto. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ascarya. (2008). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada dan Karim Business Consulting (KBC).
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dayyan, M., & Chalil, R. D. (2018). Persepsi Pedagang Pasar Kota Langsa terhadap Riba: Resistensi atau Toleransi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 57–84. <https://doi.org/10.32505/v3i1.1237>
- Esso & Dibb. (2004). Religious Influences on Shopping Behaviour: An Exploratory Study. *Journal of Marketing Management*.
- Hadi, S. (2002). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Pustaka Andi.
- Ismail. (2015). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Kanuk & Schiffman. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Jakarta: Indeks.
- Marzuki. (2000). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: PT Prasetia Widia Pratama.
- Maski, G. (2010). Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*, Vol. 4, No. 1, 2010.
- Nanang, M. (2010). *Metode Kuantitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada dan Karim Business Consulting (KBC).

- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Simora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Cipta Utama.
- Sri Maharsi, & Yuliani Mulyadi. (2007). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(1), 18–28. Retrieved from <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/16812>
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, S. (1995). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Umam, K. (2013). *Manajemen PerbankanSyari*. Bandung: Pustaka Setia.
- Yuniarti, V. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.

LAMPIRAN

Lampiran 2 transkrip Wawancara

Transkrip wawancara

Nama Narasumber :

Nama usaha :

Lama usaha :

1. **Peneliti :** Apakah Bapak/ibu berminat dalam menggunakan produk Bank Syariah?
2. **Peneliti :** Apa yang menjadi alasan Bapak/ibu minat atau tidak minat menggunakan bank Syariah
3. **Peneliti :** Apakah Bapak/ibu mengetahui Bank Syariah selama ini ?
4. **Peneliti :** Bagaimana menurut Bapak/ibu mengenai prosedur dalam menggunakan produk Bank Syariah apakah lebih mudah dibandingkan Bank Konvensional?
5. **Peneliti :** Bagaimana pendapat Bapak/ibu mengenai produk yang ada di Bank Syariah, apakah cocok dengan usaha Bapak/ibu?
6. **Peneliti :** Di Islam ada larangan praktik *riba* yang diterapkan di Bank Konvensional, Apakah sebelumnya bapak/ibu pernah adanya edukasi mengenai hal itu misalnya dari pengajian atau seminar ?
7. **Peneliti :** Apakah bapak/ibu mengetahui lokasi Bank syariah di dekat sini?
8. **Peneliti :** Apakah menurut Bapak/ibu lokasi Bank Syariah mudah dijumpai dan ditemui di daerah usaha ?
9. **Peneliti :** Apakah Bapak/ibu pernah ada promosi langsung yang dilakukan oleh Bank Syariah ?

10. **Peneliti** : Apakah keluarga Bapak/ibu ada yang menggunakan produk Bank Syariah ?
11. **Peneliti** : Apakah lingkungan usaha mempengaruhi bapak/ibu untuk menggunakan produk Bank Syariah?
12. **Peneliti** : Apakah Bapak/ibu mengetahui hukum riba ?
13. **Peneliti** : Apakah Bapak/ibu mengetahui bahwa produk yang ada di Bank Syariah
sesu

Lampiran 3 Transkrip Hasil Wawancara

Transkrip hasil wawancara 1

Nama Narasumber : Muntafiah

Nama usaha : Dawet Ayu

Lama usaha : 5 tahun

Omzet : 800.000/hari

1. Peneliti : Apakah Bapak/ibu berminat dalam menggunakan produk Bank Syariah ?

“ Saya tidak minat menggunakan Bank Syariah karena sudah menggunakan BPR Mekar Nugraha”

2. Peneliti : Jika tidak , Apa yang menjadi alasan bapak/ibu lebih memilih menabung di BPR Mekar Nugraha dibandingkan di Bank Syariah?

“ Di BPR Mekar Nugraha kalau mau nabung mudah soalnya mbak marketing datang kesini mbak ”

3. Peneliti : Apakah Bapak/ ibu mengetahui Bank Syariah sebelumnya ?

“Saya tidak tau mbak tentang Bank Syariah”

4. Peneliti : Apakah Bank Syariah belum pernah melakukan promosi langsung ?

“ Belum mbak, selama saya jualan disini hampir 5 tahun belum ada promosi dari Bank Syariah disini kebanyakan dari BCA sama BPR Mekar Nugraha.”

5. Peneliti : Bagaimana Pendapat Bapak/ibu mengenai praktik di Bank Syariah yang terhindar dari praktik *riba*, apakah bapak/ibu sebelumnya mengetahui istilah *riba* ?

“ Saya tidak memahami mengenai riba mbak, menurut saya sama saja nabung di Bank Konvensional maupun Bank Syariah”

6. Peneliti : Di Islam ada larangan praktik *riba* yang diterapkan di Bank Konvensional, Apakah sebelumnya bapak/ibu pernah adanya edukasi mengenai hal itu misalnya dari pengajian atau seminar ?

“Saya jarang datang ke pengajian mbak, jadi saya tidak tau mengenai riba atau Bank Syariah”

7. Peneliti : Apakah menurut Bapak/ibu lokasi Bank Syariah mudah dijumpai dan ditemui di daerah usaha ?

“ Saya tidak tau lokasi Bank Syariah, saya taunya Bank Jateng, BRI , BNI ”

8. Peneliti : Apakah ada keluarga Bapak/ibu ada yang menggunakan produk Bank Syariah ?

“Setahu saya tidak ada mbak”

9. Peneliti : Apakah lingkungan usaha mempengaruhi bapak/ibu untuk menggunakan produk Bank Syariah?

“Saya pertama ikut-ikutan nabung di BPR Mekar Nugraha, soalnya sini rata rata nabung di BPR Mekar Nugraha”

10. Peneliti : Bagaimana menurut Bapak/ibu mengenai produk Bank Syariah apakah cocok dengan usaha bapak/ibu ?

“Saya tidak menggunakan produk Bank Syariah jadi tidak tau mbak sejauh ini saya lebih nyaman nabung di BPR Mekar Nugraha ”

Transkrip hasil wawancara 2

Nama Narasumber : Agus Setyono

Nama usaha : Dawet Ketan

Lama usaha : 6 tahun

Omzet : 500.000/hari

1. Peneliti : Apakah Bapak/ibu berminat dalam menggunakan produk Bank Syariah ?

“Sejauh ini belum minat mbak, saya sudah terlanjur nabung BKK Boyolali mbak”

2. Peneliti : Jika tidak , Apa yang menjadi alasan bapak/ibu lebih memilih menabung Bank Konvensional dibandingkan di Bank Syariah?

“Awalnya saya di tawari saudara saya nabung di BKK Boyolali yang kebetulan kerja disana mbak, jadi sekalian saya nabung disana saja karena kalau mau nabung tinggal nitip”

3. Peneliti : Apakah Bapak/ ibu mengetahui Bank Syariah sebelumnya ?

“Saya taunya BMT Tumang mbak, yang kebetulan lokasinya dekat rumah saya”

4. Peneliti : Apakah Bank Syariah belum pernah melakukan promosi langsung ?

“Belum mbak,sejauh ini tidak ada Bank Syariah yang kesini”

5. Peneliti : Bagaimana Pendapat Bapak/ibu mengenai praktik di Bank Syariah yang terhindar dari praktik *riba*, apakah bapak/ibu sebelumnya mengetahui istilah *riba* ?

“Saya tau sedikit-sedikit tentang riba mbak Cuma ya saya belum nabung di Bank Syariah”

6. Peneliti : Di Islam ada larangan praktik *riba* yang diterapkan di Bank Konvensional, Apakah sebelumnya bapak/ibu belum pernah adanya edukasi mengenai hal itu misalnya dari pengajian atau seminar ?

“ Saya tau mbak di pengajian kampung saya Cuma saya tidak paham detail nya tentang riba ”

7. Peneliti : Apakah menurut Bapak/ibu lokasi Bank Syariah mudah dijumpai dan ditemui di daerah usaha ?

“Lokasinya belum tau mbak hanya tau tentang lokasi BMT Tumang saja”

8. Peneliti : Apakah ada keluarga Bapak/ibu ada yang menggunakan produk Bank Syariah ?

“Sepertinya tidak ada mbak, karena saudara saya kebetulan kerja di BKK Boyolali jadi mungkin rata-rata keluarga saya menabung disana”

9. Peneliti : Apakah lingkungan usaha mempengaruhi bapak/ibu untuk menggunakan produk Bank Syariah?

“setau saya yang jualan sini nabung di BPR Mekar Nugraha mbak ”

10. Peneliti : Bagaimana menurut Bapak/ibu mengenai produk Bank Syariah apakah cocok dengan usaha bapak/ibu ?

“ Saya tidak menggunakan produk Bank Syariah jadi saya tidak tau mbak”

Transkrip hasil wawancara 3

Nama Narasumber : Yuda

Nama usaha : Es kelapa muda

Lama usaha : 2 tahun

Omzet : 300.000/hari

1. Peneliti : Apakah Bapak/ibu berminat dalam menggunakan produk Bank Syariah ?

“ Saya tidak minat mbak , karena memang saya sudah melakukan pinjaman di BRI Boyolali dan sudah nabung di BPR Mekar Nugraha ”

2. Peneliti : Jika tidak , Apa yang menjadi alasan bapak/ibu lebih memilih menabung Bank Konvensional dibandingkan di Bank Syariah?

“Saya merasa lebih dimudahkan dalam prosedur pinjaman di BRI Boyolali sama kalau nabung BPR Mekar Nugraha marketingnya nabung datang kesini jadi ngga usah repot repot datang ke sana mbak ”

3. Peneliti : Apakah Bapak/ ibu mengetahui Bank Syariah sebelumnya ?

“Saya tidak tau mengenai Bank Syariah mbak, ”

4. Peneliti : Apakah Bank Syariah belum pernah melakukan promosi langsung ?

“saya rasa belum ada mbak, yang saya tau hanya dari BCA dan BPR Mekar Nugraha”

5. Peneliti : Bagaimana Pendapat Bapak/ibu mengenai praktik di Bank Syariah yang terhindar dari praktik *riba*, apakah bapak/ibu sebelumnya mengetahui istilah *riba* ?

“saya tidak mengetahui soal itu mbak , saya hanya sekedar menggunakan produk Bank Konvensional karena ya saya nyaman saya menggunakan itu saya tidakterlalu peduli mengenai itu mbak”

6. Peneliti : Di Islam ada larangan praktik *riba* yang diterapkan di Bank Konvensional, Apakah sebelumnya bapak/ibu belum pernah adanya edukasi mengenai hal itu misalnya dari pengajian atau seminar ?

“Saya tidak mengetahui tentang riba mbak , mungkin kalau pengajian pernah membahas itu Cuma saya tidak mendengarkan jadi saya tidak tau ”

7. Peneliti : Apakah menurut Bapak/ibu lokasi Bank Syariah mudah dijumpai dan ditemui di daerah usaha ?

“iya mbak saya tau lokasinya dekat dengan susu tumpah Cuma tempatnya kecil jadi tidak terlalu kelihatan menurut saya ”

8. Peneliti : Apakah ada keluarga Bapak/ibu ada yang menggunakan produk Bank Syariah ?

“Sepertinya tidak ada mbak, karena saudara saya kebetulan kerja di BKK Boyolali jadi mungkin rata-rata keluarga saya menabung disana ”

9. Peneliti : Apakah lingkungan usaha mempengaruhi bapak/ibu untuk produk Bank Syariah menggunakan produk Bank Syariah?

“iya mbak rata rata menabung di BPR Mekar Nughara jadi hampir semua nabung di sana mbak ”

10. Peneliti : Bagaimana menurut Bapak/ibu mengenai produk Bank Syariah apakah cocok dengan usaha bapak/ibu ?

“ Saya tidak menggunakan produk Bank Syariah jadi saya tidak tau mbak, kebetulan usaha saya tidak menggunakan ”

Transkrip hasil wawancara 4

Nama Narasumber : Muhtarifin

Nama usaha : cilok goreng

Lama usaha : 4 tahun

Omzet : 800.000/hari

1. Peneliti : Apakah Bapak/ibu berminat dalam menggunakan produk Bank Syariah ?

“saya menggunakan produk BPR Mekar Nugraha mbak jadi tidak minat Bank Syariah”

2. Peneliti : Jika tidak , Apa yang menjadi alasan bapak/ibu lebih memilih menabung Bank Konvensional dibandingkan di Bank Syariah?

“saya sudah terlanjur nyaman nabung di BPR Mekar Mbak , pelayanannya juga baik jadi saya tidak minat lagi nabung di tempat lain”

3. Peneliti : Apakah Bapak/ ibu mengetahui Bank Syariah sebelumnya ?

“Saya tidak tau mengenai Bank Syariah mbak, saya taunya bank saja untuk pinjem sama nabung”

4. Peneliti : Apakah Bank Syariah belum pernah melakukan promosi langsung ?

“Saya tidak tahu setahu saya belum pernah ”

5. Peneliti : Bagaimana Pendapat Bapak/ibu mengenai praktik di Bank Syariah yang terhindar dari praktik *riba*, apakah bapak/ibu sebelumnya mengetahui istilah *riba* ?

“saya tidak tau mbak praktik riba itu apa menurut saya semua bank sama baik Bank Konvensional maupun Bank Syariah”

6. Peneliti : Di Islam ada larangan praktik *riba* yang diterapkan di Bank Konvensional, Apakah sebelumnya bapak/ibu pernah adanya edukasi mengenai hal itu misalnya dari pengajian atau seminar ?

“saya jarang ikut pengajian mbak sudah sibuk jualan terus jadi tidak tau tentang hal itu”

7. Peneliti : Apakah menurut Bapak/ibu lokasi Bank Syariah mudah dijumpai dan ditemui di daerah usaha ?

“saya tidak tau mbak , kebetulan saya hanya merantau”

8. Peneliti : Apakah ada keluarga Bapak/ibu ada yang menggunakan produk Bank Syariah ?

“Sepertinya tidak ada mbak, keluarga saya di jawa barat mbak saya tidak tau mereka memakai bank apa ”

9. Peneliti : Apakah lingkungan usaha mempengaruhi bapak/ibu untuk produk Bank Syariah menggunakan produk Bank Syariah?

“iya mbak rata rata menabung di BPR Mekar Nughara jadi hampir semua nabung di sana mbak ”

10. Peneliti : Bagaimana menurut Bapak/ibu mengenai produk Bank Syariah apakah cocok dengan usaha bapak/ibu ?

“ Saya tidak menggunakan produk Bank Syariah jadi saya tidak tahu, saya merasa cocok nabung di BPR Mekar Nugraha”

Transkrip hasil wawancara 5

Nama Narasumber : Partini

Nama usaha : Seblak

Lama usaha : 3 tahun

Omzet : 1.000.000/hari

1. Peneliti : Apakah Bapak/ibu berminat dalam menggunakan produk Bank Syariah ?

“saya tidak minat mbak menggunakan produk Bank Syariah soalnya sudah memakain BCA sama BPR Mekar Nugraha ”

2. Peneliti : Jika tidak , Apa yang menjadi alasan bapak/ibu lebih memilih menabung Bank Konvensional dibandingkan di Bank Syariah?

“saya merasa lebih nyaman transaksi di BCA sama BPR Mekar Nugraha ”

10.1.2.1. Peneliti : Apakah Bapak/ ibu mengetahui Bank Syariah sebelumnya ?

“Saya hanya tau sekilas tentang Bank Syariah mbak kalau detailnya saya tidak paham ”

10.1.2.2. Peneliti : Apakah Bank Syariah belum pernah melakukan promosi langsung ?

“Saya tidak tahu setahu saya belum pernah ada promosi dari Bank Syariah mbak”

11. Peneliti : Bagaimana Pendapat Bapak/ibu mengenai praktik di Bank Syariah yang terhindar dari praktik *riba*, apakah bapak/ibu sebelumnya mengetahui istilah *riba* ?

“saya tidak tau mbak praktik riba itu apa menurut saya semua bank sama baik Bank Konvensional maupun Bank Syariah mungkin hanya istilahnya saja ”

12. Peneliti : Di Islam ada larangan praktik *riba* yang diterapkan di Bank Konvensional, Apakah sebelumnya bapak/ibu belum pernah adanya edukasi mengenai hal itu misalnya dari pengajian atau seminar ?

“saya mengikuti pengajian namun sepertinya jarang membahas riba mbak ,atau mungkin saya pada waktu itu tidak terlalu paham”

13. Peneliti : Apakah menurut Bapak/ibu lokasi Bank Syariah mudah dijumpai dan ditemui di daerah usaha ?

“Saya tau lokasinya mbak memang dekat daerah sini”

14. Peneliti : Apakah ada keluarga Bapak/ibu ada yang menggunakan produk Bank Syariah ?

“Anak saya kebetulan menggunakan produk Bank Syariah namun saya tidak minat mbak”

15. Peneliti : Apakah lingkungan usaha mempengaruhi bapak/ibu untuk produk Bank Syariah menggunakan produk Bank Syariah?

“iya mbak rata rata menabung di BPR Mekar Nughara jadi hampir semua nabung di sana mbak ”

16. Peneliti : Bagaimana menurut Bapak/ibu mengenai produk Bank Syariah apakah cocok dengan usaha bapak/ibu ?

“saya lebih cocok memakai produk BCA mbak untuk transaksi jual beli saya ”

Transkrip hasil wawancara 6

Nama Narasumber : Eva Rahma

Nama usaha : Sosis Goreng

Lama usaha : 1 tahun

Omzet : 200.000/hari

1. Peneliti : Apakah Bapak/ibu berminat dalam menggunakan produk Bank Syariah ?

“ saya tidak berminat menggunakan produk Bank Syariah mbak karena menurut saya sama saja dalam praktiknya Bank Syariah dengan Bank Konvensional hanya saja menggunakan istilah bagi hasil dengan bunga ”

2. Peneliti : Jika tidak , Apa yang menjadi alasan bapak/ibu lebih memilih menabung Bank Konvensional dibandingkan di Bank Syariah?

“saya lebih memilih menggunakan BCA mbak soalnya lebih mudah untuk tarik tunai di ATM cabangnya banyak jadi tidak susah kalau sewaktu-waktu tarik tunai”

3. Peneliti : Apakah Bapak/ ibu mengetahui Bank Syariah sebelumnya ?

“iya mbak saya tau mengenai Bank Syariah kebetulan saya juga dulu SMK mengambil jurusan Perbankan Syariah jadi Saya tau mengenai prodok apa saja menggunakan berbagai akad serta penerapan bagi hasilnya ”

4. Peneliti : Apakah Bank Syariah belum pernah melakukan promosi langsung ?

“saya rasa belum ada mbak , kebanyakan sini promosi dari BCA dan BPR”

5. Peneliti : Bagaimana Pendapat Bapak/ibu mengenai praktik di Bank Syariah yang terhindar dari praktik *riba*, apakah bapak/ibu sebelumnya mengetahui istilah *riba* ?

“iya mbak saya tau mengenai hukum riba, seperti praktik dalam Bank Konvensional kalau dalam Bank Syariah menggunakan sistem bagi hasil untuk menghindari dari bentuk riba namun pada kenyataan saya rasa Bank Syariah dengan Bank Konvensional sama saja mbak hanya beda istilahnya saja ”

6. Peneliti : Di Islam ada larangan praktik *riba* yang diterapkan di Bank Konvensional, Apakah sebelumnya bapak/ibu belum pernah adanya edukasi mengenai hal itu misalnya dari pengajian atau seminar ?

“saya tau waktu sekolah mbak sering ada seminar perbankan serta edukasi mengenai praktik perbankan saya juga dapat ilmu dari PPL di BMT Tumang sehingga saya tau mengenai riba”

7. Peneliti : Apakah menurut Bapak/ibu lokasi Bank Syariah mudah dijumpai dan ditemui di daerah usaha ?

“Saya tau lokasinya mbak memang dekat daerah sini”

8. Peneliti : Apakah ada keluarga Bapak/ibu ada yang menggunakan produk Bank Syariah ?

“saudara saya ada yang bekerja di BMT Atunnisa Boyolali mbak tapi keluarga saya tidak menabung disitu”

9. Peneliti : Apakah lingkungan usaha mempengaruhi bapak/ibu untuk produk Bank Syariah menggunakan produk Bank Syariah?

“iya mbak disini rata rata memakai BCA yang kebetulan melakukan promosi langsung jadi disini bareng-bareng membuka rekening di BCA”

10. Peneliti : Bagaimana menurut Bapak/ibu mengenai produk Bank Syariah apakah cocok dengan usaha bapak/ibu ?

“saya tidak menggunakan jadi tidak tau cocok tidak mbak, tapi menurut saya kurang cocok karena ATM di Bank Syariah lebih sedikit daripada Bank Konvensional sehingga kalau transaksi lebih sulit”

Transkrip hasil wawancara 7

Nama Narasumber : Novi

Nama usaha : Ayam geprek

Lama usaha : 3 tahun

Omzet : 1.000.000/hari

1. Peneliti : Apakah Bapak/ibu berminat dalam menggunakan produk Bank Syariah ?

“ saya tidak berminat menggunakan produk Bank Syariah mbak karena menurut saya sudah nabung di koperasi BINSANI ”

2. Peneliti : Jika tidak , Apa yang menjadi alasan bapak/ibu lebih memilih menabung Bank Konvensional dibandingkan di Bank Syariah?

“ Saya ikut-ikutan yang jualan sini mbak pada nabung di koperasi BINSANI ”

3. Peneliti : Apakah Bapak/ ibu mengetahui Bank Syariah sebelumnya ?

“saya tidak tau tentang Bank Syariah mbak, saya taunya Bank Biasa seperti BRI ,BNI, Mandiri ”

4. Peneliti : Apakah Bank Syariah belum pernah melakukan promosi langsung ?

“saya rasa belum ada mbak”

5. Peneliti : Bagaimana Pendapat Bapak/ibu mengenai praktik di Bank Syariah yang terhindar dari praktik *riba*, apakah bapak/ibu sebelumnya mengetahui istilah *riba* ?

“ saya tidak tau mbak tentang istilah itu saya taunya kalau di bank pinjam dan nabung saja ”

6. Peneliti : Di Islam ada larangan praktik *riba* yang diterapkan di Bank Konvensional, Apakah sebelumnya bapak/ibu pernah adanya edukasi mengenai hal itu misalnya dari pengajian atau seminar ?

“saya jarang ikut pengajian mbak jadi saya tidak tau tentang itu”

7. Peneliti : Apakah menurut Bapak/ibu lokasi Bank Syariah mudah dijumpai dan ditemui di daerah usaha ?

“Saya tau lokasinya mbak memang dekat daerah sini”

8. Peneliti : Apakah ada keluarga Bapak/ibu ada yang menggunakan produk Bank Syariah ?

“sepertinya tidak ada mbak keluarga saya yang menggunakan produk Bank Syariah”

9. Peneliti : Apakah lingkungan usaha mempengaruhi bapak/ibu untuk produk Bank Syariah menggunakan produk Bank Syariah?

“yang saya tau rata rata nabung di BPR Mekar Nugraha sama koperasi BINSANI mbak”

10. Peneliti : Bagaimana menurut Bapak/ibu mengenai produk Bank Syariah apakah cocok dengan usaha bapak/ibu ?

“saya tidak tau mbak kebetulan disini tidak menggunakan produk dari Bank Syariah”

Transkrip hasil wawancara 8

Nama Narasumber : Suhardi

Nama usaha : Roti Kukus dan Panggang

Lama usaha : 2 tahun

Omzet : 200.000/hari

1. Peneliti : Apakah Bapak/ibu berminat dalam menggunakan produk Bank Syariah ?

“ saya tidak berminat menggunakan produk Bank Syariah mbak karena menurut saya sudah nabung di koperasi BINSANI”

2. Peneliti : Jika tidak , Apa yang menjadi alasan bapak/ibu lebih memilih menabung Bank Konvensional dibandingkan di Bank Syariah?

“ Saya ikut-ikutan yang jualan sini mbak pada nabung di koperasi BINSANI ”

3. Peneliti : Apakah Bapak/ ibu mengetahui Bank Syariah sebelumnya ?

“saya tidak tau tentang Bank Syariah mbak”

4. Peneliti : Apakah Bank Syariah belum pernah melakukan promosi langsung ?

“saya rasa belum ada mbak”

5. Peneliti : Bagaimana Pendapat Bapak/ibu mengenai praktik di Bank Syariah yang terhindar dari praktik *riba*, apakah bapak/ibu sebelumnya mengetahui istilah *riba* ?

“ saya tidak tau mbak tentang istilah itu mbak”

6. Peneliti : Di Islam ada larangan praktik *riba* yang diterapkan di Bank Konvensional, Apakah sebelumnya bapak/ibu pernah adanya edukasi mengenai hal itu misalnya dari pengajian atau seminar ?

“saya jarang ikut pengajian mbak jadi saya tidak tau tentang itu”

7. Peneliti : Apakah menurut Bapak/ibu lokasi Bank Syariah mudah dijumpai dan ditemui di daerah usaha ?

“Saya tau lokasinya mbak memang dekat daerah sini tapi menurut saya walaupun lokasi Bank Syariah dekat dengan pusat kota dan di pinggir jalan namun tidak terlalu terlihat karena lokasi yang kecil”

8. Peneliti : Apakah ada keluarga Bapak/ibu ada yang menggunakan produk Bank Syariah ?

“sepertinya tidak ada mbak keluarga saya yang menggunakan produk Bank Syariah”

9. Peneliti : Apakah lingkungan usaha mempengaruhi bapak/ibu untuk produk Bank Syariah menggunakan produk Bank Syariah?

“yang saya tau rata rata nabung di BPR Mekar Nugraha sama koperasi BINSANI mbak”

10. Peneliti : Bagaimana menurut Bapak/ibu mengenai produk Bank Syariah apakah cocok dengan usaha bapak/ibu ?

“saya tidak tau mbak soalnya saya tidak memakai produk Bank Syariah untuk usaha saya , saya nabung di BINSANI hanya untuk mengisihkan omzet saya mbak”

Transkrip hasil wawancara 9

Nama Narasumber : Muhammad Bisri

Nama usaha : Es Teller

Lama usaha : 6 tahun

Omzet : 300.000/hari

1. Peneliti : Apakah Bapak/ibu berminat dalam menggunakan produk Bank Syariah ?

“saya tidak berminat menggunakan produk Bank Syariah mbak karena saya sudah pinjam di BKK Boyolali”

2. Peneliti : Jika tidak , Apa yang menjadi alasan bapak/ibu lebih memilih menabung Bank Konvensional dibandingkan di Bank Syariah?

“kebetulan istri saya PNS jadi kalau mau pinjam di BKK Boyolali sekalian dengan syarat SK PNS istri saya mbak jadi lebih mudah prosedurnya”

3. Peneliti : Apakah Bapak/ ibu mengetahui Bank Syariah sebelumnya ?

“saya tidak tau tentang Bank Syariah mbak”

4. Peneliti : Apakah Bank Syariah belum pernah melakukan promosi langsung ?

“saya rasa belum ada mbak”

5. Peneliti : Bagaimana Pendapat Bapak/ibu mengenai praktik di Bank Syariah yang terhindar dari praktik *riba*, apakah bapak/ibu sebelumnya mengetahui istilah *riba* ?

“saya tidak tau mbak tentang istilah itu mbak”

6. Peneliti : Di Islam ada larangan praktik *riba* yang diterapkan di Bank Konvensional, Apakah sebelumnya bapak/ibu belum pernah adanya edukasi mengenai hal itu misalnya dari pengajian atau seminar ?

“saya jarang ikut pengajian mbak jadi saya tidak tau tentang itu”

7. Peneliti : Apakah menurut Bapak/ibu lokasi Bank Syariah mudah dijumpai dan ditemui di daerah usaha ?

“iya mbak saya tau lokasi Bank Syariah yang dekat dengan pasar Boyolali ”

8. Peneliti : Apakah ada keluarga Bapak/ibu ada yang menggunakan produk Bank Syariah ?

“sepertinya tidak ada mbak keluarga saya yang menggunakan produk Bank Syariah rata-rata memakai BRI mbak untuk Transaksi”

9. Peneliti : Apakah lingkungan usaha mempengaruhi bapak/ibu untuk produk Bank Syariah menggunakan produk Bank Syariah?

“ kebetulan saya tidak tau mengenai hal itu mbak”

10. Peneliti : Bagaimana menurut Bapak/ibu mengenai produk Bank Syariah apakah cocok dengan usaha bapak/ibu ?

“kalau saya pribadi lebih nyaman menggunakan BRI mbak untuk transfer maupun untuk usaha karena ATMnya mudah ditemukan dimana-mana”

Transkrip hasil wawancara 10

Nama Narasumber : Fransiska K.D

Nama usaha : es teh poci

Lama usaha : 1 tahun

Omzet : 500.000/hari

Peneliti : Apakah Bapak/ibu berminat dalam menggunakan produk Bank Syariah ?

“saya tidak berminat menggunakan produk Bank Syariah mbak karena saya lebih suka menabung dirumah mbak tidak ribet”

2. Peneliti : Jika tidak , Apa yang menjadi alasan bapak/ibu lebih memilih menabung Bank Konvensional dibandingkan di Bank Syariah?

“saya tidak menyukai nabung di Bank mbak karena ribet , dan saya tidak mengetahui tentang produk apa saja , saya juga tidak tau bagaimana menggunakan ATM sehingga saya lebih nyaman menabung di rumah”

3. Peneliti : Apakah Bapak/ ibu mengetahui Bank Syariah sebelumnya ?

“saya tidak tau tentang Bank Syariah mbak”

4. Peneliti : Apakah Bank Syariah belum pernah melakukan promosi langsung ?

“saya rasa belum ada mbak”

5. Peneliti : Bagaimana Pendapat Bapak/ibu mengenai praktik di Bank Syariah yang terhindar dari praktik *riba*, apakah bapak/ibu sebelumnya mengetahui istilah *riba* ?

“saya tidak tau mbak tentang istilah itu mbak”

6. Peneliti : Di Islam ada larangan praktik *riba* yang diterapkan di Bank Konvensional, Apakah sebelumnya bapak/ibu pernah adanya edukasi mengenai hal itu misalnya dari pengajian atau seminar ?

“saya jarang mendengar tentang riba itu mbak , karena memang saya jarang ikut pengajian yang membahas tentang Bank”

7. Peneliti : Apakah menurut Bapak/ibu lokasi Bank Syariah mudah dijumpai dan ditemui di daerah usaha ?

“saya tidak tau Lokasi bank Syariah karena saya tidak bisa membedakan Bank Syariah dengan Bank Konvensional ”

8. Peneliti : Apakah ada keluarga Bapak/ibu ada yang menggunakan produk Bank Syariah ?

“sepertinya tidak ada mbak keluarga saya yang menggunakan produk Bank Syariah i”

9. Peneliti : Apakah lingkungan usaha mempengaruhi bapak/ibu untuk produk Bank Syariah menggunakan produk Bank Syariah?

“ kebetulan saya tidak tau mengenai hal itu mbak karena saya juga baru mbak jualan disini”

10. Peneliti : Bagaimana menurut Bapak/ibu mengenai produk Bank Syariah apakah cocok dengan usaha bapak/ibu ?

“saya tidak tau mbak , saya lebih suka kalau untuk usaha tunai saja nanti saya simpan dirumah .

Lampiran 4 Foto Dokumentasi





Lampiran 5 Jadwal Penelitian

No	Bulan Kegiatan	Desember			Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal	/	/	/																				
2	Konsultasi		/		/		/		/	/	/	/			/	/	/	/						/
3	Revisi Proposal				/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/								
4	Pengumpulan Data												/	/	/	/	/	/	/	/				
5	Analisis Data														/	/	/	/	/	/				
6	Penulisan Akhir Skripsi															/	/	/	/	/				
7	Pendaftaran Munaqosah																/	/	/	/				
8	Munaqosah																				/	/	/	/
9	Revisi Skripsi																					/	/	/

Lampiran 6 Biodata Penulis

Biodata Penulis

Nama : Dita Septiana Cahyaningrum

Tempat/tgl lahir : Boyolali, 11 September 1997

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Singorejan, Siswodipuran RT 02/RW 13 Boyolali

Nomor Telpon : 08975000794

Email : ditaseptiana748@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

1. SD Negeri 7 Boyolali
2. SMP Negeri 6 Boyolali
3. MAN 1 Boyolali
4. UIN Raden Mas Said Surakarta