

SKRIPSI
ANALISIS PERSEPSI PEDAGANG DI PASAR RAYA
MEULABOH TERHADAP BANK SYARIAH
PASCA KONVERSI



Diajukan Oleh

SAID IRAWAZY
NIM. 150603110

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021 M/1442 H

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Said Irawazy
NIM : 150603110
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam/

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 24 Juli 2021

Yang Menyatakan,



Said Irawazy

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisi Persepsi Pedagang Di Pasar Raya Meulaboh Terhadap Bank Syariah Pasca Konversi

Disusun Oleh:

Said Irawazy
NIM. 150603110

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Muhammad Arifin Ph.D
NIP. 197410152006041002

Pembimbing II,



Jalilah S.Hi, M.Ag
NIDN. 2008068803

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisi Persepsi Pedagang Di Pasar Raya Meulaboh Terhadap Bank Syariah Pasca Konversi

Said Irawazy
NIM. 150603110

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Sidang Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal:

Sabtu, 31 Juli 2021 M
21 Zulhijjah 1442 H

Ketua,

Muhammad Arifin, Ph.D
NIP. 197410152006041002

Sekretaris,

Jalilah, S. HI., M. Ag
NIDN. 20080068803

Penguji I,

Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A
NIP. 198310282015031001

Penguji II,

Isnaliana, S. HI., MA
NIDN. 2029099003

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP. 196403141992031003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN**

JL. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Said Irawazy
Nim : 150603110
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
E-mail : 150603110@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

Yang berjudul:

Analisis Persepsi Pedagang Di Pasar Raya Meulaboh Terhadap Bank Syariah
Pasca Konversi

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 14 Juli 2022

Penulis

Said Irawazy
NIM. 150603110

Mengetahui
Pembimbing I

Muhammad Arifin, Ph.D
NIP. 197410152006041002

Pembimbing II

Jalilah S.Hi, M.Ag
NIDN. 20080068803

KATA PENGANTAR



Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayah-nya sehingga pada kesempatan ini penulis telah dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis Persepsi Pedagang Di Pasar Raya Meulaboh Terhadap Bank Syariah Pasca Konversi**“. Shalawat dan salam disanjung sajikan kepangkuan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia menuju peradaban yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan hari ini. Skripsi ini merupakan salah satu syarat menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti banyak menerima bantuan berupa saran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak dalam bentuk moril maupun material. Maka untuk selanjutnya dengan rasa hormat peneliti sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry.
2. Ibu Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Ibu Ayumiati, S.E, M.Si selaku Sekretaris Studi Perbankan Syariah.

3. Bapak Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan juga selaku pembimbing I serta selaku Penasehat Akademik, yang telah banyak memberikan masukan, saran dan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Jalilah S.Hi , M.Ag selaku Pembimbing II yang dengan sabar telah meluangkan waktu, usaha dan tenaga untuk memberikan bimbingan, saran, nasehat, ilmu serta motivasi kepada peneliti
5. Bapak Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A selaku penguji I dan ibu Isnaliana, S. HI.,MA selaku penguji II yang telah memberikan bimbingan, saran, dan ilmunya untuk penempurnaan skripsi ini.
6. Para pedagang di Pasar Raya Meulaboh yang sudah banyak membantu dan mau berpartisipasi saat penelitian
7. Teristimewa kepada kedua orangtua tercinta Waled Said Anwar dan Umi Syarifah Husnidar yang senantiasa mendoakan dan menasehati dengan setulus hati serta memberikan dukungan baik moril maupun materil. Terima kasih juga kepada kakak tersayang dan juga abang Syarifah Wardhania dan Galih Kharisma Halim yang selalu memberikan semangat kepada peneliti agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Terima kasih kepada teman-teman saya tim Rintik Studio, Stand Up Indo BNA, Gaper Squad, Aldi, Puput, Maya,

Nadiya Oca, Duwik, dan seluruh teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan motivasi sehingga skripsi ini telah terselesaikan.

9. Seluruh teman-teman seperjuangan program studi S1 Perbankan Syariah yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Peneliti sadari dalam skripsi ini masih banyak kekurangan, maka dari itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin Ya Rabbal ‘Alamin.

Banda Aceh, 24 Juli 2021
Penulis,

Said Irawazy

LITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

| No | Arab | Latin | No | Arab | Latin |
|----|------|--------------------|----|------|-------|
| 1 | ا | Tidak dilambangkan | 16 | ط | Ṭ |
| 2 | ب | B | 17 | ظ | Ẓ |
| 3 | ت | T | 18 | ع | ‘ |
| 4 | ث | Ṣ | 19 | غ | G |
| 5 | ج | J | 20 | ف | F |
| 6 | ح | Ḥ | 21 | ق | Q |
| 7 | خ | Kh | 22 | ك | K |
| 8 | د | D | 23 | ل | L |
| 9 | ذ | Ẓ | 24 | م | M |
| 10 | ر | R | 25 | ن | N |
| 11 | ز | Z | 26 | و | W |
| 12 | س | S | 27 | ه | H |
| 13 | ش | Sy | 28 | ء | ’ |
| 14 | ص | S | 29 | ي | Y |
| 15 | ض | Ḍ | | | |

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal dan vokal rangkap.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin |
|--------------|---------------|--------------------|
| ◌َ | <i>Fathah</i> | A |
| ◌ِ | <i>Kasrah</i> | I |
| ◌ُ | <i>Dammah</i> | U |

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

| Tanda dan Huruf | Nama | Gabungan Huruf |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|
| ◌ِ ي | <i>Fathah dan ya</i> | Ai |
| ◌ِ و | <i>Fathah dan wau</i> | Au |

Contoh

فيك : *kaifa*

توول : *hauula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf , transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda |
|------------------|--|-----------------|
| اَ اِ اِي | <i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i> | Ā |
| يِ | <i>Kasrah</i> dan <i>ya</i> | Ī |
| يِ | <i>Dammah</i> dan <i>wau</i> | Ū |

Contoh:

قل : *qala*

مر : *rama*

ليق : *qila*

يق لي : *yaqulu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua, yaitu:

- a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan *h*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudāh al-atfāl/ raudatul atfāl*
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnatul Munawwarah*
طَلْحَةُ : *Talḥah*

**Catatan:
Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan.

Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.

2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr: Beirut, bukan Bayrut: dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi.

Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Said Irawazy
NIM : 150603110
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul : Analisis Persepsi Pedagang Di Pasar Raya Meulaboh Terhadap Bank Syariah Pasca Konversi
Tebal Skripsi : 105
Pembimbing I : Muhammad Arifin Ph.D
Pembimbing II : Jalilah S, HI, M.Ag

Sejak diberlakukannya Qanun Aceh Nomor 11 tahun 2018 yang mengatur bahwa seluruh bank maupun lembaga keuangan yang beroperasi di Aceh harus menggunakan prinsip syariah. Bukan hanya Bank Aceh tetapi seluruh bank yang memiliki anak perusahaan yang terdapat di Aceh harus bertransisi dari konvensional ke prinsip syariah, hal ini juga dilatarbelakangi karena Aceh merupakan Bumi Serambi Mekkah. Namun pengkonversian bank konvensional menjadi bank syariah masih menimbulkan beragam persepsi baik positif maupun negatif di kalangan pedagang. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui persepsi pedagang di Pasar Raya Meulaboh terhadap bank syariah pasca konversi yang dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu kesan-kesan terhadap wujud institusi bank syariah, kesan-kesan terhadap pelayanan bank syariah, kesan-kesan terhadap SDM (sumber daya manusia) bank syariah dan kesan-kesan terhadap sistem bank syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 30 responden yang merupakan pedagang Pasar Raya Meulaboh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian pedagang sangat setuju dengan di konversikannya bank konvensional menjadi bank syariah, namun ada sebagian yang tidak setuju dengan keputusan tersebut dikarenakan mereka merasa kalau sebenarnya bank konvensional yang dikonversi belum siap untuk menjalankan prinsip bank sesuai syariah, oleh karena itu sebagian pedagang menilai bahwa bank syariah pasca konversi untuk saat ini tidak 100% dapat dikatakan murni syariah. Selain itu masih ada sebagian pedagang yang tidak mengerti tentang akad dan produk-produk apa saja yang ditawarkan oleh bank syariah karena kurangnya sosialisasi tentang perbankan syariah oleh pihak bank.

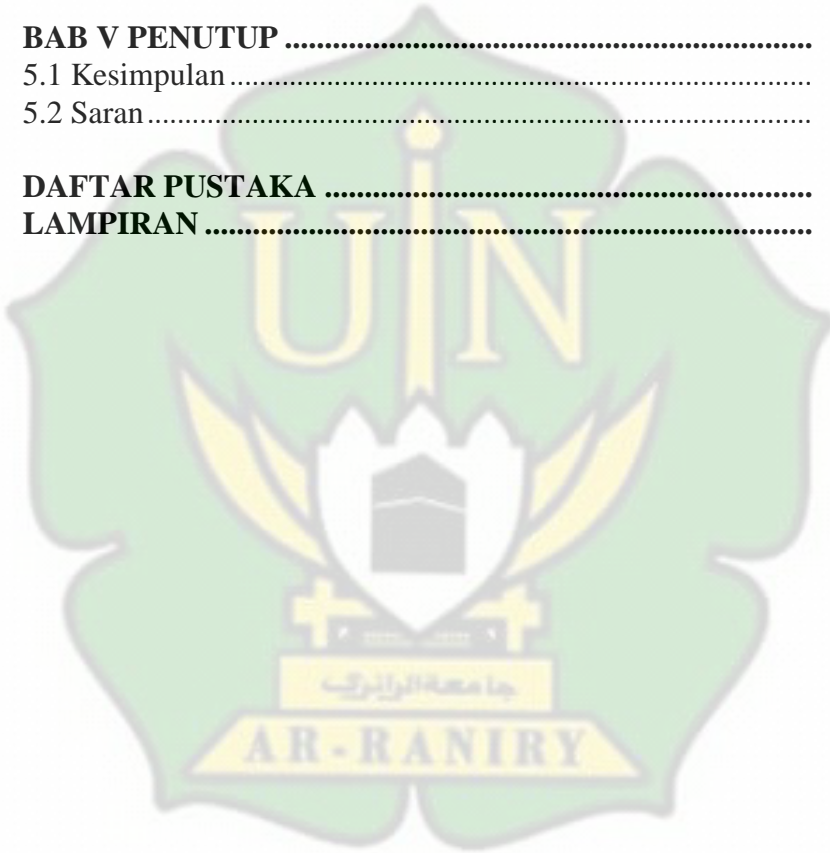
Kata Kunci : Lembaga Keuangan, Prinsip Syariah, Konvensional, Pengkonversian, Persepsi, Sosialisasi

DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| HALAMAN SAMPEL KEASLIAN | i |
| HALAMAN JUDUL KEASLIAN | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN..... | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI..... | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | v |
| LEMBAR PUBLIKASI KARYA ILMIAH | vi |
| KATA PENGANTAR | iii |
| LITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN | x |
| ABSTRAK..... | xiv |
| DAFTAR ISI | xv |
| DAFTAR TABEL | xviii |
| DAFTAR GAMBAR | xix |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xx |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| 1.5 Sistematika Pembahasan | 7 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 10 |
| 2.1 Teori Persepsi..... | 10 |
| 2.1.1 Pengertian Persepsi..... | 10 |
| 2.1.2 Indikator Persepsi | 14 |
| 2.1.3 Proses Pembentukan Persepsi..... | 15 |
| 2.1.4 Persepsi Positif dan Persepsi Negatif | 19 |
| 2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi | 20 |
| 2.1.6 Persepsi Masyarakat terhadap Perbankan Syariah ... | 25 |
| 2.2 Teori Pedagang..... | 30 |
| 2.2.1 Pengertian Pedagang | 30 |
| 2.2.2 Fungsi Pedagang..... | 31 |
| 2.3 Bank Syariah | 33 |
| 2.3.1 Pengertian Bank Syariah | 33 |
| 2.3.2 Fungsi, Peran dan Tujuan Bank Syariah | 35 |

| | |
|--|-----------|
| 2.3.3 Prinsip dan Karakteristik Bank Syariah | 38 |
| 2.3.4 Akad-akad Bank Syariah..... | 40 |
| 2.3.5 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional ... | 43 |
| 2.3.6 Konversi Perbankan..... | 47 |
| 2.4 Penelitian Terdahulu..... | 49 |
| 2.5 Kerangka Berpikir..... | 53 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 56 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 56 |
| 3.3 Populasi dan Sampel..... | 57 |
| 3.4 Jenis Data dan Sumber Data | 59 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 60 |
| 3.6 Variabel Penelitian..... | 62 |
| 3.7 Teknik Analisis Data | 63 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | 67 |
| 4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 67 |
| 4.1.1 Sejarah berdirinya Pasar Raya Meulaboh..... | 67 |
| 4.2 karakteristik Responden | 72 |
| 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 73 |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 73 |
| 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 74 |
| 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah..... | 75 |
| 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Bank Syariah Yang Digunakan | 76 |
| 4.3 Hasil Uji Instrumen..... | 76 |
| 4.3.1 Uji Validitas Sampel..... | 76 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas..... | 77 |
| 4.4 Persepsi Pedagang Di Pasar Raya Meulaboh Terhadap Bank Syariah Pasca Konversi..... | 78 |
| 4.4.1 Persepsi Responden Berdasarkan Indikator Kesan Terhadap Wujud Institusi Bank Syariah | 79 |
| 4.4.2 Persepsi Responden Berdasarkan Indikator Kesan Terhadap Pelayanan Bank Syariah | 82 |

| | |
|---|------------|
| 4.4.3 Persepsi Responden Berdasarkan Indikator Kesan Terhadap SDM Bank Syariah | 85 |
| 4.4.4 Persepsi Responden Berdasarkan Indikator Kesan Terhadap Sistem Bank Syariah | 88 |
| 4.5 Pembahasan Tentang Persepsi Pedagang Terhadap Bank Syariah Pasca Konversi | 91 |
| BAB V PENUTUP | 97 |
| 5.1 Kesimpulan | 97 |
| 5.2 Saran | 98 |
| DAFTAR PUSTAKA | 99 |
| LAMPIRAN | 101 |



DAFTAR TABEL

| Tabel | | Halaman |
|------------|--|---------|
| Tabel 2.1 | Penelitian Terdahulu..... | 52 |
| Tabel 3.1 | Skor Jawaban Kuesioner..... | 62 |
| Tabel 3.2 | Variabel Penelitian dan Pengukuran..... | 62 |
| Tabel 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 73 |
| Tabel 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 74 |
| Tabel 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 75 |
| Tabel 4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah | 75 |
| Tabel 4.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Bank Syariah Yang Digunakan | 76 |
| Tabel 4.6 | Uji Validitas..... | 77 |
| Tabel 4.7 | Uji Reliabilitas | 78 |
| Tabel 4.8 | Kesan-kesan Terhadap Wujud Institusi Bank Syariah | 80 |
| Tabel 4.9 | Kesan-kesan Terhadap Pelayanan Bank Syariah... | 83 |
| Tabel 4.10 | Kesan-kesan Terhadap SDM Bank Syariah | 86 |
| Tabel 4.11 | Kesan-kesan Terhadap Sistem Bank Syariah | 89 |

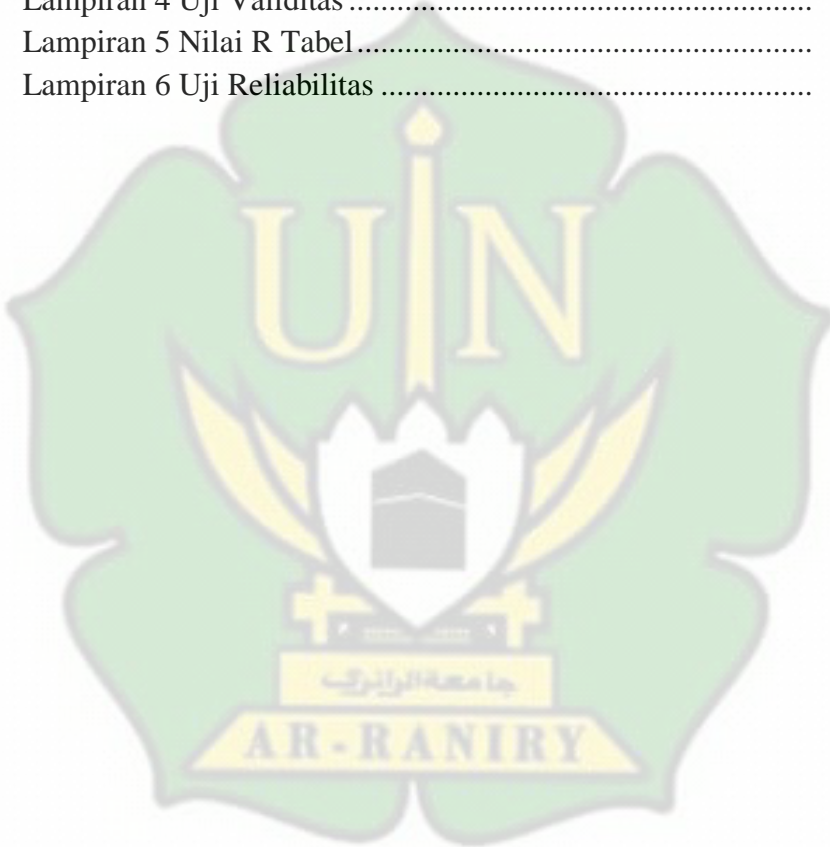
DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1 Recognez Letter R | 18 |
| Gambar 2.2 Kerangka Berpikir | 55 |



DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran 1 Surat Permohonan Pengisian Kuesioner | 101 |
| Lampiran 2 Jawaban Responden | 105 |
| Lampiran 3 Karakteristik Responden | 107 |
| Lampiran 4 Uji Validitas | 109 |
| Lampiran 5 Nilai R Tabel | 116 |
| Lampiran 6 Uji Reliabilitas | 117 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia pada umumnya. Sistem perbankan syariah diatur pula dalam undang-undang No 10 tahun 1998 di mana Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran. Bank syariah pada awalnya dikembangkan dari respon kelompok ekonomi dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan prinsip syariah Islam.

Perbankan syariah hingga saat ini terus mengalami peningkatan dan semakin kuat dengan ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional melalui UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan yang telah dirubah dalam UU No. 10 tahun 1998, UU No. 23 tahun 1999, UU No. 9 tahun 2004 tentang Bank Indonesia, dan UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Peranan bank syariah dalam mengembangkan perekonomian suatu negara termasuk Indonesia salah satunya sangatlah besar, hampir semua sektor yang berhubungan dengan kegiatan keuangan akan membutuhkan berbagai jasa perbankan.

Oleh karena itu, dunia perbankan saat ini sampai masa mendatang akan sangat kita butuhkan, baik dalam perusahaan maupun perorangan (Abdullah, 2014:4).

Kebutuhan akan produk-produk syariah yang diberikan oleh perbankan yang menjalankan aktivitasnya sesuai prinsip syariah menjadi sebuah kebutuhan yang perlu direspon dengan baik oleh perbankan syariah. Menurut data statistik perbankan syariah yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia menunjukkan bahwa saat ini telah ada 6 bank umum syariah dan 25 unit usaha syariah yang dimiliki oleh bank umum konvensional serta 138 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia (www.ojk.go.id)

Potensi pengembangan perbankan syariah cukup besar mengingat bahwa sebagian besar masyarakat di Indonesia beragama Islam. Namun di sisi lain, potensi dan peran perbankan syariah tersebut belum diikuti dengan peningkatan pangsa pasar bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pangsa bank syariah terhadap industri perbankan yang sudah menembus 6,01% per Oktober 2019 atau mencapai 513 triliun. Bila dirinci, pencapaian tersebut merupakan yang tertinggi sepanjang sejarah dan meningkat dari awal tahun 2019 hingga September 2019 yang sebesar 5,94% (www.ojk.go.id).

Salah satu faktor yang menghambat perkembangan pangsa pasar perbankan syariah adalah kurangnya pengetahuan dan pemahaman serta persepsi masyarakat yang umumnya masih keliru

atau tidak tepat terhadap bank syariah. Sikap dan persepsi masyarakat terhadap bank syariah sangat beragam dan bank syariah juga masih dipandang sebagai lembaga sosial seperti menyalurkan zakat dan memberikan uang tanpa perlu mengembalikan (Nadia, 2020). Banyaknya tantangan dan permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan perbankan syariah ini juga terjadi di Kota Meulaboh.

Kota Meulaboh merupakan ibu kota kabupaten Aceh Barat provinsi Aceh, yang dijuluki dengan kota Tauhid Tashawuf, dimana julukan ini diresmikan langsung oleh Bupati Aceh Barat bersama Pimpinan Majelis Pengkajian Tauhid Tashawuf Indonesia (MPTT-I) Asia Tenggara, Abuya Syeikh Haji Amran Waly Al-Khalidy dengan mendirikan Gapura Tauhid Tashawuf. Adapun profesi yang dominan digeluti oleh warga kota Meulaboh adalah sebagai wirausahawan. Sentra perniagaan kota ini berada di Pasar Raya Meulaboh, dan didukung oleh sejumlah pusat perbelanjaan modern dan pasar tradisional. Pasar Raya Meulaboh adalah pasar tradisional terbesar yang menjadi pusat perdagangan utama di Kota Meulaboh (www.republika.co.id).

Perkembangan bank di Meulaboh sebelumnya terdapat Bank Syariah dan Konvensional, namun lebih dinominasi oleh Bank Konvensional. Kemudian Bupati Aceh Barat H. Ramli MS meresmikan bank konvensional menjadi bank syariah di Meulaboh. Bank konvensional yang dikonversikan menjadi bank syariah terdapat tiga bank, antara lain Bank BRI menjadi Bank BRI

Syariah, Bank BNI menjadi Bank BNI Syariah, dan Bank Mandiri menjadi Bank Syariah Mandiri. Menyusul rencana penerapan Qanun No. 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah di Provinsi Aceh. Adapun sesuai dengan Qanun tersebut seluruh layanan keuangan syariah di Provinsi Aceh khususnya Meulaboh harus berbasis syariah (www.acehbaratkab.go.id).

Perkembangan perbankan syariah Meulaboh tentunya juga harus didukung dengan persepsi positif oleh masyarakat terhadap perbankan itu sendiri, terutama persepsi para pedagang yang banyak bertransaksi dan berinvestasi pada perbankan syariah. Persepsi sendiri merupakan suatu proses menyeleksi, mengorganisasikan dan menginterpretasikan secara aktif mengenai orang, objek, kejadian, situasi dan kreativitas (Wood, 1997). Berdasarkan beberapa penelitian, didapatkan hasil bahwa persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah memberikan pendapat positif dengan adanya perbankan syariah. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Farlian dan Nuraidar: 2017 terkait dengan konversinya Bank Aceh menjadi sepenuhnya perbankan dengan prinsip syariah. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki persepsi positif dengan mendukung adanya perbankan syariah yang ada di Aceh.

Dalam hal ini persepsi pedagang terhadap bank syariah pun cukup beragam, baik mengenai bunga bank (*riba*), sistem bagi hasil (*mudharabah*), jual beli (*musyarakah*) dan sewa (*ijarah*), demikian juga dengan perilaku yang muncul dengan berbagai alasan. Oleh

karena itu, perkembangan bank syariah perlu diperhatikan dari seluruh pihak terkait, baik dari pihak akademisi maupun dari pihak praktisi untuk perkembangan bank syariah di masa yang akan datang. Karena selama ini bank syariah adalah pemeran utama dalam kemajuan perekonomian syariah, jika bank syariah maju dan berkembang maka secara otomatis ekonomi syariah akan menjadi sebuah kepercayaan masyarakat yang mendorong untuk bertransaksi di bank maupun lembaga keuangan berbasis syariah.

Sejak diberlakukannya Qanun Aceh Nomor 11 tahun 2018 yang mengatur bahwa seluruh bank maupun lembaga keuangan yang beroperasi di Aceh harus menggunakan prinsip syariah. Bukan hanya Bank Aceh tetapi seluruh bank yang memiliki anak perusahaan yang terdapat di Aceh harus bertransisi dari konvensional ke prinsip syariah, hal ini juga dilatarbelakangi karena Aceh merupakan Bumi Serambi Mekkah. Pandangan masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah khususnya di Aceh dapat diwakili dengan pandangan masyarakat terhadap bank syariah. Penulis tertarik untuk mengetahui faktor yang melatar belakangi persepsi dari pedagang Pasar Raya Meulaboh mengenai bank syariah dengan melihat kondisi pasca ditetapkannya kewajiban pengkonversian seluruh bank di Aceh.

Oleh karena itu, penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Persepsi Pedagang di Pasar Raya Meulaboh terhadap Bank Syariah Pasca Konversi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat ditentukan rumusan masalah adalah: Bagaimana persepsi pedagang di Pasar Raya Meulaboh terhadap bank syariah pasca konversi di kota Meulaboh ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan penelitian yaitu: untuk mengetahui bagaimana persepsi pedagang di Pasar Raya Meulaboh terhadap bank syariah pasca konversi di kota Meulaboh.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat menambah khazanah keilmuan, memperdalam pengetahuan khususnya terkait persepsi oleh pedagang terhadap Bank Syariah. Selain itu, Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan informasi untuk penelitian selanjutnya yang berminat mengkaji tentang persepsi pedagang terhadap Bank Syariah yang ada di Aceh dalam ruang lingkup yang berbeda.

b. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan tambahan bagi bank syariah di kota Meulaboh dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi dan edukasi agar dapat menarik minat dan

persepsi masyarakat untuk memanfaatkan produk-produk bank syariah.

c. Pembuat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan untuk mengetahui sampai sejauh mana persepsi masyarakat sehingga pembuat kebijakan dapat membuat kebijakan atau aturan agar perbankan syariah dapat dipersepsikan dengan baik oleh masyarakat.

1.5 Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini, penulis membagi dalam lima bab dan di dalam setiap bab terbagi dalam beberapa sub-sub bab, hal ini dibuat agar lebih mudah dipahami dan lebih jelas. Secara garis besar pembahasan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab pendahuluan terdapat empat sub bab yang dirangkai secara runtun, dimulai dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan. Pada sub bab latar belakang, dideskripsikan permasalahan yang akan diteliti dan alasan ilmiah mengapa topik tersebut penting untuk diteliti; pada sub bab rumusan masalah, dikaji tentang masalah pokok atau persoalan inti penelitian hedging ini; selanjutnya pada sub bab tujuan penelitian, focus pada sesuatu yang ingin dicapai dalam penelitian tersebut sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan, dan pada sub bab sistematika penulisan, akan dipaparkan uraian singkat dari setiap bab.

Bab II Landasan Teori

Pada bab landasan teori ini terdapat beberapa sub bab yang terdiri dari teori, temuan penelitian terkait, metode penelitian atau kerangka berfikir, dan pengembangan hipotesis. Pada sub bab teori, berisi konsep, definisi, dan proposisi yang saling berkaitan secara sistematis tentang penelitian tersebut; pada sub bab temuan penelitian terkait, berisi temuan-temuan penelitian terdahulu yang mendekati dengan tema penelitian ini agar tidak terjadi plagiasi; pada sub bab model penelitian atau kerangka berfikir, disajikan penggambaran konsep pemikiran penulis untuk melakukan penelitian sehingga mendapatkan hasil maksimal baik yang dibangun dari teori atau logika dan penelitian sebelumnya.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab metode penelitian ini terdapat tiga sub bab yang terdiri dari jenis penelitian, sifat penelitian, dan teknik penelitian ini dioperasionalkan.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab hasil penelitian dan pembahasan ini menjelaskan tentang deskripsi obyek penelitian dan hasil analisis yang saling terkait serta pembahasan secara mendalam tentang hasil penelitian. Hasil penelitian memuat data utama, data penunjang, dan pelengkap yang diperlukan di dalam penelitian.

Bab V Penutup

Pada bab ini akan dijelaskan simpulan hasil yang diperoleh berdasarkan analisis data yang merujuk pada rumusan

masalah yang diajukan, dan terakhir akan disampaikan rekomendasi terkait hasil penelitian ini dan penelitian selanjutnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Persepsi

2.1.1 Pengertian Persepsi

Persepsi dapat diartikan sebagai proses perolehan, penafsiran, pemilihan, dan pengatur informasi indrawi tentang orang lain. Apa yang diperoleh, ditafsirkan, dipilih, dan diatur adalah informasi indrawi dari lingkungan sosial, serta yang menjadi fokusnya adalah orang lain (Sarwono dan Meinarno, 2009).

Kehidupan manusia bergantung pada lingkungan, baik fisik maupun sosial. Sejak manusia dilahirkan, saat itulah manusia secara langsung berhubungan dengan dunia sekitarnya, dan menerima stimulus dari luar dirinya berkaitan dengan persepsi. Manusia mempunyai persepsi yang berbeda-beda terhadap sesuatu baik dilihat dari faktor pengetahuan maupun pengalamannya terhadap suatu kejadian. Persepsi adalah suatu proses aktif. Setiap orang memperhatikan, mengorganisasikan dan menafsirkan semua pengalamannya secara selektif (Mulyana, 2006).

Menurut Desiderato (Rahmat, 2004) menyatakan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensori stimuli*).

Sedangkan Gibson (2010) mengatakan bahwa persepsi adalah proses pemberisan arti terhadap lingkungan oleh individu.

Akan memberikan arti kepada stimulus, sehingga individu yang berbeda-beda akan memilih barang yang sama dengan cara yang berbeda. Individu dalam proses-proses persepsi akan memberikan penilaian terhadap suatu objek yang melibatkan aspek kognitif atau pengetahuan yang nantinya dapat mempengaruhi perilaku. Persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor peniruan, pemilihan, konsep diri, situasi, kebutuhan dan emosi seseorang, sehingga dengan adanya perbedaan-perbedaan tersebut menyebabkan adanya tingkah laku dan penyesuaian diri yang berbeda antara individu yang satu dengan individu yang lain.

Persepsi menurut Robbins (2008) merupakan suatu proses yang di tempuh seseorang dalam mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan-kesan dalam usahanya memberikan makna tertentu terhadap lingkungan mereka.

Sedangkan Hammer dan Organs (dalam Indrawijaya, 2002) mendefinisikan persepsi sebagai suatu proses saat seseorang mengorganisasikan suatu objek dalam pikirannya, menafsirkan, mengalami dan mengolah pertanda atau segala sesuatu yang mempengaruhi perilaku yang akan dipilih

Persepsi individu hakikatnya dibentuk oleh budaya, karena menerima pengetahuan dari generasi sebelumnya. Pengetahuan yang diperolehnya itu digunakan untuk memberi makna terhadap fakta, peristiwa dan gejala yang dihadapinya (Santoso, 2016).

Menurut Slameto (2003) persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan dan informasi kedalam otak manusia

lewat indera penglihatan, pendengaran, peraba, perasa dan penciuman.

Sedangkan Persepsi menurut Suprihanto, dkk (2003) didefinisikan sebagai suatu proses saat individu memberikan arti terhadap fenomena yang terjadi berdasarkan kesan yang ditangkap panca inderanya, atau dapat dikatakan persepsi merupakan bentuk penilaian seseorang dalam menghadapi rangsangan yang sama, tetapi dalam kondisi lain akan menimbulkan persepsi yang berbeda.

Coren (2009) juga berpendapat bahwa persepsi merupakan proses kognisi yaitu mengerti bagaimana individu tentang objek disekitarnya dan dalam proses tersebut juga melibatkan afeksi yang berarti mengandung perasaan dan emosional

Menurut Moskowitz dan Orgel (Walgito, 2001) menyatakan bahwa persepsi merupakan prsoses yang terintegrasi sehingga apa yang ada dalam diri individu, seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan, dan aspek-aspek lain yang ada dalam diri individu akan ikut berperan dalam proses tersebut. Davidov (2011) mengemukakan persepsi melibatkan penginderaan, perhatian, kesadaran, ingatan, serta pemrosesan informasi dan bahasa.

Sedangkan Menurut Schiffman (2003) persepsi seseorang tentang lingkungan tidak hanya didasarkan atas indera saja (penglihatan, pendengaran, sentuhan) akan tetapi juga akan melibatkan unsur perasaan.

Persepsi sebagai suatu proses dengan nama individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberikan makna bagi mereka. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi, menafsirkan pesan dan memberikan makna pada stimulasi inderawi.

Proses persepsi pada suatu lembaga timbul dan mempengaruhi pengguna dalam mengakses informasi yang meliputi koleksi, layanan, fasilitas fisik, sumber daya manusia, dan fasilitas teknologi informasi yang ada. Proses pengamatan melalui indera terhadap suatu objek yang dipengaruhi oleh pengetahuan, kebutuhan, pengalaman, lingkungan sistem dan nilai yang dianut, sehingga individu menyadari, memperoleh gambaran, menginterpretasikan serta memperoleh kesan dan pandangan tentang objek tersebut (Rakhmat, 2010).

Menurut Julia T. Wood (2007) mengatakan bahwa “persepsi adalah suatu proses menyeleksi, mengorganisasikan dan menginterpretasikan secara aktif mengenai orang, objek, kejadian situasi dan kreatifitas.

Persepsi pada intinya merupakan sesuatu interpretasi dari hasil panca indera dalam suatu objek walaupun hasilnya berbeda dan dalam keadaan sadar. Jadi persepsi pada dasarnya adalah pola respon seseorang tentang sesuatu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor kesiapan, tujuan, kebutuhan, pengetahuan, pengalaman, dan faktor lingkungannya.

2.1.2 Indikator Persepsi

Menurut Walgito (2009) ada beberapa hal yang di perlukan agar persepsi dapat di sadari oleh individu yaitu :

- a. Adanya objek yang di persiapkan.

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor stimulus dapat datang dari luar langsung mengenai alat indera (*reseptor*), dapat datang dari dalam yang langsung mengenai syaraf penerima (*sensoris*) yang bekerja sebagai reseptor.

- b. Alat indera atau reseptor

Yaitu merupakan alat untuk menerima stimulus, disamping itu adapula syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat syaraf yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Dan sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan syaraf motoris.

- c. Adanya perhatian.

Untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi terhadap sesuatu diperlukan adanya perhatian yang merupakan langkah pertama sebagai suatu kesiapan dalam mengadakan persepsi. Tanpa perhatian tidak akan terjadi persepsi.

Jadi indikator persepsi dapat di simpulkan dimana objek yang menimbulkan stimulus yaitu persepsi pedagang, kemudian mengenai alat indera berupa mata, telinga, hidung, kulit, mulut, akal, dan hati yang diterima oleh pedagang sehingga menimbulkan sebuah perhatian yang berpusat pada persepsi pedagang tersebut.

2.1.3 Proses Pembentukan Persepsi

Proses terjadinya persepsi dapat dimulai dari objek yang menimbulkan stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Proses stimulus mengenai alat indera merupakan proses kealaman atau proses fisik. Stimulus yang diterima oleh alat indera diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini disebut dengan proses fisiologis, kemudian terjadilah proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, atau apa yang didengar serta yang diraba. Proses yang terjadi dalam otak atau dalam pusat kesadaran inilah yang disebut dengan pusat psikologis. Dengan demikian, dapat dikemukakan bahwa taraf terakhir dari proses persepsi adalah individu menyadari tentang apa yang dilihat, didengar dan diraba. Yaitu stimulus yang diterima melalui alat indera. Proses ini merupakan proses terakhir dari persepsi dan merupakan persepsi yang sebenarnya. Respon sebagai akibat persepsi dapat diambil oleh individu dalam berbagai macam bentuk (Walgito, 2004: 90).

Menurut Rahmat Hidayat (2014), dalam proses terbentuknya persepsi, terdapat tiga sikap yang menonjol dalam diri seseorang atau individu yang bersangkutan yaitu:

- a. Aspek kognisi, yaitu menyangkut pengharapan. Cara memperoleh atau cara berfikir dan pengalaman seseorang di masa lalu. Seseorang dalam mempersiapkan suatu objek akan dilatarbelakangi oleh adanya proses belajar seseorang

untuk mendapatkan pandangan terhadap objek berdasarkan keinginan atau pengharapan.

- b. Aspek afeksi, yaitu aspek yang menyangkut emosi dari individu. Seseorang dalam mempersiapkan suatu objek bisa melalui aspek afeksi yang berlandaskan pada individu tersebut, hal ini dapat muncul karena adanya pendidikan moral dan etika yang didapat sejak kecil maupun pendidikan formal. Pendidikan tentang etika dan moral ini yang akhirnya menjadi landasan individu dalam memandang atau melihat sesuatu yang terjadi di sekitarnya.
- c. Aspek konasi, yaitu menyangkut sikap, perilaku, aktivitas atau tindakan seseorang terhadap objek. Individu dapat mempersiapkan sesuatu melalui aspek konasi yaitu pandangan individu terhadap sesuatu yang berhubungan dengan motif perilaku individu dalam kehidupan sehari-hari.

Jadi, persepsi dapat terbentuk karena adanya keyakinan, proses belajar, cakrawala, pengalaman dan pengetahuan terhadap suatu objek. Kemudian, hasil proses persepsi akan menjadi pendapat atau sikap individu terhadap objek tersebut. Sikap individu terhadap objek dapat terjadi karena adanya proses kognasi, afeksi yang juga dipengaruhi oleh adanya faktor-faktor dari lingkungan.

Schermerhorn (2004:153-155) proses persepsi secara umum terbagi dalam 4 tahap , yaitu :

1. Perhatian dan Seleksi

Pemilihan informasi secara selektif hanya memberikan kesempatan pada proporsi yang kecil dari seluruh informasi yang ada. Proses seleksi ini berasal dari proses terkontrol yaitu individu secara sadar memutuskan informasi mana yang akan di perhatikan mana yang akan di abaikan.

2. Organisasi

Pada tahap ini, seluruh informasi yang telah masuk seleksi pada tahap sebelumnya akan di organisasikan. Adapun cara untuk mengorganisasi informasi secara efisien adalah *schema*. *Schema* adalah kerangka kognitif yang menggambarkan pengetahuan yang diorganisasi dengan pemberian konsep atau stimulus yang dibangun melalui pengalaman.

3. Interpretasi

Setelah perhatian digambarkan pada stimulus tertentu dan informasi telah di organisasi, maka individu akan mencoba memperoleh jawaban tentang makna dari informasi tersebut. Tahap ini sangat dipengaruhi oleh *causal attribution*, yaitu sebuah percobaan untuk menjelaskan mengapa sesuatu terjadi dengan seperti itu.

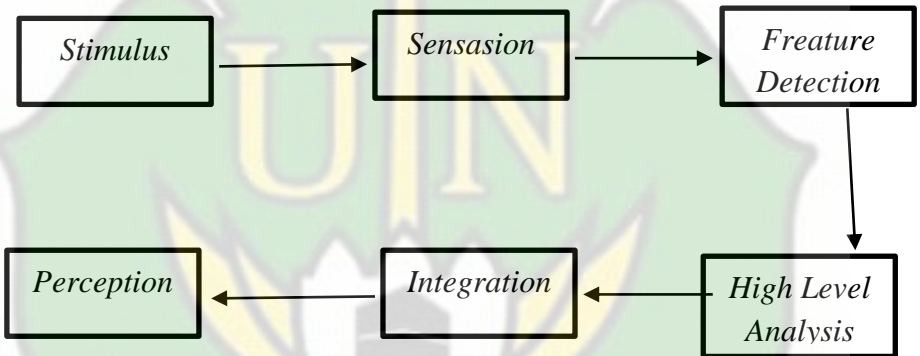
4. Pencarian Kembali

Informasi yang telah tersimpan dalam sebuah memori harus di cari kembali bila informasi tersebut digunakan. Individu akan lebih mudah mendapatkan kembali informasi yang

telah tersimpan bila telah terskema dan terorganisir dengan baik.

Secara sederhana, Goldstein (Feldman, 2003) memberikan gambaran terbentuknya persepsi.

Gambar 2.1
Recognize The Letter R



Berdasarkan gambar 2.1 Proses persepsi bermula dari diterimanya stimulus yang berasal dari lingkungan luar. Stimulus tersebut akan menghasilkan sensasi pada panca indera. Sensasi yang di terima oleh panca indera tersebut kemudian diteruskan menuju kedetektor bentuk. Pada detektor bentuk, sensasi dianalisis dengan tingkatan yang lebih tinggi dari sebelumnya. Analisis ini dilakukan dengan lebih mendalam dan mendetail. Hasil analisis kemudian dikirim ke otak dan selanjutnya di integrasikan untuk membentuk suatu persepsi yang utuh tentang stimulus tersebut.

2.1.4 Persepsi Positif dan Persepsi Negatif

Menurut Irwanto (2002), setelah individu melakukan interaksi dengan obyek-obyek yang di persepsikan maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu:

a. Persepsi Positif

Persepsi positif adalah penilaian individu terhadap suatu objek atau informasi dengan pandangan dengan positif atau sesuai dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada. Persepsi positif yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang di teruskan dengan upaya pemanfaatannya. Hal itu akan diteruskan dengan keaktifan atau menerima dan mendukung terhadap obyek yang di persepsikan

b. Persepsi Negatif

Persepsi negatif merupakan persepsi individu terhadap objek atau informasi tertentu dengan pandangan yang negatif, berlawanan dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada. Penyebab munculnya persepsi negatif seseorang dapat muncul karena adanya ketidakpuasan individu terhadap objek yang menjadi sumber persepsinya. Persepsi negatif yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang tidak selaras dengan obyek yang dipersepsi. Hal itu akan diteruskan dengan kepasifan atau menolak dan menentang terhadap obyek yang dipersepsikan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa persepsi itu baik yang positif maupun negatif akan selalu mempengaruhi diri seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Dan munculnya suatu persepsi positif ataupun persepsi negatif semua itu tergantung pada bagaimana cara individu menggambarkan segala pengetahuannya tentang suatu obyek yang di persepsi.

2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi pada dasarnya ada dua yaitu faktor internal dan eksternal, yaitu sebagai berikut: Kurniati (2012)

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain :

1) Fisiologis

Fisiologis adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang mekanisme atau cara kerja suatu sistem organ dalam suatu organisme bekerja yang di pelajari secara normal. Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi diperoleh akan mempengaruhi untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya.

2) Perhatian

Menurut Sumadi Suryabrata (2004) Perhatian adalah pemusatan tenaga psiskis tertentu kepada suatu objek. Perhatian adalah banyak sedikitnya kesadaran yang menyertai suatu aktifitas yang dilakukan. Individu memerlukan sejumlah

energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada salah satu objek.

3) Minat

Menurut Tampubolon (2011) minat adalah suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi. Sedangkan menurut Djali (2008) bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat sangat besar pengaruhnya dalam mencapai prestasi dalam suatu pekerjaan, jabatan, atau karir. Tidak akan mungkin orang yg tidak berminat terhadap suatu pekerjaan dapat menyelesaikan pekerjaan tersebut dengan baik. Minat dapat diartikan sebagai rasa senang atau tidak senang dalam menghadapi suatu objek .

Persepsi terhadap sesuatu bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau *perceptual vigilance* merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus.

4) Kebutuhan

Kebutuhan adalah segala sesuatu yang di butuhkan manusia untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya secara alamiah melalui pencapaian kesejahteraan. Kebutuhan dapat dibedakan berdasarkan tingkat intensitas, waktu, sifat, dan subjeknya. Pemenuhan kebutuhan dapat berupa barang,

jasa, sesuatu yang berwujud maupun sesuatu yang tidak berwujud. Setiap manusia memiliki kebutuhan yang berbeda-beda dan dipengaruhi oleh keadaan alam, agama, adat, dan peradaban. Jika tidak dipenuhi maka akan mempengaruhi hidupnya.

Kebutuhan yang searah dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari objek-objek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.

5) Pengetahuan

Menurut Mubarak (2011), pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui berdasarkan pengalaman manusia itu sendiri dan pengetahuan akan bertambah sesuai dengan proses pengalaman yang dialaminya. Sedangkan menurut Notoatmojo (2012) pengetahuan adalah hasil dari tahu dan ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek. Penginderaan terjadi melalui panca indera dan perabaan. Sebagai pengetahuan manusia di dapat melalui mata dan telinga.

Dan ingatan pengalaman dapat dikatakan tergantung pada sejauh mana seseorang dapat mengetahui dalam arti yang luas.

6) Suasana Hati

Suasana hati adalah perasaan-perasaan yang cenderung kurang intens dan yang terjadi karena situasi dan kondisi yang sedang di alami. Situasi dan kondisi tersebut

mempengaruhi perasaan seseorang seperti adanya perasaan sedih, kecewa, kesal, senang dan lain sebagainya. Suasana hati merupakan kondisi psikologis yang melibatkan emosi tanpa ada objek emosi yang terdeteksi secara jelas. Meskipun suasana hati terbentuk sebagai variabel psikologi yang abstrak, kontribusi emosi terhadap perilaku manusia tidak dapat di pandang sebelah mata. Berbagai studi terkait emosi dan perilaku manusia menunjukkan bahwa mood individu (positif atau negatif) akan memiliki konsekuensi perilaku yang berbeda. Keadaan emosi memengaruhi perilaku seseorang.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang memengaruhi persepsi merupakan karakteristik dari lingkungan dan objek-objek yang terlibat di dalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu, faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah : Oktavia (2018)

a. Ukuran dan penempatan dari objek atau stimulus

Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu objek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu objek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.

b. Warna dari objek-objek

Objek-objek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.

c. Keunikan dan Kekontrasan Stimulus

Stimulus luar yang penampilannya dengan latar belakan dan sekelilingnya yang sama sekali diluar sangkaan individu yang klain akan banyak menarik perhatian.

d. Intensitas dan Kekuatan dari Stimulus

Stimulus dari luar akan memberi makna lebih bila lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu objek yang bisa mempengaruhi persepsi.

e. Pergerakan

Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap objek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan objek yang diam.

Feldman (2015), pembentukan persepsi juga sangat dipengaruhi oleh informasi pertama kali diperoleh. Oleh karena itu pengalaman pertama yang tidak menyenangkan akan sangat mempengaruhi pembentukan persepsi seseorang. Tetapi karena stimulus yang dihadapi oleh manusia senantiasa berubah, maka persepsi pun dapat berubah-ubah sesuai dengan stimulus yang diterima.

2.1.6 Persepsi Masyarakat terhadap Perbankan Syariah

Persepsi masyarakat terhadap bank syariah merupakan suatu proses penafsiran terhadap pelaksanaan perbankan syariah itu sendiri yang diperoleh oleh masyarakat dari berbagai sumber baik itu lingkungan, pengalaman, maupun pengaruh faktor lain sehingga menghasilkan suatu penilaian atau perdagangan terhadap perbankan syariah.

Adapun persepsi masyarakat tentang perbankan syariah di antaranya terkait dengan : Ghozali (2017)

1. Persepsi Tentang Bunga Bank

Persepsi masyarakat tentang bunga bank yang dimaksud adalah tentang hukum bunga bank. Menurut Imaniati (2010) hukum bunga adalah haram, baik dilakukan oleh bank, asuransi, pasar modal, pegadaian, koperasi dan lembaga keuangan lainnya maupun dilakukan oleh individu. Hukum bunga bank sampai saat ini masih menimbulkan kontroversi pendapat tentang keabsahannya. Sebagian *fugaha* dan ekonomi muslim berpendapat bahwa bunga bank itu bertentangan dengan ajaran agama islam. Berangkat dari asumsi ini, akhirnya berkembang sistem alternatif perbankan yang menggunakan sistem bebas bunga (*interest free banking*) agar terhindar dari unsur riba dengan menggunakan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*)

2. Persepsi Tentang Sistem Bagi Hasil

Persepsi tentang sistem bagi hasil adalah persepsi masyarakat bahwa sistem bagi hasil ini lebih sesuai dengan prinsip-

prinsip syariah, lebih menguntungkan dan telah memnuhi rasa keadilan bagi semua pihak. Menurut Imaniyati (2010), sistem bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tatacara pembagian hasil usaha antar penyedia dana dan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antar bank dengan penyimpanan dana maupun antara bank dengan nasabah penerima dana. Bentuk produk berdasarkan prinsip ini adalah *Mudharabah* dan *Musyarakah*. Bank syariah adalah perbankan yang memberikan layanan kepada nasabah dengan bebas bunga (*interest free banking*) tetapi menerapkan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*).

3. Persepsi Tentang Pengetahuan Produk

Persepsi tentang produk bank syariah adalah tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang produk jasa bank syariah. Sebagaimana telah dikemukakan oleh beberapa pakar ekonom muslim bahwa salah satu kendala bagi pengembangan bank syariah adalah rendahnya pemahaman masyarakat terhadap produk dan operasional bank syariah. Untuk itu, perlu adanya penelitian seberapa besar pemahaman masyarakat tentang produk dan jasa bank syariah. Persepsi tentang pemahaman terhadap produk dan jasa bank syariah akan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam berinvestasi dan mengambil dana dari bank syariah.

Gambaran umum persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah didapatkan sisi positif dan negatif. Adapun dari sisi negatifnya terdapat kesalahpahaman antara masyarakat dengan

Lembaga Keuangan Syariah dan perbankan syariah, masyarakat berpendapat bahwa komunikasi atau promosi yang dilakukan Lembaga Keuangan Syariah kurang maksimal. Padahal promosi sangat efektif untuk sosialisasi, membentuk image dan merubah perilaku masyarakat menuju sistem keuangan syariah. Banyak faktor yang menjadi penyebab mengapa Lembaga Keuangan Syariah kurang berpromosi dalam rangka meningkatkan penjualan diantaranya anggaran promosi yang relatif masih kecil, bila dibandingkan dengan lembaga keuangan syariah (kompasiana.com).

Tidak hanya persepsi negatif, persepsi lain masyarakat khususnya muslim terhadap perbankan syariah juga memiliki sisi yang positif, dimana masyarakat mendukung jika bank syariah memberikan penjelasan keterangan mengenai bank syariah agar mereka dapat lebih mudah memahami tentang bank syariah. Masyarakat mendukung adanya bank syariah, bahkan beberapa masyarakat muslim telah mempercayakan bank syariah untuk keperluan transaksi pembayaran, tabungan haji dan lain sebagainya. Mereka berpendapat bahwa dengan hadirnya bank syariah di tengah-tengah perkembangan bank konvensional telah membantu memberikan opsi bagi mereka dalam menginvestasikan uang mereka pada lembaga keuangan yang tidak mengandung unsur riba, karena mereka menyadari sudah saatnya mengenal lembaga keuangan syariah yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam. Kemudian meninggalkan lembaga keuangan

konvensional yang mengandung unsur riba dalam kegiatan operasionalnya (Hidayat, 2020)

Adapun indikator untuk mengukur persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah yaitu :

1. Kesan-kesan terhadap wujud institusi bank syariah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kesan adalah bekas. Sedangkan menurut *wictinory.org*, kesan adalah yang terasa (terpikir) sesudah melihat atau mendengar sesuatu. Jadi, kesan-kesan terhadap wujud institusi bank adalah apa yang dirasakan atau terpikirkan setelah masyarakat melihat wujud atau bentuk sebuah bank syariah.

2. Kesan-kesan terhadap pelayanan bank syariah

Goetch dan Davis (2007) mendefinisikan kesan terhadap kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan, dengan kata lain kualitas pelayanan adalah hasil dari persepsi dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual. Jadi, kesan terhadap pelayanan bank syariah adalah penilaian terhadap apa yang dirasakan atau terpikirkan oleh masyarakat tentang kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses dan lingkungan dalam sebuah bank syariah.

3. Kesan-kesan terhadap Sumber Daya Manusia (SDM) bank syariah

Sumber Daya Manusia (SDM) adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah institusi maupun perusahaan. Sumber Daya Manusia (SDM) adalah orang yang bekerja dan menjadi anggota suatu perusahaan atau institusi yang disebut sebagai karyawan, pegawai, buruh, pekerja, tenaga kerja dan lain sebagainya. Sumber Daya Manusia (SDM) dalam sebuah perusahaan atau institusi harus memiliki kompetensi, keterampilan, serta kemampuan yang memadai. Jadi, kesan terhadap Sumber Daya Manusia pada sebuah bank adalah sebuah penilaian masyarakat baik itu tentang kinerja, sikap, keterampilan ataupun kemampuan karyawan pada bank syariah tersebut.

4. Kesan-kesan terhadap sistem bank syariah

Sistem adalah suatu kumpulan atau himpunan dari unsur, komponen atau variabel yang terorganisir, saling berinteraksi, saling tergantung satu sama lain, dan terpadu. Sedangkan sistem pada sebuah bank adalah sebuah tata cara, aturan-aturan dan pola bagaimana sebuah sektor perbankan (bank-bank yang ada) menjalankan usahanya sesuai dengan ketentuan yang dibuat oleh pemerintah. Jadi, kesan terhadap sistem bank syariah adalah gambaran masyarakat tentang tata cara dan aturan-aturan yang ada

dalam sebuah bank syariah, apakah sudah sesuai dengan ketentuan yang ada.

2.2 Teori Pedagang

2.2.1 Pengertian Pedagang

Pedagang adalah orang yang menjalankan usaha berjalan, usaha kerajinan, atau usaha pertukaran kecil, pedagang juga bisa diartikan orang yang dengan moral relatif bervariasi yang berusaha di bidang produksi dan penjualan barang atau jasa-jasa untuk memenuhi kebutuhan kelompok masyarakat berdasarkan dengan ajaran-ajaran dan syariat yang terdapat pada Al-Qur'an dan hadits (Hidayat, 2020).

Sebagai salah satu bentuk kegiatan distribusi, perdagangan mempunyai fungsi menyalurkan barang dan jasa dari produsen untuk konsumen atau kepada pedagang lainnya. Kegiatan perdagangan dapat menyebabkan pemerataan barang-barang dan hasil-hasil produksi yang dibuat oleh produsen kepada setiap konsumen yang dibutuhkan. Dengan kegiatan perdagangan, maka kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dengan baik dan merata di seluruh daerah. Sedangkan bagi produsen, kegiatan perdagangan akan membuat barang yang dibuatnya laku dijual sehingga memperoleh keuntungan yang banyak. Hal ini menyebabkan produsen bersemangat dalam melakukan kegiatannya. Akhirnya semakin lancar kegiatan perdagangan akan berdampak pada kemakmuran masyarakat secara merata dengan lebih baik. Pedagang terdiri dari beberapa jenis, yaitu: Imaniyati (2013)

a. Pedagang besar/distributor/agen tunggal

Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Selain itu pedagang besar adalah pedagang yang membeli barang secara besar-besaran langsung dari pabrik atau produsen, kemudian menjual pada pedagang kecil misalnya secara grosir.

b. Pedagang menengah/agen/grosir

Agen adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualann/perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.

c. Pedagang eceran/pengecer

Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran, misalnya warung, kios pasar dan sebagainya.

2.2.2 Fungsi Pedagang

Sebagai salah satu bentuk kegiatan distribusi, perdagangan mempunyai fungsi menyalurkan barang dan jasa dari produsen untuk konsumen atau kepada pedagang lainnya. Kegiatan perdagangan dapat menyebabkan pemerataan barang-barang dan hasil-hasil produksi yang dibuat oleh produsen kepada setiap konsumen yang dibutuhkan. Dengan kegiatan perdagangan, maka

kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dengan baik dan merata di seluruh daerah. Sedangkan bagi produsen, kegiatan perdagangan akan membuat barang yang dibuatnya laku dijual sehingga memperoleh keuntungan yang banyak. Hal ini menyebabkan produsen bersemangat dalam melakukan kegiatannya. Akhirnya semakin lancar kegiatan perdagangan akan berdampak pada kemakmuran masyarakat secara merata dengan lebih baik.

Selain itu, pedagang juga berfungsi sebagai perantara khusus antara produsen dengan konsumen dalam menyalurkan hasil produksinya.

Adapun perantara khusus tersebut yaitu :

1. Agen

Agen adalah perantara yang menjual hasil produksi perusahaan tertentu. Untuk ini agen mendapat upah sebanding dengan nilai barang yang dijualnya

2. Makelar

Makelar adalah perantara perdagangan atas nama orang lain untuk menjualkan atau membelikan barang dengan menerima balas jasa yang disebut dengan provinsi atau kurtasi.

3. Komisioner

Komisioner adalah perantara atas namanya sendiri dan ikut bertanggung jawab atas tindakan yang dilakukan dalam mengadakan perjanjian jual beli dengan menerima balas jasa yang disebut dengan komisi.

4. Dealer

Dealer adalah perantara dari perusahaan untuk menyalurkan atau menjualkan hasil produksinya. Dealer juga menyediakan suu cadang dan pelayanan purna jual.

5. Eksportir

Eksportir adalah pedagang perantara yang membeli barang barang dalam negeri dari para pedagang atau produsen kemudian dijual ke luar negeri.

6. Importir

Importir adalah pedagang perantara yang membeli barang luar negeri kemudian dijual kembali di dalam negeri

7. Lembaga-lembaga penjualan barang Seperti supermarket dan koperasi

2.3 Bank Syariah

2.3.1 Pengertian Bank Syariah

Istilah bank telah menjadi istilah umum yang banyak dipakai di masyarakat saat ini. Kata Bank berasal dari kata banque dalam bahasa perancis dan dari kata banco dalam bahasa italia, yang memiliki arti peti/lemari atau bangku (Zainul, 2006). Konotasi kedua kata ini menjelaskan dua fungsi dasar yang ditunjukkan oleh bank komersial. Kata peti atau lemari menyiratkan fungsi sebagai tempat menyimpan benda-benda berharga, seperti emas, berlian, uang dan sebagainya. Istilah perbankan di dala Al-Qur'an tidak disebutkan secara eksplisit

namun yang dimaksud adalah sesuatu yang memiliki unsur seperti struktur, manajemen, fungsi dan hak serta kewajiban maka semua disebutkan dengan jelas seperti zakat, *sadaqah*, *ghanimah* (rampasan perang), *ba'i* (jual beli), *dayn* (utang dagang), *maal* (harta) dan sebagainya, yang memiliki fungsi yang dilaksanakan oleh pihak tertentu dalam kegiatan ekonomi (Heri, 2008).

Dalam peraturan Bank Indonesia, yang dimaksud dengan Bank adalah Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998 (Khotibul, 2009). Termasuk kantor cabang Bank asing. Sedangkan yang dimaksud dengan Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas BUS dan BPRS Pasal 1 angka 7 UU Perbankan Syariah: Zubairi (2009).

Sebelum undang-undang tentang perbankan syariah disahkan, posisi perbankan syariah di Indonesia cukup mengambang, meskipun didukung oleh konstitusi, namun tidak diatur dalam peraturan undang-undang yang ada di bawahnya. Akhirnya, perbankan syariah berjalan sesuai dengan kreatifitas pendukung dan pejuang perbankan syariah dengan segala macam cara. Rancangan undang-undang yang khusus mengatur perbankan syariah, dalam undang-undang ini diatur mengenai masalah kepatuhan syariah yang kewenangannya berada pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang direpresentasikan melalui Dewan

Pengawas Syariah (DPS) yang harus dibentuk pada masing-masing bank syariah.

Berbanding dengan bank konvensional, bank syariah memiliki tujuan lebih luas daripada bank konvensional, namun tetap mencari keuntungan dimana keuntungan tersebut didapatkan dengan cara-cara yang syariah dan berasal dari sektor riil sehingga tidak adanya unsur riba. Adapun tujuan bank syariah adalah sebagai berikut: Heri (2008)

1. Menyediakan lembaga keuangan perbankan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.
2. Memotivasi masyarakat untuk ikut serta dalam pembangunan.
3. Merubah cara berpikir masyarakat agar lebih baik dan lebih ekonomis agar masyarakat tersebut lebih baik dalam hidupnya.
4. Melalui produk perbankan syariah yang ada, akan menyadarkan masyarakat mengenai pentingnya berbagi dan bagi hasil. Artinya masyarakat tidak lagi melakukan riba.

2.3.2 Fungsi, Peran dan Tujuan Bank Syariah

Suatu usaha yang dibangun atas dasar kemaslahatan umat baik di dunia maupun akhirat, maka bank syariah hendaknya melakukan fungsi dan perannya sesuai dengan ajaran Islam, yang mana ajaran ini berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits. Adapun fungsi dan peran bank syariah tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and*

Auditing Organization for Islamic Financial Institution) sebagai berikut: Heri (2008)

1. Manajer investasi, Bank Syariah dapat mengelola investasi dana nasabah.
2. Investor, Bank Syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
3. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, Bank Syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.
4. Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, Bank Islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya.

Bank syariah memiliki beberapa peran diantaranya sebagai berikut:

1. Manajer investasi ,bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah
2. Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang di percayakan kepadanya
3. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.

4. Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, bank islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun), mengadimistrasikan, mendistribusikan, zakat serta dana-dana sosial lainnya

Selain itu, bank syariah juga mempunyai beberapa tujuan diantaranya sebagai berikut :

1. Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk ber-muamalat secara islam, khususnya muamalat yang berhubungan dengan perbankan agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam islam, juga telah menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi rakyat.
2. Untuk menciptakan satu keadilan dibidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana.
3. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membutuhkan peluang berusaha yang lebih besar terutama kelompok miskin, yang diarahkan pada kegiatan usaha yang produktif, menuju terciptanya kemandirian usaha.
4. Untuk menanggulangi masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang. Upaya bank syariah dalam mengentaskan kemiskinan ini berupa pembinaan nasabah

yang lebih menonjol sifat kebersamaan dari siklus usaha yang lengkap seperti program pembinaan pengusaha produsen, pembinaan pedagang perantara, program pembinaan konsumen, program pengembangan modal kerja dan program pengembangan usaha bersama.

5. Untuk menjaga stabilitas ekonomi dan moneter. Dengan aktifitas bank syariah akan mampu menghindari pemanasan ekonomi diakibatkan adanya inflasi, menghindari persaingan yang tidak sehat antara lembaga keuangan.
6. Untuk menyelamatkan ketergantungan umat islam terhadap bank-bank non-syariah

2.3.3 Prinsip dan Karakteristik Bank Syariah

Prinsip syariah Islam dalam pengelolaan harta menekankan pada keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat. Harta harus dimanfaatkan untuk hal-hal produktif terutama kegiatan investasi yang merupakan landasan aktivitas ekonomi dalam masyarakat. Tidak setiap orang mampu secara langsung menginvestasikan hartanya untuk menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu, diperlukan suatu lembaga perantara yang menghubungkan masyarakat pemilik dana dan pengusaha yang memerlukan dana (pengelola dana). Salah satu bentuk lembaga perantara tersebut adalah bank yang kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Kegiatan bank syariah merupakan implementasi dari prinsip ekonomi Islam dengan karakteristik lain, sebagai berikut: Muhammad (2014).

1. Pelarangan riba dalam berbagai bentuk.
2. Tidak mengenal konsep *time-value of money* tetapi menerapkan *economic value of time*.
3. Konsep uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas.
4. Tidak diperkenankan melakukan kegiatan yang bersifat spekulatif.
5. Tidak diperkenankan menggunakan dua harga untuk satu barang.
6. Tidak diperkenankan dua transaksi dalam satu akad.

Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebankan bunga atas penggunaan dana pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan. Berbeda dengan bank non-syariah, bank syariah tidak membedakan secara tegas antara sektor moneter dan sektor riil sehingga dalam kegiatan usahanya dapat melakukan transaksi-transaksi sektor riil, seperti jual beli dan sewa menyewa. Di samping itu, bank syariah juga dapat menjalankan kegiatan usaha untuk memperoleh imbalan atas jasa perbankan lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Suatu transaksi sesuai dengan prinsip syariah apabila telah memenuhi seluruh syarat berikut ini: transaksi tidak mengandung unsur kezaliman dan bukan termasuk riba, tidak membahayakan pihak sendiri atau pihak lain, tidak ada unsur penipuan (*Tadlis*), perjudian (*Maisyir*), taghir (*Gharar*), rekayasa pasar dalam supply (*Iktikar*), rekayasa pasar

dalam demand (*bai'najasy*), suap-menyuap (*risywah*) dan tidak mengandung materi-materi yang diharamkan (Hidayat, 2020).

Adapun secara umum dalam operasionalnya, bank syariah menganut prinsip: Zainul (2006)

1. Prinsip *At Ta'awan*, yaitu saling membantu dan saling bekerjasama antara anggota masyarakat untuk kebaikan.
2. Prinsip menghindari *Al Iktinaz*, yaitu menahan penggunaan uang (dana) dengan membiarkan menganggur (*idle*) dan tidak berputar dalam transaksi yang bermanfaat bagi masyarakat umum.

2.3.4 Akad-akad Bank Syariah

Bank syariah dengan sistem bagi hasil dirancang untuk terbinanya kebersamaan menanggung resiko usaha dan berbagi hasil usaha antara pemilik dana (*shahibul mal*) yang menyimpan uangnya di lembaga, lembaga selaku pengelola dana (*mudharib*), dan masyarakat yang membutuhkan dana yang bisa berstatus peminjam dana atau pengelola usaha. Pengelolaan dana tersebut didasarkan pada akad-akad yang disesuaikan kaidah muamalat (Amir, 2010). Menurut fiqh muamalat membagi akad menjadi dua, yaitu:

- a. *Akad tabarru'*, yaitu segala macam perjanjian yang menyangkut *non-profit transaction*. Transaksi ini dilakukan dengan tujuan tolong menolong dalam rangka berbuat

kebaikan yang hakikinya bukan transaksi bisnis untuk mencari keuntungan komersil. Contohnya adalah:

- 1) *Wadiah*: titipan dari satu pihak kepada pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat apabila pemilik menghendaki.
 - 2) *Kafalah*: pemberian garansi/jaminan oleh pihak bank kepada nasabah untuk menjamin pelaksanaan proyek dan pemenuhan kewajiban tertentu oleh pihak yang dijamin.
 - 3) *Wakalah*: pemberian kuasa kepada penerima kuasa (wakil) untuk melaksanakan suatu tugas atas nama pemberi kuasa.
 - 4) *Hiwalah*: pemindahan uang dari yang bertanggung jawab kepada penanggung jawab lainnya.
 - 5) *Ar-rahn*: menahan salah satu harta milik nasabah yang memiliki nilai ekonomis sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.
 - 6) *Al-qardh*: pemberian harta kepada nasabah yang dapat ditagih atau diminta kembali, dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.
 - 7) *Dhaman*: menggabungkan dua tanggungan untuk membayar hutang, menggadaikan barang atau menghadirkan orang pada tempat yang telah ditentukan.
- b. *Akad tijarah* adalah segala macam perjanjian yang menyangkut *profit transaction*. Akad ini dilakukan dengan mencari keuntungan atau bersifat komersil, pembagiannya adalah sebagai berikut:

- 1) *Mudharabah*: proses seseorang dalam menjalankan suatu usaha, secara teknis adalah sebuah kerjasama antara pihak yang menyediakan seluruh modal dengan pengelola.
- 2) *Murabahah*: jual beli barang dengan harga mula ditambah keuntungan yang telah disepakati.
- 3) *Musyarakah*: kerjasama anantara dua pihak atau lebih untuk melakukan usaha tertentu.
- 4) *Salam*: pembiayaan jual beli dimana pembeli memberikan uang terlebih dahulu terhadap barang yang akan dibeli disebutkan spesifikasinya dengan pengantaran kemudian.
- 5) *Istishna*: pembiayaan jual beli yang dilakukan bank dan nasabah dimana penjual (pihak bank) membuat barang yang dipesan oleh nasabah.
- 6) *Ijarah*: perjanjian sewa yang memberika kepada penyewa untuk memanfaatkan barang yang akan disewa dengan imbalan uang sewa sesuai dengan persetujuan dan setelah masa sewanya berakhir maka barang dikembalikan kepada pemilik.
- 7) *Muzara'ah*: bentuk kontrak bagi hasil yang diterapkan tanaman pertanian setahun.
- 8) *Musyaqoh*: bentuk kontrak bagi hasil yang diterapkan pada tanaman pertanian tahunan.
- 9) *Mukharabah*: bentuk kontrak bagi hasil yang diterapkan tanaman pertanian setahun namun bibitnya berasal dari pemilik tanah.

2.3.5 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank syariah ialah suatu lembaga perbankan yang dikelola dengan menggunakan prinsip syariah. Sedangkan bank konvensional adalah suatu lembaga perbankan yang dikelola secara konvensional, dimana pada kegiatannya bank konvensional memberikan jasa transaksi pembayaran secara umum dengan berpijak pada ketentuan serta prosedur yang sudah ditentukan. Heri (2016).

Adapun perbedaan bank syariah dan bank konvensional antara lain:

1. Perbedaan hukum

Bank syariah menggunakan syariat islam yang berdasar atas Alquran serta Hadis yang mana sudah di fatwakan oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia), sedangkan bank konvensional menggunakan hukum positif yang telah berlaku dan di akui di indonesia.

2. Perbedaan Investasi

Bank syariah hanya menerima pengajuan pinjaman hanya dari jenis usaha yang halal, sedangkan bank konvensional menerima pengajuan pinjaman dari segala jenis usaha.

3. Perbedaan Orientasi

Bank syariah berorientasi untuk memperoleh keuntungan serta mendapatkan kebahagiaan dan kemakmuran baik di dunia mauoun di akhirat, sedangkan bank konvensional hanya berorientasi untuk memperoleh keuntungan semata.

4. Perbedaan Keuntungan

Keuntungan yang di peroleh bank syariah melalui sistem bagi hasil, sedangkan keuntungan yang di peroleh bank konvensional berasal dari bunga.

5. Perbedaan Nasabah dan Bank

Hubungan antara nasabah dan bank syariah ialah sebagai mitra, sedangkan hubungan antara nasabah dan bank konvensional ialah sebagai debitur dan kreditur

6. Perbedaan Keberasaan Dewan Pengawas

Setiap transaksi yang dilakukan oleh bank syariah akan diawasi oleh Dewan Pengawas, yaitu ahli ekonomi atau ulama yang telah memahami mengenai fiqih muamalah, sedangkan transaksi yang dilakukan oleh bank konvensional tidak diawasi oleh Dewan Pengawas, kecuali hukum positif.

Selain perbedaan diatas ada beberapa perbedaan lagi antara bank syariah dan bank konvensional, Mudrajat Kuncoro (2001) yaitu:

a. Bank Syariah

1. Besar kecilnya bagi hasil yang diperoleh, deposito tergantung pada:

Pendapatan bank, nisbah bagi hasil antar nasabah dan bank, nominal deposito nasabah, rata-rata saldo deposito untuk jangka waktu tertentu yang ada pada bank, jangka waktu deposito karena berpengaruh pada lamanya investasi.

2. Bank syariah memberi keuntungan kepada deposan dengan pendekatan LDR yaitu mempertimbangkan rasio antar dana pihak ketiga dengan pembiayaan yang diberikan.
3. Dalam perbankan syariah, LDR bujan saja mencerminkan keseimbangan tetapi juga keadilan, karena bank benar-benar membagi hasil *riil* dari dunia usaha (*loan*) kepada penabung (deposit).

b. Bank Konvensional

1. Besar kecilnya bunga yang diperoleh deposan tergantung pada :
Tingkat bunga yang berlaku, nominal deposito, jangka waktu deposito.
2. Semua bunga yang diberikan kepada deposan menjadi beban langsung
3. Tanpa memperhitungkan beberapa pendapatan yang dihasilkan dari dana yang dihimpun.
4. Konsekuensinya bank dapat menanggung biaya bunga dari peminjam yang ternyata lebih kecil dibandingkan dengan kewajiban bunga deposan. Hal inilah yang disebut dengan *spread* atau keuntungan negatif.

Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil

a. Bunga

1. Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung

2. Besarnya persentasi berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan
 3. Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa mempertimbangkan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi
 4. Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang “*booming*”
 5. Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama, termasuk islam
- b. Hasil

1. Penentuan besarnya rasio / nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi
2. Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh
3. Bagi hasil tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua pihak
4. Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan
5. Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.

Bank syariah menerapkan prinsip bagi hasil, oleh karena itu kondisi besar kecilnya bagi hasil tergantung pada besar kecilnya jual-beli yang dilakukan. Artinya semakin tinggi transaksi

keuntungan yang diperoleh dari jual-beli yang dilakukan maka semakin besar bagi hasil yang diperoleh, dan begitu pula sebaliknya. Sementara pada konvensional dengan sistem bunga menjadi jelas. Artinya, jika seorang menyetorkan uangnya pada bank konvensional dengan tingkat suku bunga 5,5% per tahun, maka jika pada tahun-tahun tersebut terjadi krisis moneter atau kondisi ekonomi yang serba tidak menentu termasuk terjadi krisis politik (Irham, 2015).

Bank konvensional dan bank syariah dalam beberapa hal memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi komputer yang dipergunakan, syarat-syarat umum memperoleh pembiayaan seperti NPWP, proposal, laporan keuangan dan sebagainya. Perbedaan itu menyangkut aspek legal, struktur organisasi, usaha yang dibiayai, dan lingkungan kerja. Masyarakat telah mulai mengenal jelas perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional terutama pada sistem bunga (Interest) (Muhammad, 2014: 231).

2.3.6 Konversi Perbankan

Definisi konversi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah perubahan dari satu sistem pengetahuan ke sistem yang lain atau dapat juga diartikan perubahan dari satu bentuk ke bentuk yang lain. Dalam Pasal 2 Ayat (1) ditegaskan bahwa bank konvensional dapat melakukan perubahan kegiatan usaha menjadi bank syariah. Kapasitas Bank Indonesia dalam pengaturan konversi hanya terkait dengan entitas badan usaha sebagaimana dimaksud

dalam PBI No. 8/3/PBI/2006, tidak termasuk konversi produknya. Bank dalam jangka waktu satu tahun diwajibkan menyelesaikan keberatan-keberatan dari nasabah pengguna produk bank yang bersangkutan (Umam dan Antoni, 2015:77).

Proses Konversi bank konvensional menjadi bank syariah secara teknis tidak dijumpai dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Ketentuan mengenai konversi secara teknis diatur dalam Pasal 2 PBI No. 8/3/PBI/2006 yang intinya menyatakan bahwa bank hanya dapat mengubah kegiatan usahanya menjadi bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dengan izin Gubernur Bank Indonesia, yang mana rencana tersebut wajib dicantumkan dalam rencana bisnis bank. PBI No. 8/3/PBI/2006 sebagaimana tersebut bahwa saat ini telah dicabut dengan PBI No. 11/15/PBI/2009 tentang perubahan kegiatan usaha bank konvensional menjadi syariah. Dalam Pasal 2 Ayat (1) ditegaskan bahwa bank-bank konvensional dapat melakukan perubahan kegiatan usaha menjadi bank syariah. Kemudian Ayat (2) menegaskan bahwa perubahan kegiatan usaha bank konvensional menjadi bank syariah dapat dilakukan oleh Bank Umum Konvensional menjadi Bank Umum Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Umam dan Anotoni, 2015).

Bank konvensional yang akan melakukan perubahan kegiatan usaha menjadi bank syariah harus menyesuaikan anggaran

dasar, memenuhi persyaratan permodalan, menyesuaikan persyaratan direksi dan dewan komisaris, membentuk DPS (Dewan Pengawas Syariah), dan menyajikan laporan keuangan awal sebagai sebuah bank syariah.

Pembentukan bank syariah melalui mekanisme konversi merupakan proses transformasi secara legal formil bank konvensional menjadi bank syariah (Sholihin, 2010). Konversi bank konvensional menjadi bank syariah dipandang merupakan mekanisme yang didasari oleh prosedur dan regulasi perbankan secara komprehensif.

2.4 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian tentang persepsi pedagang terhadap bank syariah telah dilakukan oleh beberapa peneliti, berikut di antaranya:

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Ferry Hidayat (2020) terkait Persepsi dan Sikap Pedagang Muslim di Pasar Panorama terhadap Keberadaan Bank Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi serta sikap yang baik dari pedagang terhadap keberadaan Bank Syariah. Adapun persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Ferry Hidayat dengan peneliti terletak pada pembahasan yaitu sama-sama meneliti tentang bagaimana persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah namun yang berbeda adalah peneliti menggunakan pedagang sebagai subjek dan tidak berfokus pada sikap.

- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Luqman Santoso (2016) terkait Persepsi Masyarakat Umum terhadap Perbankan Syariah. Penelitian tersebut membahas tentang variabel yang mempengaruhi perbankan syariah di antaranya seperti pengetahuan, profesi dan tingkat bagi hasil mempengaruhi persepsi masyarakat umum terhadap perbankan syariah di kabupaten Semarang. Adapun persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Luqman Santoso dengan peneliti terletak pada pembahasan yaitu sama-sama meneliti tentang bagaimana persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah namun yang berbeda adalah peneliti menggunakan pedagang sebagai subjek.
- 3) Penelitian yang dilakukan oleh Puan Mahayesar (2017) terkait Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Ekuivalen Rate Nisbah Bagi Hasil atas Transaksi Perbankan Syariah Penelitian tersebut membahas tentang penerapan sistem syariah ekuivalen rate nisbah bagi hasil yang sering kali membingungkan masyarakat. Adapun persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Puan Mahayesar dengan peneliti adalah sama-sama menganalisis persepsi terhadap perbankan syariah, namun penelitian tersebut lebih berfokus kepada ekuivalen bagi hasil atas transaksi perbankan syariah, sedangkan peneliti hanya berfokus pada persepsi pedagang terhadap kehadiran perbankan syariah.

- 4) Penelitian dilakukan oleh Ariani Dian bertujuan untuk mengamati pengaruh pendidikan, usia dan pelayanan terhadap persepsi masyarakat terhadap bank syariah. Adapun persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Ariani Dian dengan peneliti terletak pada pembahasan yaitu sama-sama meneliti tentang bagaimana persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah namun yang berbeda adalah peneliti menggunakan pedagang sebagai subjek.
- 5) Penelitian jurnal nasional yang dilakukan oleh Junaidi, bertujuan untuk menganalisis persepsi masyarakat dan nasabah terhadap bank syariah di Kota Palopo. Adapun persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Junaidi dengan peneliti terletak pada pembahasan yaitu sama-sama meneliti tentang bagaimana persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah namun yang berbeda adalah peneliti menggunakan pedagang sebagai subjek.

Untuk lebih jelas terkait penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

| No | Nama dan Judul Penelitian | Metode | Hasil | Persamaan dan Perbedaan |
|----|---|-----------------------|---|--|
| 1 | Ferri Hidayat (2020) “Persepsi dan Sikap Pedagang Muslim di Pasar Panorama terhadap Keberadaan Bank Syariah” | Penelitian kualitatif | Pedagang masih menganggap bank syariah dan konvensional tidak ada bedanya, namun sikap masyarakat terhadap bank syariah baik. | Persamaan: Penelitian ini dengan peneliti terletak pada pembahasan yaitu sama-sama meneliti bagaimana persepsi pedagang terhadap bank syariah. Perbedaan: Penelitian yang dilakukan oleh peneliti tidak menganalisis sikap pedagang terhadap bank syariah seperti yang dilakukan pada penelitian ini. |
| 2 | Luqman Santoso (2016) “Persepsi Masyarakat terhadap Perbankan Syariah” | Penelitian lapangan | Variabel pengetahuan dan bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap perbankan syariah, variabel profesi berpengaruh signifikan terhadap bank syariah. | Persamaan: Penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama membahas tentang persepsi terhadap perbankan. Perbedaan: Peneliti menggunakan pedagang sebagai subjek penelitian tidak dengan masyarakat. Dan juga dalam penelitian ini peneliti membandingkan pengaruh variabel terhadap bank syariah. |
| 3 | Puan Mahayesar (2017) “Analisis Persepsi Masyarakat | Penelitian Deskriptif | Masyarakat masih merasa asing dengan transaksi bank syariah, bisa dilihat dari | Persamaan: Penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama menganalisis persepsi terhadap perbankan syariah. |

| No | Nama dan Judul Penelitian | Metode | Hasil | Persamaan dan Perbedaan |
|----|---|-----------|--|---|
| | terhadap Ekuivalen Rate Nisbah Bagi Hasil atas Transaksi Perbankan Syariah” | | presentasi hasil yaitu 32,65 % atau sebanyak 32 dari 48 orang. | Perbedaan: Penelitian ini berfokus kepada ekuivalen bagi hasil atas transaksi perbankan syariah, sedangkan peneliti hanya berfokus pada persepsi pedagang terhadap bank syariah. |
| 4 | Ariani Dian (2017) “Pengaruh Persepsi Masyarakat tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah” | Sampling | Hubungan yang signifikan dan positif terhadap bank syariah di Medan. | Persamaan: penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama meneliti persepsi terhadap perbankan syariah. Perbedaan: Penelitian ini melihat hubungan/pengaruh pendidikan,usia dan pelayanan terhadap minat menabung. |
| 5 | Jurnal Nasional oleh Junaidi (2015) “Persepsi Masyarakat untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah” | Kuesioner | Faktor penentu masyarakat muslim untuk memilih bank syariah adalah religiusitas dan pemahaman. | Persamaan: penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama melihat persepsi terhadap bank syariah. |

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah sekumpulan model konseptual dan kejelasan terkait antara ide yang dinyatakan oleh penulis berdasarkan tinjauan pustaka, dengan melihat bagaimana teori yang

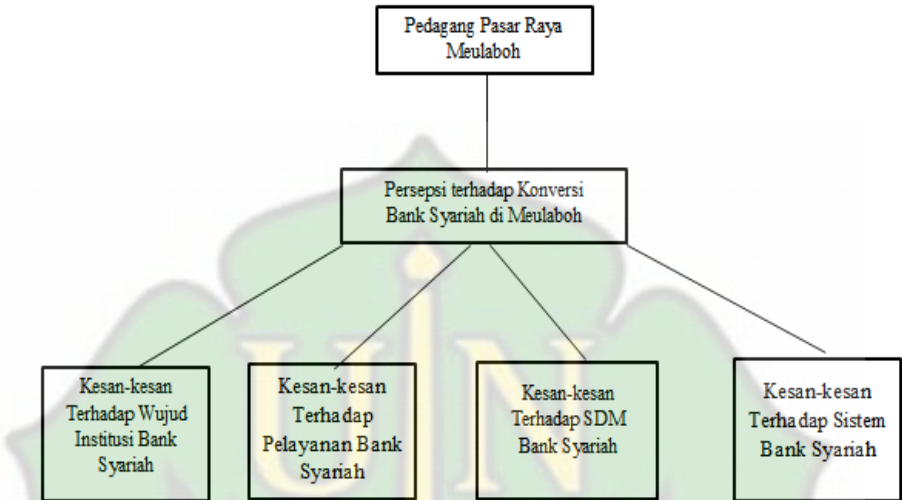
disusun berkaitan dengan berbagai faktor yang telah ditetapkan sebagai masalah yang penting (Sekaran, 2013).

Menurut Sugiyono (2009), kerangka berpikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan, kemudian dianalisis secara kritis dan sistemis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan variabel tersebut yang selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis

Menurut Sabto Haryoko, kerangka berpikir adalah sebuah penelitian yang akan meneliti dua variabel atau lebih. Jika peneliti akan membahas satu variabel atau lebih secara mandiri, maka peneliti hanya bisa mengemukakan deskripsi teoritik dari masing-masing variabel, atau bisa juga mengemukakan argumentasi terhadap variasi besaran variabel yang diteliti.

Dari pembahasan di atas dapat digambarkan Kerangka Berfikir peneliti mengenai Persepsi Pedagang terhadap Bank Syariah sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Berpikir



Berdasarkan gambar 2.2 dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini, peneliti menganalisis persepsi pedagang Pasar Raya di Meulaboh terhadap Bank Syariah pasca konversi di Meulaboh. Setelah melakukan penelitian, akan didapatkan hasil dari persepsi pedagang terhadap perbankan syariah melalui indikator kesan-kesan terhadap wujud institusi bank syariah, kesan-kesan terhadap pelayanan bank syariah, kesan-kesan terhadap SDM bank syariah dan kesan-kesan terhadap sistem bank syariah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*). Dalam penelitian ini, peneliti terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data dari pedagang di Meulaboh, Aceh Barat mengenai persepsi pedagang terhadap perbankan syariah. Penelitian ini dapat disebut dengan penelitian empiris yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancah (lapangan) kerja penelitian (Supardi, 2005).

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis pendekatan kualitatif. Dalam metode kualitatif ini penelitian dilakukan langsung di lapangan atau di lokasi penelitian (Nawawi, 2007). Penelitian lapangan merupakan studi mendalam mengenai unit sosial tertentu, yang hasil penelitian ini memberikan gambaran luas dan mendalam mengenai unit sosial tertentu.

Selain itu, peneliti melakukan penelitian dengan menguraikan fakta-fakta yang terjadi secara alamiah dengan menggambarkannya secara semua kegiatan yang dilakukan melalui pendekatan lapangan.

3.2 Responden Penelitian

Menurut arikunto (2013) responden adalah orang atau objek yang akan merespon atau menjawab pertanyaan peneliti baik secara tertulis maupun lisan.

Adapun responden dalam penelitian ini adalah para pedagang di Pasar Raya meulaboh. Peneliti nantinya akan mewawancarai para pedagang dan akan melihat penilaian pedagang terhadap bank syariah pasca konversi melalui sebaran kuesioner.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Dalam penelitian, populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan dari objek penelitian. Dilihat dari kompleksitas objek populasi, maka populasi dapat dibedakan menjadi populasi homogen dan populasi heterogen.

Populasi homogen adalah keseluruhan individu yang menjadi anggota populasi memiliki sifat yang relatif sama antara yang satu dan yang lain mempunyai ciri tidak terdapat perbedaan hasil tes dari jumlah tes populasi yang berbeda. Sedangkan populasi heterogen adalah keseluruhan individu anggota populasi relatif mempunyai sifat-sifat individu dan sifat ini yang membedakan antara individu anggota populasi yang satu dengan yang lain. (Noor, 2011). Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Adapun total pedagang yang ada di Pasar Raya

Meulaboh berjumlah 985 pedagang yang terbagi kepada beberapa lokasi. Namun dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah bagian *central* Pasar Raya Meulaboh yang melakukan transaksi perdagangan pakaian, sepatu dan tas yang berjumlah 91 pedagang.

3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Metode dalam pengambilan sampel ini adalah menggunakan teknik *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang menjadi sampel. Sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah *stratified Random* yaitu penentuan sampel yang diambil dari populasi yang dibagi dalam berbagai kriteria, lalu sampel tersebut diambil dari masing-masing dari kriteria tersebut atau perwakilan dari setiap kriteria. Kriteria yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah mereka yang menjadi nasabah bank syariah dan mereka yang berumur diatas 21 tahun. Dengan demikian dari total jumlah populasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

N = sampel

N = populasi

e = batas toleransi kesalahan pengambilan sampel sebesar 15% atau 0,15 untuk jumlah populasi sebanyak 91 populasi,

untuk mengetahui jumlah sampel penelitian berikut perhitungannya

$$n = \frac{91}{1 + 91 (0,15)^2}$$

$$n = \frac{91}{1 + 91 (0,0225)}$$

$$n = \frac{91}{3,0475}$$

$$n = 29,86$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh sampel sebanyak 29,86 dibulatkan menjadi 30. Jadi sampel yang digunakan menjadi 30 responden

3.4 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data dan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti (responden). Data yang didapatkan sebagian besar merupakan data deskriptif. Namun pengumpulan data dapat dirancang untuk menjelaskan sebab akibat atau pengungkapan ide-ide (Arikunto, 2013). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dan hasil kuesioner dari pihak pedagang di Pasar Raya terkait persepsi terhadap bank syariah di Meulaboh pasca konversi.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi serta fakta pendukung yang ada di lapangan untuk keperluan penelitian. Teknik pengumpulan data tentu sangat ditentukan oleh metodologi penelitian yang diambil atau dipilih oleh peneliti (Sugiyono, 2016). Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara dan kuesioner.

3.5.1 Wawancara

Wawancara yang peneliti lakukan adalah dengan menggunakan pedoman wawancara tidak terstruktur, (Notoatmodjo, 2005: 102) digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila penulis atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang akan dikumpulkan. Adapun wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang sudah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data penelitian. Pedoman yang dilakukan hanyalah garis besar permasalahan dari penelitian (Sugiyono, 2005).

Jenis wawancara ini bersifat fleksibel, yaitu peneliti dapat mengikuti minat dan pemikiran partisipan. Pewawancara bebas menanyakan dengan berbagai pertanyaan kepada partisipan dalam urutan maupun bergantung pada jawaban.

3.5.2 Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen penelitian yang terdiri dari rangkaian pertanyaan yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari responden. Kuesioner dapat dianggap sebagai wawancara tertulis. Cara ini dapat dilakukan dengan tatp muka, melalui telepon, komputer bahkan pos

Kuesioner adalah cara pengumpulan informasi dalam jumlah besar yang relatif murah, cepat dan efisien. Dengan kuesioner kita juga bisa mendapatkan data dari sampel orang banyak. Pengumpulan datanya juga relatif cepat karena peneliti tidak perlu hadir pada saat pengisian kuesioner.

Menurut Creswell dalam Sugiyono (2016) menyatakan bahwa angket merupakan teknik pengumpulan data dimana partisipan/responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien dan kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat dikirim kepada responden secara langsung atau dikirim kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. Dalam penelitian ini kuesioner dibagikan secara langsung kepada 25 orang pedagang.

Menurut Sugiyono (2010) skala yang digunakan dalam tes ini menggunakan modifikasi skala likert dengan interval 1-4 alternatif jawaban, dengan pemberian bobot skor jawaban yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 1
Skor Jawaban Kuesioner

| Alternatif Jawaban | Kategori |
|---------------------|----------|
| Sangat Setuju | 4 |
| Setuju | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

Sumber : diolah pada 2021

3.6 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dapat ditarik kesimpulannya.

Variabel dalam penelitian ini adalah persepsi pedagang terhadap bank syariah. Indikator dalam penelitian ini yaitu tentang persepsi pedagang tentang adanya bank syariah yang tersebar di Aceh Barat pasca terjadinya konversi dari bank konvensional menjadi bank syariah. Variabel penelitian dipaparkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Variabel Penelitian dan Pengukuran

| No. | Variabel | Definisi | Indikator | Skala Ukur |
|-----|----------|---|--|---|
| 1 | Persepsi | Persepsi adalah proses memberi arti terhadap lingkungannya. Individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera | <ul style="list-style-type: none"> • Kesan-kesan terhadap wujud institusi bank syariah • Kesan-kesan terhadap pelayanan bank syariah | Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert 1-4 |

| No. | Variabel | Definisi | Indikator | Skala Ukur |
|-----|----------|---|---|------------|
| | | mereka memaknai obyek atau lingkungan yang di lihatnya (Robbins, 2001) | <ul style="list-style-type: none"> • Kesan-kesan terhadap SDM bank syariah • Kesan-kesan terhadap sistem bank syariah | |

(Sumber: Riyanto, 2017).

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode dalam memproses data menjadi informasi. Saat melakukan suatu penelitian, kita perlu menganalisis data agar data tersebut mudah dipahami.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Miles and Huberman. Analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.

Langkah-langkah analisis sebagai berikut: Sugiyono (2016)

a. Data *reduction* (reduksi data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlah cukup banyak, untuk itu perlu dicata secara detail dan teliti. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema, dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data serta mencari apabila diperlukan.

b. Data *display* (penyajian data)

Setelah data dikoreksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat dengan teks yang bersifat naratif.

c. *Conclusion drawing/verification* (penarikan kesimpulan)

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan data akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukung tahap-tahap berikut. Dengan demikian, kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.

Adapun cara untuk menganalisis rata-rata kuesioner adalah sebagai berikut :

Untuk menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Untuk lebih jelas, berikut rumusnya :

$$\frac{\sum \text{jawaban kuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor Rata - rata}$$

Sumber : Husein Umar (2011)

Namun sebelum ditetapkan skor rata-rata, peneliti menguji instrument penelitian melalui uji validitas dan uji reabilitas.

Tahap ini dilakukan untuk melihat seberapa besar keakuratan dan konsistensi dari instrument yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk itu, berikut penjelasan selengkapnya.

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013) uji validitas adalah suatu uji yang berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner atau angket yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan atau tidak *valid*. Pengujian dilakukan secara statistic menggunakan bantuan fasilitas computer dengan program *Statistic Package For Social Science* (SPSS) (Umar, 2011).

Menurut Ghozali (2011) untuk melihat suatu kuesioner valid atau tidak valid yaitu dengan cara :

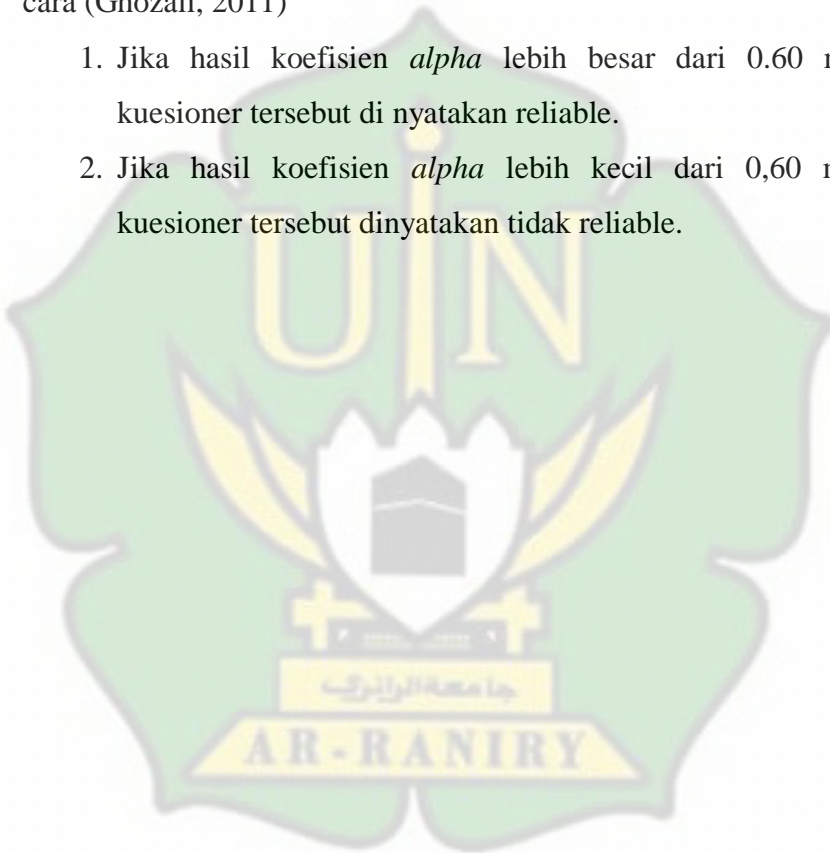
1. Jika r hitung $>$ r tabel , maka pernyataan dari kuesioner dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan dari kuesioner dinyatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Realibilitas adalah suatu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu pada penelitian ini pengukuran reliabilitas dilakukan den *one shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antara jawaban

pernyataan. Dalam hal ini SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara (Ghozali, 2011)

1. Jika hasil koefisien *alpha* lebih besar dari 0.60 maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.
2. Jika hasil koefisien *alpha* lebih kecil dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.



BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah berdirinya Pasar Raya Meulaboh

Pasar Aceh juga dikenal dengan Pasar Baro. Pasar ini satu-satunya sentral Tionghoa (Cina) di Kota Meulaboh, yang sudah hadir sejak periode Kesultanan Aceh tahun 1860, dan masih bertahan pada era Belanda di Aceh. Darimana asal usul Pasar Aceh? Istilah Pasar Aceh ini berasal dari aktivitas pasar yang dilaksanakan oleh orang-orang di tempat tersebut, yang kemudian diberikan kata Aceh, walaupun aktifitas di sini juga dipenuhi keturunan Tionghoa. Kemungkinan besar nama Pasar Aceh ini dijuluki oleh Pemerintah Daerah. Di tanah Teuku Umar ini, budaya Tionghoa hidup dan disemai, walaupun mereka tinggal tersebar di luar Pasar Aceh, namun di wilayah inilah aktifitas Cina paling dominan. Pada dasarnya, Pasar Baro adalah perluasan dari Pasar Aceh, yaitu perluasan dari Peukan Gambe, makanya dinamakan dengan Pasar Baro, artinya pasar yang baru. Wilayah Pasar Baro terkenal dengan Pantai Kasih-nya yang dihiasi dengan Tangki Kuning PT Socfindo, pada saat tsunami hanyut ke perbatasan Kampung Belakang dan Suak Indrapuri, dan kemudian oleh pihak PT Socfindo membelah tangki tersebut untuk dibersihkan. Di pantai ini banyak sekali tumbuh pohon-pohon asam Jawa, sebagian riwayat menyebutkan dibawa dan ditanam oleh serdadu Belanda.

Pasar Aceh juga terletak Pelabuhan Serbu Pem atau Pelindo yang disinggahi kapal-kapal luar negeri untuk memuat barang-barang hasil bumi diekspor ke luar negeri. Barang-barang ekspor seperti Lada, Kopra, Cengkeh, Karet dan Rotan. Hasil bumi tersebut utamanya dibawa ke Penang, India, Inggris dan Arab. Bongkar muat pelabuhan Samudera teluk Meulaboh di Pasar Aceh dilakukan oleh ramai pekerja di pelabuhan. Isnu Kembara mengatakan bahwa Pasar Aceh adalah kata pertama menggambarkan keadaan pertokoan di daerah ini, waktu itu dapat dikatakan bahwa Pasar Aceh terletak di sekitar toko batu, yang terdapat Toko Dewata dan Pedoman pada tahun 80-an. Pada periode berikutnya, dibangun toko-toko baru ke arah pelabuhan Pelindo atau Serbu Pem atau Bom, daerah inilah yang dinamakan dengan Pasar Baro. Namun dalam perkembangannya semua administrasi daerah tersebut masuk ke dalam Gampong Pasar Aceh. Sedangkan Pasar Baro, tempat dimana direlokasi tukang pangkas dari Ujong Kalak tepatnya Pantai Kasih yang Asal Usul dibangun dengan bangunan khas menjorok di seputaran Pantai Kasih termasuk fasilitas-fasilitas umum. Pasar Baro memiliki pesona pantai teramat indah dengan teluknya Padang Seurahet. Ini potret zaman dahulu Pasar Baru terletak dihadapan Teluk Samudera penuh dengan pemandangan kapal-kapal berlabuh. Jika sore hari, aktifitas para nelayan menyandarkan barisan perahunya menjadi panorama indah hingga tenggelam matahari. Pantai Pasar Baro berubah namanya, kawula muda mengenalnya Pantai Kasih, sebutan aslinya semakin

memudar. Sebagiannya merekam dalam ingatan dengan beragam kenangan. Menurut Isnu Kembara, Pasar Aceh dibangun tahun 1904. Pembangunan Pasar Aceh dirancang oleh orang Aceh yang berada di Penang kemudian membangun Pasar Aceh di Meulaboh sehingga wajah Pasar Aceh merupakan “lukisan sejarah” antara Meulaboh dengan Penang. Disinilah berlokasi Kedai Batee, toko modern pertama yang dibuat dengan beton di Kota Meulaboh dengan arsitektur yang sama dengan kedai yang ada Penang. Pada perkembangannya, Pasar Baro ini menjadi sentral perbankan seperti BRI dan BNI.

Gambaran bangunan Pasar Aceh tempo dulu berdingding papan dengan atap seng, kemudian tiang depan terdiri dari tiang beton besar, kiri kanan jalan (sekarang: Jalan Sudirman) bangunan Pasar Aceh dilihat dari kejauhan cukup teratur sehingga para pedagang menjadi ramai. Salah satu kedai toko milik orang kaya di Meulaboh adalah H. Dariyah. Bagian belakang kedainya tersebut sering diadakan rapat-rapat rahasia para pejuang kemerdekaan Republik Indonesia dibawah pimpinan H. Daod Dariyah, anaknya.

Dalam perkembangannya, pada tahun 1904 Pasar Aceh disambung pembangunan ke arah pelabuhan, yaitu Pasar Baru dengan bangunan seperti Pasar Aceh. Akan tetapi bagian depan kedai tiangnya terdiri kayu balok yang didatangkan dari Penang. Sementara suasana perdagangan dan perekonomian rakyat semakin semarak. Kapal-kapal dari dunia luar terus bertambah dengan

berbagai barang ekspor masuk ke pelabuhan Meulaboh seperti Lada, Kopra, Karet, Pinang, Cengkeh, Lawang, Rotan dan lainnya.

Pada tahun 1942, Jepang masuk ke Meulaboh mengusir tentara Belanda dari Tangsi Meulaboh. Tentara Belanda pindah ke Singkil sebelum keluar dari Aceh. Kondisi politik negeri yang tidak stabil, ternyata tidak mengganggu perdagangan di Pasar Baru dan Pasar Aceh seutuhnya, kapal-kapal di pelabuhan tetap berlabuh meskipun dalam keadaan huru-hara. Pusat perdagangan Pasar Aceh dan Pasar Baru tetap berlanjut walau situasi dan kondisi mencemaskan. Dalam situasi darurat, pejuang barat Aceh tidak gentar melawan kekejaman Jepang.

Di Meulaboh, pemuda-pemuda Ujong Kalak adalah barisan terkuat merebut kedaulatan dan mengusir Jepang dari belahan Barat Aceh. Hingga kemerdekaan 1945, aktifitas Pasar Aceh dan Pasar Baru sebagai kota perdagangan dan pusat ekonomi bahagian pantai Barat Aceh semakin besar dan maju. Ketika Barter di zaman 1970-an, peran strategis Pasar Aceh dan Pasar Baru tetap maju pesat tatkala angkutan laut tidak mendapat kendala. Dapat dikatakan pelabuhan Meulaboh teramai di pantai Barat Aceh, bahkan wilayah Sumatera Utara (Inang-inang) belanja di Pasar Aceh dan Pasar Baru yang kemudian dibawa ke Medan.

Bahkan kebakaran Pasar Baro tahun 1970 di pusat perbelanjaan ini tidak membuat bisnis di sini musnah. Pemerintah membangun kembali Pasar Baro, seiring waktu geliat bisnis terus berkembang dan dipenuhi oleh beragam orang, pelabuhan tetap

Berjaya. Sampai tahun 1990-an pasar ini sangat ramai dan merupakan pusat perdagangan di Kota Meulaboh. Sekitar 200 pintu toko menghiasi tempat ini dengan berbagai aktivitas bisnis, dari bahan pakaian sampai alat pemancingan. Pusat pasar ini mulai hilang pamornya ketika terjadi kebakaran hebat pada pertengahan tahun 1990-an yang menyebabkan sebagian besar toko yang berbahan beton dan kayu itu hangus terbakar, sehingga muncul ide untuk mengubah fungsi Pasar Aceh sebagai Front Walter City dimana dilakukan pergeseran tata letak sehingga diharapkan toko-toko yang ada tidak membelakangi sungai dan laut. Namun proses ini berlarut-larut karena tidak adanya kesepakatan yang baik dengan pemilik tanah sehingga terbengkalai lama, hingga akhirnya tsunami. Pasca rehab rekon dibangun sebanyak 42 ruko dari Tear Fund.

Tahun 2004 saat tsunami meluluh lantakkan Kota Meulaboh dan melenyapkan gedung-gedung megah di Pasar Baro dan Pasar Aceh. Mayat manusia, hewan, dan sampah rongsokan menyatu disepantaran wilayah ini. Pasca rekonstruksi dan rehabilitasi Pasar Baro dan Pasar Aceh oleh NGO-NGO dalam dan luar negeri telah membangun fisik baru. Berharap tua kembali ke Kota Tuha Pasar Baro dan Pasar Aceh, ternyata pasar tersebut menunggu kembali rohnya seperti tempo dulu. (Teuku Dadok dan Isnur Kembara dari Berbagai Sumber).

Pasar Raya Meulaboh ber alamat di Jalan H.Daud Dariyah, Ujong Baroh, Kecamatan Johan Pahlawan , Kabupaten Aceh Barat, Aceh.

4.2 karakteristik Responden

Dalam penelitian ini ditekankan untuk melihat bagaimana persepsi pedagang di Pasar Raya Meulaboh terhadap bank syariah pasca konversi. Responden dalam penelitian ini adalah pedagang yang menjadi nasabah bank syariah. Oleh karena itu, yang menjadi populasi adalah pedagang yang menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan sampel yang di ambil adalah populasi yang betul-betul representatif (mewakili) yaitu berjumlah 30 orang responden. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pedagang yang menjadi nasabah bank syariah. . jumlah kuesioner yang disebarakan adalah sebanyak 30 kuesioner dan responden telah mengisi semua kuesioner dengan benar dan sesuai dengan petunjuk pengisian kuesioner.

Untuk memudahkan mengidentifikasi responden dalam penelitian ini, data identitas responden di peroleh dari kuesioner yang telah diisi oleh responden. Karakteristik responden yang menjadi sampel yang menjadi sampel dalam penelitian ini di bagi menjadi beberapa kelompok yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, lama menjadi nasabah bank syariah dan produk bank syariah yang digunakan.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan responden sebanyak 30 orang. Dari sebagian besar responden dapat dilihat bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki yang ikut berpartisipasi dalam pembagian kuesioner yang dibagikan oleh peneliti adalah sebanyak 14 orang atau 47% dari seluruh responden yang terpilih, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 16 orang atau 53% dari keseluruhan responden yang terpilih. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada table 4.1

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase (%) |
|----|---------------|-----------|----------------|
| 1 | Laki-laki | 14 | 47 % |
| 2 | Perempuan | 16 | 53 % |
| | Total | 30 | 100 % |

Sumber: data primer yang diolah 2021

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari hasil penelitian mengenai karakteristik responden mengenai usia dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan responden sebanyak 30 orang. Dari hasil sebaran kuesioner sebagian besar pedagang yang menjadi nasabah bank syariah pada usia > 40 tahun sebanyak 6 orang atau 20% , dari keseluruhan responden, responden yang berusia 31 – 40 tahun sebanyak 5 orang atau 16% dari keseluruhan responden, responden yang berusia 26 – 30 tahun sebanyak 11 orang atau 37% dari keseluruhan responden,

responden yang berusia < 25 tahun sebanyak 8 orang atau 27% dari keseluruhan responden. Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| No | Usia | Jumlah | Persentase % |
|----|---------------|-----------|--------------|
| 1 | < 25 tahun | 8 | 27 % |
| 2 | 26 – 30 tahun | 11 | 37 % |
| 3 | 31 – 35 tahun | 5 | 16 % |
| 4 | >41 tahun | 6 | 20 % |
| | Total | 30 | 100 % |

Sumber: data primer yang diolah 2021

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Dari hasil penelitian mengenai karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan responden sebanyak 30 orang. Dari hasil sebaran kuesioner dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yang berpendidikan terakhir SMP sebanyak 1 orang atau 3% dari keseluruhan responden, responden yang berpendidikan terakhir SMA sebanyak 26 orang atau 87% dari keseluruhan responden, responden yang berpendidikan D3 – S1 sebanyak 3 orang atau 12% dari keseluruhan responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

| No | Pendidikan Terakhir | Jumlah | Persentase % |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1 | SMP | 1 | 3% |
| 2 | SMA | 26 | 87% |
| 3 | D3 – S1 | 3 | 10% |
| | Total | 30 | 100% |

Sumber: data primer yang diolah 2021

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Dari hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan responden sebanyak 25 orang. Sebagian besar pedagang diukur dari seberapa lama menjadi nasabah bank syariah. Rata-rata pedagang yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner telah menjadi nasabah < 1 tahun sebanyak 14 orang atau 47% kemudian 12 orang atau 40% responden berdasarkan lama menjadi nasabah 1 – 5 tahun, dan sebanyak 4 orang atau 13% responden berdasarkan lama menjadi nasabah > 5 tahun dari keseluruhan responden. Jumlah karakteristik responden berdasarkan seberapa lama menjadi nasabah dapat dilihat pada tabel 4.4

Tabel 4 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

| No | Lama Menjadi Nasabah | Jumlah | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|--------------|
| 1 | < 1 tahun | 14 | 47% |
| 2 | 1 – 5 tahun | 12 | 40% |
| 3 | >5 tahun | 4 | 13% |
| | Total | 30 | 100% |

Sumber : data primer yang diolah 2021

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Bank Syariah Yang Digunakan

Dari hasil penelitian mengenai karakteristik responden berdasarkan produk bank syariah yang digunakan dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan responden sebanyak 30 orang. Dari hasil sebaran kuesioner dapat dilihat bahwa sebanyak 6 orang atau 20% responden menggunakan produk pembiayaan pada bank syariah, sedangkan sebanyak 24 orang atau 80% responden menggunakan produk tabungan pada bank syariah. Jumlah karakteristik responden berdasarkan produk bank syariah yang digunakan dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Bank Syariah Yang Digunakan

| No | Produk Bank Syariah Yang Digunakan | jumlah | Persentase % |
|-----------|---|---------------|---------------------|
| 1 | Tabungan | 24 | 80% |
| 2 | Pembiayaan | 6 | 20% |
| | Total | 30 | 100% |

Sumber: data primer yang diolah 2021

4.3 Hasil Uji Instrumen

4.3.1 Uji Validitas Sampel

Uji validitas digunakan untuk melihat apakah instrument yang dipakai pada penelitian ini benar-benar valid dengan membandingkan nilai r hitung $>$ r tabel. Adapun cara melihat nilai r tabel yaitu $df = n - 2$ dengan tingkat signifikan untuk uji dua arah ($\alpha = 0,05$). Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6
Uji Validitas

| Variabel | r tabel | R hitung | Sig | Keterangan |
|--------------------------|---------|----------|------|------------|
| Persepsi Pedagang | | | | |
| PP 1 | 0,3610 | 0,833 | 0,00 | Valid |
| PP 2 | 0,3610 | 0,848 | 0,00 | Valid |
| PP 3 | 0,3610 | 0,904 | 0,00 | Valid |
| PP 4 | 0,3610 | 0,827 | 0,00 | Valid |
| PP 5 | 0,3610 | 0,688 | 0,00 | Valid |
| PP 6 | 0,3610 | 0,684 | 0,00 | Valid |
| PP 7 | 0,3610 | 0,883 | 0,00 | Valid |
| PP 8 | 0,3610 | 0,843 | 0,00 | Valid |
| PP 9 | 0,3610 | 0,857 | 0,00 | Valid |
| PP 10 | 0,3610 | 0,852 | 0,00 | Valid |
| PP 11 | 0,3610 | 0,872 | 0,00 | Valid |
| PP 12 | 0,3610 | 0,877 | 0,00 | Valid |
| PP 13 | 0,3610 | 0,842 | 0,00 | Valid |
| PP 14 | 0,3610 | 0,802 | 0,00 | Valid |
| PP 15 | 0,3610 | 0,785 | 0,00 | Valid |
| PP 16 | 0,3610 | 0,758 | 0,00 | Valid |
| PP 17 | 0,3610 | 0,849 | 0,00 | Valid |
| PP 18 | 0,3610 | 0,872 | 0,00 | Valid |
| PP 19 | 0,3610 | 0,752 | 0,00 | Valid |
| PP 20 | 0,3610 | 0,872 | 0,00 | Valid |

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam instrument yang digunakan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai rhitung dan rtabel dan hasilnya menunjukkan bahwa rhitung setiap komponen lebih besar dari pada rtabel (0,3610) atau rhitung > nilai rtabel.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini untuk melihat kestabilan kuesioner yang digunakan. Suatu kuesioner yang dikatakan reliable

atau handal jika jawaban responden terhadap setiap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hal ini dinilai dengan melihat cronbach alpha (α) > 0,60. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas

| Variabel | Jumlah Item | Cronbach alpa | Keterangan |
|--|-------------|---------------|------------|
| Persepsi Pedagang Terhadap Bank Syariah Pasca Konversi | 20 | 0.976 | Reliabel |

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid. Satu variabel dikatakan reliable atau handal jika jawaban terhadap pernyataan selalu konsisten . jadi hasil koofisien reliabilitas instrument persepsi pedagang terhadap bank syariah pasca konversi sebesar 0,976 yang memiliki nilai” cronbach alpha” lebih besar dari 0,60 yang artinya instrument pada penelitian ini dinyatakan reliable atau memnuhi syarat.

4.4 Persepsi Pedagang Di Pasar Raya Meulaboh Terhadap Bank Syariah Pasca Konversi

Bank syariah yaitu suatu bank yang dalam aktivitasnya baik dalam penghimpun dana maupun dalam rangka penyalura dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah. Pada dasarnya tiga fungsi utama perbankan yaitu (menerima titipan dana, meminjamkan uang, dan jasa pengiriman uang) adalah

boleh dilakukan, kecuali bila dalam melaksanakan fungsi perbankan melakukan hal-hal yang bertentangan dengan syariah. Dalam praktik bank konvensional (sebelum dikonversi) , fungsi tersebut dilakukan berdasarkan prinsip bunga. Bank konvensional tidak serta merta identik dengan riba, namun kebanyakan praktik bank konvensional dapat digolongkan sebagai transaksi ribawi.

Adapun persepsi pedagang di Pasar Raya Meulaboh terhadap bank syariah pasca konversi di ukur dengan 4 indikator yang diubah menjadi 20 pertanyaan. Indikator persepsi pedagang di pasar raya meulaboh pasca konversi adalah kesan-kesan terhadap wujud institusi bank syariah, kesan-kesan terhadap pelayanan bank syariah, kesan-kesan terhadap SDM bank syariah dan kesan-kesan terhadap sistem bank syariah. Data yang terkumpul dari jawaban responden mengenai persepsi pedagang di Pasar Raya Meulaboh terhadap bank syariah pasca konversi dapat di jelaskan secara rinci pada tabel di bawah ini

4.4.1 Persepsi Responden Berdasarkan Indikator Kesan Terhadap Wujud Institusi Bank Syariah

Persepsi responden terhadap wujud institusi bank syariah merupakan gambaran tentang apa yang terasakan atau terpikirkan setelah pedagang melihat wujud atau bentuk sebuah bank syariah. Adapun untuk mengukur persepsi pedagang terhadap wujud institusi bank syariah dijabarkan dalam bentuk 5 pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.8**Kesan-kesan terhadap wujud institusi bank syariah**

| No. | Pertanyaan | Bobot/Skor | | | | Rata-rata |
|------------------------|--|------------|-----------|----------|-----------|-------------|
| | | STS (1) | TS (2) | S (3) | SS (4) | |
| 1 | Bank syariah berbeda dengan bank konvensional baik dari segi prinsip maupun operasional | 6 | 8 | 13 | 3 | 2,92 |
| 2 | Bank syariah adalah bank yang paling menguntungkan dan adil secara ekonomi | 4 | 10 | 14 | 2 | 2,96 |
| 3 | Bank syariah adalah bank yang islami | - | 3 | 23 | 4 | 3,64 |
| 4 | Bank syariah menjalankan aktivitas bisnis dan perdagangan berdasarkan pada kewajaran dan keuntungan yang halal | - | 6 | 18 | 6 | 3,60 |
| 5 | Bank syariah merupakan salah satu bank yang memperoleh tingkat kepercayaan yang baik dari masyarakat | 5 | 10 | 14 | 1 | 2,84 |
| Total rata-rata | | | | | | 3,19 |

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.8 pada indikator kesan-kesan terhadap wujud institusi bank syariah dengan menggunakan 5 pernyataan diperoleh total nilai rata-rata sebesar 3,19. Pernyataan mengenai bank syariah adalah bank yang islami merupakan pernyataan yang memiliki rata-rata tertinggi terkait kesan-kesan terhadap wujud institusi bank syariah sebesar 3,64.

Selain itu, kesan-kesan pedagang menyatakan bahwa bank syariah menjalankan aktivitas bisnis dan perdagangan berdasarkan kewajaran dan keuntungan yang halal nilai rata-ratanya sebesar 3,60 yang artinya pedagang merespon setuju terkait dengan pernyataan tersebut. Selanjutnya pernyataan tentang bank syariah

adalah bank yang paling menguntungkan dan adil secara ekonomi mendapatkan nilai rata-rata sebesar 2,96 sedangkan pernyataan tentang bank syariah berbeda dengan bank konvensional baik dari segi prinsip maupun operasional mendapatkan nilai rata-rata sebesar 2,92, dan yang terakhir pernyataan tentang bank syariah merupakan salah satu bank yang memperoleh tingkat kepercayaan yang baik dari masyarakat mendapatkan nilai rata-rata sebesar 2,84.

Pedagang secara keseluruhan cukup merespon dengan baik dengan pengkonversian bank konvensional menjadi bank syariah di kota Meulaboh. Kebanyakan pedagang sudah pernah mendengar istilah bank syariah dan sangat mendukung proses pengkonversian ini, salah satu pedagang berpendapat :

“ Saya sangat setuju dengan bank syariah ini, karena kita sebagai orang Islam memang harus menggunakan bank yang sesuai dengan syariat Islam “

Hal yang sama juga di kemukakan oleh salah satu pedagang , beliau mengatakan :

“ Bank syariah sekarang lebih jelas dalam berbagai aspek terutama dalam hal akad , jadi saya lebih bisa memilih akad apa yang akan saya gunakan “

Namun masih banyak pedagang yang menganggap bahwa bank syariah dan bank konvensional itu sama saja, hanya istilahnya yg berbeda, beliau mengatakan :

“ Saya membuka tabungan di bank karena di suruh sama bos di tempat saya bekerja untuk keperluan kerja, saat itu

saya membuka tabungan di bank konvensional, tetapi dua bulan kemudian disuruh pindahkan ke bank syariah , saya tidak tau perbedaannya apa , bagi saya semua bank sama saja karena sama-sama untuk menyimpan uang ”

Kurangnya pemahaman pedagang mengenai bank syariah juga dibenarkan oleh salah satu pedagang, masih ada yang belum tahu mengenai istilah-istilah yang ada di bank syariah, beliau mengatakan :

“ Saya hanya tahu bank konvensional itu pakai sistem bunga , sedangkan bank syariah pakai bagi hasil tapi saya tidak tahu apa itu sistem bunga, apa itu bagi hasil dan apa perbedaannya”

4.4.2 Persepsi Responden Berdasarkan Indikator Kesan Terhadap Pelayanan Bank Syariah

Persepsi responden terhadap pelayanan bank merupakan gambaran tentang penilaian terhadap apa yang dirasakan atau terpikirkan oleh nasabah tentang kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses dan lingkungan dalam sebuah bank syariah. Adapun untuk mengukur persepsi pedagang terhadap pelayanan bank syariah dijabarkan dalam bentuk 5 pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.9**Kesan-kesan Terhadap Pelayanan Bank Syariah**

| No. | Pertanyaan | Bobot/skor | | | | Rata-rata |
|------------------------|--|------------|-----------|----------|-----------|-------------|
| | | STS (1) | TS (2) | S (3) | SS (4) | |
| 1 | Jasa pelayanan yang diberikan oleh bank syariah sesuai dengan kebutuhan masyarakat | - | 12 | 15 | 3 | 3,24 |
| 2 | Karyawan bank syariah ramah dan sopan | - | 11 | 16 | 3 | 3,28 |
| 3 | Akses-akses pelayanan bank syariah mudah dijangkau | 2 | 13 | 14 | 1 | 2,96 |
| 4 | Bank syariah mampu menjadi solusi kebutuhan masyarakat akan transaksi syariah | - | 15 | 11 | 4 | 3,16 |
| 5 | Lokasi ATM bank syariah mudah dijangkau masyarakat | - | 15 | 12 | 3 | 3,12 |
| Total rata-rata | | | | | | 3,14 |

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.9 pada indikator kesan-kesan terhadap pelayanan bank syariah dengan 5 pernyataan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,14. Pernyataan tentang karyawan bank syariah ramah dan sopan mendapatkan nilai rata-rata tertinggi terkait kesan-kesan terhadap pelayanan bank syariah yaitu sebesar 3,28.

Selanjutnya pernyataan tentang jasa pelayanan yang diberikan oleh bank syariah sesuai dengan kebutuhan masyarakat mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,24 yang artinya jasa pelayanan yang diberikan oleh bank syariah sudah sesuai dengan kebutuhan pedagang. Selain itu pernyataan pedagang tentang bank syariah mampu menjadi solusi kebutuhan masyarakat akan transaksi syariah dengan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,16. Selanjutnya menurut para pedagang lokasi ATM bank syariah

mudah dijangkau oleh masyarakat yaitu dengan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,12. Pernyataan mengenai akses-akses pelayanan bank syariah mudah dijangkau mendapatkan nilai rata-rata 2,96.

Sebagian pedagang berpendapat bahwa mereka senang dengan pelayanan di bank syariah karena karyawan bank syariah sangat ramah dan sopan, hal itu yang sangat di butuhkan oleh masyarakat, salah satu pedagang berpendapat:

“ saya merasa nyaman saat ingin bertransaksi di bank syariah , karyawan nya sangat ramah dan sopan , mereka selalu senyum saat melayani nasabah “

Hal yang sama juga dikatakan oleh salah satu pedagang , beliau mengatakan:

“ karyawan bank syariah sangat ramah, mereka melayani nasabah dengan lemah lembut , jadi saya sebagai pedagang merasa nyaman “

Namun saat awal-awal di konversikannya bank syariah , banyak pedagang yang mengeluh karena merasa kesulitan saat akan melakukan proses konversi, pedagang menilai pihak bank belum matang dalam penyediaan layanan informasi. Selain itu proses pengkonversian memakan waktu yang sangat lama akibat jumlah nasabah yang mengantri sangat panjang, seharusnya pihak bank bisa menangani dengan lebih baik, hal ini disampaikan oleh salah satu pedagang, beliau mengatakan :

“ Proses nya sangat lama , antrian nya sangat panjang , harusnya pihak bank bisa memaksimalkan kinerjanya ,

waktu banyak yang terbuang karena mengantri, harusnya cukup 10 menit untuk 1 orang”

Bank syariah menyediakan ATM dan juga menyediakan aplikasi mobile banking, dimana aplikasi tersebut bisa mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi secara online. Namun pedagang menilai jaringan bank syariah sering *error*, hal ini menyebabkan proses bertransaksi jadi terganggu sehingga pedagang kesulitan saat harus memesan barang dagangannya secara online, hal ini diungkapkan oleh seorang pedagang, beliau meng atakan :

“ Jaringan nya sering macet , susah waktu kita mau transfer duit untuk memesan barang ke distributor “

Akan tetapi untuk fitur di dalamnya, para pedagang lebih menyukai fitur *mobile banking* ataupun fitur di dalam ATM bank syariah karena fiturnya lebih banyak dan lengkap , seperti yang di katakana oleh salah satu pedagang , beliau mengatakan :

“ saya lebih suka mobile banking yang sekarang (syariah) karena fiturnya lebih lengkap , selain bisa langsung transfer ke toko online nya , kita juga bisa sekalian berinfaq dan berzakat , karena ada tersedia fiturnya di dalam mobile banking “

4.4.3 Persepsi Responden Berdasarkan Indikator Kesan Terhadap SDM Bank Syariah

Persepsi responden terhadap SDM (Sumber Daya Manusia) merupakan penilaian nasabah terhadap kinerja, sikap, keterampilan

ataupun kemampuan karyawan pada bank syariah. Adapun untuk mengukur persepsi pedagang terhadap SDM bank syariah dijabarkan dalam bentuk 5 pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.10

Kesan-kesan Terhadap SDM Bank Syariah

| No. | Pertanyaan | Bobot/skor | | | | Rata-rata |
|--------------------|---|------------|-----------|----------|-----------|-------------|
| | | STS (1) | TS (2) | S (3) | SS (4) | |
| 1 | Karyawan bank syariah memiliki pemahaman yang baik terkait dengan produk yang di tawarkan | - | 13 | 17 | - | 3,08 |
| 2 | Karyawan bank syariah mampu memberikan penjelasan dan gambaran tentang produk dan sistem bank syariah | - | 10 | 20 | - | 3,20 |
| 3 | Karyawan bank syariah memiliki attitude yang baik | - | - | 25 | 5 | 3,80 |
| 4 | Karyawan bank syariah memiliki respon yang baik terhadap nasabah | - | 6 | 20 | 4 | 3,52 |
| 5 | Karyawan bank syariah berpenampilan sesuai dengan syariat islam | 2 | 6 | 15 | 2 | 2,68 |
| Total nilai | | | | | | 3,25 |

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.10 pada indikator kesan-kesan terhadap SDM bank syariah dengan 5 pernyataan menghasilkan nilai rata-rata sebesar 3,25 . Pernyataan tentang karyawan bank syariah memiliki attitude yang baik mendapatkan nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,80. Sedangkan pernyataan tentang karyawan bank syariah memiliki respon yang baik terhadap nasabah mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,52 sedangkan pernyataan tentang karyawan bank syariah mampu memberikan penjelasan dan gambaran tentang produk dan sistem bank syariah mendapatkan nilai rata-rata

sebesar 3,20. Kesan pedagang terkait pernyataan tentang karyawan bank syariah memiliki pemahaman yang baik terkait dengan produk yang ditawarkan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,08 sedangkan pernyataan tentang karyawan bank syariah berpenampilan sesuai dengan syariat islam mendapatkan nilai rata rata paling sedikit yaitu sebesar 2,68. Seluruh pedagang berpendapat bahwa karyawan bank syariah memiliki attitude yang baik, selain itu para karyawan bank syariah juga memiliki respon yang baik terhadap keluhan para nasabah , salah seorang pedagang mengatakan:

“ saat saya datang ke bank , para karyawan selalu merespon dengan cepat terhadap hal yang saya butuhkan , salah satunya satpam di bank syariah selalu membantu dan menuntun saya saat ingin memulai transaksi di bank”

Banyak pedagang yang belum paham mengenai sistem dan produk yang ada pada bank syariah dan masih kurangnya transparansi terkait informasi yang di berikan oleh pihak bank kepada masyarakat seperti penyuluhan tentang kegunaan , perbedaan bank konvensional dengan bank syariah atau keunggulan bank syariah sehingga pedagang masih bingung dengan pengkonversian ini. Salah satu pedagang mengatakan :

“ Saya merasa bingung tiba-tiba disuruh ganti ke bank syariah, konsepnya sudah bagus karena mengikuti ajaran islam, tetapi tidak ada informasi yang diberikan kepada kami secara transparan, seperti penyuluhan atau

pemberitahuan tentang apa kegunaan , apa keunggulan bank syariah ini, karena kami hanya mengikuti himbuan pemerintah , pemerintah suruh pindah , yasudah kami pindah. “

Ada sebagian pedagang menilai masih ada karyawan (wanita) di bank syariah yang berpenampilan belum sempurna sesuai syariat islam , salah satu pedagang berpendapat:

“ masih ada karyawan wanita di bank syariah yang jilbabnya di ikat di leher, seharusnya jilbabnya menutup sampai ke dada “

4.4.4 Persepsi Responden Berdasarkan Indikator Kesan Terhadap Sistem Bank Syariah

Persepsi responden terhadap sistem bank syariah adalah gambaran nasabah tentang tata cara dan aturan-aturan yang ada dalam sebuah bank syariah, apakah sudah sesuai dengan ketentuan yang ada. Adapun untuk mengukur persepsi pedagang terhadap sistem bank syariah dijabarkan dalam bentuk 5 pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.11
Kesan-kesan Terhadap Sistem Bank Syariah

| No. | Pertanyaan | Bobot/skor | | | | Rata-rata |
|--------------------|--|------------|-----------|----------|-----------|-------------|
| | | STS (1) | TS (2) | S (3) | SS (4) | |
| 1 | Bank syariah tidak menerapkan bunga pada semua bentuk dan jenis transaksi | - | 17 | 13 | - | 2,92 |
| 2 | Sistem dan produk bank syariah sudah sesuai dengan prinsip syariah | - | 15 | 13 | 2 | 3,08 |
| 3 | Sistem bagi hasil yang diterapkan bank syariah bersifat menguntungkan baik bagi bank maupun masyarakat | 1 | 7 | 20 | 2 | 3,60 |
| 4 | Akad-akad yang digunakan dalam bank syariah sudah sesuai dengan prinsip syariah | 2 | 13 | 13 | 2 | 3,00 |
| 5 | Sistem operasional bank syariah lebih baik dan optimal pasca konversi | - | 12 | 16 | 2 | 3,20 |
| Total Nilai | | | | | | 3,16 |

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.11 pada indikator kesan-kesan terhadap sistem bank syariah dengan 5 pernyataan menghasilkan nilai rata-rata sebesar 3,16. Pernyataan tentang sistem bagi hasil yang diterapkan bank syariah bersifat menguntungkan baik bagi bank maupun masyarakat mendapatkan nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,60. Selain itu, indikator kesan-kesan terhadap sistem bank syariah pada pernyataan sistem operasional bank syariah lebih baik dan optimal pasca konversi mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,20. Sedangkan pernyataan tentang sistem dan produk bank syariah sudah sesuai dengan prinsip syariah mendapat nilai

rata-rata sebesar 3,08. Pernyataan tentang akad-akad yang digunakan dalam bank syariah sudah sesuai dengan prinsip syariah mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,00 sedangkan untuk pernyataan tentang bank syariah tidak menerapkan bunga pada semua bentuk dan jenis transaksi mendapatkan nilai rata-rata yang lebih rendah yaitu sebesar 2,92. Sebagian pedagang merasa cocok dengan sistem yang ada di bank syariah terutama tentang bagi hasil karena mereka merasa sistem operasional bank syariah lebih baik dan optimal pasca konversi. Salah satu pedagang mengatakan:

“ Bank syariah sekarang lebih jelas dalam berbagai aspek terutama dalam hal akad , jadi saya lebih bisa memilih akad apa yang akan saya gunakan “

Tidak hanya itu, antara nasabah dan pihak bank dianggap mitra kerja yang dimana akan sama-sama mendapatkan keuntungan , seperti yang di katakan oleh salah seorang pedagang :

“ Saya tertarik dengan bank syariah ini karena sistem nya bagi hasil , jadi kita dan pihak bank akan sama sama untung karena kita seperti bekerjasama dengan bank. Bank syariah itu bagus karena tidak memberatkan kami sebagai pedagang karena tidak ada sistem bunga “

Namun masih banyak pedagang yang menganggap sistem dan prinsip bank syariah belum sesuai dengan prinsip syariah karena kurangnya informasi kepada masyarakat tentang bank syariah.

4.5 Pembahasan Tentang Persepsi Pedagang Pasar Raya Meulaboh Terhadap Bank Syariah Pasca Konversi

Semenjak bank konvensional yang ada di Aceh dikonversi menjadi bank syariah sesuai dengan “Qanun Aceh No. 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah adalah Peraturan Perundang-undangan yang mengatur tentang kegiatan Lembaga Keuangan dalam rangka mewujudkan ekonomi masyarakat Aceh yang adil dan sejahtera dalam naungan syariat Islam”. Jadi seluruh bank konvensional yang ada di Aceh harus dikonversi menjadi bank syariah. Untuk mendukung tujuan ini tentunya membutuhkan dukungan dari segala pihak termasuk dalam hal ini adalah masyarakat, maka respon positif dari masyarakat terhadap proses konversi bank syariah ini juga sangat mendukung perkembangan perbankan syariah itu sendiri . Oleh karena itu dalam penelitian ini maka persepsi yang diukur adalah pada para pedagang Pasar Raya Meulaboh. Adapun persepsi pedagang di Pasar Raya meulaboh ini pada hakikatnya para pedagang yang sebelumnya memakai bank konvensional mau tidak mau harus beralih ke bank syariah.

Sebagian besar pedagang sangat setuju dengan adanya pengkonversian ini, mereka menganggap sudah seharusnya seluruh lembaga keuangan yang ada di Aceh ini berprinsip syariah mengingat Aceh yang mayoritas beragama Islam. Para pedagang kebanyakan sudah mengetahui tentang bagaimana sistem yang ada dalam perbankan syariah dan juga bank syariah menjadi salah satu bank yang memperoleh tingkat kepercayaan yang baik dari masyarakat. Namun masih ada sebagian pedagang di Pasar Raya

Meulaboh yang belum paham tentang apa itu bank syariah, apa keunggulannya dan apa kelebihan bank syariah tersebut, hal ini disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dari pihak bank tentang bank syariah itu sendiri, bahkan ada pedagang yang tidak mengetahui perbedaan bank syariah dengan bank konvensional, hal ini sesuai dengan hasil penyebaran kuesioner dimana pada pernyataan yang terkait dengan bank syariah berbeda dengan bank konvensional baik dari segi prinsip maupun operasional dimana yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 14 responden dari total 30 responden begitupun dari hasil wawancara. Tapi, tidak semua pedagang menjawab tidak setuju yang artinya sebagian pedagang sudah mengetahui perbedaan bank tersebut karena sebagian dari mereka ada yang sudah lama berkecimpung dalam perbankan syariah.

Dalam upaya untuk meningkatkan pemahaman pedagang terhadap bank syariah maka sangat penting adanya sosialisasi dan edukasi dari pihak bank syariah terutama pasca konversi agar semua pedagang memahami benar perbedaan bank syariah pasca di konversi dan mampu memperoleh tingkat kepercayaan yang tinggi dari pedagang maupun masyarakat. Sosialisasi sangat dibutuhkan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat yang berkaitan dengan pengenalan konsep bank syariah, istilah-istilah, serta produk-produk yang ada pada bank syariah yang kurang paham dengan hal tersebut. Sangat penting adanya sosialisasi kepada masyarakat tentang keberadaan bank syariah saat ini karena masih

banyak masyarakat yang kurang paham tentang bank syariah atau masih memandang bahwa bank syariah itu sama saja dengan bank konvensional. Selain itu, setelah adanya konversi bank syariah diharapkan dapat meningkatkan akses-akses pelayanannya, karena ada sebagian pedagang merasa akses pelayanan bank syariah sulit dijangkau dan juga lokasi ATM bank syariah sulit dijangkau. Hal ini sesuai dengan hasil penyebaran kuesioner dimana pada pernyataan tentang akses-akses pelayanan bank syariah mudah dijangkau dan lokasi ATM bank syariah mudah dijangkau yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju sama-sama sebanyak 15 responden dari total 30 responden begitupun dari hasil wawancara.

Namun, tidak semua pedagang menganggap akses bank syariah dan lokasi ATM bank syariah sulit dijangkau, karena ada sebagian pedagang lain merasa kalau akses bank syariah dan ATM bank syariah mudah dijangkau. Peningkatan akses pelayanan ini sangat dibutuhkan, salah satunya pelayanan digital, kebanyakan para pedagang bertransaksi secara online, dimana akses pelayanan dalam bentuk digital sangat membantu pedagang dalam hal memesan barang dagangannya secara online, agar nantinya jasa pelayanan yang diberikan oleh bank syariah sesuai dengan kebutuhan pedagang. Seluruh responden berpendapat bahwa karyawan bank syariah memiliki attitude yang baik, hal ini sesuai dengan hasil penyebaran kuesioner pada pernyataan tentang karyawan bank syariah memiliki attitude yang baik dimana seluruh

responden menjawab setuju dan sangat setuju dari total 30 responden. Selain itu, hampir seluruh responden menjawab setuju dan sangat setuju terkait pernyataan tentang karyawan bank syariah memiliki respon yang baik terhadap nasabah yaitu sebanyak 24 dari total 30 responden. Namun, hampir sebagian responden kurang setuju terkait pernyataan tentang karyawan bank syariah mampu memberikan penjelasan dan gambaran tentang produk dan sistem bank syariah, hal ini bisa dilihat dari hasil penyebaran kuesioner dan juga wawancara dengan responden dan mendapatkan 13 responden menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal tersebut disebabkan karena para karyawan yang sebelumnya bekerja dengan sistem konvensional harus beradaptasi dengan sistem syariah.

Selain itu, beberapa responden juga kurang setuju terkait pernyataan tentang karyawan bank syariah berpenampilan sesuai dengan syariat Islam. Hal ini dibuktikan dari jawaban responden dari hasil penyebaran kuesioner terkait pernyataan tentang karyawan bank syariah berpenampilan sesuai dengan syariat islam dimana ada 7 responden dari total 30 responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju, akan tetapi 17 responden lainnya menganggap karyawan bank syariah berpenampilan sesuai dengan syariat islam. Attitude yang baik merupakan kunci utama menjadi sumber daya manusia yang baik, hal ini tentu sangat diperhatikan oleh setiap bank syariah dalam membentuk karakter karyawannya demi meningkatkan kualitas bank syariah. Sistem

bagi hasil yang diterapkan bank syariah bersifat menguntungkan baik bagi bank maupun nasabah. Adanya transparansi terhadap apa yang dilakukan serta apa yang didapatkan membuat nasabah yakin untuk bertransaksi di bank syariah. Hampir seluruh responden berpendapat hal yang sama, hal ini sesuai dengan hasil penyebaran kuesioner dimana 22 responden dari total 30 responden menjawab setuju terkait pernyataan sistem bagi hasil yang diterapkan bank syariah bersifat menguntungkan baik bagi bank maupun nasabah walaupun 8 diantaranya menjawab tidak setuju. Namun, sebagian besar responden masih menganggap kalau bank syariah tetap menerapkan bunga pada semua bentuk dan jenis transaksinya. Hal ini sesuai dengan hasil penyebaran kuesioner terkait pernyataan tentang bank syariah tidak menerapkan bunga pada semua bentuk jenis transaksi dengan 17 responden menjawab tidak setuju dari total 30 responden.

Bank syariah bukan hanya sekedar bank yang tidak berbasis bunga selain itu sistem yang tidak memungut bunga, bank syariah dapat melakukan berbagai transaksi apa saja yang dapat dilakukan oleh bank konvensional. Bank berdasarkan prinsip syariah atau bank syariah atau bank Islam, seperti halnya dengan bank konvensional juga berfungsi sebagai lembaga intermediasi, yaitu menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kepada pihak yang membutuhkannya dalam bentuk pembiayaan. Bedanya hanyalah bahwa bank syariah melakukan kegiatan usahanya tidak berdasarkan bunga. Bank syariah bukan hanya diperuntukkan untuk

umat Islam saja, tetapi terbuka untuk umum, karena yang beda hanya sistemnya. Namun bank syariah pasca konversi untuk saat ini tidak 100% dapat dikatakan murni syariah. Masih banyak hal-hal yang belum jelas dalam proses pelaksanaannya, misalnya bank syariah sangat menentukan besarnya agunan untuk suatu kredit, yang seharusnya ini tidak terjadi tetapi harus didasarkan bahwa tingkat kepercayaan bank kepada nasabah. Bank dalam menyalurkan kredit atau pembiayaan harus membina dan mendidik nasabah sehingga nasabah dan bank menjadi satu kesatuan untuk mencapai kesejahteraan. Bila ini yang dipraktekkan maka banyak umat islam yang mampu untuk berusaha dan mandiri. Sekarang masyarakat hanya bisa menikmati tempat menabung tanpa riba namun tidak banyak yang mampu memanfaatkan fasilitas bank yang tersedia.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, mengenai Persepsi Pedagang Di Pasar Raya Meulaboh Terhadap Bank Syariah Pasca Konversi berikut kesimpulan dari penelitian ini:

1. Berdasarkan penuturan para narasumber di atas disimpulkan bahwa sebagian besar pedagang sangat setuju dengan di konversikannya bank konvensional menjadi bank syariah, namun ada sebagian yang tidak setuju dengan keputusan tersebut dikarenakan mereka merasa kalau sebenarnya bank konvensional yang dikonversi belum siap untuk menjalankan prinsip bank sesuai syariah, oleh karena itu sebagian pedagang menilai bahwa bank syariah pasca konversi untuk saat ini tidak 100% dapat dikatakan murni syariah. Selain itu masih ada sebagian pedagang yang tidak mengerti tentang akad dan produk-produk apa saja yang ditawarkan oleh bank syariah karena kurangnya sosialisasi tentang perbankan syariah oleh pihak bank
2. Persepsi pedagang di Pasar Raya Meulaboh terhadap bank syariah pasca konversi membawa respon positif dan negatif. Hal ini di dukung dengan hasil penelitian melalui sebaran kuesioner yang diukur melalui indikator : kesan-kesan

terhadap wujud institusi bank syariah, kesan-kesan terhadap pelayanan bank syariah, kesan-kesan terhadap SDM bank syariah dan kesan-kesan terhadap sistem bank syariah. Sebagian besar pedagang menyatakan setuju dengan dikonversikannya bank konvensional menjadi bank syariah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa saran yang ingin peneliti ajukan :

1. Bagi pihak bank perlu memberikan sosialisasi kepada masyarakat yang masih belum atau kurang paham tentang bank syariah. Sosialisasi ini dapat dilakukan dengan mengadakan seminar-seminar yang memperkenalkan konsep perbankan syariah baik secara teori maupun pengaplikasiannya sehingga mudah untuk dipahami oleh masyarakat maupun para pedagang. Sosialisasi juga dapat dilakukan dengan cara promosi melalui media-media seperti elektronik, media cetak bahkan media sosial yang akhir-akhir ini memberikan manfaat baik bagi para masyarakat , pedagang maupun instansi tertentu.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan lagi hasil penelitian berikutnya sehingga dapat diperoleh informasi yang lebih luas lagi mengenai persepsi para pedagang terhadap bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, 2013. Evaluasi pembelajaran Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Abdullah, al-muslih & Shalah, ash-shawi, 2004, *fikih ekonomi keuangan islam*, Jakarta: Darul Haq.
- Andri Soemitra, *Bank dan lembaga keuangan syariah syariah*, jakarta: Kencana prenatal Media Group, 2010.
- Arikunto Suharsimi, (2010), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta
- Ary P Nevita dan Arifin, Zainal, (2015), *Perilaku, Karakteristik, Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Eks Karasidenan Kediri*, Jurnal Nusantara of Research.
- Ascarya, *Akad dan produk bank syariah*, jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007
- Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* , Yogyakarta: Andi Ofset, 2004
- Burhan, bungin, 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Keneamas
- Bank Indonesia Dengan Lembaga Penelitian IPB, (2000), *Penelitian potensi Prefensi, Dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syari'ah Di Jawa Barat*, Bogor: BI Dan Lembaga Penelitian IPB.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Kompasiana, *Persepsi Yang Salah Terhadap Bank Syariah*, www.kompasiana.com,
- Kartini Kartono, *Psikologi Umum*, Bandung: Alumni, 2004
- Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Meidar F.M, (2007), *Kamus Lengkap Exclusive Inggris – Indonesia*. Eskamedia.

- Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Muhammad, (2002), *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Muhammad, (2008), *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ojk.go.id, (2019), Perbankan Syariah, Online <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Syariah.aspx>. Diakses pada 6 Mei 2021.
- Philip Kotler dan Kevin, (2009), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Prihasta, Lailatus Sembrada, (2015), *Persepsi, Perilaku dan Preferensi Masyarakat Tulungagung Terhadap Bank Muamalat. Tesis*. Tulung Agung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN.
- Robbani, Shofa, (2013), *Analisis Pemahaman Nasabah BNI Syariah Tentang Ke'Syariah'an BNI Syariah*. Jurnal Ekonomi Islam.
- Sudjiono, Anas, (2011), *Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono, (2008), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2010), *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2016), *Metodologi Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sutisna, (2001), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Syafi'I, *Bank Syariah dari Teori Ke Praktek*, Jakarta : Gema Insan Press, 2009
- Syukri Iska, *Sistem Perbankan Syariah Di Indonesia*

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Permohonan Pengisian Kuesioner

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara/i
di Tempat

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Bapak/Ibu/Saudara/i dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada Prodi S-1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, maka saya:

Nama : Said Irawazy

NIM : 150603110

Judul : **Analisis Persepsi Pedagang di Pasar Raya**

Meulaboh terhadap Bank Syariah Pasca Konversi

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, Saya memohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Peran serta Bapak/Ibu/Saudar/i akan sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian yang dilaksanakan.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner ini, Saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

(Said Irawazy)

Petunjuk pengisian:

Pada setiap nomor pernyataan berilah tanda (✓) tepat pada kolom yang tersedia sesuai dengan penilaian anda

DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

Mohon isi pada pernyataan berikut ini:

Nama : _____ (tidak wajib diisi)

Jenis Kelamin : Pria Wanita

Usia : < 25 tahun 26 – 30 tahun
 31 – 40 tahun > 40 tahun

Pendidikan Terakhir : SD SMP D3
 SMA S1-S3

Apakah Anda Nasabah Bank Syariah : Ya Tidak

Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah : <1 tahun 1 - 5 tahun > 5 tahun

Apakah Pernah Menjadi Nasabah Bank Konvensional : Pernah Tidak Pernah

Produk Bank Syariah yang Digunakan : Tabungan Pembiayaan

DAFTAR PERTANYAAN

Berilah tanda centang (✓) pada pernyataan yang akan dipilih, sesuai dengan keadaan dan pemikiran Bapak/Ibu/Saudar/i.

Keterangan untuk skala dalam kuesioner yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju (SS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)

Kesan-kesan terhadap wujud institusi bank syariah

| No. | Pertanyaan | STS | TS | S | SS |
|-----|--|-----|----|---|----|
| 1 | Bank syariah berbeda dengan bank konvensional baik dari segi prinsip maupun operasional | | | | |
| 2 | Bank syariah adalah bank yang paling menguntungkan dan adil secara ekonomi | | | | |
| 3 | Bank syariah adalah bank yang islami | | | | |
| 4 | Bank syariah menjalankan aktivitas bisnis dan perdagangan berdasarkan pada kewajaran dan keuntungan yang halal | | | | |
| 5 | Bank syariah merupakan salah satu bank yang memperoleh tingkat kepercayaan yang baik dari masyarakat | | | | |

Kesan-kesan terhadap pelayanan bank syariah

| No. | Pertanyaan | STS | TS | S | SS |
|-----|--|-----|----|---|----|
| 1 | Jasa pelayanan yang diberikan oleh bank syariah sesuai dengan kebutuhan masyarakat | | | | |
| 2 | Karyawan bank syariah ramah dan sopan | | | | |
| 3 | Akses-akses pelayanan bank syariah mudah dijangkau | | | | |
| 4 | Bank syariah mampu menjadi solusi kebutuhan masyarakat akan transaksi syariah | | | | |
| 5 | Lokasi ATM bank syariah mudah dijangkau masyarakat | | | | |

Kesan-kesan terhadap SDM bank syariah

| No. | Pertanyaan | STS | TS | S | SS |
|-----|---|-----|----|---|----|
| 1 | Karyawan bank syariah memiliki pemahaman yang baik terkait dengan produk yang di tawarkan | | | | |
| 2 | Karyawan bank syariah mampu memberikan penjelasan dan gambaran tentang produk dan sistem bank syariah | | | | |
| 3 | Karyawan bank syariah memiliki attitude yang baik | | | | |
| 4 | Karyawan bank syariah memiliki respon yang baik terhadap nasabah | | | | |
| 5 | Karyawan bank syariah berpenampilan sesuai dengan syariat islam | | | | |

Kesan-kesan terhadap sistem bank syariah

| No. | Pertanyaan | STS | TS | S | SS |
|-----|--|-----|----|---|----|
| 1 | Bank syariah tidak menerapkan bunga pada semua bentuk dan jenis transaksi | | | | |
| 2 | Sistem dan produk bank syariah sudah sesuai dengan prinsip syariah | | | | |
| 3 | Sistem bagi hasil yang diterapkan bank syariah bersifat menguntungkan baik bagi bank maupun masyarakat | | | | |
| 4 | Akad-akad yang digunakan dalam bank syariah sudah sesuai dengan prinsip syariah | | | | |
| 5 | Sistem operasional bank syariah lebih baik dan optimal pasca konversi | | | | |

Saran-saran untuk bank syariah

.....

.....

.....

.....

.....

.....

TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI ANDA.

Lampiran 2 : Jawaban Responden

| Persepsi Pedagang Di Pasar Raya Meulaboh Terhadap Bank Syariah Pasca Konversi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 |

Lampiran 3 : Karakteristik Responden

| Jenis Kelamin | | | | | |
|---------------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Laki-laki | 14 | 46.7 | 46.7 | 46.7 |
| | 2 | 16 | 53.3 | 53.3 | 100.0 |
| | Total | 30 | 100.0 | 100.0 | |

| Usia | | | | | |
|-------|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | < 25 Tahun | 8 | 26.7 | 26.7 | 26.7 |
| | 26-30 tahun | 11 | 36.7 | 36.7 | 63.3 |
| | 31-35 tahun | 5 | 16.7 | 16.7 | 80.0 |
| | 4 | 6 | 20.0 | 20.0 | 100.0 |
| | Total | 30 | 100.0 | 100.0 | |

| Pendidikan | | | | | |
|------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | SMP | 1 | 3.3 | 3.3 | 3.3 |
| | SMA | 26 | 86.7 | 86.7 | 90.0 |
| | D3-S1 | 3 | 10.0 | 10.0 | 100.0 |
| | Total | 30 | 100.0 | 100.0 | |

| Lama Menjadi Nasabah | | | | | |
|----------------------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | < 1 tahun | 14 | 46.7 | 46.7 | 46.7 |
| | 1-5 tahun | 12 | 40.0 | 40.0 | 86.7 |
| | > 5 tahun | 4 | 13.3 | 13.3 | 100.0 |
| | Total | 30 | 100.0 | 100.0 | |

| Produk Yang Digunakan | | | | | |
|-----------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Tabungan | 24 | 80.0 | 80.0 | 80.0 |
| | Pembiayaan | 6 | 20.0 | 20.0 | 100.0 |
| | Total | 30 | 100.0 | 100.0 | |



Lampiran 4 : Uji Validitas

1. Variabel Persepsi Pedagang di Pasar Raya Meulaboh Terhadap Bank Syariah Pasca Konversi

| | | Correlations | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---------------------|--------------|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------|
| | | PP1 | PP2 | PP3 | PP4 | PP5 | PP6 | PP7 | PP8 | PP | PP1 | PP1 | PP1 | PP1 | PP1 | PP1 | PP1 | PP1 | PP1 | PP1 | PP2 | TOTAL |
| PP1 | Pearson Correlation | 1 | .55 | .97 | .49 | .75 | .46 | .895* | .59 | .83 | .55 | .907 | .74 | .64 | .54 | .55 | .58 | .83 | .62 | .84 | .62 | .833** |
| | Sig. (2-tailed) | | .00 | .00 | .00 | .00 | .01 | .000 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| | | | 3** | 8** | 7** | 4** | 0* | * | 1** | 0** | 1** | ** | 1** | 8** | 5** | 2** | 2** | 4** | 6** | 0** | 6** | |
| | | | 2 | 0 | 5 | 0 | 1 | | 1 | 0 | 2 | | 0 | 0 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PP2 | Pearson Correlation | .55 | 1 | .64 | .88 | .41 | .44 | .660* | .72 | .71 | .86 | .629 | .78 | .68 | .82 | .58 | .72 | .65 | .83 | .46 | .83 | .848** |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | | .00 | .00 | .02 | .01 | .000 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .01 | .00 | .00 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| | | | 3** | 6** | 9** | 0* | 7* | * | 4** | 5** | 2** | ** | 8** | 5** | 5** | 8** | 0** | 8** | 7** | 5** | 7** | |
| | | | 2 | | 0 | 0 | 4 | 3 | | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PP3 | Pearson Correlation | .97 | .64 | 1 | .58 | .79 | .57 | .930* | .72 | .83 | .65 | .935 | .80 | .74 | .61 | .63 | .65 | .88 | .70 | .83 | .70 | .904** |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| | | | 8** | 6** | | 2** | 3** | 8** | * | 0** | 1** | 5** | ** | 5** | 4** | 2** | 9** | 2** | 8** | 4** | 7** | 4** |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------|
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 |
| | | 0 | 0 | | 1 | 0 | 1 | | 0 | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| PP4 | Pearson Correlation | .49 | .88 | .58 | 1 | .34 | .67 | .627* | .71 | .70 | .90 | .597 | .75 | .68 | .90 | .68 | .72 | .61 | .88 | .48 | .88 | | .827** |
| | | 7** | 9** | 2** | | 2 | 0** | * | 7** | 1** | 9** | ** | 4** | 3** | 1** | 6** | 0** | 8** | 4** | 1** | 4** | | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | | .06 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .001 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 |
| | | 5 | 0 | 1 | | 4 | 0 | | 0 | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 0 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| PP5 | Pearson Correlation | .75 | .41 | .79 | .34 | 1 | .55 | .875* | .67 | .52 | .27 | .875 | .50 | .72 | .16 | .49 | .35 | .81 | .36 | .71 | .36 | | .688** |
| | | 4** | 0* | 3** | 2 | | 5** | * | 9** | 8** | 3 | ** | 6** | 0** | 1 | 6** | 9 | 8** | 5* | 3** | 5* | | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .02 | .00 | .06 | | .00 | .000 | .00 | .00 | .14 | .000 | .00 | .00 | .39 | .00 | .05 | .00 | .04 | .00 | .04 | .04 | .000 |
| | | 0 | 4 | 0 | 4 | | 1 | | 0 | 3 | 4 | | 4 | 0 | 4 | 5 | 1 | 0 | 8 | 0 | 8 | | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| PP6 | Pearson Correlation | .46 | .44 | .57 | .67 | .55 | 1 | .625* | .78 | .40 | .68 | .595 | .52 | .72 | .58 | .72 | .52 | .63 | .65 | .47 | .65 | | .684** |
| | | 0* | 7* | 8** | 0** | 5** | | * | 8** | 2* | 2** | ** | 8** | 6** | 7** | 8** | 1** | 5** | 6** | 3** | 6** | | |
| | Sig. (2-tailed) | .01 | .01 | .00 | .00 | .00 | | .000 | .00 | .02 | .00 | .001 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 |
| | | 1 | 3 | 1 | 0 | 1 | | | 0 | 8 | 0 | | 3 | 0 | 1 | 0 | 3 | 0 | 0 | 8 | 0 | | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------|
| PP7 | Pearson Correlation | .89 | .66 | .93 | .62 | .87 | .62 | 1 | .67 | .81 | .58 | .952 | .78 | .71 | .52 | .61 | .56 | .95 | .65 | .82 | .65 | .883** |
| | | 5** | 0** | 0** | 7** | 5** | 5** | | 8** | 0** | 7** | ** | 0** | 9** | 4** | 5** | 3** | 1** | 3** | 0** | 3** | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 3 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| PP8 | Pearson Correlation | .59 | .72 | .72 | .71 | .67 | .78 | .678* | 1 | .54 | .76 | .710 | .66 | .93 | .65 | .76 | .68 | .66 | .75 | .51 | .75 | .843** |
| | | 1** | 4** | 0** | 7** | 9** | 8** | * | | 4** | 5** | ** | 6** | 7** | 2** | 1** | 9** | 9** | 5** | 5** | 5** | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 | | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 |
| | | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| PP9 | Pearson Correlation | .83 | .71 | .83 | .70 | .52 | .40 | .810* | .54 | 1 | .71 | .771 | .89 | .61 | .73 | .60 | .66 | .73 | .78 | .71 | .78 | .857** |
| | | 0** | 5** | 1** | 1** | 8** | 2* | * | 4** | | 6** | ** | 9** | 1** | 7** | 3** | 1** | 9** | 1** | 2** | 1** | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .02 | .000 | .00 | | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 8 | | 2 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| PP10 | Pearson Correlation | .55 | .86 | .65 | .90 | .27 | .68 | .587* | .76 | .71 | 1 | .559 | .82 | .70 | .97 | .72 | .78 | .59 | .94 | .45 | .94 | .852** |
| | | 1** | 2** | 5** | 9** | 3 | 2** | * | 5** | 6** | | ** | 0** | 1** | 7** | 6** | 7** | 9** | 4** | 2* | 4** | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------|------|
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .14 | .00 | .001 | .00 | .00 | | .001 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .01 | .00 | .000 | |
| | | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| PP1 1 | Pearson Correlation | .90 | .62 | .93 | .59 | .87 | .59 | .952* | .71 | .77 | .55 | 1 | .74 | .74 | .49 | .62 | .58 | .90 | .62 | .82 | .62 | .872** | |
| | | 7** | 9** | 5** | 7** | 5** | 5** | * | 0** | 1** | 9** | | 3** | 1** | 9** | 9** | 5** | 6** | 2** | 8** | 2** | | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 |
| | | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | | 0 | 0 | 1 | | 0 | 0 | 5 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| PP1 2 | Pearson Correlation | .74 | .78 | .80 | .75 | .50 | .52 | .780* | .66 | .89 | .82 | .743 | 1 | .58 | .78 | .55 | .75 | .77 | .81 | .67 | .81 | .877** | |
| | | 1** | 8** | 5** | 4** | 6** | 8** | * | 6** | 9** | 0** | ** | | 2** | 8** | 2** | 5** | 3** | 1** | 5** | 1** | | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 3 | | 0 | 0 | 0 | | | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| PP1 3 | Pearson Correlation | .64 | .68 | .74 | .68 | .72 | .72 | .719* | .93 | .61 | .70 | .741 | .58 | 1 | .61 | .84 | .61 | .66 | .74 | .54 | .74 | .842** | |
| | | 8** | 5** | 4** | 3** | 0** | 6** | * | 7** | 1** | 1** | ** | 2** | | 2** | 6** | 4** | 4** | 5** | 0** | 5** | | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 | | 1 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

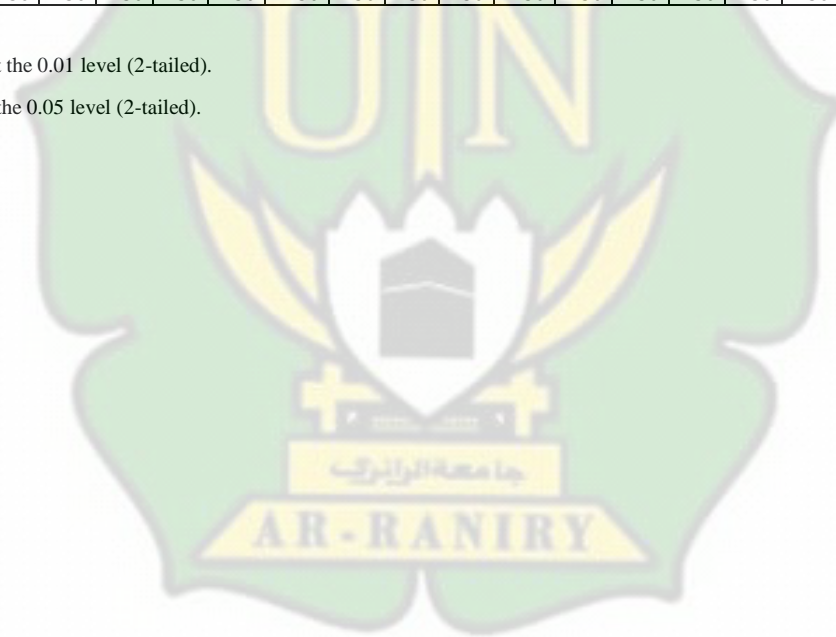
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------|
| PP1 4 | Pearson Correlation | .54 | .82 | .61 | .90 | .16 | .58 | .524* | .65 | .73 | .97 | .499 | .78 | .61 | 1 | .66 | .76 | .52 | .93 | .42 | .93 | .802** |
| | | 5** | 5** | 2** | 1** | 1 | 7** | * | 2** | 7** | 7** | ** | 8** | 2** | | 9** | 2** | 2** | 3** | 2* | 3** | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .39 | .00 | .003 | .00 | .00 | .00 | .005 | .00 | .00 | | .00 | .00 | .00 | .00 | .02 | .00 | .000 |
| | | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| PP1 5 | Pearson Correlation | .55 | .58 | .63 | .68 | .49 | .72 | .615* | .76 | .60 | .72 | .629 | .55 | .84 | .66 | 1 | .47 | .54 | .78 | .53 | .78 | .785** |
| | | 2** | 8** | 9** | 6** | 6** | 8** | * | 1** | 3** | 6** | ** | 2** | 6** | 9** | | 0** | 0** | 2** | 5** | 2** | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 |
| | | 2 | 1 | 0 | 0 | 5 | 0 | | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | | 9 | 2 | 0 | 2 | 0 | 0 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| PP1 6 | Pearson Correlation | .58 | .72 | .65 | .72 | .35 | .52 | .563* | .68 | .66 | .78 | .585 | .75 | .61 | .76 | .47 | 1 | .64 | .67 | .58 | .67 | .758** |
| | | 2** | 0** | 2** | 0** | 9 | 1** | * | 9** | 1** | 7** | ** | 5** | 4** | 2** | 0** | | 7** | 5** | 8** | 5** | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .05 | .00 | .001 | .00 | .00 | .00 | .001 | .00 | .00 | .00 | .00 | | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 |
| | | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 9 | | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| PP1 7 | Pearson Correlation | .83 | .65 | .88 | .61 | .81 | .63 | .951* | .66 | .73 | .59 | .906 | .77 | .66 | .52 | .54 | .64 | 1 | .56 | .84 | .56 | .849** |
| | | 4** | 8** | 8** | 8** | 8** | 5** | * | 9** | 9** | 9** | ** | 3** | 4** | 2** | 0** | 7** | | 2** | 5** | 2** | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|------|--------|
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 | 0 | | 1 | 0 | 1 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| PP1 8 | Pearson Correlation | .62 | .83 | .70 | .88 | .36 | .65 | .653* | .75 | .78 | .94 | .622 | .81 | .74 | .93 | .78 | .67 | .56 | 1 | .44 | 1.0 | .872** |
| | | 6** | 7** | 4** | 4** | 5* | 6** | * | 5** | 1** | 4** | ** | 1** | 5** | 3** | 2** | 5** | 2** | | 3* | 00** | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .04 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | | .01 | .00 | .000 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | | 4 | 0 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| PP1 9 | Pearson Correlation | .84 | .46 | .83 | .48 | .71 | .47 | .820* | .51 | .71 | .45 | .828 | .67 | .54 | .42 | .53 | .58 | .84 | .44 | 1 | .44 | .752** |
| | | 0** | 5** | 7** | 1** | 3** | 3** | * | 5** | 2** | 2* | ** | 5** | 0** | 2* | 5** | 8** | 5** | 3* | | 3* | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .01 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .01 | .000 | .00 | .00 | .02 | .00 | .00 | .00 | .01 | | .01 | .000 |
| | | 0 | 0 | 0 | 7 | 0 | 8 | | 4 | 0 | 2 | 0 | 2 | 0 | 2 | 1 | 0 | 4 | | | 4 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| PP2 0 | Pearson Correlation | .62 | .83 | .70 | .88 | .36 | .65 | .653* | .75 | .78 | .94 | .622 | .81 | .74 | .93 | .78 | .67 | .56 | 1.0 | .44 | 1 | .872** |
| | | 6** | 7** | 4** | 4** | 5* | 6** | * | 5** | 1** | 4** | ** | 1** | 5** | 3** | 2** | 5** | 2** | 00** | 3* | | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .04 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .01 | | .000 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 4 | | | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|
| TO TAL | Pearson Correlation | .83 | .84 | .90 | .82 | .68 | .68 | .883* | .84 | .85 | .85 | .872 | .87 | .84 | .80 | .78 | .75 | .84 | .87 | .75 | .87 | 1 |
| | | 3** | 8** | 4** | 7** | 8** | 4** | * | 3** | 7** | 2** | ** | 7** | 2** | 2** | 5** | 8** | 9** | 2** | 2** | 2** | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .000 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran 5: Nilai R Tabel

R Tabel

| df= (N-2) | Tingkat signifikansi | |
|--------------|----------------------|-------|
| | 5% | 1% |
| 26 | 0.388 | 0.496 |
| 27 | 0.381 | 0.487 |
| 28 | 0.374 | 0.478 |
| 29 | 0.367 | 0.470 |
| 30 | 0.361 | 0.463 |
| 31 | 0.355 | 0.456 |
| 32 | 0.349 | 0.449 |
| 33 | 0.344 | 0.442 |
| 34 | 0.339 | 0.436 |
| 35 | 0.334 | 0.430 |
| 36 | 0.329 | 0.424 |
| 37 | 0.325 | 0.418 |

Lampiran 6 : Uji Reliabilitas

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .976 | 20 |

Item Total Statistik

| Item-Total Statistics | | | | |
|------------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| PP1 | 51.00 | 144.621 | .832 | .974 |
| PP2 | 50.57 | 143.702 | .801 | .974 |
| PP3 | 51.03 | 141.413 | .910 | .973 |
| PP4 | 50.67 | 148.506 | .817 | .975 |
| PP5 | 50.77 | 143.495 | .674 | .976 |
| PP6 | 50.73 | 147.444 | .706 | .975 |
| PP7 | 50.93 | 141.720 | .891 | .974 |
| PP8 | 50.60 | 146.593 | .840 | .974 |
| PP9 | 51.03 | 145.482 | .845 | .974 |
| PP10 | 50.77 | 145.151 | .835 | .974 |
| PP11 | 50.93 | 141.099 | .877 | .974 |
| PP12 | 51.00 | 144.069 | .865 | .974 |
| PP13 | 50.67 | 144.851 | .838 | .974 |
| PP14 | 50.73 | 148.340 | .781 | .975 |
| PP15 | 50.30 | 142.424 | .758 | .975 |
| PP16 | 50.90 | 144.507 | .743 | .975 |
| PP17 | 50.87 | 143.361 | .858 | .974 |
| PP18 | 50.83 | 143.523 | .855 | .974 |
| PP19 | 50.70 | 143.803 | .740 | .975 |
| PP20 | 50.83 | 143.523 | .855 | .974 |