

ABSTRAK

Nur Ana Rohmawati (NIM. 212093). Analisis Persepsi Pedagang Etnik Tionghoa Dalam Memilih Perbankan Syariah (Studi Kasus Pasar Juwana Pati). Skripsi, Kudus : Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Kudus, 2016.

Tujuan penelitian adalah 1) untuk mengetahui bagaimana persepsi para pedagang pasar etnik tionghoa di pasar juwana dalam memilih jasa perbankan syariah. 2) untuk menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi para pedagang pasar etnik tionghoa di pasar juwana dalam memilih perbankan syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan jenis penelitian ini adalah *field research*, dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diperoleh dari responden (Bapak.... Selaku Kepala Pasar Juwana), serta para pedagang Etnik Tionghoa yang memilih Perbankan Syariah. Kemudian data tersebut dianalisis secara kualitatif, sehingga dapat diketahui dengan jelas bagaimana persepsi Pedagang Etnik Tionghoa di Pasar Juwana dalam memilih Perbankan Syariah dan faktor apa yang mempengaruhi pedagang etnik tionghoa di pasar Juwana dalam memilih Perbankan Syariah. Pemilihan responden dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan atau pengambilan data langsung pada sumber obyek sebagai sumber informasi yang dicari yaitu Kepala Pasar Juwana dan khususnya Para Pedagang Etnik Tionghoa.

Sumber data yang peneliti gunakan untuk memperoleh data yang akurat yaitu data primer dan sekunder. Data primer, data langsung yang peneliti dapat dari sumber asli yakni kepala pasar juwana dan pedagang etnik cina. Data sekunder, data yang peneliti peroleh dari pihak lain. Yang peneliti peroleh melalui studi kepustakaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dapat diketahui bahwa persepsi Pedagang Etnik Tionghoa dalam memilih perbankan syariah adalah fasilitas, yaitu produk yang ada di bank syariah bervariasi, reputasi pelayanan dan ekonomis, yaitu reputasi atau nama baik Bank Syariah bagus di mata nasabah, dan sistem keuangan Bank Syariah sehat, setoran awal ringan, biaya administrasi ringan, saldo minimal rendah, adanya peluang mendapat hadiah, sistem bagi hasil yang aman dan menguntungkan nasabah. Faktor lain adalah karena pengaruh lingkungan sekitar atau termotivasi dari teman-teman sekitar. Faktor yang mempengaruhi persepsi pedagang pasar etnik tionghoa dalam memilih perbankan syariah yaitu, faktor agamis yaitu bebas riba, transaksi produk yang halal, faktor martabat dan kedudukan di tengah masyarakat, dan kesesuaian antara status sebagai nasabah bank syariah dengan profesi responden sebagai pedagang.

Kata Kunci : Persepsi, Pedagang, Etnik Tionghoa, Perbankan Syariah