

**PERSEPSI PEDAGANG PASAR DE MENGENAI
BRAND IMAGE PADA BANK SYARIAH**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.I)
Dalam Ilmu Perbankan Syariah**



**OLEH :
HALIK BADAWI
NIM. 18631062**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
TAHUN 2024**

**PERSEPSI PEDAGANG PASAR DE MENGENAI *BRAND*
IMAGE PADA BANK SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Perbankan Syariah



oleh :

HALIK BADAWI
NIM. 18631062

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
2024**

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada,

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup

Di

Curup

Setelah diadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat skripsi saudara Halik Badawi mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup yang berjudul “Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai *Brand image* pada Bank Syariah” sudah dapat diajukan dalam sidang munaqasyah pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan, terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Curup, ~~06~~ Maret 2024

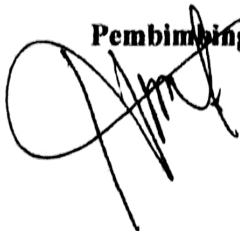
Pembimbing II



Fitmawati, ME

NIDN. 2024038902

Pembimbing I



Dr. Hendrianto, MA

NIP.19870621 202321 1 022

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Halik Badawi**
NIM : 18631062
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi penulis yang berjudul “Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai *Brand image* pada Bank Syariah” belum pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi, dan sepengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali tertulis diakui atau dirujuk dalam skripsi ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, penulis bersedia menerima hukuman atau sesuai dengan peraturan yang berlaku. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 05 Maret 2024

Penulis



Halik Badawi
NIM. 18631062



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jalan Dr. AK Gani N0. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 Kode Pos 39119
Website/facebook: fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email fakultassyariah&ekonomiislam@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : 883 /In.34/FS/PP.00.9/08/2024

Nama : Halik Badawi
NIM : 18631062
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai *Brand Image* Pada Bank Syariah

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/Tanggal : Rabu, 10 Juli 2024

Pukul : 15.00 – 16.30 WIB

Tempat : Ruang 5 Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah.

TIM PENGUJI

Ketua,

Dr. Syarial Dedi, M.Ag
NIP.19781009 200801 1 007

Sekretaris,

Sidiq Aulia, M.H.I
NIP. 19880412 202012 1 004

Penguji I,

Khairul Umam Khudhori, M.E.I
NIP. 19900725 201801 1 001

Penguji II,

Ranas Wijaya, S.E.I., M.E
NIP. 19900801 202321 1 030

Mengesahkan
Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam

Dr. Ngadri, M. Ag
NIP 19690206 199503 1 001

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا^ط

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. (QS. Al-baqarah:286)

“Orang lain gak akan pernah bisa paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian succes storiesnya. Berjuanglah untuk diri sendiri walapun gak ada yang tepuk tangan, kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.”

“Halik Badawi - 2024”

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan rasa semangat yang tidak pernah memudar serta rasa bangga dan bersyukur saya kepada Allah kupersembahkan karya ku ini kepada:

1. Pelindung dan penolongku dalam menghadapi kesulitan hidup yakni (Allah SWT) yang telah melimpahkan karunianya sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tuaku Bapak (Hardi) dan Ibu (Hanipah) kalian orang tua terhebat yang diberikan Allah kepadaku. Karna kalian aku mampu menjadi semangat, menjadi kuat dan berani dalam menyelesaikan pendidikan ini meskipun banyak sekali tantangan yang aku alami. Terimalah kado kecil ini sebagai kado keseriusan dan kerja kerasku untuk membalas pengorbananmu. Kalian selalu ikhlas mengorbankan segala perasaan dan tak pernah kenal lelah, tak mengenal siang dan malam untuk mencari rezeki hany demi memenuhi kebutuhan pendidikanku. Maafkan anakmu yang masih menyusahkan dan merepotkan Ibu dan Bapak.
3. Keluarga Kakak Perempuan ku (Nurul Huda, Almh, Lizatul Aini, Lezi Pa Riski, Rodiah) yang selalu memberikan kasih sayangnya kepadaku, selalu memberi semangat dan dukungan kepadaku selama menyelesaikan skripsi ini. Semoga kalian sehat selalu.
4. Keluarga besarku yang selalu memberi semangat dan dukungan kepadaku, memberi kasih sayang yang tiada henti, serta nasihat sehingga aku mampu menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih.
5. Bapak Hendrianto, MA (pembimbing utama) dan Ibu Fitmawati, ME (pembimbing pendamping) yang selalu membimbing dan mengajarkanku arti sebuah kesabaran, terimakasih.
6. Teman-temanku Angkatan 2018 yang telah berjuang sama-sama dari awal semester 1 hingga sekarang kita sama-sama telah menyelesaikan skripsi. Semoga kebahagiaan selalu menyertai kalian semua.
7. Semua guru dan Dosenku yang selalu ikhlas mengajariku.
8. Almamaterku tercinta.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Shalawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Adapun skripsi ini penulis susun dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat Sarjana (S.I) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Perbankan Syariah. Untuk itu kiranya para pembaca yang arif dan budiman dapat memaklumi atas kekurangan dan kelemahan yang ditemui dalam skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah., M.Pd.I., selaku Rektor IAIN Curup.
2. Bapak Dr. Yusefri, M.Ag, selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan IAIN Curup.
3. Bapak Dr. Muhammad Istan, S.E., M.M., M.Pd., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan IAIN Curup.
4. Bapak Dr. Nelson, S.Ag., M.Pd.I., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama IAIN Curup.
5. Bapak Dr. Ngadri, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup.

6. Bapak Ranas Wijaya, S.E.I.,M.E selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup.
7. Bapak Dr. Hendrianto, MA selaku pembimbing I
8. Ibu Fitmawati, M.E selaku Pembimbing II
9. Seluruh dosen di lingkungan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
10. Seluruh mahasiswa Prodi Perbankan Syariah angkatan 2018.

Semoga segala bantuan, dorongan dan bimbingan yang telah di berikan dengan iklas dengan ketulusan hati menjadi amal shalih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Curup, 04 Januari 2024

Penulis



Halik Badawi
NIM. 18631062

PERSEPSI PEDAGANG PASAR DE MENGENAI *BRAND IMAGE* PADA BANK SYARIAH

Abstrak

Perdagangan dan para pedagang memiliki peran sentral dalam dinamika sosial sepanjang sejarah dan di semua lapisan masyarakat. Pasar memegang peranan vital dalam menghidupkan geliat ekonomi, menjadi pusat dinamika yang tak terpisahkan dari aktivitas sirkulasi antara pembeli dan pedagang. Perbankan syariah telah berdiri di berbagai kota, termasuk di kabupaten Rejang Lebong. Salah satu kota yang memiliki kehadiran perbankan syariah adalah Curup, di mana minat pedagang Pasar De terhadap Bank Syariah, terutama Bank Syariah Indonesia dan Bank Muamalat KCP Curup, masih tergolong rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi pedagang Pasar De mengenai *Brand image* pada bank syariah.

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memberikan laporan rinci mengenai fenomena yang diamati, dengan ciri khasnya yang bersifat deskriptif dan melibatkan analisis berbasis pendekatan induktif. Lokasi penelitian ini di Pasar De Talang Benih, Curup, Kabupaten Rejang Lebong. Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pedagang Pasar De dan data sekunder merupakan sumber informasi tambahan yang melengkapi data utama.

Hasil penelitian menemukan bahwa faktor fisiologis, perhatian, minat, kebutuhan searah, pengalaman dan ingatan, serta suasana hati para pedagang di Pasar De, kurangnya promosi yang mengakibatkan tidak timbulnya minat dari pedagang untuk menggunakan layanan bank syariah, kemudian perhatian pedagang akan bank syariah menjadi tidak ada atas *brand image* tersebut. Sementara itu, testimoni positif dari rekan kerja atau keluarga, dan keterkenalan bank syariah di lingkungan sosial, juga berperan dalam membentuk persepsi positif. Kesimpulannya, strategi pemasaran yang holistik, fokus pada peningkatan promosi, edukasi, serta memanfaatkan testimoni positif dan keterkenalan di tingkat lokal, dianggap penting untuk meningkatkan persepsi pedagang Pasar De terhadap Bank Syariah.

Kata Kunci : *Pedagang, Pasar De, Brand image, Bank Syariah*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Penjelasan Judul.....	7
G. Kajian Literatur	9
H. Metodologi Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. Persepsi.....	18
B. Pedagang Pasar	25
C. <i>Brand image</i> (Citra Merek)	30
D. Bank Syariah	38
BAB III GAMBARAN UMUM PASAR DE.....	47
A. Sejarah singkat Pasar De.....	47
B. Letak Geografis Pasar De.....	48
C. Jumlah Pedagang	49
D. Sarana dan Prasarana	52
E. Jam Operasional.....	53
F. Visi dan Misi	54
G. Struktur Organisasi	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Hasil Penelitian	57
B. Pembahasan	74

BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Data Kios Tertutup Pasar De.....	50
Tabel 3.2	Data Pedagang Bahan Pokok Berdasarkan Agama.....	51
Tabel 3.3	Jenis Dagangan Pedagang Pasar De.....	51
Tabel 3.4	Data Pemilik Toko Manisan Pasar De	52
Tabel 3.5	Data Pemilik Bahan Pokok NonMuslim	52
Tabel 3.6	Data Sarana dan Prasarana Pasar De.....	53
Tabel 4.1	Data Responden Penelitian Pedagang Pasar De.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lambang Bank Muamalat.....	45
Gambar 2.2 Lambang Bank Syariah Indonesia.....	46
Gambar 3.1 Denah Lokasi Pasar De.....	49
Gambar 3.2 Sturktur Organisasi Pasar	56

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia, sebagai negara dengan jumlah umat Muslim terbesar di dunia, menampilkan keberagaman budaya dan agama. Di tengah masyarakat yang mayoritas memeluk Islam, tidaklah mengherankan bahwa sebagian besar pedagang di pasar juga mempraktikkan ajaran Islam. Ini menciptakan lingkungan dimana prinsip-prinsip syariat Islam menjadi bagian integral dari setiap transaksi pasar.

Perdagangan dan para pedagang memiliki peran sentral dalam dinamika sosial sepanjang sejarah dan disemua lapisan masyarakat. Islam, sebagai agama yang mempunyai pengaruh besar, sejak awal mengakui pentingnya perdagangan. Bahkan, Rasulullah SAW sendiri telah terlibat dalam kegiatan bisnis selama periode yang cukup lama. Dalam pandangan ini, perdagangan dianggap sebagai jalur yang membuka pintu rezeki, di mana berkah Allah dapat mengalir dengan melalui usaha yang dilakukan. Meski demikian, praktik bisnis tidaklah selalu mudah. Memulai bisnis, baik yang baru maupun yang sudah berkecimpung lama dalam dunia niaga, selalu melibatkan pertimbangan penting terkait modal. Modal tidak hanya diperlukan dalam mendirikan usaha baru, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam mengembangkan bisnis yang sudah ada.

Oleh karena itu, sumber modal memiliki peran krusial dalam memastikan kelangsungan dan pertumbuhan suatu bisnis.¹

Pasar memegang peranan vital dalam menghidupkan geliat ekonomi, menjadi pusat dinamika yang tak terpisahkan dari aktivitas sirkulasi antara pembeli dan pedagang.² Bagian dari keuntungan yang dihasilkan digunakan untuk memperbesar modal, menciptakan nilai tambah pada produk, dan memastikan kelangsungan usaha. Dengan tersedianya modal, suatu usaha dapat berjalan dengan lancar dan berkembang melalui serangkaian kegiatan bisnis yang terencana.³

Bank Syariah di Curup mudah ditemukan karena lokasinya yang sentral di pusat kota, dekat dengan pusat aktivitas jual beli, terutama di sekitar Pasar De. Walaupun demikian, sebagian besar pedagang di Pasar De belum sepenuhnya memahami dengan baik mengenai Bank Syariah yang beroperasi di kota Curup. Contohnya, Bank Muamalat yang berlokasi di Jalan Merdeka No.732, Kelurahan Pasar Baru Curup, dan Bank Syariah Indonesia yang terletak di Jalan Merdeka No.287, Kelurahan Kepala Siring Curup. Kedua bank ini memilih lokasi strategis di pusat pasar untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat.

¹ Suci Damaiyanti, “*Persepsi Pedagang Pasar Petisah terhadap Perbankan Syariah*” (Skripsi Mahasiswa, Medan, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2017), 2.

² Jahilah, Amiliah. *Persepsi Dan Minat Pedagang Pasar Ciledug Untuk Bertransaksi Dengan Lembaga Keuangan Syariah Dalam Pengembangan Modal Usaha*. Diss. IAIN Syekh Nurjati Cirebon, hal.21.

³ Burhanuddin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*. (Yogyakarta:Graha Ilmu,2010),hal.53.

Pengetahuan umum yang dimiliki oleh mereka tentang Bank Muamalat dan Bank Syariah Indonesia sebagai bank syariah terbilang terbatas, dan pemahaman mereka hanya sebatas mengetahui bahwa kedua bank tersebut eksis. Akibat kurangnya sosialisasi terkait hal ini, banyak pedagang di Pasar De yang belum benar-benar memahami mekanisme pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah. Sebagai akibatnya, mereka cenderung menganggap bahwa melakukan pembiayaan di Bank Syariah lebih rumit dibandingkan dengan bank konvensional. Ini adalah salah satu alasan mengapa banyak orang kesulitan memahami dinamika yang tengah berkembang. Oleh karena itu, temuan ini mendorong harapan bahwa pembaca mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang citra merek (*brand image*) dan mekanisme yang diterapkan oleh Bank Syariah sebagai hasil dari penelitian ini.

Perbankan syariah telah berdiri di berbagai kota, termasuk di kabupaten Rejang Lebong. Salah satu kota yang memiliki kehadiran perbankan syariah adalah Curup, di mana minat pedagang Pasar De terhadap Bank Syariah, terutama Bank Syariah Indonesia dan Bank Muamalat KCP Curup, masih tergolong rendah. Melalui pengamatan langsung, peneliti mencatat bahwa sebagian besar pedagang Pasar De lebih memilih untuk menabung di bank konvensional. Sementara itu, pengetahuan mereka tentang Bank Muamalat dan Bank Syariah Indonesia hanyalah sebatas mengetahui keberadaannya, tanpa pemahaman mendalam mengenai produk dan layanan yang ditawarkan oleh kedua bank tersebut.

Menurut ketentuan yang terdapat dalam Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, Bank Syariah didefinisikan sebagai "institusi keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, yang dapat dibedakan menjadi Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)". Dalam Pasal 1 angka 12 UU No. 21 Tahun 2008, prinsip syariah dijelaskan sebagai "prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan yang ditetapkan oleh lembaga berwenang dalam penerbitan fatwa di bidang syariah" (Pasal 1 ayat 12). Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa perbankan syariah adalah sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam. Usaha ini mendasarkan diri pada larangan Islam terhadap praktik menuntut dan memberikan pinjaman dengan bunga (*riba*), serta larangan berinvestasi dalam bisnis yang melibatkan media dan barang yang dianggap tidak Islami (*haram*).⁴

Maka, Perbankan merupakan seluruh aspek, metode, dan proses yang terlibat dalam menjalankan aktivitas bisnis yang mencakup bank dan institusi keuangan lainnya. Dalam pengertian yang lebih sederhana, bank dapat dijelaskan sebagai lembaga keuangan yang fokus pada pengumpulan dana dari masyarakat, penyaluran kembali dana tersebut ke masyarakat, dan penyediaan layanan jasa. Berdasarkan fokus kegiatannya, bank dapat dibedakan menjadi dua jenis utama: bank konvensional dan bank syariah.⁵

⁴ Damaiyanti, Suci. "Persepsi Pedagang Pasar Petisah Terhadap Perbankan Syariah."2017,hal.17-18.

⁵ JAHILAH, AMILIAH. *Persepsi Dan Minat Pedagang Pasar Ciledug Untuk Bertransaksi Dengan Lembaga Keuangan Syariah Dalam Pengembangan Modal Usaha*. Diss. IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2021,hal.4.

M. Amin Azis memberikan definisi yang menggambarkan bank sebagai entitas yang diberi izin untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan mengalirkan kembali dana tersebut melalui pinjaman kepada masyarakat. Dengan demikian, bank berperan sebagai perantara yang menghubungkan penabung yang memiliki kelebihan dana dengan peminjam yang mengalami kekurangan dana untuk mendukung usaha mereka.

Kelahiran perbankan syariah, atau Bank Islam, didasari oleh prinsip bahwa semua aktivitas seorang muslim harus selaras dengan Syariat Islam. Syariat Islam tidak hanya mengatur aspek ibadah dan hubungan manusia dengan Tuhan, tetapi juga mengatur muamalah atau hubungan antar manusia. Allah memberikan petunjuk melalui para Rasul-Nya mengenai segala hal yang dibutuhkan manusia, termasuk *aqidah* (keyakinan), *akhlak* (moralitas), dan *syariah* (hukum Islam).

Penelitian ini berjudul "**Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai *Brand image* Pada Bank Syariah**". Keputusan mengambil judul ini didasarkan pada situasi yang unik di Pasar De Curup, di mana Bank Syariah, khususnya Bank Muamalat, beroperasi berdekatan dengan pusat aktivitas perdagangan. Meskipun lokasinya sentral dan dekat dengan pedagang, banyak dari mereka belum sepenuhnya memahami Bank Syariah yang ada di kota Curup. Dalam penelitian ini, lokasi Pasar De dipilih karena keunikan dimana 17 pedagang berfokus pada penjualan bahan pokok, sementara kantor Bank Muamalat berada dalam jarak yang sangat dekat dengan mereka. Namun, pengetahuan pedagang tentang Bank Syariah, terutama produk dan layanannya, masih terbatas. Hal ini

disebabkan kurangnya sosialisasi dan pemahaman yang mendalam tentang mekanisme pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah. Akibatnya, banyak pedagang cenderung memilih untuk menabung di bank konvensional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami persepsi pedagang Pasar De terhadap *brand image* Bank Syariah, dengan harapan dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang bagaimana bank-bank syariah dapat meningkatkan kehadiran dan penerimaan mereka di kalangan komunitas pedagang lokal.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas dapat Penulis rumuskan permasalahan yaitu: Bagaimana persepsi pedagang Pasar De mengenai *Brand image* pada bank syariah?

C. Batasan Masalah

Dikarenakan judul yang sangat umum, penulis memfokuskan pembatasan permasalahan pada pedagang bahan pokok atau sembako, Bank Syariah di Rejang Lebong, serta pedagang yang memiliki kios atau los di Pasar De dalam hal persepsi mereka terhadap *Brand Image* Bank Syariah di Rejang Lebong.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan dan batasan masalah yang penulis kemukakan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi pedagang Pasar De mengenai *Brand image* pada bank syariah.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat yang signifikan, baik dari segi teoritis maupun praktis. Beberapa manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini meliputi:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meluaskan pengetahuan dan wawasan terkait dengan persepsi pedagang Pasar De terhadap *Brand image* pada Bank Syariah, menyajikan informasi yang mendalam mengenai topik tersebut.

2. Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi yang berharga, memberikan bahan pertimbangan, masukan, dan informasi yang berguna baik bagi pembaca maupun penulis sendiri, terutama terkait dengan persepsi pedagang Pasar De terhadap *Brand image* pada Bank Syariah.

F. Penjelasan Judul

1) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana individu dapat mengenali objek-objek dan fakta-fakta objektif dengan menggunakan alat-alat individu.⁶

⁶ Eric B Shiraev dan A. Levy. *Psikologi Lintas Kultural (Pemikiran Kritis dan Terapan Modern)*. (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm. 128

2) Pedagang

Pedagang adalah orang atau instansi yang memperjual belikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.⁷

3) Pasar

Pasar menurut ekonomi yaitu untuk transaksi jual dan beli. pasar merupakan permintaan serta penawaran secara keseluruhan untuk jasa dan barang tertentu.

4) *Brand image*

Brand image merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberikan keistimewaan, manfaat dan jasa tertentu kepada pembeli. Brand terbaik memberikan jaminan mutu.⁸

5) Bank

Kata “bank” bukanlah kata yang asing bagi kebanyakan orang. Bank sering digunakan sebagai lokasi penyelesaian berbagai macam transaksi keuangan. Misalnya, lokasi untuk membayar atau ditagih, atau menyimpan barang.

⁷ Akhiyanasrin, *Definisi Pedagang dan Jenis Pedagang* (Yogyakarta: Graha, 2011), hal.28

⁸ Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid .1 Edisi KetigaBelas*. Jakarta: Erlangga.hlm.168

6) Bank Syariah

Bank Muamalat Indonesia adalah bank Syariah pertama di Indonesia yang mendasarkan praktik bisnisnya pada hukum Syariah Islam dan memasarkan dirinya sebagai lembaga keuangan Islam.⁹

G. Kajian Literatur

Kajian literatur adalah eksplorasi terhadap karya-karya ilmiah dan penelitian sebelumnya, bertujuan sebagai panduan untuk penelitian yang lebih lanjut. Hal ini tidak hanya untuk memperoleh data yang akurat, tetapi juga untuk menghindari duplikasi, plagiat, serta memastikan bahwa penelitian yang dilakukan memiliki keaslian dan legalitas yang terjamin.¹⁰ Oleh karena itu, terdapat beberapa sumber yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Skripsi yang berjudul "Persepsi Pedagang Pasar Petisah terhadap Perbankan Syariah" oleh Damaiyanti, Suci pada tahun 2017 merupakan hasil penelitian yang mengeksplorasi pandangan pedagang terhadap perbankan syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Persepsi pedagang terhadap bank syariah masih sebatas aspek produk yang tidak riba dan halal. Pedagang beranggapan bank syariah sama dengan bank konvensional. Walaupun pedagang telah melakukan pembiayaan di bank syariah ternyata mereka tidak memiliki pengetahuan tentang mekanisme dan hakikat bertransaksi di bank syariah. Pedagang merasa prosedur pembiayaan di bank syariah terlalu

⁹ Najib, Mohamad Ainun. "Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah." *Jurnal Jurisprudence* 7.1 (2017): hal 15-28.

¹⁰ Setiosary Punaji, *Metode Penelitian dan Pengembangan* (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 32.

rumit dan proses transaksinya yang cukup lama serit memberatkan pedagang karena harus adanya persyaratan dengan agunan. Bank syariah tidak menunjukkan perkembangan yang optimal dan kurangnya interaksi terhadap pedagang pasar petisah, yang menyebabkan menurunnya minat pedagang terhadap perbankan syariah.¹¹

2. Amalia, E., & Paramita, M. (2020) telah menerbitkan jurnal berjudul "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pedagang Pasar Tradisional terhadap Pembiayaan pada LKMS dan LKM". Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berperan dalam memengaruhi minat pedagang di Pasar Tradisional Jonggol terhadap pembiayaan atau kredit yang ditawarkan oleh LKMS dan LKM. Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa faktor-faktor yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap minat pedagang dalam mengajukan pembiayaan ke LKMS adalah lokasi dan lingkungan sosial, sedangkan untuk minat pedagang dalam mengajukan kredit ke LKM dipengaruhi dominan oleh faktor lokasi dan promosi.¹²
3. Jahilah, A. (2021), menulis skripsi berjudul "Persepsi dan Minat Pedagang Pasar Ciledug dalam Bertransaksi dengan Lembaga Keuangan Syariah dalam Pengembangan Modal Usaha". Permasalahan yang terlihat saat ini adalah masih banyak masyarakat yang melakukan transaksi bisnis tanpa

¹¹ Suci Damaiyanti, "Persepsi Pedagang Pasar Petisah Terhadap Perbankan Syariah" (Skripsi Mahasiswa, Mdan, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2017).

¹² Elza Amalia dan Metti Paramita, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Pasar Tradisional terhadap Pembiayaan pada LKMS dan LKM," *Jurnal Syarikah: JURNAL EKONOMI ISLAM* 6, no. 1 (16 Juni 2020): 35, <https://doi.org/10.30997/jsei.v6i1.1893>.

mempertimbangkan kehalalan atau keharamannya. Contohnya, dalam bertransaksi dengan lembaga keuangan konvensional yang melibatkan unsur riba, yang jelas bertentangan dengan prinsip syariah Islam. Beberapa faktor dapat menjadi penyebabnya, termasuk lingkungan sekitar, kurangnya pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah, atau bahkan minimnya promosi dari pihak-pihak terkait lembaga keuangan tersebut. Pendapat masyarakat terkait implementasi lembaga keuangan konvensional dan syariah tentu beragam, begitu juga dengan minat yang timbul dari individu, terutama para pedagang pasar yang sedang mencari modal untuk mengembangkan usahanya.¹³

4. Irawan, Heri, dan A. Rio Makkulau Wahyu (2020) telah merilis jurnal berjudul "Persepsi Pedagang di Pasar Sentral Sinjai terhadap Pinjaman Modal Usaha (Analisis Ekonomi Islam)". Peneliti tertarik untuk mengeksplorasi masalah pinjaman modal yang dihadapi pedagang dari rentenir, dengan fokus pada perspektif Ekonomi Islam. Oleh karena itu, judul penelitian ini dirumuskan sebagai "Persepsi Pedagang di Pasar Sentral Sinjai terhadap Pinjaman Modal Usaha (Analisis Ekonomi Islam)". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap praktik penyaluran modal dari rentenir kepada pedagang di Pasar Sentral Sinjai, serta untuk memahami

¹³ Amiliah Jahilah, "Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam," *IAIN Syekh Nurjati Cirebon*, 2021.

pandangan Ekonomi Islam terkait pinjaman berbunga yang diberikan oleh rentenir.¹⁴

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Creswell menggambarkan penelitian kualitatif sebagai suatu upaya memahami gambaran yang kompleks, menggali makna dari kata-kata dan pandangan responden, serta melakukan studi dalam konteks situasi yang alami. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memberikan laporan rinci mengenai fenomena yang diamati, dengan ciri khasnya yang bersifat deskriptif dan melibatkan analisis berbasis pendekatan induktif.¹⁵

Jenis penelitian yang diterapkan dalam konteks ini adalah studi kasus, di mana penelitian ini secara mendalam memeriksa latar belakang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, bisa itu individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat secara keseluruhan. Menurut Denzin dan Lincoln, penelitian kualitatif mencirikan penggunaan latar belakang alamiah untuk menafsirkan fenomena yang terjadi, melibatkan berbagai metode yang khas dalam penelitian kualitatif.

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, di mana data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan

¹⁴ Heri Irawan dan A. Wahyu, "Persepsi Pedagang di Pasar Sentral Sinjai terhadap Peminjaman Modal Usaha (Analisis Ekonomi Islam)," *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam* 2 (5 Mei 2020): 11–23, <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v2i1.309>.

¹⁵ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian*, hal. 34.

bukan angka. Sumber data yang melibatkan naskah, wawancara, catatan lapangan, dokumen, dan lainnya kemudian dideskripsikan dengan tujuan memberikan kejelasan terhadap kenyataan atau realitas yang diamati.¹⁶

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di Pasar De Kelurahan Talang Benih Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong Kota Bengkulu, 39113. Alasan penulis memilih Pasar De dikarenakan letak tempatnya sangat strategis dan tempatnya yang merupakan pusat jual – beli yang ada di kota curup selain 3 pasar yang ada di Rejang Lebong.

3. Sumber Data

Penting untuk mempertimbangkan sumber data dalam menentukan metode pengumpulan data. Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan dua jenis data sebagai berikut:

a. Data Primer (*Primary Data*)

Data primer diperoleh langsung dari sumber pertama, seperti individu perseorangan melalui wawancara atau pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti. Dalam konteks ini, data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pedagang Pasar De.¹⁷

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari pihak lain, bukan langsung dari subjek penelitian. Dalam penelitian ini, data

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, hal. 62.

sekunder merupakan sumber informasi tambahan yang melengkapi data utama.

4. Teknik pengumpulan data

Langkah pertama dalam penelitian adalah teknik pengumpulan data, yang sangat krusial karena tanpa data, penelitian tidak dapat memenuhi standar yang ditetapkan.¹⁸

Dalam konteks ini, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain:

a. Observasi

Sugiyono menyatakan bahwa penelitian dimulai dengan mencatat, menganalisis, dan kemudian membuat kesimpulan mengenai pelaksanaan dan hasil program, terutama sejauh mana terjadi perkembangan usaha warga belajar. Untuk penelitian ini, digunakan teknik observasi nonpartisipan, di mana peneliti berperan sebagai pengamat independen tanpa terlibat langsung.¹⁹

Observasi, yang diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian, dilakukan secara langsung di Pasar De Talang Benih Curup, Bengkulu. Metode ini memungkinkan penulis untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang situasi yang sedang berlangsung.

¹⁸ Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*, hal. 308.

¹⁹ Syifaul Adhimah, *Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt. 06 rw. 02 Gedangan-Sidoarjo)*, Vol. 9, No.1(2020), 60

b. Wawancara/*Interview*

wawancara juga diterapkan sebagai metode pengumpulan data.

Wawancara merupakan percakapan antara pewawancara dan terwawancara, dimana langkah-langkahnya mencakup penjelasan maksud dan tujuan secara garis besar, pertanyaan deskriptif, struktural, dan kontras, serta memberikan kesempatan bagi informan untuk menyampaikan hal-hal yang dianggap penting.²⁰ Langkah-langkah yang akan dilakukan peneliti dalam wawancara adalah:

- 1) Peneliti menyajikan gambaran umum mengenai maksud dan tujuan wawancara.
- 2) Peneliti melakukan sesi wawancara dengan informan, mengawali dengan pertanyaan deskriptif, struktural, dan pertanyaan kontras.
- 3) Peneliti menyimpulkan sesi wawancara dengan memberikan kesempatan bagi informan untuk mengungkapkan hal-hal yang dianggap penting atau relevan.

c. Dokumentasi

Menurut Esterberg yang dikutip oleh Sugiyono, "Dokumen merujuk pada segala materi yang berbentuk tertulis dan dihasilkan oleh manusia." Pemeriksaan dokumen dilakukan untuk mendapatkan pemahaman tentang fenomena yang sedang diteliti serta memperoleh data-data pendukung.²¹

²⁰ Wahyu Nugroho, *Pengaruh Layanan Mediasi Terhadap Perilaku Bullying Pada Siswa Kelas Ix Smp Negeri 2 Gondangrejo Tahun Pelajaran 2015-2016*, Vol.5 No. 2(2019), 106

²¹ Dian Novita Fitriani, *kajian tentang oral dokumen:Tinjauan pada dokumentasi baru*, Vol.20, No.01(2018)

Dokumentasi adalah pencatatan dari peristiwa masa lalu dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Umumnya, dokumentasi berperan sebagai instrumen tambahan yang bertujuan untuk memperkuat dan menambah reliabilitas instrumen utama, yaitu observasi dan wawancara.

5. Analisis data

Setelah berhasil mengumpulkan data, langkah berikutnya dalam menguji data adalah melakukan analisis data, suatu aspek yang sangat vital dalam proses penelitian ini. Mengacu pada landasan konseptual yang menjadi dasar penelitian, metode analisis data yang diterapkan adalah analisis deskriptif kualitatif. Dalam konteks ini, analisis digunakan untuk mengidentifikasi pendekatan peneliti saat menjelajahi pasar. Dengan memahami persepsi pedagang terkait *Brand image* dan bagi hasil di Bank Muamalat.

Tujuan utama dari proses analisis data adalah menyusun dan mengatur data dengan teliti, yang diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Data ini dikategorikan dan disusun sedemikian rupa sehingga dapat diambil kesimpulan yang dapat dipahami dengan mudah oleh pihak lain. Proses ini melibatkan pengorganisasian, pengurutan, pengelompokan, pengklasifikasian, dan pengkategorian data untuk menemukan pola kesamaan serta mengembangkan hipotesis kerja, yang nantinya dapat dijadikan sebagai teori substantif.

Dalam konteks ini, aktivitas analisis data mencakup²²:

a. Pengolahan data

Proses pengurangan data, atau yang biasa disebut pengolahan data, dimulai dari tahap penyuntingan dan diakhiri dengan tabulasi data. Ini mencakup kegiatan menyusun hasil pengumpulan data secara komprehensif dan menyaringnya ke dalam unit konsep, kategori, atau tema tertentu.

b. Reduksi data

Proses reduksi data, juga dikenal sebagai pengolahan data, dimulai dari tahap penyuntingan dan diakhiri dengan tabulasi data. Dalam penyajian data, hasil reduksi data disusun sedemikian rupa untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan yang akurat melibatkan pembuatan tabel atau diagram, seperti gambar, sinopsis, matriks, atau bentuk reduksi data lainnya yang terstruktur. Ini bertujuan untuk mempermudah penyampaian temuan dan konfirmasi.

²² Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*, hal. 308.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi

1. Persepsi

Persepsi, berasal dari bahasa lain seperti *perception* dan *percipio*, merujuk pada kegiatan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris untuk membentuk gambaran dan pemahaman tentang lingkungan sekitar. Ini merupakan suatu proses di mana individu mengorganisir kesan sensorisnya guna memberikan arti pada lingkungan mereka.

Menurut Joseph A. Devito dalam Shafaruddin disebutkan bahwa persepsi adalah "proses yang membuat kita menyadari banyaknya stimulus atau rangsangan yang memengaruhi indera kita." Sarlito, seperti yang dikutip oleh Shafaruddin, menyatakan bahwa "persepsi terjadi saat menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ indera, kemudian masuk ke dalam otak."

Persepsi, pada dasarnya, melibatkan penilaian individu terhadap suatu obyek.¹ Persepsi digambarkan sebagai aktivitas mengindra, mengintegrasikan, dan memberikan penilaian terhadap obyek fisik dan sosial. Proses penginderaan ini bergantung pada stimulus fisik dan sosial di sekitarnya. Sensasi-sensasi dari lingkungan diproses bersama-sama dengan

¹ Shafaruddin, Rudi. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Upt. Perpustakaan Universitas Tanjungpura*. Diss. Tanjungpura University, 2013.hal.3

pengetahuan sebelumnya, seperti harapan, nilai-nilai, sikap, ingatan, dan sebagainya. Persepsi bukan hanya merupakan suatu proses psikologis, tetapi juga hasil dari penginderaan dan tahap akhir dari kesadaran, membentuk dasar dari proses berpikir. Dalam proses persepsi, individu dihadapkan pada tugas memberikan penilaian terhadap suatu obyek, yang bisa bersifat positif/negatif, menyenangkan atau tidak menyenangkan, dan sebagainya.

Persepsi pada dasarnya adalah suatu proses kognitif yang terjadi pada setiap individu dalam memahami informasi mengenai lingkungannya, melibatkan penggunaan indra seperti pengelihatn, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman.

Proses persepsi melibatkan objek-objek di sekitar manusia yang diterima melalui alat-alat indra dan diproses di berbagai bagian otak untuk memungkinkan pengamat mengamati dan memahami objek tersebut. "Seorang individu mengalami persepsi ketika menerima stimulus dari lingkungan eksternal yang ditangkap oleh organ-organ indranya, kemudian stimulus tersebut diolah dalam otak melalui proses berpikir, akhirnya menghasilkan pemahaman tentang objek tersebut."¹ Persepsi merupakan proses yang mengorganisasikan berbagai sensasi menjadi pola yang bermakna.²

¹ Duwit, Beatrix Sister, Veronica A. Kumurur, and Ingerid L. Moniaga. "Persepsi Pedagang Kaki Lima Terhadap Area Berjualan Sepanjang Jalan Pasar Pinasungkulan Karombasan Manado." Sabua: Jurnal Lingkungan Binaan Dan Arsitektur 7.2 (2015), hal.421

² Eric B Shiraev dan David A. Levy "Psikologi Lintas Kultural (pemikiran kritis dan terapan modern", (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm. 128

Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi menurut teori diatas bahwasannya persepsi adalah pendapat suatu pandangan objek di sekitar yang dapat diamati dan prosesn diterima stimulus oleh individu melalui alat indera.

2. Macam-macam Persepsi

Terdapat dua macam persepsi, yaitu *External Perception*, yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang datang dari luar diri individu dan *Self Perception*, yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang berasal dari dalam diri individu. Dalam hal ini yang menjadi objek adalah dirinya sendiri. Dengan persepsi, individu dapat menyadari dan dapat mengerti tentang keadaan lingkungan yang ada di sekitarnya maupun tentang keadaan diri individu.

Proses pemahaman terhadap rangsang atau stimulus yang diperoleh oleh indera menyebabkan persepsi terbagi menjadi beberapa jenis diantaranya: persepsi visual, persepsi auditori, persepsi perabaan, persepsi penciuman atau olfaktori, persepsi pengecapn atau rasa.

Pada hakekatnya sikap adalah merupakan suatu interelasi dari berbagai komponen, dimana komponen-komponen tersebut menurut Allport ada tiga yaitu: komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif. Rokeach memberikan pengertian bahwa dalam persepsi terkandung komponen kognitif dan juga komponen konatif, yaitu sikap merupakan predisposing untuk merespons, untuk berperilaku. Ini berarti bahwa sikap

berkaitan dengan perilaku, sikap merupakan predisposisi untuk berbuat atau berperilaku.

Berdasarkan pendapat-pendapat ini juga dapat dikemukakan bahwa persepsi mengandung komponen kognitif, komponen afektif, dan juga komponen konatif, yaitu merupakan kesediaan untuk bertindak atau berperilaku. Sikap seseorang pada suatu obyek sikap merupakan manifestasi dari kontelasi ketiga komponen tersebut yang saling berinteraksi untuk memahami, merasakan dan berperilaku terhadap obyek sikap. Ketiga komponen itu saling berinterelasi dan konsisten satu dengan lainnya. Jadi, terdapat pengorganisasian secara internal diantara ketiga komponen tersebut.³

3. Proses Persepsi

Proses persepsi merupakan suatu proses kognitif yang dipengaruhi oleh pengalaman, cakrawala, dan pengetahuan individu. Pengalaman dan proses belajar akan memberikan bentuk dan struktur bagi objek yang ditangkap panca indera, sedangkan pengetahuan dan cakrawala akan memberikan arti terhadap objek yang ditangkap individu, dan akhirnya komponen individu akan berperan dalam menentukan tersedianya jawaban yang berupa sikap dan tingkah laku individu terhadap objek yang ada.

Walgito menyatakan bahwa terjadinya persepsi merupakan suatu yang terjadi dalam tahap-tahap berikut: 1) Tahap pertama, merupakan tahap

³ Shafaruddin, Rudi. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Upt. Perpustakaan Universitas Tanjungpura*. Diss. Tanjungpura University, 2013.hlm.6.

yang dikenal dengan nama proses kealaman atau proses fisik, merupakan proses ditangkapnya suatu stimulus oleh alat indera manusia. 2) Tahap kedua, merupakan tahap yang dikenal dengan proses fisiologis, merupakan proses diteruskannya stimulus yang diterima oleh reseptor (alat indera) melalui saraf-saraf sensoris. 3) Tahap ketiga, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses psikologik, merupakan proses timbulnya kesadaran individu tentang stimulus yang diterima reseptor. 1) Tahap ke empat, merupakan hasil yang diperoleh dari proses persepsi yaitu berupa tanggapan dan perilaku.⁴

4. Pengukuran Persepsi

Mengukur persepsi hampir sama dengan mengukur sikap. Walaupun materi yang diukur bersifat abstrak, tetapi secara ilmiah sikap dan persepsi dapat diukur, dimana sikap terhadap obyek diterjemahkan dalam sistem angka. Dua metode pengukuran sikap terdiri dari metode Self Report dan pengukuran Involuntary Behavior.

- a *Self Report* merupakan suatu metode dimana jawaban yang diberikan dapat menjadi indikator sikap seseorang. Namun kelemahannya adalah bila individu tidak menjawab pertanyaan yang diajukan maka tidak dapat mengetahui pendapat atau sikapnya.

⁴ Shafaruddin, Rudi. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Upt. Perpustakaan Universitas Tanjungpura*. Diss. Tanjungpura University, 2013.hal.3.

- b *Involuntary Behaviour* dilakukan jika memang diinginkan atau dapat dilakukan oleh responden, dalam banyak situasi akurasi pengukuran sikap dipengaruhi kerelaan responden.

Jika merujuk pada pernyataan diatas, bahwa mengukur persepsi hampir sama dengan mengukur sikap, maka skala sikap dapat dipakai atau dimodifikasi untuk mengungkap persepsi sehingga dapat diketahui apakah persepsi seseorang positif, atau negatif terhadap suatu hal atau obyek.

5. Syarat terjadinya persepsi

Syarat timbulnya persepsi yakni, adanya objek, adanya perhatian sebagai langkah pertama untuk mengadakan persepsi, adanya alat indra sebagai reseptor penerima stimulus yakni saraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus ke otak dan dari otak dibawa melalui saraf motoris sebagai alat untuk mengadakan respons. Secara umum, terdapat beberapa sifat persepsi, antara lain bahwa persepsi timbul secara spontan pada manusia, yaitu ketika seseorang berhadapan dengan dunia yang penuh dengan rangsangan. Persepsi merupakan sifat paling asli yang merupakan titik tolak perubahan. Dalam mempersepsikan tidak selalu dipersepsikan secara keseluruhan, mungkin cukup hanya diingat. Persepsi tidak berdiri sendiri, tetapi dipengaruhi atau bergantung pada konteks dan pengalaman.⁵

Berdasarkan berbagai macam defenisi dan pengertian mengenai persepsi tersebutbahwa, dengan adanya syarat bagi terjadinya

⁵ Shafaruddin, Rudi. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Upt. Perpustakaan Universitas Tanjungpura*. Diss. Tanjungpura University, 2013.hal.6.

suatu persepsi maka memungkinkan adanya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi suatu persepsi.

Adapun faktor-faktor tersebut bisa terletak dalam diri pembentuk persepsi, dalam diri objek atau target yang diartikan, atau dalam konteks situasi di mana persepsi tersebut dibuat. Persepsi-persepsi yang dipengaruhi oleh asumsi-asumsi yang didasarkan pada pengalaman masa lalu. Ada beberapa hal yang mempengaruhi persepsi, yaitu:

- a Yang paling berpengaruh terhadap persepsi adalah perhatian
- b Stimulus yang berupa obyek maupun peristiwa tertentu.
- c Faktor situasi dimana pembentukan persepsi itu terjadi baik tempat, waktu, suasana dan lain-lain.

Pendapat tersebut lebih diperjelas dengan membagi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi 2 yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal.⁶

- a Faktor Internal, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain : fisiologis, perhatian, minat, kebutuhan searah, pengalaman dan ingatan, suasana hati.
- b Faktor Eksternal, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan

⁶ Shafaruddin, Rudi. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Upt. Perpustakaan Universitas Tanjungpura*. Diss. Tanjungpura University, 2013.hal.6.

mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah : ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus, warna dari obyek-obyek, keunikan dan kekontrasan stimulus, intensitas dan kekuatan dari stimulus, motion atau gerakan.

Sedangkan menurut Siagian ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu: diri orang yang bersangkutan, sasaran persepsi, dan faktor situasi. Sementara menurut Walgito dalam persepsi individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimulus mempunyai arti individu yang bersangkutan dimana stimulus merupakan salah satu faktor yang berperan dalam persepsi. Berkaitan dengan hal itu faktor-faktor yang berperan dalam persepsi yaitu :

- a Adanya objek yang diamati
- b Alat indera atau reseptor
- c Adanya perhatian⁷

B. Pedagang Pasar

a. Pengertian Pedagang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Pedagang adalah seorang yang pekerjaannya adalah berdagang, Pedagang adalah melakukan perdagangan memperjual belikan barang dengan tujuan untuk memperoleh

⁷ Shafaruddin, Rudi. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Upt. Perpustakaan Universitas Tanjungpura*. Diss. Tanjungpura University, 2013.hal.6.

suatu keuntungan. Perdagangan pada prinsipnya adalah pertukaran suatu komoditas lain yang berbeda atas komoditas suatu.

Secara fisik pasar merupakan tempat pemusatan beberapa atau kelompok pedagang tetap dan tidak tetap yang terdapat pada suatu ruangan terbuka atau tertutup atau sebagian badan jalan. Selanjutnya pengelompokkan para Pedagang eceran tersebut menempati bangunan-bangunan dengan kondisi bangunan temporer, semipermanen ataupun permanen.

Menurut Ehrenberg dan Smith, Pasar merupakan tempat pertemuan antara Pembeli dan Penjual, di mana barang atau jasa sebagai produk yang dipertukarkan. Ukuran kerelaan dalam pertukaran tersebut biasanya akan muncul suatu tingkat harga atas barang dan jasa yang dipertukarkan. Akan terjadi sebuah transaksi apabila penjual dan pembeli menyepakati nilai yang harus dibayarkan untuk sebuah manfaat produk, meskipun pada akhirnya sebuah transaksi bisa saja tidak menguntungkan salah satu pihak. Pasar untuk suatu produk atau jasa sangatlah luas. Perusahaan tidak mudah untuk memasuki pasar yang demikian luas dan walaupun bisa kemungkinan berhasil sangat kecil, apalagi untuk usaha-usaha baru. Pasar yang demikian luas jika tidak dipilah-pilah akan menyulitkan perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasarannya.⁸

⁸ Azizah, Siti Nur. "Analisis Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Tumenggungan Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Evaluasi Manajemen Tata Kelola Pedagang Pasar Tumenggungan Pasca Program Revitalisasi Menurut Persepsi Pedagang." *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi* 15.2 (2016), hal.24

Menurut Akhinayasrin berpendapat bahwa pedagang memiliki beberapa jenis, yaitu sebagai berikut :⁹

2. Pedagang Keliling

Pedagang keliling adalah pedagang yang menawarkan barang dagangannya dengan cara berkeliling, berkeliling biasanya dilakukan dari RT ke RW, dari RW ke RW, dari kampung ke kampung, ataupun dari desa ke desa. Barang yang biasanya mereka dagang biasanya di gendong, didorong dengan gerobak, dengan menggunakan sepeda, ataupun dengan menggunakan kendaraan motor. Pedagang ini tidak menetap disuatu tempat berpindah sesuai keperluan. Barang yang dijual biasanya merupakan kebutuhan sehari-hari seperti sayuran, makanan, jajanan anak, dan lain-lain. Termasuk pedagang jenis ini adalah jamu gendong, pedagang bakso, pedagang ice cream, dan lain lain.

3. Pedagang Asongan

Pedagang asongan kurang hampir mirip dengan pedagang keliling tapi dalam bentuk yang lebih kecil jangkauannya lebih sempit misalnya disekitar terminal atau di sekitar pasar. Pedagang asongan adalah pedagang yang menawarkan barang dagangannya dengan cara menempatkannya di kotak kecil atau dibawa dengan jinjingan sehingga mereka mudah membawahnya, dan barang-barang yang mereka tawarkan biasanya berupa

⁹ Akhiyanasrin, *Definisi Pedagang dan Jenis Pedagang* (Yogyakarta: Graha, 2011), hal.28.

kacang, kertas tisu, kuaci, buah, dan barang-barang ringan lainnya. Pedagang asongan menjual barang dagangannya langsung ke tangan konsumen.¹⁰

4. Pedagang kaki lima

Pedagang kaki lima adalah pedagang yang menawarkan barang dagangannya dengan cara menggelarnya di trotoar di tepi jalan yang ramai. Untuk menggelar dagangannya, mereka menggunakan tikar, terpal, barang yang mereka tawarkan biasanya berupa pakaian, sepatu, makanan, buah-buahan, dan lain-lain. Pedagang kaki lima menjual barang dagangannya tidak berkeliling.

5. Pedagang grosir

Pedagang ini merupakan bagian dari pedagang besar, mereka menjual barang dagangannya kepada penjual lain yang lebih kecil (bisa disebut pedagang eceran), pedagang grosir banyak ditemukan dikota-kota besar, misalnya adalah matahari, makro, alfa.

Grosir merupakan yang dalam menawarkan barang tidak langsung berhadapan dengan pembeli, sebagaimana pedagang eceran, melainkan calon pembelilah yang mendatangi pedagang grosir.¹¹

2. Dasar Hukum Berdagang

Islam mengatur apa dan bagaimana manusia untuk memenuhi kebutuhannya sehari hari, yaitu salah satunya dengan praktek bisnis yang membawa berkah dan kemaslahatan. Berdagang adalah aktivitas paling

¹⁰ Akhinyanasrin, hal.29.

¹¹ Akhiyanasrin, hal.30.

umum dilakukan dipasar, oleh karena itu aktivitas berdagang dibolehkan dalam islam.¹² Sebagaimana firman Allah SWT. Dalam surah Al-Furqaan ayat 20 :

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ
وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ ۗ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا ۝

Artinya:

“Dan Kami tidak mengutus Rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar. dan Kami jadikan sebahagian kamu cobaan bagi sebahagian yang lain. maukah kamu bersabar?; dan adalah Tuhanmu Maha melihat.”

Ada perangkat atau ketentuan yang harus dipenuhi dan dipatuhi saat akan melakukan aktivitas berdagang yang sesuai dengan Ekonomi Syariah, diantaranya¹³:

1. Komoditi barang atau jasa yang diperdagangkan

Barang atau jasa yang diperdagangkan harus halal. Tidak boleh memperjual belikan barang atau jasa yang diharamkan oleh agama islam. Disamping halal, barang yang diperdagangkan harus jelas. Tidak dibenarkan diperdagangkan memperdagangkan barang yang tidak jelas atau sama.

2. Pelaku Perdagangan

Penjual dan pembeli harus memenuhi syarat *aqil* dan *baligh* untuk dapat melaksanakan transaksi perdagangan. Persyaratan ini dimaksudkan

¹² Mustafa Edwin Nasional, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: kencana,2007), hal.158.

¹³ Achmat Subekan, “*Mengenal Etika Dagang Syariah*”, artikel diakses pada 12 mei 2015

untuk melindungi keduanya dari tindakan penipuan dan tindakan lain yang merugikan. Dan kedua belah pihak harus memiliki etika akhlak yang mulia seperti *shiddiq(jujur)*, *amanah (tanggung jawab)*, *tidak menipu dan menepati janji marah hati, dan tidak melupakan akhirat.*

3. Tempat

Perdagangan hendaknya dilakukan ditempat yang baik serta memungkinkan penjual dan pembeli dapat melakukan tawar menawar dan saling merelakan dan bertransaksi.

4. Proses Perdagangan

Proses perdagangan harus dilakukan sesuai dengan syariat. Untuk keperluan ini harus dipenuhi adanya *aqid (pihak yang melakukan akad jual beli yaitu penjual dan pembeli) ma'qud' alaih (barang yang diperjual belikan), sighthat Ijab dan Qabul.*

C. **Brand image (Citra Merek)**

1. Pengertian Merek

Nama, istilah, lambang, atau desain, atau kombinasinya, yang dimaksud untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka dari pesaing. Merek merupakan tanda, symbol Desain, warna, gerak atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing. Nama, istilah, tanda, simbol atau desain, atau kombinasi diantaranya yang dimaksud untuk

mengidentifikasi barang dan jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan membedakannya dari barang dan jasa para pesaingnya. Merek merupakan nama yang diberikan oleh perusahaan kepada produknya untuk membedakannya dari produk lain.¹⁴ Merek adalah tawaran dari suatu sumber yang sudah terkenal.

Merek terdiri dari beberapa bagian yaitu :

- a. Nama Merek (*Brand Name*) adalah sebagian dari merek dan yang diucapkan.
- b. Tanda Merek (*Brand Mark*) adalah sebagian dari merek yang dapat dikenal, tetapi, tidak dapat diucapkan, seperti lambang, desain, huruf, atau warna khusus
- c. Tanda merek dagang (*Trade mark*) adalah merek atau sebagian dari merek yang dilindungi hukum karena kemampuannya menghasilkan sesuatu yang istimewa.
- d. Hak Cipta (*Copyright*) adalah hak istimewa yang dilindungi undang-undang untuk memproduksi, menertibkan, dan menjual karya tulis, karya musik, atau karya seni Merek adalah nama, istilah, tanda symbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang dimaksud untuk mengidentifikasi barang dari seseorang atau sekelompok penjual untuk membedakannya dari produk pesaing.

¹⁴ Alma, buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta, hlm. 148

- e. Menurut Undang-Undang Merek (UU No 19 Tahun 1992) dinyatakan Bab I (Ketentuan Umum), pasal 1 ayat 1 bahwa merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

2. Peranan Merek

Tentunya merek memiliki fungsi serta peran yang amat vital didalam sebuah perusahaan. Tentunya dengan adanya sebuah merek maka akan dapat meningkatkan keberlangsungan sebuah perusahaan serta produk yang ditawarkan. Merek memiliki beberapa fungsi, diantaranya.¹⁵

- a. Merek mengidentifikasikan sumber atau pembuat produk dan memungkinkan konsumen untuk menetapkan tanggung jawab pada pembuat atau distributor tertentu. Sehingga konsumen dapat mengevaluasi produk identik secara berbeda.
- b. Konsumen dapat belajar tentang merek melalui pengalaman masa lampau dengan produk dengan program pemasarannya.
- c. Ketika kehidupan konsumen menjadi lebih rumit, sibuk, dan kekurangan waktu, kemampuan merek untuk menyederhanakan pengambilan keputusan pembelian.
- d. Merek juga menunjukkan fungsi-fungsi yang bernilai bagiperusahaan.

¹⁵ Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid .1 Edisi KetigaBelas*. Jakarta: Erlangga.hlm.168

- e. Sebuah merek menawarkan perlindungan hukum yang kuat untuk fitur atau aspek produk yang unik.
- f. Merek dapat menandakan satu tingkat mutu tertentu, sehingga pembeli yang puas dapat lebih mudah memilih produk.
- g. Kesetiaan merek memberikan kemampuan untuk diramal dan keamanan permintaan bagi perusahaan sekaligus menciptakan hambatan perusahaan lain memasuki pasar.
- h. Merek tidak dapat menandingi kesan terakhir dalam pikiran individu atau konsumen dan organisasi dari pemasaran dan pengalaman produk.

3. Manfaat Merek

Merek memiliki manfaat, yaitu sebagai berikut:

- a. Menyederhanakan penanganan atau penelusuran produk.
- b. Membantu mengatur catatan persediaan dan catatan akuntansi.
- c. Menawarkan perlindungan hukum pada perusahaan untuk fitur-fitur atau aspek unik produk. Bagi perusahaan, merek mempresentasikan bagian properti hukum yang sangat berharga, dapat mempengaruhi konsumen, dapat dibeli dan dijual, serta memberikan keamanan pendapatan masa depan yang langgeng.¹⁶

¹⁶ Bastian, Danny Alexander. "Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Ades Pt. Ades Alfindo Putra Setia." *Jurnal Strategi Pemasaran* 2.1 (2014), hal.2

4. Jenis-Jenis Merek

Dalam buku yang ditulis oleh Firmansyah dalam Wahyuningsih ada beberapa jenis merek sebagai berikut:

- a. *Product Brand*, merupakan hal yang paling umum dalam sebuah branding. Merek atau produk yang sukses adalah produk yang memiliki kemampuan dapat mendorong konsumen untuk dipilihnya daripada produk-produk pesaing lainnya.
- b. *Personal Brand*, merupakan alat yang sering digunakan untuk memasarkan di kalangan *public figure* seperti politisi, musisi, selebriti, dan lainnya, sehingga dimata masyarakat memiliki pandangan tersendiri tentang mereka.
- c. *Corporate Brand*, pengembangan reputasi sebuah perusahaan di pasar, meliputi semua aspek perusahaan mulai dari produk atau jasa yang ditawarkan hingga kontribusi karyawan mereka terhadap masyarakat.
- d. *Geographic Brand* atau regional bertujuan guna memunculkan gambaran dari produk atau jasa ketika nama lokasi tersebut disebutkan oleh seseorang.
- e. *Cultural Brand*, pengembangan reputasi mengenai lingkungan dan orang-orang dari lokasi tertentu atau kebangsaan.¹⁷

Jadi dapat disimpulkan Merek dagang, juga dikenal sebagai merek, dapat berupa nama, kata, tanda, atau simbol, atau kombinasi dari dua atau lebih komponen ini. Tujuan merek dagang adalah untuk mengidentifikasi (barang atau jasa) dari satu penjual atau kelompok penjual dengan cara yang berbeda dari barang lain di pasar.

5. Pengertian Citra

Image atau Citra adalah persepsi yang relatif konsisten dalam jangka panjang (*enduring perception*). Jadi tidak mudah untuk membentuk *Image*,

¹⁷ Wahyuningsih, Hikmah. "Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah (Bumn), Kualitas Layanan, Dan Brand Image Produk Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) Di Yogyakarta." (2021), hal.22.

sehingga bila terbentuk sangat sulit untuk mengubahnya.¹⁸ Citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu obyek. Sikap dan tindakan orang terhadap suatu obyek sangat ditentukan oleh citra obyek tersebut. Citra adalah cara masyarakat mempresepsikan (memikirkan) perusahaan atau produknya.

6. Citra Merek (*Brand image*)

1) Pengertian Citra merek

Citra merek (*brand image*) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan referensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian, image konsumen yang positif terhadap suatu brand lebih memungkinkan konsumen melakukan pembelian. Brand yang lebih baik juga menjadi dasar untuk membangun citra perusahaan yang positif.

Brand image adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti. Secara luas citra merek merupakan sebuah kerangka atau serangkaian asosiasi (persepsi) yang ada didalam benak konsumen terhadap merek dari suatu produk.

¹⁸ Simamora, Henry. 2007. *Manajemen Pemasaran Internasional* Jilid 2. Jakarta: Rineka cipta. Hal .28

Dengan adanya pengalaman dan informasi yang banyak akan menjadikan dasar akan semakin kuatnya terhadap merek dari suatu produk. Citra mempresentasikan persepsi yang bias merefleksasikan kenyataan obyektif ataupun tidak. Citra yang terbentuk dari asosiasi (persepsi) inilah yang mendasari keputusan membeli bahkan loyalitas merek (*brand loyalty*) dari konsumen. Citra juga meliputi pengetahuan dan kepercayaan akan atribut merek (aspek kognitif), konsekuensi dari penggunaan merek tersebut dan situasi pengguna yang sesuai, begitu juga dengan evaluasi, perasaan dan emosi yang dideskripsikan dengan merek tersebut atau aspek aktif.

Brand image adalah representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. *Brand image* didefinisikan sebagai persepsi terhadap merek yang direfleksikan oleh asosiasi merek dalam memori konsumen yang mengandung makna bagi konsumen.

Berdasarkan uraian di atas Citra merek meliputi pengetahuan dan kepercayaan akan atribut merek (aspek kognitif), konsekuensi dari penggunaan merek tersebut, dan situasi penggunaan yang sesuai, begitu juga dengan evaluasi, perasaan dan emosi yang di asosiasikan dengan merek tersebut (aspek afektif). Citra merek didefinisikan sebagai

persepsi konsumen dan preferensi terhadap merek, sebagaimana yang direfleksikan oleh berbagai macam asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen. Meskipun asosiasi merek dapat terjadi dalam berbagai macam bentuk tapi dapat dibedakan menjadi asosiasi performansi dan asosiasi imajeri yang berhubungan dengan atribut dan kelebihan merek dan image merupakan serangkaian kepercayaan konsumen tentang merek tertentu sehingga asosiasi merek tersebut melekat dibenak konsumen.

2) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek terdiri dari tiga komponen yaitu:

- a) *Product Attributes* (Atribut Produk): yang merupakan hal-hal yang berkaitan dengan merek tersebut sendiri seperti kemasan, isi produk, harga, rasa, dll.
- b) *Consumer Benefits* (Keuntungan Konsumen): yang merupakan kegunaan produk dari merek tersebut.
- c) *Brand Personality* (Kepribadian Merek): yang merupakan asosiasi kepribadian sebuah merek apabila merek tersebut seorang manusia.

Citra merek sebagai persepsi mengenai sebuah merek sebagaimana direfleksikan oleh asosiasi merek yang terdapat dalam benak konsumen. Citra merek terdiri dari unsur-unsur tersebut berupa:

- a) *Attributes* (atribut) yang merupakan pendefinisian deskriptif tentang fitur-fitur yang ada dalam sebuah produk atau jasa.

- b) *Product-related attributes* (atribut produk), yakni unsur-unsur yang membuat fungsi produk dapat bekerja, biasanya berhubungan dengan komposisi fisik atau persyaratan dari suatu jasa yang ditawarkan.
- c) *Nonproduct-related attributes* (atribut non produk) yang merupakan aspek eksternal dari suatu produk yang berhubungan dengan pembelian dan konsumsi suatu produk atau jasa, diantaranya termasuk informasi tentang harga, kemasan dan desain produk, orang, per group atau selebriti yang menggunakan produk atau jasa tersebut, bagaimana dan dimana produk atau jasa itu digunakan.

D. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang kegiatannya meninggalkan masalah riba dan tidak mengandalkan bunga atau lembaga keuangan atau beroperasi sesuai dengan prinsip syariah, khususnya mengacu pada ketentuan Alquran dan Hadis. Riba adalah praktek meminjamkan uang dengan tingkat bunga yang lebih tinggi dari tingkat pasar.

2. Prinsip Bank Syariah

Secara umum di antara prinsip-prinsip terkait produk perbankan syariah adalah usaha yang menjauhi praktek riba, *gharar*, Maisir dan Produk yang haram.¹⁹ Untuk memperjelas empat unsur tersebut akan

¹⁹ Najib, Mohamad Ainun. "Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah." *Jurnal Jurisprudence* 7.1 (2017): hal 15-28.

dijelaskan pengertian, landasan hukum dan pembagiannya. Diharapkan dengan memahami prinsip ini, secara aplikatif bank syariah betul-betul menjaga dari unsur tersebut.

1. Riba

Salah satu prinsip fundamental terkait produk-produk perbankan syari'ah adalah menjauhi riba dalam segala transaksinya. Perbedaan utama lembaga keuangan syariah dengan lainnya semua produk-produknya steril dari masalah riba. Secara etimologis riba dari kata *rabā asyau yarbū robwan ribaanberarti zāda* (bertambah) dan *namā* (berkembang). Menurut Abdul Ghofur Anshori, istilah riba berasal dari kata r-b-w, yang digunakan dalam al-Qur'an sebanyak dua puluh kali. Di dalam Al-Qur'an riba dapat dipahami dalam delapan arti, yaitu: pertumbuhan (*growing*), peningkatan (*inceding*), bertambah (*swelling*), meningkat (*rising*), menjadi besar (*being big*) dan besar (*great*), dan juga diartikan bukit kecil (*hillock*). Dengan kata lain, riba artinya tumbuh dan membesar. Walaupun riba diartikan tambahan, tetapi tidak semua yang bertambah itu riba menurut hukum fikih.

Sedangkan secara terminologis riba menurut ulama adalah sebagai berikut :

- a. Menurut Ulama Hanafiah, riba adalah kelebihan tanpa ada pengganti dan disyaratkan dalam transaksi jual beli.
- b. Menurut ulama Syafi'iyah, riba adalah bentuk transaksi dengan cara menetapkan pengganti tertentu (yang tidak diketahui kesamaanya

dengan yang ditukar) dalam ukuran syariat pada saat transaksi, atau disertai penanguhan terhadap kedua barang yang dipertukarkan ataupun terhadap salah satunya.

- c. Menurut Ulama Hanabilah, riba adalah pertambahan sesuatu yang dikhususkan.
- d. Dari definisi di atas ada beberapa pendapat dalam menjelaskan riba, namun secara umum terdapat benang merah yang menegaskan bahwa riba adalah pengambilan tambahan di atas modal yang dilarang Allah *Subhanahu wa ta'ala*.²⁰

2. Dasar Hukum Keharaman Riba

Riba termasuk tujuh dosa besar yang menghancurkan. Di antara dasar pelarangan riba adalah Dasar pelarangan riba adalah Al-Qur'an, Sunnah, Ijma.

1) Al-Qur'an

Perintah untuk meninggalkan riba di dalam al-Qur'an diturunkan secara bertahap. Diawali dari QS. Ar-Rum (30): 39, kemudian QS. An-Nisa (4): 161 dilanjutkan dengan QS. Ali-Imran (3): 130 dan terakhir secara jelas dalam QS. Al-Baqarah (2): 275-276 dengan jelas Allah mengharamkan riba, Allah SWT berfirman:

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu

²⁰ Najib, Mohamad Ainun. "Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah." *Jurnal Jurisprudence* 7.1 (2017):hal 15-28.

sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.

Ayat di atas menggambarkan orang-orang yang makan riba akandibangkitkan dari kuburnya pada hari kiamat nanti melainkan seperti orang gila yang terbangun pada saat mendapat tekanan penyakit dan setan merasukinya. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi mereka sangat buruk. Gambaran ini menunjukkan larangan kita melakukan riba dengan berbagai bentuk dan sedikit mapun banyak.

2) Hadits

Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam melaknat orang yang memakan riba, memberi makan riba (orang yang memberi riba kepada pihak yang mengambil riba), juru tulisnya, dan dua saksinya. Beliau mengatakan: ‘Mereka itu sama’.” [HR. Muslim]

Dari Abu Hurairah Radiallahu Anhu dari Nabi *Shallahu ‘Alahi wa Salam* beliau bersabda : “ *Jauhilah oleh kalian tujuh hal yang menyebabkan kebinasaan.*” *Kami (para sahabat) bertanya: “Apa tujuh hal itu, wahai Rasulullah?” Beliau menjawab: “...memakan (mengambil) riba...”* [HR. Al-Bukhari dan Muslim].²¹

²¹ Najib, Mohamad Ainun. "Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah." *Jurnal Jurisprudence* 7.1 (2017):hal 15-28.

3) *Ijma'*

Para ulama dari dulu sampai saat ini di seluruh dunia sepakat telah mengharamkan riba. Bunga bank adalah bagian riba. Dr. Yusuf Qardhawi mengungkapkan bahwa telah lahir *ijma'* ulama dari berbagai lembaga, pusat penelitian, muktamar, seminar-seminar ahli fikih dan ahli ekonomi Islam yang mengharamkan bunga bank dalam segala bentuknya, dan bunga bank ada riba.

Filosofi riba diharamkan karena mendatangkan dampak negatif terhadap individu, sosial bahkan berpengaruh dari sisi ekonomi. Secara individu menyebabkan sifat rakus dan mengambil hak orang lain, karena praktek riba mengambil harta kawannya tanpa ganti. Sebab orang yang meminjamkan uang 1 dirham dengan 2 dirham, maka dia dapat tambahan satu dirham tanpa imbalan ganti.

Secara sosial menghilang sifat tolong menolong dan solidaritas di kalangan masyarakat, karena riba akan menyebabkan terputusnya sikap yang baik (*ma'ruf*) dalam hal pinjam-meminjam. Sebab kalau riba itu diharamkan, maka seseorang akan merasa senang meminjamkan uang satu dirham dan kembalinya satu dirham juga. Tanpa berharap ada tambahan apapun. Inilah yang bisa menumbuhkan masyarakat untuk selalu berbagi dan sepenanggungan.

Sedangkan secara ekonomi riba telah membunuh semangat berinvestasi, Karena orang lebih nyaman menyimpan uang dengan

mendapatkan kepastian bunga, tidak mau berinvestasi yang memiliki resiko untung dan rugi. Sehingga proyek produk barang juga semakin menurun, pekerjaan pun semakin terbatas.

Riba (bunga) telah jelas diharamkan oleh syariah Allah dan secara nyata dapat merusak tatanan individu, sosial bahkan ekonomi. Maka prinsip menjauhkan riba harus menjadi ciri yang melekat dalam setiap transaksi bank syariah. Pihak bank melalui dewan syariah harus memastikan setiap produk, jasa dan transaksinya terhindari dari unsur riba. Tidak hanya menjadi jargon atau label sebagai bank bebas bunga, tetapi juga secara praktik steril dari riba.

3. Pembagian Riba

Ulama berbeda pendapat terkait pembagian riba, ada yang membagi menjadi riba *qardh*, *nasi'ah* dan *fadl*, ada yang membagi menjadi riba yang jelas (*jali*) dan riba yang samar (*khofi*), tetapi jika kita merujuk pada dalil-dalil al-Qur'an dan Sunnah bisa disimpulkan riba terbagi menjadi *riba qardh* atau *riba jahiliyah* dan *riba buyu'* mencakup *riba fadl* dan *riba nasi'ah*.²²

²² Najib, Mohamad Ainun. "Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah." *Jurnal Jurisprudence* 7.1 (2017):hal 15-28.

4. *Gharar*

Secara etimologis *gharar* adalah *al-khathr* (pertaruhan). Sehingga Imam Jurjani menyatakan, *gharar* adalah yang tidak jelas hasilnya (*majhul al-'aqibah*) tidak tahu apakah ada atau tidak.

Sedangkan menurut terminologi ada beberapa pandangan di antaranya menurut Imam Syarkhasi dari ulama hanafiyah mengatakan sesuatu yang tidak jelas hasilnya. Sedangkan Imam malik mendefinisikan *gharar* sebagai jual beli objek yang belum ada, belum diketahui kualitas barang itu baik atau buruk oleh pembeli, seperti ; jual beli binatang yang telah lepas dari tangan pemiliknya, atau jual beli anak binatang yang masih berada dalam kandungan ibunya.

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, *gharary* itu transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaanya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali diatur lain dalam syariah.

Dari pengertian di atas bisa disimpulkan bahwa *gharar* adalah keraguan dalam keberadaan obyek akad transaksi seperti dalam kualitas, kuantitaas, harga atau hal yang tidak jelas hasilnya atau pertaruhan yang menimbulkan keraguan antara baik dan buruk.

5. *Maisir*

Maisir (perjudian) terlarang dalam syariat Islam, dengan dasar al-Quran, Sunnah, dan *ijma'*. Dalam QS. Al-Maidah : 90 Allah berfirman yang artinya : “Wahai orang-orang yang beriman,

sesungguhnya (meminum) *khamar*, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka, jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan. Ayat tersebut dengan jelas mengharamkan berjudi bahkan masuk kategori perbuatan *syetan*. Maka sudah seharusnya hal tersebut dijauhi dalam semua transaksi. Dalam hadits Rasulullah SAW. bersabda: “Barangsiapa yang menyatakan kepada saudaranya, ‘*Mari, aku bertaruh denganmu.*’ maka hendaklah dia bersedekah.” (HR. Bukhari dan Muslim).

Dalam hadits ini, Nabi *shallallahu ‘alaihi wa sallam* menjadikan ajakan bertaruh—baik dalam pertarungan atau muamalah—sebagai sebab membayar kafarat dengan sedekah, Ini menunjukkan keharaman pertarungan. Demikian juga, sudah ada *ijma’* tentang keharamannya.²³

3. Lambang Bank Syariah

Bank syariah yang ada di Kabupaten Rejang Lebong terdapat dua yaitu Diantaranya Bank Muamalat yang terletak di Jalan Merdeka No.732 Kelurahan Pasar Baru Curup Dan Bank Syariah Indonesia yang terletak di Jalan Merdeka No.287 Kelurahan Kepala Siring Curup. Untuk saat ini hanya ada dua Bank Syariah. Berikut lambang bank syariah yang ada di kota Curup.

²³ Najib, Mohamad Ainun. "Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah." *Jurnal Jurisprudence* 7.1 (2017):hal 15-28.

Gambar 2.1 Lambang Bank Muamalat



Gambar 2.2 Lambang Bank Syariah Indonesia



BAB III

GAMBARAN UMUM PASAR DE

A. Sejarah singkat Pasar De

Pasar tradisional di Rejang Lebong sudah ada sejak zaman Penjajahan Belanda yang bertahan sampai saat ini. Pasar De merupakan salah satu pasar tradisional yang ada di Rejang Lebong dan sudah termasuk dari salah satu pasar yang keberadaannya cukup dikenal oleh masyarakat. Pasar De awal penyebutannya dari Bahasa Rejang kemudian para pedagang dan pembeli yang mulai berjualan segala macam kebutuhan yang mulai di sebut Pasar Serbo Ade atau Serba Ada. Seiring perkembangan zaman maka terbentuklah sebuah pasar yang dinamakan Pasar De.

Pasar De merupakan bagian wilayah dari kelurahan Talang benih ditengah kecamatan Curup Kota, Kabupaten Rejang Lebong yang memiliki luas kurang lebih 1 hektare, dimana pasar tersebut didirikan guna untuk kegiatan transaksi jual beli oleh masyarakat Rejang lebong. Tidak banyak yang mengetahui pasti kapan Pasar De berdiri, dari informasi yang didapat dan sedikit bukti yang ada Pasar De sudah ada sejak tahun 1980 dengan adanya satu sumber yang menerangkan pendapat psalah satu pedagang sayur.¹

“Pasar De sudah ada sejak saya kecil yaitu saya lahir tahun 1980, namun disampaikan oleh orang tua saya awalnya Pasar De ini kuburan Cina kemudian dipindahkan lokasinya ke Talang Rimbo dan akhirnya menjadi lahan

¹ Yanti, Pedagang Sayur, wawancara, tanggal 24 Mei 2023 pukul 10:01 WIB.

kosong, karena kegiatan masyarakat di sekitar jalan Simpang lebong dan juga didirikan Gereja untuk umat Kristen mulai ramai lahan kosong disamping Gereja ini sebagai pusat jual belinya masyarakat yang ada di sekitaran Talang Benih, saya berjualan di Pasar De sudah sejak tahun 1998, karena memang tempat tinggal saya berdampingan dengan Pasar ini.”

Mayoritas masyarakat yang berdagang di Pasar De adalah warga Talang Benih yang memang akses mereka untuk ke pasar sangat dekat dengan pasar. Adapun Keberadaan pasar mulai di perhatikan oleh pemerintah pada tahun 2019 dengan dibangunnya fasilitas pasar berupa kios/los dan tempat berjualan ikan dan daging.

B. Letak Geografis Pasar De

Pasar Serbo Ade atau lebih dikenal dengan sebutan Pasar De ini berlokasi di kelurahan Pasar Baru namun juga sebagian Masuk Di Kelurahan Talang Benih 134 pedagang mayoritas pedagang dari suku Rejang. Wilayah Pasar De mempunyai batas wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Talang Benih.
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Pasar Baru.
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Jalan Baru.

dengan Posisi Pasar De Ditengah Kota Curup.¹

¹ Ria angraini, *Wawancara*, tanggal 24 Mei 2023, pukul 11.00 Wib



Gambar 3.1 Denah Lokasi Pasar De

C. Jumlah Pedagang

Pada Pedagang Pasar De memiliki banyak jenis dagangan seperti Pakaian, Bahan Pokok, sayuran dan lain-lain. Pedagang Pasar De berjumlah keseluruhan pedagang kaki lima berjumlah 128 orang dan pedagang yang memiliki los atau kios berjumlah 66 kios tertutup dengan rincian peremajaan 1 berjumlah 12 kios, peremajaan 2 jumlah 8 kios dan peremajaan 3 berjumlah 30 kios dan kios swadaya yaitu berjumlah 16 kios. ² Dari keseluruhan toko atau kios di Pasar De toko sembako non muslim ada 6 kios dari jumlah 21 kios sembako yang ada di Pasar De. Untuk itu disajikan dalam bentuk table.

² Ria Anggraini, *Wawancara*, tanggal 19 Juli 2023, pukul 11.00 Wib.

Table 3.1 Data Los atau Kios Tertutup Pasar De

Kios atau Los tertutup Pedagang Pasar De	Jumlah Los atau Kios
Peremajaan 1	12
Peremajaan 2	8
Peremajaan 3	30
Swadaya	16
Total los tertutup	66

Sumber: Data Satgas Pasar Rejang Lebong 2023

Kepemilikan kios Pedagang Pasar De dibagi menjadi 4 kriteria dengan sistem Hak Guna Usaha (HGU) sebelum dibangunnya fasilitas oleh Pemerintah Rejang Lebong, setelah pembangunan barulah sistem sewa di terapkan dengan rincian:

- a. Peremajaan 1 adalah Kios atau Los dengan sistem Sewa dengan status kepemilikan Bangunan itu milik Pemerintah Daerah Rejang lebong dengan pedagang hanya memiliki 1 kios dengan jangka waktu sewa sesuai dengan kesepakatan berjumlah 12 kios.
- b. Peremajaan 2 adalah Kios atau Los dengan sistem Sewa dengan status kepemilikan Bangunan itu milik Pemerintah Daerah Rejang lebong dengan pedagang memlilki 2 kios di dalam Pasar De dengan jangka waktu sewa sesuai dengan kesepakatan berjumlah 8 kios.
- c. Peremajaan 3 adalah Kios atau Los dengan sistem Sewa dengan status kepemilikan Bangunan itu milik Pemerintah Daerah Rejang lebong dengan pedagang memlilki 3 kios atau lebih di dalam Pasar De dengan jangka waktu sewa sesuai dengan kesepakatan jumlah 30 kios.

- d. Swadaya yaitu pedagang yang membeli los atau kios dengan status kepemilikan milik pribadi karena pada awal pembangunan los atau kios mereka sudah memiliki tempat yang mereka beli sejak awal berdagang di pasar de atau memang pemerintah menjual kios tersebut kepada yang bersangkutan berjumlah 16 kios.

Table 3.2 data Pedagang Bahan Pokok Berdasarkan Agama

No	Agama	Orang
1	Islam	14
2	Kristen	4
3	Budha	3
4	Hindu	-
5	Katolik	-
	jumlah	21

Sumber: Data Satgas Pasar Rejang Lebong 2023

Table 3.3 Jenis Dagangan Pedagang Pasar De

No	Jenis Pedagang	Jumlah
1	Pakaian	13
2	Sepatu/Sendal/tas	2
3	Sayur-sayuran	50
4	Ayam Potong	7
5	Ikan	8
6	Makanan atau kue	12
7	Pecah belah	7
8	Manisan	20
9	Pakan ternak/hewan	3
10	Rempah/bumbu dapur	4
11	Beras	3
12	Buah-buahan	4
13	Pedagang lainnya	1
	Total pedagang	134 pedagang

Sumber: Data Satgas Pasar Rejang Lebong 2023

Table 3.4 Data Pemilik Toko Manisan Pasar De

No	Nama Pemilik toko bahan pokok	Nama Toko bahan pokok
1	Apau Mulgianto	Apau Pasar De
2	Dewi Damayanti Hasibuan	Hasibuan
3	Lia	Warung Acim
4	Amin	Bannia
5	Nurdiana	Ari Manisan
6	Randa	Randa Manisan
7	Suparjan	Lusi Fenny
8	Rizal	Rizal Bu Jaksa
9	Ojik	Ojik manisan
10	Yanto	Warung Eva Majid
11	Susi	Susi Manisan
12	Tirta	Tirta
13	Amras/juriah	Beras Ibu Juriah
14	Saipul	Saipul Beras
15	Jamal	Jamal Beras
16	Nurul	Nurul rempah dan Manisan
17	Endang	Endang Plastik

Sumber: Data Satgas Pasar Rejang Lebong 2023

Table 3.5 Data pemilik Bahan Pokok toko Non Muslim

No	Nama Pemilik toko bahan pokok	Nama Toko bahan pokok	Agama
1	Lidia	Lidia Manisan	Budha
2	Berliana Sidabutar	Turnip	Kristen
3	A'un	A'un manisan	Budha
4	Ko acok	Warung Ahong	Budha

Sumber: Data Satgas Pasar Rejang Lebong 2023

D. Sarana dan Prasarana

Pada Pasar De memiliki sarana dan prasarana yang sudah memadai untuk semua kegiatan perdagangan berikut ini adalah data sarana dan prasarana yang ada pada wilayah Pasar De Kabupaten Rejang Lebong

Table 3.5 Data Sarana Dan Prasarana Pasar De

Jenis Sarana Dan Prasarana	Jumlah
Kios tertutup	66
Kios terbuka	2 (bangunan)
Wc	2
Mushola	1
Kantor	1
Bak Sampah	2

Sumber : Dinas Perdagangan Kabupaten Rejang Lebong

Berdasarkan table yang ada diatas sarana dan prasarana pada Pasar De yaitu terdapat 66 kios tertutup, 2 kios terbuka, 2 WC, 1 Mushola, 2 Bak Pembuangan sampah dan 1 Kantor.

E. Jam Operasional

Para Pedagang Pasar De Curup baik itu kios maupun para pedagang kaki lima biasanya kebanyakan memulai aktivitas perdagangan yaitu pada jam 03:30 WIB sudah mulai Ramai mempersiapkan barang dagangan untuk berjualan dan Puncak para pembeli datang yaitu setelah subuh atau menjelang pagi di jam 05:30 – 09:30 WIB dan para pedagang kaki lima dan sebagian kios atau los pedagang sudah mulai bubar pada jam 11:00 WIB. Pasar De ramai dikunjungi Oleh pedagang maupun pembeli yaitu pada hari minggu dan selasa dikarenakan memang Pasar De biasa disebut pekan selasa sehingga operasional Pasar ramai pada hari tertentu, namun pada hari- hari lain juga dikunjungi dan tetap ramai namun tidak ramai seperti hari minggu dan selasa. Adapun para pedagang yang memiliki kios atau toko baik itu bahan pokok, pakaian dan pecah belah lebih

lama waktunya dalam berjualan dan bisa sampai sore hari di jam 17:00 WIB, dan aktivitas akan kembali sunyi pada pukul 18:00 WIB sirkulasi waktu ini terus berlaku bagi para pedagang Pasar De.

F. Visi dan Misi

Visi

“Terwujudnya Rejang Lebong Yang Maju, Sejahtera Dan Berdaya Saing Dengan Struktur Industry Dan Perdagangan Yang Kuat Dan Berkeadilan “

Misi

Untuk mewujudkan visi tersebut di atas, diperlukan tindakan nyata dalam 4 misi sesuai dengan tugas dan fungsi dinas perindustrian dan perdagangan sebagai berikut:

1. Meningkatkan produktivitas, daya saing dan kemandirian perindustrian dan perdagangan secara sistematis, berkelanjutan dan terintegrasi
2. Meningkatkan kelancaran dan stabilitas sistem distribusi, pengamanan pasar dalam negeri dan perlindungan konsumen.
3. Pemerataan pembangunan industri guna pengembangan produk ekonomi unggulan di kab/kota
4. Meningkatkan kualitas sumber daya aparatur.

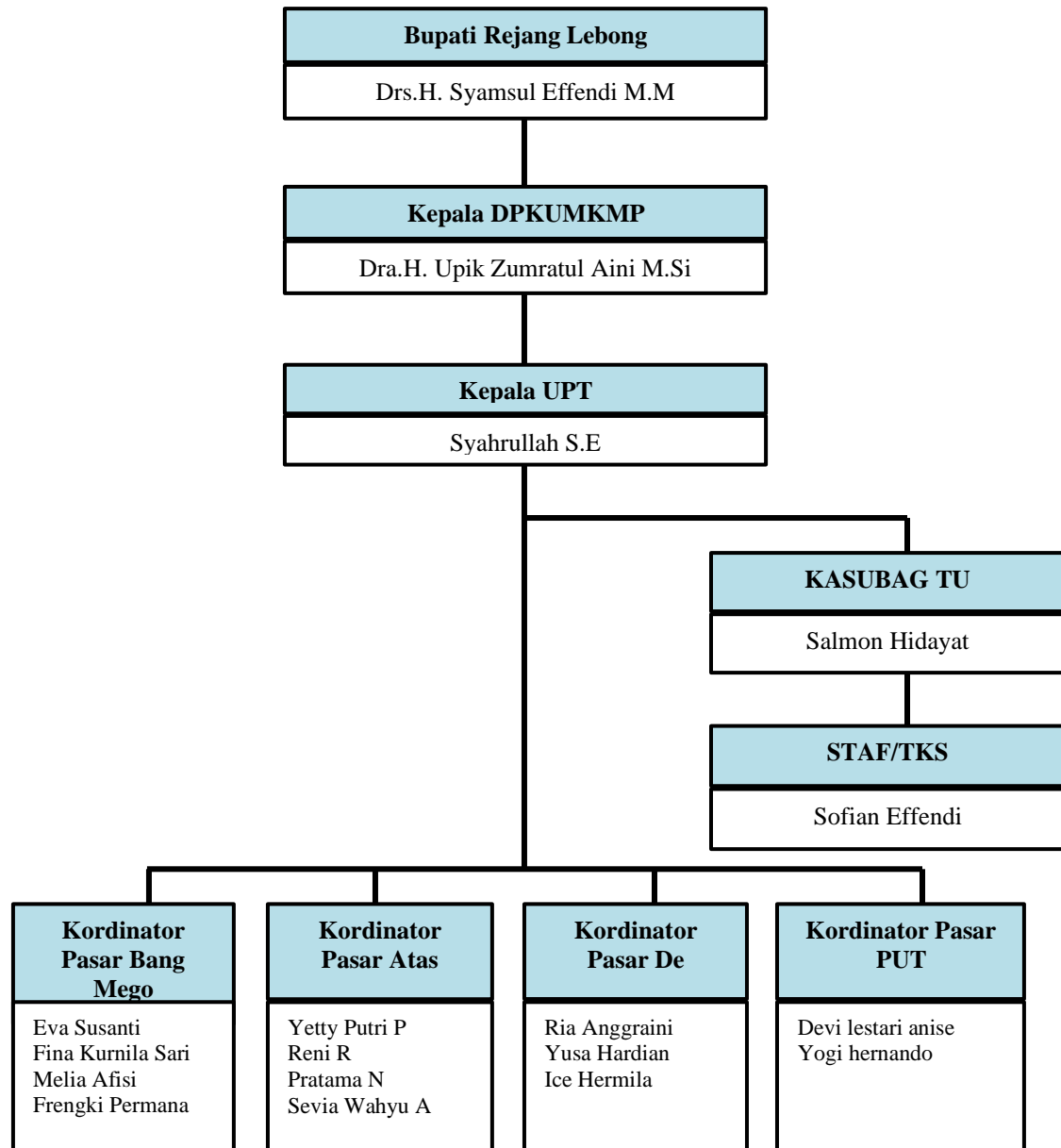
G. Struktur Organisasi

Pasar De mempunyai Kantor dengan struktur organisasi pasar yang didalamnya memiliki beberapa bagian dengan bermacam tugas seperti halnya dalam mengawasi kegiatan pasar, membina lingkungan pasar, serta mengatur

kegiatan pasar secara langsung terdiri dari pasar atas, Pasar De, Pasar bang mego serta Pasar PUT Berdasarkan pembagian wilayah kerja petugas Pasar Pasar Tradisional yang ada di Rejang Lebong dipimpin oleh satu kepala kepengurusan yang berwenang dalam menangani keseluruhan pasar tradisional yang ada di Curup dengan Pasar Atas menjadi pusat kantor kepengurusan dan untuk pembagian keemapt wilayah pasar tersebut maka disetiap pasar akan ditangani oleh satu pimpinan dengan beberapa staf yang membantu dalam mengelola kegiatan pasar yang ada di Rejang Lebong. Hal tersebut di sajikan dalam struktur Kepengurusan sebagai berikut :

Gambar 3.2 Struktur Organisasi Pasar

**Struktur Organisasi Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pasar Rejang Lebong
pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah
Kabupaten Rejang Lebong**



Sumber: Data Satgas Pasar Rejang Lebong 2023

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Bagian ini dibahas hasil dan pembahasan dari penelitian mengenai "Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai *Brand image* Pada Bank Syariah." Melalui wawancara dengan 17 pedagang di Pasar De, penelitian ini menggali faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi cara pedagang melihat layanan Bank Syariah. Berikut ini penulis sajikan tabel data responden pedagang pasar dan petugas pasar De:

Tabel 4.1 Data Responden Penelitian Pedagang Pasar De

No	Nama	Pekerjaan	Lamanya Berdagang di Pasar De
1	Dewi Damayanti Hasibuan	Pedagang Sembako	29 tahun
2	Apau Mulgianto	Pedagang Sembako	19 tahun
3	Lia	Pedagang Sembako	20 tahun
4	Endang	Pedagang Sembako	7 tahun
5	Amin	Pedagang Sembako	24 tahun
6	Nurdiana	Pedagang Sembako	20 tahun
7	Randa	Pedagang Sembako	2 tahun
8	Suparjan	Pedagang Sembako	40 tahun
9	Rizal	Pedagang Sembako	21 tahun
10	Ojik	Pedagang Sembako	11 tahun
11	Misyanto	Pedagang Sembako	20 tahun
12	Susi	Pedagang Sembako	8 tahun
13	Tirta	Pedagang Sembako	15 tahun
14	Amras/Juriah	Pedagang Sembako	>40 tahun
15	Saipul	Pedagang Sembako	>40 tahun
16	Haji Jamal	Pedagang Sembako	36 tahun
17	Nurul	Pedagang Sembako	8 tahun

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Dalam merespon *Brand image* Bank Syariah di Pasar De, para pedagang memiliki pandangan yang menarik. Mereka meyakini bahwa kehadiran bank syariah berdampak besar pada dinamika perekonomian Pasar De. Fokus utama dalam pandangan ini mencakup beragam produk bank syariah, seperti tabungan, deposito, reksa dana, dan tabungan Haji. Penelitian ini dirancang untuk menjelajahi persepsi para pedagang Pasar De terhadap *Brand image* Bank Syariah.

Melalui serangkaian wawancara dengan pedagang yang bergerak di bidang sembako dan bahan pokok di Pasar De, peneliti memperoleh data berharga mengenai pemahaman mereka terhadap bank syariah. Para narasumber memberikan wawasan yang berharga, membahas secara mendalam pandangan mereka terhadap layanan perbankan syariah. Informasi ini akan diuraikan lebih lanjut, memberikan gambaran lengkap mengenai subjek penelitian dan temuan yang diperoleh oleh peneliti.

Wawancara dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai *Brand image* Pada Bank Syariah. Dengan melakukan wawancara kepada :

1. Ibu Dewi Damayanti Hasibuan Berlatar pendidikan Sekolah Menengah Pertama dan beragama Islam alamat Kelurahan Talang Benih berumur 53 tahun selaku Pedagang bahan pokok atau sembako yang sudah berjualan selama 29 tahun di Pasar De Curup menjelaskan Bahwa :

“Ya saya tahu keberadaan Bank syariah yang ada di curup bahkan saya menggunakan layanan yang ada di bank syariah itu di bank yang terletak di Kepala Siring yang depan Kodim, untuk yang bank Muamalat itu tahu keberadaannya saja saya tahu keberadaannya

saya sering keliling jalan kaki berjualan sebelum punya kios di pasar, saya menjadi nasabah Bank Mandiri Syariah itu pada tahun 2019 lalu, sekarang sudah ganti jadi Bank BSI untuk lambangnya saya tahu, dulunya saya itu nabung di Bank Syariah Mandiri (BSM) yang layanan tabungan awalnya itu, setelah itu sudah lama nabung ditawarkan sama customer service di Bank Syariah Indonesia itu tabungan Haji dijelaskan juga akhirnya saya memutuskan menggunakan tabungan haji itu, saya tahunya ada tabungan di Bank BSI sejak dampak wabah Virus Corona (Covid-19), saya ada kendala berhenti nabung ketika kondisi pasar yang sepi sehingga mempengaruhi modal saya yang mulai menipis waktu itu jadinya tabungan saya itu bisa di bilang saya sampingkan dulu, soalnya uangnya diputar lagi untuk modal dagang namun sekarang sudah mulai kembali untuk tabungan haji di bank itu namun tidak rutin, menurut saya Bank syariah itu ada beberapa kelebihan : a. Untuk pelayanan di bank syariah sangat bagus, nyaman, dan berkesan bagi saya cara menyampaikan mudah di pahami dari itu saya menyarankan anak- saya mulai menggunakan bank syariah juga. b. Bank yang sistemnya islami, saya sebagai umat islam bertindak di jalan yang benar tidak menggunakan uang secara riba, biar pun keuntungannya kecil insyaallah akan mencukupi kebutuhan saya.”¹

Melalui wawancara, Ibu Dewi menggambarkan pemahamannya yang baik tentang keberadaan dan layanan Bank Syariah, khususnya Bank Mandiri Syariah (BSI). Sebagai nasabah sejak tahun 2019, Ibu Dewi mengapresiasi kualitas layanan yang bagus, nyaman, dan sesuai dengan prinsip syariah yang menjadi ciri khas Bank Syariah. Persepsi positif Ibu Dewi terhadap Bank Syariah tercermin dalam rekomendasinya kepada anak-anaknya untuk mulai menggunakan layanan bank syariah. Pandangannya menunjukkan bahwa Bank Syariah memiliki *brand image* yang kuat sebagai pilihan yang tidak hanya sesuai dengan nilai-nilai Islam, tetapi juga memberikan pengalaman pelayanan yang memuaskan. Dalam

¹ Dewi Damayanti Hasibuan, Wawancara, tanggal 19 Juni 2023, pukul 09.00 Wib.

konteks ini, Ibu Dewi menjadi bagian dari pedagang Pasar De yang melihat Bank Syariah sebagai lembaga keuangan yang tidak hanya amanah secara syariah tetapi juga memberikan nilai tambah melalui layanan yang baik.

2. Bapak Apau Mulgianto Berlatar pendidikan Sekolah menengah Atas dan Beragama Islam selaku pedagang bahan Pokok di Pasar De alamat di Kelurahan Talang Rimbo Lama Gg Taman Siswa No. 47 yang telah berjualan selama 19 tahun di Pasar De, beliau berpendapat bahwa :

“Bank syariah sudah memenuhi kriteria islami, jika bank konvensional berbeda dan pelayanannya umum, setahu saya bank syariah yang ada di curup ini ada dua yaitu Bank Syariah Indonesia dan Bank Muamalat, untuk keberdaannya saya tahu namun jarang ke bank syariah, saya menjadi nasabah bank syariah ketika anak saya dulu sekolah dan juga saya tidak mengetahui detailnya bagaimana setahu saya hanya menabung, sebelumnya saya pernah membuka tabungan di bank syariah hanya untuk keperluan anak sekolah di Padang yaitu Bank Syariah Mandiri dan produk jasa yang saya gunakan hanya tabungan dan transfer untuk digunakan mengirim uang. Saya memulai berdagang di Pasar De sejak tahun 2004 dan sampai sekarang saya lebih banyak menggunakan layanan bank konvensional yaitu Bank BCA untuk transaksi jual beli saya dikarenakan bos atau rekan dagang saya banyak menggunakan Bank BCA dan juga akses layanan mudah dan lancar bagi saya. Kalau di bank syariah khususnya Bank Muamalat saya hanya tahu tabungan haji karena ada dari bank itu melakukan promosi yang dipermudah dan disesuaikan sistem bisa nabung dulu kemudian disetorkan sesuai dengan porsi yang ada kemudian dicicil sampai selesai untuk tabungan haji itu lunas, untuk produk Bank Muamalat saya hanya tahu tabungan haji.”²

Bapak Apau Mulgianto, seorang pedagang bahan pokok di Pasar De dengan latar belakang pendidikan Sekolah Menengah Atas, memberikan wawasan yang menarik terkait dengan persepsi terhadap Bank

² Apau Mulgianto, *Wawancara*, tanggal 17 Juni 2023, pukul 09.00 Wib.

Syariah. Meskipun menyatakan bahwa Bank Syariah sudah memenuhi kriteria islami, Bapak Apau cenderung menggunakan layanan bank konvensional, khususnya Bank BCA, karena akses yang dianggapnya mudah dan lancar. Analisis terhadap wawancara Bapak Apau menunjukkan bahwa meskipun menyadari keberadaan Bank Syariah, terdapat preferensi untuk menggunakan layanan bank konvensional. Keputusan ini sebagian besar didasarkan pada kenyamanan dan aksesibilitas. Hal ini mencerminkan dinamika di Pasar De, di mana faktor praktis dan kebiasaan berdagang dapat memengaruhi pilihan terkait lembaga keuangan yang digunakan.

3. Ibu Lia latar pendidikan Sekolah Dasar beragama Islam selaku pedagang bahan pokok alamat di Talang Benih Gg Langkas no.38 yang telah berjualan selama 20 tahun di Pasar De beliau berpendapat bahwa :

“ya, saya hanya tahu keberadaan bank syariah yang di dekat pasar de yakni bank muamalat itu dekat dengan masjid jamik satu lagi kan di jalan merdeka yang Bank BSI, untuk menggunakan jasa dan produk bank syariah itu tidak ada karena memang tidak tertarik menggunakan bank syariah, alasannya segala kegiatan berdagang saya itu uangnya saya olah lagi untuk modal usaha saya, walaupun menggunakan untuk transfer atau sebagainya itu saya menggunakan bank konvensional atau Bank BRI itupun anak saya yang pegang tabungannya, kalau promosi dari bank syariah mungkin ada tapi saya tidak tahu.”³

Ibu Lia mengetahui keberadaan Bank Syariah, khususnya Bank Muamalat dan Bank BSI, di sekitar Pasar De, namun, ia tidak tertarik untuk menggunakan layanan atau produk yang disediakan oleh bank syariah.

³ Lia, Wawancara tanggal 25 Juli 2023, Pukul 09:00 WIB

Pandangan Ibu Lia mencerminkan bahwa, bagi sebagian pedagang di Pasar De, keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan layanan Bank Syariah sangat dipengaruhi oleh preferensi personal dan kebiasaan berdagang. Ibu Lia lebih memilih menggunakan bank konvensional, seperti Bank BRI, untuk transaksi dan kegiatan keuangan, dengan alasan bahwa uang yang dihasilkan dari kegiatan dagangnya lebih cenderung dipergunakan sebagai modal usaha daripada disimpan di bank syariah.

4. Bapak Endang latar belakang pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan selaku Pedagang bahan Pokok atau sembako beragama islam beralamat di Kelurahan Talang Benih yang telah berjualan di Pasar De selama 7 tahun, berpendapat bahwa :

“saya menjadi pedagang kurang lebih sudah 7 tahun, saya berjualan sembako dan lainnya, untuk menggunakan banksyariah belum pernah atau menjadi nasabah dari bank syariah, untuk bank umum ada yaitu Bank BRI. Kalau letak keberadaannya saya tahu Jasa juga belum pernah di bank syariah, produk juga belum pernah, kalau keberadaannya saya tahu, lambangnya juga tahu sekilas sering juga lihat.”⁴

Meskipun telah berjualan selama 7 tahun di Pasar De, Bapak Endang menyatakan bahwa ia belum pernah menjadi nasabah Bank Syariah. Sebaliknya, Bapak Endang lebih cenderung menggunakan layanan dari bank konvensional, yaitu Bank BRI. Bapak Endang mencerminkan variasi dalam pandangan dan preferensi para pedagang di Pasar De terkait dengan Bank Syariah. Keputusan Bapak Endang untuk tidak menggunakan layanan Bank Syariah mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti

⁴ Endang, *Wawancara* tanggal 3 Agustus 2023 pukul 11:00 WIB

kebiasaan berdagang dan kenyamanan. Pemahaman lebih lanjut terhadap faktor-faktor ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang preferensi pedagang terkait lembaga keuangan.

5. Bapak Amin latar belakang pendidikan tidak ada, beragama islam beralamat di Kelurahan Talang Benih yang telah berjualan di Pasar De selama 24 tahun berpendapat bahwa :

*“saya sudah berdagang di Pasar De ini sejak tahun 1999, sudah lama karena lokasi pasar ini sebagian dulunya milik orang tua saya, menggunakan jasa dan produk belum pernah, letak keberadaannya saya tahunya bank muamalat di samping masjid jamik itu, lambangnya tidak tahu, saya jarang keluar aktivitas kegiatan saya hanya dari rumah ke pasar jadi saya tidak tahu”.*⁵

Bapak Amin, seorang pedagang di Pasar De yang telah berjualan selama 24 tahun, memberikan pandangan yang menarik terkait dengan persepsi terhadap Bank Syariah. Meskipun Bapak Amin menyatakan bahwa ia belum pernah menggunakan layanan atau produk dari Bank Syariah, dia mengetahui keberadaan Bank Muamalat di samping masjid Jamik dan Bank BSI di Jalan Tebing Benteng kepala Siring. Bapak Amin mencerminkan variasi dalam pandangan dan keputusan pedagang di Pasar De terkait dengan lembaga keuangan syariah. Meskipun mengetahui keberadaan Bank Syariah, Bapak Amin lebih cenderung menggunakan layanan bank konvensional, yaitu Bank BRI, yang mungkin dipengaruhi oleh kebiasaan dan kenyamanan dalam berdagang.

⁵ Amin, *Wawancara*, tanggal 25 Juli 2023 pukul 10:00 WIB

6. Ibu Nurdiana Latar belakang pendidikan tidak ada, beragama islam, beralamat di Pasar De yang sudah berjualan sembako selama 20 tahun menjelaskan bahwa :

“saya sudah menjadi pedagang kurang lebih 20 tahun, saya menjual bahan pokok seperti beras, telur, gula, minyak goreng, kebutuhan lainnya, saya belum pernah menggunakan bank syariah, saya lebih ke bank umum seperti Bank BRI, untuk keberadaannya tahu bank muamalat di jalan Merdeka dan Bank BSI di Jln Tebing Benteng kepala Siring, belum pernah menggunakan bank syariah baik jasa maupun produknya, kalau lambang tahu, sering melihat iklan dan promonya di media sosial seperti Facebook dan TV.”⁶

Tidak hanya tidak tertarik menggunakan layanan bank syariah, Ibu Nurdiana juga mengungkapkan bahwa uang hasil berdagangnya lebih cenderung digunakan untuk modal usaha daripada disimpan di bank syariah. Sikap ini mungkin dipengaruhi oleh kebiasaan, kurangnya pengetahuan, atau mungkin faktor-faktor lain yang perlu diidentifikasi lebih lanjut dipenelitian selanjutnya. Analisis ini menyoroti pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi pilihan para pedagang, seperti Ibu Nurdiana, dalam menggunakan layanan keuangan. Penelitian lebih lanjut dapat membantu mengidentifikasi bagaimana *brand image* Bank Syariah dapat diperkuat atau dimodifikasi untuk lebih sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pedagang di Pasar De.

7. Bapak Randa berlatar belakang pendidikan Sekolah Menengah Atas beragama islam beralamat di Kesambe Lama berpendapat bahwa :

“saya baru menjadi pedagang meneruskan usaha orang tua saya baru sekitar 2 tahun ini, saya menjual sembako dan manisan, serta ikan asin. Saya tidak menggunakan bank syariah kalau bank

⁶ Nurdiana, Wawancara tanggal 25 juli 2023 pukul 10:30 WIB

BRI ada, saya punya rekening Bank BRI. Untuk letak Bank syariah yang ada di Curup, Alhamdulillah orang tua saya buka tabungan di Bank BSI untuk mendaftar tabungan haji jadi saya tahu letak keberadaannya. Ya menggunakan jasa dan produk belum pernah, kalau orang tua saya pernah, sewaktu mengantar menyetorkan tabungan itu. Kalau lambang tentu tahu, saya sering melewati jalan tebing benteng itu tepanya berdekatan dengan kantor pegadaian”.⁷

Bapak Randa, seorang pedagang yang baru berjualan selama sekitar 2 tahun di Pasar De, memberikan perspektif yang menarik terkait dengan pandangan terbarunya terhadap lembaga keuangan syariah. Meskipun baru dalam dunia berdagang, Bapak Randa menyatakan bahwa ia tidak menggunakan Bank Syariah, namun mengetahui keberadaan Bank Muamalat di samping Masjid Jamik. Meskipun belum menggunakan layanan dari Bank Syariah, pengetahuan Bapak Randa tentang keberadaan Bank Muamalat menunjukkan bahwa ada potensi peningkatan kesadaran dan pemahaman terhadap lembaga keuangan syariah di kalangan pedagang baru. Keputusan untuk tidak menggunakan layanan Bank Syariah bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kenyamanan atau kebiasaan.

8. Bapak Suparjan berlatar belakang pendidikan tidak ada, beragama Islam beralamat di Kelurahan Jalan Baru, berpendapat Bahwa :

“saya sudah berjualan kurang lebih 40 tahun di Pasar De ini, yang saya jual sembako, beras, telur, minyak goreng, bumbu dapur, kebutuhan lainnya, ya saya menggunakan Bank BRI karena saya ada pinjaman di bank tersebut. Letaknya setahu saya bank Muamalat yang ada di samping masjid jamik ini. Saya belum ada menggunakan baik produk maupun jasa di Bank Syariah, kalau lambang juga tidak tahu soalnya saya kurang teliti tentang lambang bank”.⁸

⁷ Randa, Wawancara, tanggal 25 juli 2023 Pukul 11:30 WIB

⁸ Suparjan, Wawancara Tanggal 25 juli 2023 Pukul 12:30 WIB

Bapak Suparjan, seorang pedagang bahan pokok di Pasar De yang telah berjualan selama 40 tahun, memberikan pandangan yang menarik terkait dengan persepsinya terhadap Bank Syariah. Bapak Suparjan menyatakan bahwa ia telah menjadi nasabah Bank BRI selama beberapa waktu karena memiliki pinjaman di bank tersebut dan tidak pernah menggunakan layanan atau produk dari Bank Syariah. Bapak Suparjan mencerminkan bahwa keputusannya untuk tetap menggunakan layanan dari bank konvensional bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti hubungan bisnis dengan Bank BRI dan kemudahan akses layanan yang diberikan. Meskipun mengetahui keberadaan Bank Syariah di sekitarnya, Bapak Suparjan cenderung mempertahankan hubungan bisnisnya dengan bank konvensional. Apa yang disampaikan oleh Bapak Suparjan ini menunjukkan sebuah kompleksitas dalam memahami preferensi dan keputusan para pedagang terkait dengan lembaga keuangan. Meskipun awareness tentang Bank Syariah ada, faktor-faktor lain, seperti hubungan bisnis dan kemudahan akses, juga memainkan peran penting dalam pembentukan persepsi. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut dapat membantu mengidentifikasi strategi yang lebih tepat untuk membangun *brand image* Bank Syariah di kalangan pedagang seperti Bapak Suparjan, yang memiliki keterkaitan bisnis yang panjang dengan bank konvensional.

9. Bapak Rizal berlatar belakang pendidikan Sekolah Menengah Atas beragama Islam beralamat di Kelurahan Talang Benih berpendapat bahwa

“saya sudah menjadi pedagang sejak tahun 2002 jadi sudah 21 tahun berjualan manisan atau toko sembako. Saya menggunakan

*bank konvensional yaitu bank BRI dan Bank BCA kalau Bank Syariah belum ada, kalau letak keberadaan bank syariah tahu Bank Muamalat di Jalan Merdeka samping Masjid Jamik. Untuk menggunakan jasa bank syariah belum pernah, produk bank syariah juga belum pernah, saya hanya ada BRI karena kan banyak langganan kemudian mitra dagang saya menggunakan bank umum BRI”.*⁹

Bapak Rizal mencerminkan adanya potensi pasar yang belum tergarap oleh Bank Syariah di Pasar De. Kesadaran Bapak Rizal tentang keberadaan Bank Muamalat di Jalan Merdeka samping Masjid Jamik menunjukkan bahwa ada ruang untuk peningkatan awareness terkait lembaga keuangan syariah di kalangan pedagang. Namun, keputusannya untuk tetap menggunakan bank konvensional menunjukkan bahwa ada tantangan dan peluang untuk membangun citra merek Bank Syariah di mata pedagang. Hal ini menyoroti perlunya strategi pemasaran yang lebih kuat dan edukasi yang berfokus pada manfaat dan nilai tambah yang ditawarkan oleh Bank Syariah. Dengan memahami preferensi dan kebutuhan pedagang seperti Bapak Rizal, Bank Syariah dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk memperkuat *brand image*-nya di pasar tradisional ini.

10. Bapak Ojik Berlatar belakang Pendidikan Sekolah Menengah Pertama beragama Islam, beralamat di Kelurahan Jalan Baru menjelaskan bahwa :

“saya memulai berjualan di Pasar De ini selama 11 tahun, saya menjual bahan pokok dan bahan lainnya seperti plastik alat rumah tangga dan lainnya. Saya menggunakan bank konvensional yaitu bank BRI kalau Bank syariah tidak ada. Letak keberadaan bank syariah tahu bank muamalat di Jalan Merdeka dan Bank BSI di Jln. Tebing Benteng. Kalau menggunakan jasa dan produk belum ada ya kurang tahu tentang bank syariah kan sama-sama bank.

⁹ Rizal, Wawancara tanggal 25 Juli 2023 Pukul 12:45 WIB

*Kalau lambannng bank muamalat kurang tahu, kalau Bank BSI tahu sering melihat di media sosial”.*¹⁰

Bapak Ojik menunjukkan bahwa, meskipun mengetahui keberadaan Bank Muamalat dan Bank BSI di Jalan Merdeka dan Jalan Tebing Benteng, Bapak Ojik belum menggunakan layanan atau produk dari Bank Syariah. Ini mungkin mencerminkan kurangnya daya tarik atau pemahaman yang memadai tentang manfaat yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah di kalangan pedagang.

11. Bapak Misyanto latar belakang pendidikan Sekolah Menengah Pertama beragama Islam, beralamat di Kelurahan Talang Benih, Curup menjelaskan bahwa :

*“saya sudah menjadi pedagang kurang lebih sudah 20 tahun, saya menjual sembako atau toko manisan, saya menggunakan bank konvensional yaitu menabung di Bank BRI, letaknya saya tidak tahu, soalnya aktivitas saya kebanyakan itu dari rumah ke toko, menggunakan jasa dan produk belum pernah karena saya pun tidak tahu ya, lambang juga saya tidak tahu, soal itu saya kurang memperhatikan”.*¹¹

Wawancara bersama Bapak Misyanto menunjukkan bahwa, meskipun mengetahui keberadaan Bank Muamalat di Jalan Merdeka samping Masjid Jamik, Bapak Misyanto tidak tertarik menggunakan layanan atau produk dari Bank Syariah. Hal ini dapat mencerminkan kurangnya daya tarik atau pemahaman yang memadai tentang keuntungan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah di kalangan pedagang. Strategi pemasaran yang memfokuskan pada edukasi tentang prinsip-

¹⁰ Ojik, Wawancara tanggal 25 Juli 2023 Pukul 13:00 WIB

¹¹ Misyanto, Wawancara tanggal 25 Juli 2023 Pukul 08:30 WIB

prinsip syariah dan manfaat konkret yang ditawarkan oleh Bank Syariah dapat membantu membangun citra merek yang lebih positif di mata pedagang seperti Bapak Misyanto. Dengan memahami preferensi dan kebutuhan pedagang, Bank Syariah dapat mengembangkan pendekatan yang lebih tepat untuk membangun *brand image* yang kuat di pasar ini.

12. Ibu Susi berlatar belakang Pendidikan Sekolah Menengah Atas dan beragama islam dan beralamat di Pasar De Curup menjelaskan Bahwa :

*“saya menjadi pedagang sudah 8 tahun di Pasar De ini, sembako dan kebutuhan baju,dapur, serta alat pecah belah, saya tidak menggunakan bank syariah, tidak menjadi nasabah dari bank syariah, ada pinjaman di bank BRI, Letak keberadaan Bank syariah tahu bank Muamalat di jalan merdeka samping Bank BNI dan Bank BSI di dekat Jln.tebing Benteng, Kepala Siring, untuk menggunakan jasa dan produk juga belum pernah, soalnya saya pakai itu ya bank umum itu saja,lambangnya untuk BSI tahu kalau muamalat jarang melihat jadi kurang tahu saya”.*¹²

Ibu Susi menyatakan bahwa ia tidak menggunakan Bank Syariah dan hanya menjadi nasabah Bank BRI, dengan alasan tidak tertarik menggunakan layanan atau produk dari Bank Syariah, meskipun mengetahui keberadaan Bank Muamalat di Jalan Merdeka samping Bank BNI dan Bank BSI di dekat Jln.tebing Benteng, kepala Siring, Ibu Susi belum merasa tertarik untuk menggunakan layanan Bank Syariah. Penolakannya ini mungkin didasari oleh kurangnya pemahaman atau daya tarik terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah.

¹² Susi, *Wawancara* tanggal 25 Juli 2023 Pukul 13:00 WIB

13. Ibu Tirta latar belakang pendidikan tidak ada beragama Islam beralamat di

Kelurahan Talang Benih, Curup menjelaskan bahwa :

“saya sudah berjualan sejak tahun 2008 jadi 15 tahun di Pasar De ini saya menjual gula merah, beras, telur dan bumbu penyedap ada juga yang lainnya, saya tidak menggunakan bank syariah dan bank konvensional karena saya tidak mengerti cara nabungnya, ada anak saya yang memakai tabungan Bank BRI kalau tidak salah, saya tidak menggunakan bank karena usaha saya ini masih sedikit, menggunakan jasa dan produk juga belum pernah karena saya tidak tahu dan malas ribet juga orangnya jadi yang simple saja, lambang bank syariah juga saya tidak tahu”.¹³

Ibu Tirta menyatakan bahwa ia tidak menggunakan Bank Syariah dan bank konvensional karena tidak mengerti cara menabungnya. Anaknya menggunakan tabungan Bank BRI. Kurangnya pemahaman mengenai cara menabung di Bank Syariah dapat menjadi faktor utama dalam ketidakmenggunaan layanannya. Pilihan untuk tidak menggunakan bank konvensional atau Bank Syariah juga mungkin dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan dan kenyamanan dalam menggunakan layanan keuangan.

14. Bapak Amras/Juriah berlatar belakang pendidikan tidak ada, umur 65 tahun dan beragama Islam beralamat di Kelurahan Jalan Baru, Curup menjelaskan bahwa :

“saya tidak tahu sejak kapan saya berjualan yang pastinya sudah lama, saya menjual beras saja kalau dulu banyak, saya tidak menggunakan bank apapun, soalnya saya kan sudah tua tidak mengerti perihal itu, baik jasa maupun produk tidak tahu, lambangnya saya tidak tahu juga”.¹⁴

¹³ Tirta, Wawancara 25 Juli 2023 Pukul 08:10 WIB

¹⁴ Amras/Juriah, Wawancara tanggal 25 Juli 2023 Pukul 09:25 WIB

Beliau menyatakan bahwa ia tidak tahu atau menggunakan Bank Syariah dan hanya menggunakan Bank BRI karena memiliki pinjaman di bank tersebut. Bapak Amras/Juriah menunjukkan bahwa kurangnya pengetahuan atau keinginan untuk menggunakan layanan Bank Syariah mungkin disebabkan oleh faktor usia dan kurangnya eksposur terhadap informasi mengenai keuntungan dan prinsip-prinsip syariah. Pilihan untuk tetap menggunakan layanan Bank BRI juga dapat dipengaruhi oleh hubungan bisnis dan kenyamanan dalam bertransaksi dengan bank konvensional yang sudah familiar.

15. Bapak Saipul umur 65 tahun Berlatar belakang Pendidikan tidak ada, beragama Islam beralamat di Kelurahan Talang Benih menjelaskan bahwa:

*“saya sudah lama berjualan di Pasar De ini sudah lama, saya lupa kapan saya mulai berjualan, saya menjual beras, telur dan gula merah, dulu banyak kalau sekarang sudah tua tidak kuat, saya tidak menggunakan bank syariah atau yang lainnya, soalnya tidak mengerti juga, jasa dan produknya juga tidak, apalagi lambangnya juga saya tidak tahu, baik bank syariah maupun bank umum lainnya”.*¹⁵

Bapak Saipul menunjukkan bahwa kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang layanan keuangan, termasuk Bank Syariah, mungkin menjadi faktor utama ketidakmungkinan layanannya. Hal ini dapat dipahami dari sudut pandang usia Bapak Saipul yang sudah mencapai 65 tahun dan mungkin tidak terbiasa atau tidak tertarik dengan perubahan dalam hal layanan keuangan.

¹⁵ Saipul, Wawancara tanggal 25 juli 2023 Pukul 11:00 WIB

16. Bapak Haji Jamal Umur 60 Tahun latar belakang pendidikan Tidak ada dan beragama Islam beralamat di Kelurahan Talang Benih menjelaskan bahwa:

*“saya sudah lama berjualan sejak tahun 1987, jadi kurang lebih 36 tahun sudah berjualan di pasar De, saya menjual utamanya Beras tetapi jika bulan tertentu saya menjual bahan pokok juga, tidak ada menggunakan tabungan maupun pinjaman baik di bank syariah maupun bank konvensional, saya putarkan ke modal lagi soalnya saya mengelola sawah jadi uangnya digunakan untuk membeli pupuk jadi tidak sempat di tabung atau di simpan di bank, produk dan jasa juga tidak ada, dulu sewaktu daftar haji itu saya datang langsung ke kantor KEMENAG itu tidak melalui Bank, lambang bank syariah juga saya tidak tahu dikarenakan saya sudah tua tidak ngerti dan takut ditipu sama orang Bank”.*¹⁶

Bapak Haji Jamal menunjukkan bahwa pemilihan untuk tidak menggunakan layanan bank dapat dipengaruhi oleh preferensi dan kebutuhan bisnis yang bersifat lebih tradisional. Kurangnya pengetahuan dan pengalaman terhadap produk dan jasa perbankan, termasuk Bank Syariah, mungkin juga menjadi faktor penghambat.

17. Ibu Nurul umur 25 tahun Berlatar belakang pendidikan Sekolah Menengah Atas beragama Islam beralamat di Desa Makam Pahlawan menjelaskan bahwa :

“saya berjualan sudah lama sejak 2015 awalnya saya jualan makanan setelah itu saya berjualan manisan dan rempah-rempah, saya tidak menggunakan Bank syariah kalau bank Konvensional ada saya ambil pinjaman di bank BRI untuk tambah modal toko saya, kalau letak keberadaannya tahu untuk bank muamalat di jalan merdeka samping masjid jamik dan bank BSI di Jln tebing Benteng, kepala siring, untuk menggunakan jasa atau produknya juga tidak ada, bagi saya baik syariah maupun konvensional sama saja, kalau syariahkan bedanya hanya tidak pake riba, tetapi setahu saya untuk pinjam di bank syariah lama jadi saya pilih Bank konvensional yaitu

¹⁶ Haji Jamal, Wawancara Tanggal 25 juli 2023 Pukul 07:40 WIB

*Bank Bri, untuk lambang tidak tahu, tidak terlalu teliti soal lambang bank”.*¹⁷

Wawancara dengan Ibu Nurul menunjukkan bahwa aspek pemahaman dan daya tarik terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah dapat memainkan peran kunci dalam pembentukan persepsi pedagang terhadap Bank Syariah. Ibu Nurul mungkin belum melihat nilai tambah atau keuntungan yang cukup besar untuk beralih ke layanan keuangan syariah. Ini dapat menjadi peluang bagi Bank Syariah untuk meningkatkan upaya pemasaran dan edukasi mengenai manfaat dan nilai-nilai positif yang dimiliki oleh layanan mereka.

Dari hasil analisis wawancara dengan 17 orang pedagang Pasar De terkait persepsi terhadap Bank Syariah dalam konteks penelitian "Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai *Brand image* pada Bank Syariah," terdapat beragam pandangan dan pengalaman yang tercermin dari setiap informan. Secara umum, sebagian besar informan menyadari keberadaan Bank Syariah, seperti Bank Muamalat dan Bank BSI, namun hanya sebagian kecil yang aktif menggunakan layanan mereka. Beberapa informan, seperti Ibu Dewi Damayanti, Bapak Apau Mulgianto, dan Bapak Amin, menunjukkan pemahaman dan kepuasan terhadap layanan Bank Syariah. Mereka mengapresiasi pelayanan yang dianggap bagus, nyaman, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Namun, ada juga informan, seperti Ibu Lia dan Ibu Nurul,

¹⁷ Nurul, *Wawancara* tanggal 25 juli 2023 Pukul 14:00 WIB

yang meskipun mengetahui keberadaan Bank Syariah, belum merasa tertarik atau memiliki pemahaman yang cukup untuk beralih ke layanan tersebut.

Kesimpulannya, persepsi pedagang Pasar De terhadap Bank Syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pemahaman terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah, kepuasan terhadap layanan, dan daya tarik terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan *brand image* Bank Syariah di kalangan pedagang, perlu adanya upaya lebih lanjut dalam edukasi, promosi, dan peningkatan kualitas pelayanan agar dapat menarik lebih banyak pedagang untuk menggunakan layanan perbankan syariah.

B. Pembahasan

Hasil wawancara dengan pedagang bahan pokok di Pasar De menggambarkan pemahaman yang cukup baik tentang keberadaan Bank Syariah, namun penggunaannya masih terbatas pada produk seperti tabungan dan tabungan haji.

Persepsi pedagang Pasar De mengenai *brand image* pada Bank Syariah tercermin melalui hasil wawancara yang memberikan gambaran konkret mengenai pemahaman dan pandangan mereka terhadap lembaga perbankan berprinsip syariah. Para pedagang di Pasar De menunjukkan ragam persepsi yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.

Terlepas dari perbedaan persepsi, umumnya pedagang Pasar De menyatakan bahwa mereka belum sepenuhnya terbuka untuk menggunakan layanan bank syariah. Pemahaman mereka cenderung terbatas, dan faktor-faktor

seperti kurangnya kebutuhan mendesak dan kebiasaan menggunakan bank konvensional masih menjadi pertimbangan utama. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pedagang di Pasar De, dapat disimpulkan bahwa persepsi mereka terhadap bank syariah masih beragam. Mayoritas pedagang masih belum memiliki pengetahuan yang mendalam tentang bank syariah, produk, dan layanannya. Hal ini diungkapkan oleh Ibu Yanti, "*Saya tahu ada bank syariah, tapi saya tidak tahu apa saja produk dan layanannya.*" Kurangnya informasi ini menyebabkan mereka memiliki keraguan dan kebingungan tentang bank syariah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Syariah memiliki potensi untuk diterima dengan baik di kalangan pedagang Pasar De, asalkan dilakukan upaya promosi yang lebih intensif, pemahaman mekanisme perbankan syariah ditingkatkan, dan solusi finansial yang sesuai dengan kondisi pasar diperkenalkan. Rekomendasi ini dapat menjadi landasan untuk pengembangan strategi yang lebih efektif dalam membangun *Brand image* Bank Syariah di lingkungan pasar tradisional.

Selain itu, aspek kepercayaan dan pengalaman masa lalu juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi persepsi pedagang. Pedagang yang pernah menjadi nasabah Bank Syariah, seperti Ibu Dewi Hasibuan, cenderung memberikan penilaian positif terhadap kualitas layanan dan keberlanjutan penggunaan produk bank tersebut.

Namun, tantangan yang dihadapi Bank Syariah tidak hanya terbatas pada pemahaman dan preferensi pedagang. Tampaknya, faktor ekonomi dan kondisi

pasar turut berperan dalam menentukan sejauh mana pedagang dapat memanfaatkan layanan dan produk perbankan syariah. Terlihat dari keterangan Ibu Lia, kondisi pasar yang sepi membuatnya harus menggunakan uang untuk modal dagang, sehingga pembukaan dan pengelolaan tabungan haji di Bank Syariah menjadi keterbatasannya.

Dalam konteks ini, Bank Syariah perlu mengembangkan strategi yang memperhitungkan dinamika pasar lokal. Pemahaman mendalam tentang kondisi dan kebutuhan pedagang di Pasar De dapat menjadi landasan untuk merancang produk dan layanan yang lebih sesuai dengan realitas bisnis mereka. Selain itu, upaya promosi dan sosialisasi yang lebih intensif dapat meningkatkan kesadaran dan kepercayaan pedagang terhadap Bank Syariah.

Dalam menghadapi tantangan ini, Bank Syariah perlu merancang program pelatihan dan edukasi yang dapat meningkatkan pemahaman pedagang tentang keunggulan dan manfaat produk perbankan syariah. Penggunaan media yang sesuai dan strategi promosi yang kreatif dapat menjadi kunci dalam membangun citra positif di kalangan pedagang Pasar De.

Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan *brand image* Bank Syariah di kalangan pedagang Pasar De perlu memperkuat strategi promosi dan edukasi, sejalan dengan teori pemasaran yang menekankan pentingnya menciptakan kesadaran dan pemahaman pasar terhadap produk dan layanan perbankan syariah. Selain itu, memanfaatkan testimoni positif dari individu yang telah memiliki pengalaman positif dengan bank syariah dapat menjadi strategi efektif dalam membentuk persepsi positif di kalangan pedagang Pasar De.

Temuan wawancara membahas sejumlah faktor kunci yang membentuk persepsi pedagang Pasar De terhadap *Brand image* Bank Syariah, dan seiring dengan itu, muncul gambaran yang lebih komprehensif tentang pengaruh signifikan yang dimiliki oleh beberapa aspek tersebut. Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi pedagang Pasar De mengenai *brand image* pada Bank Syariah:

a. Faktor Internal

1) Kurangnya Minat, Perhatian, dan Ingatan

Persepsi pedagang di Pasar De terkait dengan layanan Bank Syariah memang dipengaruhi oleh sejumlah faktor internal, terutama kurangnya promosi yang mengakibatkan tidak timbulnya minat dari pedagang untuk menggunakan layanan bank syariah, kemudian perhatian pedagang akan bank syariah menjadi tidak ada atas *brand image* tersebut. Kurangnya promosi dan pemahaman menjadi hambatan utama dalam membangun kesadaran, minat, dan penerimaan terhadap layanan Bank Syariah di kalangan pedagang Pasar De. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa faktor internal, seperti minat, perhatian, dan ingatan memiliki dampak signifikan pada persepsi pedagang terhadap bank syariah. Dengan menghadirkan promosi yang menarik dan edukasi yang memadai, Bank Syariah dapat membangun citra yang kuat dan memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pedagang Pasar De. Dalam jangka panjang, hal ini diharapkan dapat membuka peluang bagi

pertumbuhan penetrasi layanan Bank Syariah di pasar tersebut dan memperkuat ikatan positif antara bank dan masyarakat.

2) Kebutuhan dan Kebiasaan Penggunaan Bank Konvensional

Pernyataan dari Ibu Ice Hermila memberikan gambaran yang menarik tentang faktor internal yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap layanan Bank Syariah di Pasar De. Dalam hasil wawancara, beliau mengungkapkan bahwa kebutuhan dan kebiasaan yang sudah terakar dalam penggunaan bank konvensional menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan untuk tidak beralih ke layanan bank syariah. Analisis dari pernyataan Ibu Ice Hermila menggambarkan pentingnya memahami dan mengatasi faktor internal ini dalam upaya meningkatkan penerimaan layanan Bank Syariah. Strategi pemasaran dan edukasi harus merespons dengan cermat kebiasaan dan kebutuhan yang sudah tertanam dalam pola pikir pedagang.

b. Faktor Eksternal

1) Referensi dari Rekan Kerja atau Keluarga

Dalam konteks persepsi pedagang di Pasar De terhadap Bank Syariah, faktor eksternal yang muncul adalah referensi positif yang diterima dari rekan kerja atau keluarga.

Pandangan dari Pedagang Pasar De memberikan perspektif yang menarik mengenai faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi terhadap layanan Bank Syariah di Pasar De. Dalam hasil wawancara, mereka menyatakan bahwa meskipun belum menjadi nasabah bank

syariah, informasi positif yang diterima dari rekan kerja dan menantunya telah memberikan kontribusi besar dalam membentuk citra positif mengenai layanan dan pelayanan bank syariah. Pernyataan ini menegaskan bahwa testimoni positif dari lingkungan sekitar, seperti rekan kerja dan keluarga, memainkan peran krusial dalam membentuk persepsi pedagang terhadap bank syariah sebagai pilihan yang layak.

Pentingnya testimoni positif dari lingkungan sosial, seperti rekan kerja dan keluarga, telah menjadi fokus perhatian dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen. Teori konsumen menunjukkan bahwa rekomendasi dari orang terdekat, yang memiliki hubungan personal dan kepercayaan yang tinggi, seringkali memiliki dampak yang lebih besar daripada promosi yang dilakukan oleh perusahaan itu sendiri.¹⁸ Dalam kerangka ini, testimoni positif mengenai layanan Bank Syariah menjadi representasi nyata dari pengaruh kuat yang dimiliki oleh rekomendasi personal.

2) Keterkenalan Bank Syariah di Lingkungan

Salah satu faktor eksternal yang signifikan yang muncul dari hasil wawancara adalah tingkat keterkenalan Bank Syariah di lingkungan pedagang Pasar De. Meskipun belum memiliki informasi yang cukup tentang keberadaan bank syariah di Curup, tercatat bahwa bank syariah sudah dikenal di lingkungannya.

¹⁸ Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.

Pentingnya keterkenalan ini dapat dihubungkan dengan teori pemasaran yang menekankan pentingnya *awareness* atau kesadaran konsumen terhadap suatu merek atau produk. Menurut Kotler dan Keller¹⁹, kesadaran adalah tingkat pengetahuan dan pemahaman konsumen terhadap suatu produk atau merek. Oleh karena itu, keterkenalan Bank Syariah di lingkungan pasar dapat dijadikan dasar untuk strategi pemasaran yang lebih lanjut, yang mungkin melibatkan upaya meningkatkan informasi yang tersedia dan menciptakan pemahaman yang lebih mendalam tentang layanan bank syariah di Pasar De.

Pentingnya keterkenalan bank di lingkungan sosial atau lokal telah menjadi fokus penelitian yang signifikan dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen. Dalam konteks ini, kesadaran masyarakat terhadap keberadaan bank syariah dianggap sebagai faktor krusial yang dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap bank tersebut.

¹⁹ Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai “Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai *Brand image* Pada Bank Syariah” maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kurangnya minat, perhatian, dan ingatan, serta kebutuhan dan kebiasaan penggunaan bank konvensional, menjadi tantangan utama dalam memperkuat penerimaan terhadap layanan Bank Syariah di kalangan pedagang. Sementara itu, referensi dari rekan kerja atau keluarga, serta tingkat keterkenalan Bank Syariah di lingkungan pasar, juga turut memainkan peran penting dalam membentuk persepsi positif terhadap bank syariah. Langkah-langkah seperti meningkatkan promosi, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang mekanisme perbankan syariah, dan merancang solusi finansial yang sesuai dengan kebutuhan pasar, menjadi kunci dalam memperkuat *brand image* Bank Syariah di lingkungan pasar tradisional seperti Pasar De.

Selain itu, pentingnya memanfaatkan testimonial positif dari individu yang telah memiliki pengalaman positif dengan bank syariah, serta meningkatkan keterkenalan bank syariah di lingkungan sosial atau lokal, juga tidak boleh diabaikan. Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan *brand image* Bank Syariah di kalangan pedagang Pasar De perlu memperkuat strategi

promosi dan edukasi, sejalan dengan teori pemasaran yang menekankan pentingnya menciptakan kesadaran dan pemahaman pasar terhadap produk dan layanan perbankan syariah.

B. Saran

Ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan dalam penelitian ini di antaranya :

1. Bagi Mahasiswa sebagai Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat mencoba melibatkan sampel yang lebih representatif dari berbagai lapisan masyarakat dan pedagang agar hasil lebih umum dapat diterapkan. Penelitian dapat difokuskan lebih lanjut pada pengaruh faktor eksternal, seperti kondisi pasar dan ekonomi lokal, serta cara untuk mengatasi tantangan yang muncul dari dinamika eksternal tersebut. Melakukan kajian komparatif antara bank syariah dengan bank konvensional dapat memberikan gambaran lebih lengkap mengenai preferensi dan persepsi masyarakat terhadap jenis layanan perbankan tersebut.

2. Bagi Pedagang

Pedagang dapat menjalin kerjasama lebih erat dengan Bank Syariah untuk mengoptimalkan pemanfaatan layanan perbankan syariah, seperti pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Pedagang juga dapat aktif dalam program edukasi yang diselenggarakan oleh Bank Syariah, sehingga mereka memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai produk dan manfaatnya.

3. Bagi Pihak Perbankan (Bank Syariah)

Bank Syariah perlu terus meningkatkan kualitas layanan, termasuk efisiensi, kejelasan prosedur, dan kemudahan akses. Peningkatan ini akan memberikan dampak positif terhadap persepsi pedagang dan masyarakat umum. Melakukan program edukasi yang efektif mengenai produk dan layanan syariah. Hal ini akan membantu pedagang dan masyarakat umum memahami lebih baik tentang keunggulan dan manfaat yang ditawarkan oleh Bank Syariah.

4. Bagi Masyarakat Umum

Masyarakat perlu meningkatkan kesadaran finansial mereka, khususnya terkait dengan produk dan layanan perbankan syariah. Pemahaman yang baik akan membantu mereka membuat keputusan yang lebih terinformasi. Masyarakat diajak untuk memanfaatkan produk syariah yang sesuai dengan nilai dan kebutuhan mereka. Dengan demikian, mereka dapat merasakan manfaat langsung dari layanan yang diberikan oleh Bank Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Akhiyanasrin, 2011. *Definisi Pedagang dan Jenis Pedagang*. Yogyakarta: Graha,
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung:CV. Alfabeta,
- Damaiyanti, Suci. 2017. *Persepsi Pedagang Pasar Petisah Terhadap Perbankan Syariah*.
- Karim, Adiwarman A. 2004. *Bank Islam Analisis Fiqih Keuangan Edisi Ketiga*, PT Raja Grafindo, Jakarta,
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid .1 Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Nasional, Mustafa Edwin. 2007. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: kencana
- Punaji, Setiosary. 2017. *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Jakarta: Kencana
- S, Burhanuddin. 2010. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu,
- Shafaruddin, Rudi. 2013. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Upt. Perpustakaan Universitas Tanjungpura*. Diss. Tanjungpura University,
- Shirayev, Eric B. & Levy, David A. 2012. *Psikologi Lintas Kultural (pemikiran kritis dan terapan modern*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group,
- Simamora, Henry.2007. *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid 2*. Jakarta: Rineka cipta
- Subekan, Achmat. 2015. *Mengenal Etika Dagang Syariah*,
- Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*

JURNAL:

- Adhimah, Syifaul. 2020. *Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt. 06 rw. 02 Gedangan-Sidoarjo)*, Vol. 9, No.1(2020), 60
- Amalia, Elza. Paramita, Metti. 2020. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Pasar Tradisional terhadap Pembiayaan pada LKMS dan LKM*,

Jurnal Syarikah : JURNAL EKONOMI ISLAM 6, no. 1 (16 Juni 2020): 35,
<https://doi.org/10.30997/jsei.v6i1.1893>.

- Azizah, Siti Nur. 2016. *Analisis Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Tumenggungan Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Evaluasi Manajemen Tata Kelola Pedagang Pasar Tumenggungan Pasca Program Revitalisasi Menurut Persepsi Pedagang*. Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi 15.2
- Bastian, Danny Alexander. 2014. *Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Ades Pt. Ades Alfindo Putra Setia*. Jurnal Strategi Pemasaran 2.1
- Damaiyanti, Suci. *Persepsi Pedagang Pasar Petisah terhadap Perbankan Syariah* Skripsi Mahasiswa, Medan, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2017
- Duwit, Beatrix Sister, Veronica A. Kumurur, and Ingerid L. Moniaga. 2015. *Persepsi Pedagang Kaki Lima Terhadap Area Berjualan Sepanjang Jalan Pasar Pinasungkulan Karombasan Manado*. Sabua: Jurnal Lingkungan Binaan Dan Arsitektur 7.2
- Fitriani, Dian Novita. 2018. Kajian tentang oral dokumen:Tinjauan pada dokumentasi baru, Vol.20, No.01
- Irawan, Heri dan A. Wahyu, “*Persepsi Pedagang di Pasar Sentral Sinjai terhadap Peminjaman Modal Usaha (Analisis Ekonomi Islam)*,” Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam 2 (5 Mei 2020): 11–23, <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v2i1.309>.
- Jahilah, Amiliah. *Persepsi Dan Minat Pedagang Pasar Ciledug Untuk Bertransaksi Dengan Lembaga Keuangan Syariah Dalam Pengembangan Modal Usaha*. Diss. IAIN Syekh Nurjati Cirebon,
- Najib, Mohamad Ainun. 2017. *Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah*. Jurnal Jurisprudence 7.1
- Nugroho, Wahyu. 2019. *Pengaruh Layanan Mediasi Terhadap Perilaku Bullying Pada Siswa Kelas Ix Smp Negeri 2 Gondangrejo Tahun Pelajaran 2015-2016*, Vol.5 No. 2(2019), 106
- Wahyuningsih, Hikmah. 2021. *Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah (Bumn), Kualitas Layanan, Dan Brand image Produk Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Di Yogyakarta.*" (2021), hal.22.

WAWANCARA:

Amin, *Wawancara* tanggal 25 Juli 2023 pukul 10:00 WIB

Amras/Juriah, *Wawancara* tanggal 25 Juli 2023 Pukul 09:25 WIB

Anggraini, Ria. *Wawancara* tanggal 1 Agustus 2023, pukul 10:00 WIB

Endang, *Wawancara* tanggal 3 Agustus 2023 pukul 11:00 WIB

Haji Jamal, *Wawancara* Tanggal 25 juli 2023 Pukul 07:40 WIB

Hasibuan, Dewi Damayanti. *Wawancara*, tanggal 19 Juni 2023, pukul 09.00 Wib.

Herdian, Yusa. *Wawancara* tanggal 1 Agustus 2023 Pukul 10:45 WIB

Heryanto, *Wawancara* tanggal 1 Agustus 2023, Pukul 08:30 WIB

Hidayat, Salmon. *Wawancara* tanggal 8 Agustus 2023 Pukul 09:00 WIB

Ice Hermila, *Wawancara* tanggal 1 Agustus 2023, Pukul 10:30 WIB

Lia, *Wawancara* tanggal 25 Juli 2023, Pukul 09:00 WIB

Misyanto, *Wawancara* tanggal 25 Juli 2023 Pukul 08:30 WIB

Mulgianto, Apau. *Wawancara* tanggal 17 Juni 2023, pukul 09.00 Wib.

Nurdiana, *Wawancara* tanggal 25 juli 2023 pukul 10:30 WIB

Nurul, *Wawancara* tanggal 25 juli 2023 Pukul 14:00 WIB

Ojik, *Wawancara* tanggal 25 Juli 2023 Pukul 13:00 WIB

Randa, *Wawancara* tanggal 25 juli 2023 Pukul 11:30 WIB

Rizal, *Wawancara* tanggal 25 Juli 2023 Pukul 12:45 WIB

Saipul, *Wawancara* tanggal 25 juli 2023 Pukul 11:00 WIB

Suparjan, *Wawancara* Tanggal 25 juli 2023 Pukul 12:30 WIB

Susi, *Wawancara* tanggal 25 Juli 2023 Pukul 13:00 WIB

Tirta, *Wawancara* 25 Juli 2023 Pukul 08:10 WIB

Yanti, Pedagang Sayur, *wawancara*, tanggal 24 Mei 2023 pukul 10:01 WIB.

**L
A
M
P
I
R
A
N**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
 PRODI PERBANKAN SYARIAH

Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : /In.34/FS.02/PP.00.9/04/2022

Pada hari ini Rabu Tanggal 27 Bulan April Tahun 2022 telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi atas :

Nama : Hank Badawi / 18631062
 Prodi / Fakultas : Perbankan Syariah / Syariah & Ekonomi Islam
 Judul : Persepsi Pedagang Pasar D.E Terhadap Minat Melakukan Pembiayaan R-Bank Syariah Pada Bank Muamalat K.C.P. Curup

Dengan Petugas Seminar Proposal Skripsi sebagai berikut :

Moderator : Dinaria Anggara

Calon Pembimbing I : Bapak Hendrianto, MA
 Calon Pembimbing II : Bapak Ahmad Daru Syahputra, M.Si

Berdasarkan analisis kedua calon pembimbing serta masukan audiens, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Harus Masukan data-data Jumlah Peladangnya, Masalahnya Harus Jelas
2. Masalahnya harus dikongkritkan
3. Metode penelitiannya belum Jelas, Mengarah ke kualitatif
4. Masalahnya berkaitan dengan dua variabel X dan Y
5. Analisis Persepsi Pasar D.E Mengenai brand image dan bagi hasil dibank Muamalat

Dengan berbagai catatan tersebut di atas, maka judul proposal ini dinyatakan Layak / Tidak Layak untuk diteruskan dalam rangka penggarapan penelitian skripsi. Kepada saudara presenter yang proposalnya dinyatakan layak dengan berbagai catatan, wajib melakukan perbaikan berdasarkan konsultasi dengan kedua calon pembimbing paling lambat 14 hari setelah seminar ini, yaitu pada tanggal 16 bulan Mei tahun 2022, apabila sampai pada tanggal tersebut saudara tidak dapat menyelesaikan perbaikan, maka hak saudara atas judul proposal dinyatakan gugur.

Demikian agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 27 April 2022

Moderator

Dinaria Anggara

Calon Pembimbing I

Hendrianto, MA
 NIP. 20168701

Calon Pembimbing II

Ahmad Daru Syahputra, M.Si
 NIP. 198909242019031011

NB : Hasil berita acara yang sudah ditandatangani oleh kedua calon pembimbing silahkan difotocopy sebagai arsip peserta dan yang asli diserahkan ke Fakultas Syariah & Ekonomi Islam / Pengawas untuk penerbitan SK Pembimbing Skripsi dengan melampirkan perbaikan skripsi BAB I yang sudah disetujui / ACC oleh kedua calon pembimbing.



SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
Nomor : 0550/In.34/FS/PP.00.9/06/2022

Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II
PENULISAN SKRIPSI

DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk dosen pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
2. Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut.
- Mengingat** : 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
4. Peraturan pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
5. Peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018 tentang IAIN Curup;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor: 019558/B.II/3/2022, tanggal 18 April 2022 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2022-2026;
8. Surat Keputusan Rektor IAIN Curup Atas nama Menteri Agama RI Nomor: 0050/In.34/2/KP.07.6/01/2019 tentang Penetapan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Menunjuk saudara:
- Pertama** : 1. Hendrianto, MA NIP. 202168701
2. Fumawati NIP. 2024038902

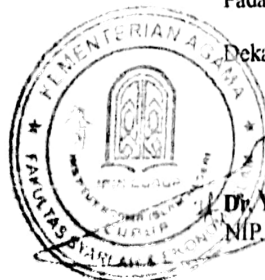
Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa:

NAMA : Halik Badawi
NIM : 18631062
PRODI/FAKULTAS : Perbankan Syariah (PS)/Syariah dan Ekonomi Islam
JUDUL SKRIPSI : Persepsi Pedagang Pasar DE Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah

- Kedua** : Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga** : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan;
- Keempat** : Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan
- Kelima** : Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan.
- Keenam** : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan.

Ditetapkan di : Curup
Pada tanggal : 06 Juni 2022

Dekan,



Dr. Yusufri, M.Ag
NIP. 197002021998031007

Tembusan :

1. Ka. Biro AU, AK IAIN Curup
2. Pembimbing I dan II
3. Bendahara IAIN Curup
4. Kabag AUAK IAIN Curup
5. Kepala Perpustakaan IAIN Curup
6. Arsip Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup dan yang bersangkutan

Nomor : 497/In.34/FS/PP.00.9/06/2023
Lamp : Proposal dan Instrumen
Hal : Rekomendasi Izin Penelitian

Curup, 19 Juni 2023

Kepada Yth,
Kepala Dinas DPM PTSP Kabupaten R/L
Di-
Curup

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka penyusunan skripsi strata satu (S1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Nama : Halik Badawi
Nomor Induk Mahasiswa : 18631062
Progran Studi : Perbankan Syariah (PS)
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah
Waktu Penelitian : 19 Juni 2023 Sampai Dengan 19 Agustus 2023
Tempat Penelitian : Pasar De

Mohon kiranya, Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat rekomendasi izin penelitian ini kami sampaikan, atas kerja sama dan izinnnya diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Dr. Yusefr, M.Ag
NIP.197001021998031007



PEMERINTAH KABUPATEN REJANG LEBONG
DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jalan S.Sukowati No.66 ■ Telp. (0732) 24622 Curup

SURAT IZIN

Nomor : 503/257 /IP/DPMP/SP/VII/2023

TENTANG PENELITIAN

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PTSP KABUPATEN REJANG LEBONG

- Keputusan Bupati Rejang Lebong Nomor 14 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Rejang Lebong
- Surat dari Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Nomor : 44/In.34/FS/PP.00.9/06/2023 tanggal 19 Juni 2023 Hal Rekomendasi Izin Penelitian

Dengan ini mengizinkan, melaksanakan Penelitian kepada :

Nama /TTL : Halik Badawi/ Dusun Sawah, 21 Maret 1999
NIM : 18631062
Pekerjaan : Mahasiswa
Program Studi/Fakultas : Perbankan Syariah (PS) / Syariah dan Ekonomi Islam
Judul Proposal Penelitian : Persepsi Pedagang Pasar De mengenai Brand Image pada Bank Syariah
Lokasi Penelitian : Pasar De
Waktu Penelitian : 11 Juli 2023 s/d 19 Agustus 2023
Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Harus mentaati semua ketentuan Perundang-Undangan yang berlaku.
- Selesai melakukan penelitian agar melaporkan/menyampaikan hasil penelitian kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Rejang Lebong.
- Apabila masa berlaku Izin ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan penelitian belum selesai perpanjangan izin Penelitian harus diajukan kembali kepada instansi pemohon.
- Izin ini dicabut dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang surat Izin ini tidak menaati/mengindahkan ketentuan-ketentuan seperti tersebut di atas.

Demikian Izin ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Curup
Pada Tanggal : 11 Juli 2023

Pt Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan
Terpadu Satu Pintu
Kabupaten Rejang Lebong



Tembusan :

- Kepala Badan Kesbangpol Kab. RL
- Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup
- Kepala Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan
- Yang bersangkutan



PEMERINTAH KABUPATEN REJANG LEBONG
DINAS PERDAGANGAN KOPERASI UKM & PERINDUSTRIAN
Unit Pelaksana Tekhnis (UPT) PASAR

Jalan Ade Irma Suryani Nasution Pasar Atas Kode Pos 39119

SURAT KETERANGAN

Nomor : 800**039** /UPT-PASAR/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini atas nama Kepala UPT Pasar, Kasubag Tata Usaha.
dengan ini menerangkan bahwa :

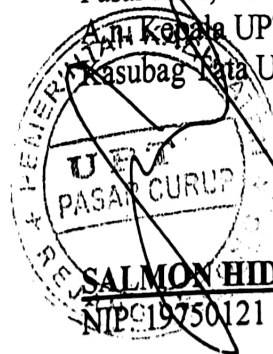
Nama : Halik Badawi
N P M : 18631062
Program Studi : Perbankan Syari'ah (PS)
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam
Lama Penelitian : 19 Juni 2023 s/d 19 Agustus 2023
Judul l Skripsi : Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai *Brand Image* Pada bank Syari'ah
Tempat / Penelitian : Pasar De

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya benar nama mahasiswa diatas telah selesai melaksanakan penelitian di Pasar De dari tanggal 19 Juni 2023 s/d 19 Agustus 2023, guna untuk melengkapi Data Skripsi Mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.
Atas perhatiannya di ucapkan terima kasih

Pasar Atas, 16 Agustus 2023

Ahli Kepala UPT Pasar Atas,
Kasubag Tata Usaha



SALMON HIDAYAT

NIP: 19750121 199402 1 001



**SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

**Tentang
PENUNJUK PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II
PENULISAN SKRIPSI**

DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- | | |
|--------------|--|
| Menyampaikan | 1. Bahwa untuk kelancaran pemelaksanaan skripsi mahasiswa perlu didukung dengan pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penelitian yang dimaksud |
| | 2. Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang cukup dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut |
| Mengingat | 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, |
| | 2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi |
| | 3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen, |
| | 4. Peraturan pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan, |
| | 5. Peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, |
| | 6. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018 tentang IAIN Curup, |
| | 7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor: 019558/B II 3/2022, tanggal 18 April 2022 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2022-2026, |
| | 8. Surat Keputusan Rektor IAIN Curup Atas nama Menteri Agama RI Nomor 0050/In.34/2 KP.07.6/01/2019 tentang Penetapan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup |

MEMUTUSKAN

- | | | |
|--------------------|-------------------|-----------------|
| Menetapkan Pertama | Menunjuk saudara: | |
| | 1. Hendrianto, MA | NIP. 202168701 |
| | 2. Fitnawati | NIP. 2024038902 |

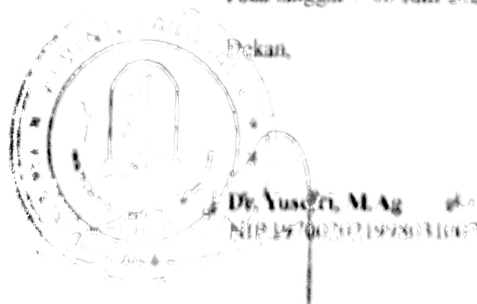
Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa:

- | | |
|----------------|---|
| NAMA | : Halik Badawi |
| NIM | : 18631062 |
| PRODI FAKULTAS | : Perbankan Syariah (PS) Syariah dan Ekonomi Islam |
| JUDUL SKRIPSI | : Persepsi Pedagang Pasar DE Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah |

- | | |
|---------|--|
| Kedua | Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku, |
| Ketiga | |
| Keempat | Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan. |
| Kelima | Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan |
| Keenam | Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat keketiraman dan kesalahan |
| Ketujuh | Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakannya. |

Ditetapkan di : Curup
Pada tanggal : 06 Juni 2022

Dekan,



Tembusan :

1. Ka Batu AUI AK IAIN Curup
2. Pembimbing I dan II
3. Bendahara IAIN Curup
4. Kabag AUIAK IAIN Curup
5. Kepala Perpustakaan IAIN Curup
6. Asyraf Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup dan yang bersangkutan

PEDOMAN WAWANCARA

Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai *Brand image* Pada Bank Syariah

Identitas Informan :

- a. Nama Informan :
- b. Jenis Kelamin :
- c. Alamat :
- d. Umur :
- e. Pendidikan Terakhir :
- f. Nama Los/Kios :

Pertanyaan untuk Pedagang Bahan Pokok

1. Bapak/ibu Muslim atau Non Muslim?
2. Berapa Lama Menjadi Pedagang?
3. Apa yang bapak/ibu jual?
4. Apakah bapak/ibu menggunakan Bank Syariah seperti BSI dan Muamalat atau Bank Konvensional seperti Bank BRI, BNI, BCA, Mandiri ?
5. Apakah Bapak/ibu tahu Letak Bank Syariah?
6. Apakah Bapak/ibu Pernah Menggunakan Jasa Bank Syariah, Seperti transfer uang di bank syariah?
7. Apakah Bapak/ibu pernah menggunakan produk bank syariah seperti tabungan wadi'ah atau Produk tabungan haji di bank syariah?
8. Apakah bapak/ibu tahu lambang Bank Syariah Di curup ini ? (BSI dan Muamalat)

Petugas Pasar De

Faktor internal yang mempengaruhi Persepsi

1. Apakah bapak/ibu Tahu keberadaan tempat Bank Syariah* (Bank Syariah Indonesia)
2. Apakah bapak/ibu pernah Mendapatkan Promosi Dari Bank Syariah* (Bank BSI atau Bank Muamalat)
3. Apakah bapak/ibu berminat menggunakan jasa (transfer) atau produk (tabungan) di bank syariah?
4. Apakah bapak/ibu pernah melakukan pembiayaan di Bank Syariah (Bank Muamalat/ Bank BSI)
5. Bagaimana pengalaman bapak/ibu selama menggunakan bank Syariah?

Faktor Eksternal yang mempengaruhi Persepsi

1. Bagaimana pengalaman bapak/ibu menggunakan layanan di bank syariah?
2. Bagaimana Penilaian ibu mengenai layanan yang ada di bank syariah?

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama informan : *S Salmon Hidayat*
Jenis Kelamin : *Laki-Laki*
Umur : *49 tahun*
Alamat : *Dwi tunggal*
Pendidikan Terakhir : *SLTA*
Jabatan : *Subag Tu*

Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : *Halik Badawi*
Nim : *18631062*
Prodi : *Perbankan Syariah*
Fakultas : *Syariah Dan Ekonomi Islam*

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah "**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, *8 Agustus* 2023
Yang Menyatakan


(.....*Salmon H*.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Informan : Ice Hermita
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 24 tahun
Alamat : Jalan baru
Pendidikan Terakhir : Sekolah Menengah Atas (SMA)
Jabatan : Staf Kantor Pasar De

Mencerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Hadawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : *"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah"*. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 1 Agustus 2023

Yang Menyatakan


(.....Ice Hermita.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama informan : Ria Anggurini
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 38 tahun
Alamat : Desa Perho
Pendidikan Terakhir : S-1
Jabatan : Koordinator Pasar De

Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah"**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 1 Agustus 2023

Yang Menyatakan


(.....Ria.....Anggurini.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama informan : Yusa Herdian
Jenis Kelamin : Laki laki
Umur : 22 tahun
Alamat : Dwi tunggal
Pendidikan Terakhir : Sekolah Menengah Atas (SMA)
Jabatan : Staf Koordinator Pasar De


Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah"**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 1 Agustus 2023

Yang Menyatakan


(.....Yusa Herdian.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama informan : Heryanto
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Umur : 50 tahun
Alamat : Tasik Malaya
Pendidikan Terakhir : Sekolah Menengah Pertama (SMP)
Jabatan : Satgas Pasar De

Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah"**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 1 Agustus 2023

Yang Menyatakan

Heryanto
(.....Heryanto.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NURUL
Tempat Tanggal Lahir (umur): 25 tahun (CURUP)
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Makam Pahlawan
Nama Toko : TOKO NURUL PEMPAH & MANISAN

Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah"**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 25 Juli 2023

Yang Menyatakan

Nd.
(.....NURUL.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama informan : Jamal
Jenis Kelamin : Laki - laki
Umur : 60 tahun
Alamat : Talang Benih
Pendidikan Terakhir : -
Nama Kios atau Los : Buyung Beras


Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah "**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 25 Juli 2023

Yang Menyatakan


(.....Jamal.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : LIA
Tempat Tanggal Lahir : CURUP / 1974
Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Alamat : TALANG BENDH
Nama Toko (Wirung Ikhtisan): TOKO ACIM

Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah "**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 25 Juli 2023

Yang Menyatakan


(.....LIA.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama informan : Sai pul
Jenis Kelamin : laki-laki
Umur : 65 tahun
Alamat : Talang Benih
Pendidikan Terakhir : -
Nama Kios atau Los : Toko Beras Pak Sai pul


Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah "**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 25 jui 2023

Yang Menyatakan


(..... Sai pul)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama informan : Amras / Juriah
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Umur : 65 tahun
Alamat : Pasar De / Jalan baru
Pendidikan Terakhir : -
Nama Kios atau Los : Toko Beras Ibu Juriah


Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Hadawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah "**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 25 Juli 2023

Yang Menyatakan


(.....Juriah.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama informan : Ibu Tirta
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 58 tahun
Alamat : Talang Benih
Pendidikan Terakhir : -
Nama Kios atau Los : Ibu tirta Manisan

Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah "**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 25 Juli 2023
Yang Menyatakan

Tirta
(.....Tirta.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama informan : Susi
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 35 tahun
Alamat : Pasar De
Pendidikan Terakhir : SMA
Nama Kios atau Los : Toko Susi Curup


Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah"**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 25 Juli 2023

Yang Menyatakan


(.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama informan : Yanto / Misyanto
Jenis Kelamin : Laki laki
Umur : 46 tahun
Alamat : Kelurahan talang benih
Pendidikan Terakhir : SMP
Nama Kios atau Los : Warung Gva Majid

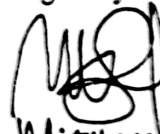
Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah "**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 28 Juli 2023

Yang Menyatakan


(.....Misyanto.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama informan : Ojik
Jenis Kelamin : laki laki
Umur : 26 tahun
Alamat : Jalan Baru
Pendidikan Terakhir : SMA
Nama Kios atau Los : Ojik Manisan

Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah "**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 25 Juni 2023

Yang Menyatakan


(.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Informan : Rizal
Jenis Kelamin : laki-laki
Umur : 30 tahun
Alamat : Talang berih
Pendidikan Terakhir : SMA
Nama Kios atau Los : Warung Rizal / Bu jaksu


Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah "**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 25 Juli 2023

Yang Menyatakan


(.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Informan : Suparjan
Jenis Kelamin : Laki-laki
Umur : 50 tahun
Alamat : Jalan baru
Pendidikan Terakhir : SMA
Nama Kios atau Los : Lusi Feni

Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : *"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah"*. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 25 Juli 2023

Yang Menyatakan


(.....Suparjan.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : PANDA
Tempat Tanggal Lahir : Curup (26 tahun)
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Kesumba Lama
Nama Toko : TOKO MAJASARI RANIRIA

Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah"**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 25 Juli 2023

Yang Menyatakan


(.....PANDA.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NURDIANA
Tempat Tanggal Lahir (UMUR) : CURUP, 57 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Pasar De
Nama Toko : ARI MANISAN

Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah"**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 25 Juli 2023

Yang Menyatakan


(.....NURDIANA.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AMIN
Tempat Tanggal Lahir : CURUP (55 tahun)
Jenis Kelamin : LAKI-LAKI
Alamat : TALANG BENIH
Nama Toko (warung beras) : BANIA (Warung beras dan Manisan)

Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah"**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 25 Juli 2023

Yang Menyatakan


(.....AMIN.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : APAU MULGIANTO
Tempat Tanggal Lahir / Umur : 40 tahun
Jenis Kelamin : LAKI LAKI
Alamat : TALANG BEMH
Nama Toko : TOKO APAU PASAR DE

Menegaskan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah "**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 17 JUN 2023

Yang Menyatakan


(.....Apau Mulgiando.....)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Damayanti Harbuan
Tempat Tanggal Lahir (umur) : Medan 16 Januari 1991 (32 tahun)
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Talang Benih
Nama Toko : Toko Harbuan


Menyatakan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Hadawi
Nim : 18631162
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah"**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 19 Juli 2023

Yang Menyatakan


(Dewi Damayanti H.)

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama informan : Endang
Jenis Kelamin : Laki-laki
Umur : 32 tahun
Alamat : talang benih
Pendidikan Terakhir : SMA / SMK
Nama Kios atau Los : Toko Endang Plastik

Menerangkan dengan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Halik Badawi
Nim : 18631062
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam

Telah melakukan wawancara kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **"Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah"**. Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sesungguhnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 3 Agustus 2023

Yang Menyatakan


(.....Endang.....)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Jl. Dr. A.K. Gani, No. 1. Telp. (073) 21010-217-9, Fax 21010 Curup 39119 email: admin@iaincurup.ac.id

SURAT KETERANGAN CEK SIMILARITY

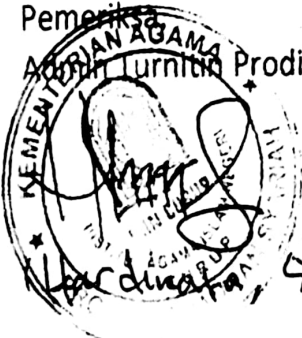
Admin Turnitin Program Studi PERBANKAN SYARIAH menerangkan bahwa telah dilakukan pemeriksaan similarity terhadap proposal/skripsi/tesis berikut:

Judul : PERSEPSI PEDAGANG PASAR DE MENGENAI BRAND IMAGE PADA BANK SYARIAH

Penulis : HALIK BADAWI
NIM : 18631062

Dengan tingkat kesamaan sebesar 7,7.....%

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Curup, 05.....Mei.....2024..
Pemeriksa
Admin Turnitin Prodi.....Perbankan Syariah

Hardiana, SE, MM

HALIK BADAWI == Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah

ORIGINALITY REPORT

35%	35%	18%	22%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	e-theses.iaincurup.ac.id Internet Source	6%
2	adoc.pub Internet Source	6%
3	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	5%
4	Submitted to Institut Agama Islam Negeri Curup Student Paper	1%
5	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%
6	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	1%
7	journal.stieputrabangsa.ac.id Internet Source	1%
8	adoc.tips Internet Source	1%

repository.radenintan.ac.id

DOKUMENTASI PENELITIAN

PASAR DE CURUP





Wawancara dengan Bapak Heryanto



**Wawancara dengan Bapak Salmon Hidayat
Selaku KASUBAG TU**



Wawancara dengan Bapak Endang Plastik



Wawancara dengan Ibu Dewi Damayanti Hasibuan



Wawancara dengan Bapak Apau Mulgianto



**Wawancara dengan Ibu Ria Anggraini
Selaku Koordinator Pasar De**



Wawancara dengan Ibu Nurul



Wawancara dengan Dewi



Wawancara dengan Ibu Nurul



Wawancara dengan Bapak Suparjan



Wawancara dengan Ibu Ojik



Wawancara dengan Bapak Jamal



Wawancara dengan Bapak Amin



Wawancara dengan Ibu Amras/ Juriah



Wawancara dengan Ibu Lia



Wawancara dengan Bapak Yanto

BIODATA PENELITI

Halik Badawi, dilahirkan di Desa Dusun Sawah Kecamatan Curup Utara Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu, pada tanggal 21 Maret 1999. Penulis merupakan anak ke-5 dari pasangan ayah Hardi dan ibu Hanipah. Penulis memiliki hobby membaca buku, Olahraga, serta mendengarkan musik. Penulis menuntaskan Pendidikan dasarnya pada SD Negeri 01 Curup Utara pada tahun 2012 dan kemudian melanjutkan ke jenjang Pendidikan menengahnya di SMPN 1 Curup Utara dan lulus pada tahun 2015. Penulis melangsungkan Pendidikan Sekolah Tingkat Atas di MAN 1 Rejang Lebong selama 3 tahun dan lulus pada tahun 2018. Pada tahun 2018 ini penulis melanjutkan Pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri, tepatnya adalah Institut Agama Islam Negeri Curup. Penulis menempuh Pendidikan Sarjana Strata Satu di Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam di IAIN Curup. Penulis menyelesaikan kuliah strata satu (S1) pada tahun 2024 dengan judul penelitian ***“Persepsi Pedagang Pasar De Mengenai Brand Image Pada Bank Syariah”***

