ARZUSIN
Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar

e-ISSN : 2809-4093
p-ISSN : 2809-4484

Terindeks: Sinta 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Semantic Scholar, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/arzusin.v6i5.11493

ANALISIS PERSEPSI PEDAGANG PASAR RAKYAT TENTANG BANK SYARIAH (STUDI KASUS KECAMATAN PARIAMAN TENGAH)

Analysis of Traditional Market Traders' Perceptions of Islamic Banks (Case Study of Pariaman Tengah District)

Yovi Savitri & Ali Rahman
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
svtriyoyop@gmail.com; ali.rahman26des@gmail.com

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Jun 12, 2026	Jul 10, 2026	Jul 22, 2026	Jul 27, 2026

Abstract

Although traders' perceptions of Islamic banks have received attention in various studies, research specifically analyzing traditional market traders' perceptions based on their experiences, knowledge, and transaction needs remains relatively limited. This study aimed to analyze the perceptions of traders at the Pariaman Tengah Subdistrict Traditional Market toward Islamic banks and identify the factors influencing the formation of these perceptions. The study employed a qualitative approach with a descriptive field research design. The study involved nine informants, consisting of eight traders as primary informants and one market head as a supporting informant, who were selected through purposive sampling. Data were collected through observation, semistructured interviews, and documentation and were subsequently analyzed using the interactive analysis model of Miles, Huberman, and Saldaña, which comprises data condensation, data display, and conclusion drawing and verification. The results showed that traders' perceptions of Islamic banks remained varied. Some traders had positive

Arzusin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

perceptions because they understood Islamic principles, whereas most traders continued to use conventional banks because of considerations related to ease of access, the availability of facilities, and business transaction needs. The levels of knowledge, experience, trust, and exposure to information about Islamic banking were the primary factors shaping traders' perceptions. These findings reinforce perception theory, which explains that knowledge and experience play a role in shaping individuals' perceptions of an object. This study contributes to the development of the literature on public perceptions of Islamic banking and provides practical implications for Islamic banks and the government in improving Islamic financial literacy, outreach, and financial inclusion among traditional market traders.

Keywords: Traders' Perceptions; Islamic Banks; Traditional Markets; Islamic Financial Literacy; Islamic Financial Inclusion

Abstrak: Meskipun persepsi pedagang terhadap bank syariah telah menjadi perhatian dalam berbagai penelitian, kajian yang secara khusus menganalisis persepsi pedagang pasar rakyat berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan kebutuhan transaksi masih relatif terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi pedagang Pasar Rakyat Kecamatan Pariaman Tengah terhadap bank syariah serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan persepsi tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif. Informan penelitian berjumlah sembilan orang, terdiri atas delapan pedagang sebagai informan utama dan satu kepala pasar sebagai informan pendukung yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara semiterstruktur, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pedagang terhadap bank syariah masih beragam. Sebagian pedagang memiliki persepsi positif karena memahami prinsip-prinsip syariah, sedangkan mayoritas pedagang tetap menggunakan bank konvensional dengan mempertimbangkan kemudahan akses, kelengkapan fasilitas, dan kebutuhan transaksi usaha. Tingkat pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, dan intensitas sosialisasi mengenai perbankan syariah menjadi faktor utama yang membentuk persepsi pedagang. Temuan ini memperkuat teori persepsi yang menjelaskan bahwa pengetahuan dan pengalaman berperan dalam pembentukan persepsi individu terhadap suatu objek. Penelitian ini berkontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah serta memberikan implikasi praktis bagi perbankan syariah dan pemerintah dalam meningkatkan literasi, sosialisasi, dan inklusi keuangan syariah di kalangan pedagang pasar rakyat.

Kata Kunci: Persepsi Pedagang; Bank Syariah; Pasar Rakyat; Literasi Keuangan Syariah; Inklusi Keuangan Syariah

PENDAHULUAN

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat sebagai bagian dari sistem keuangan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Kehadiran bank syariah diharapkan menjadi alternatif lembaga keuangan yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat melalui sistem yang mengedepankan keadilan, transparansi,

serta menghindari praktik *riba*, *gharar*, dan *maysir* (Nafisah, 2024). Meskipun demikian, peningkatan jumlah lembaga dan layanan perbankan syariah belum sepenuhnya diikuti oleh meningkatnya pemahaman dan pemanfaatan layanan tersebut oleh masyarakat, khususnya pelaku usaha mikro dan pedagang pasar rakyat. Rendahnya literasi keuangan syariah serta terbatasnya sosialisasi menyebabkan sebagian masyarakat masih menganggap bahwa bank syariah tidak memiliki perbedaan yang signifikan dengan bank konvensional (Rhomadoni & Khairan, 2022; Faruk, 2022). Fenomena yang sama juga ditemukan pada pedagang Pasar Rakyat Kecamatan Pariaman Tengah, di mana sebagian besar pedagang masih menggunakan layanan bank konvensional meskipun telah mengetahui keberadaan bank syariah.

Menurut Robbins dan Judge (2022), persepsi merupakan proses individu dalam memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi sehingga membentuk pemahaman terhadap suatu objek. Persepsi dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, serta lingkungan sosial yang dimiliki seseorang. Dalam konteks perbankan syariah, tingkat pemahaman mengenai prinsip syariah, pengalaman menggunakan layanan perbankan, serta tingkat kepercayaan terhadap produk dan sistem operasional bank syariah menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan (Nur & Taufiq, 2019). Oleh karena itu, persepsi pedagang menjadi salah satu aspek penting yang perlu dikaji untuk mendukung peningkatan inklusi keuangan syariah.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap bank syariah masih dipengaruhi oleh rendahnya tingkat literasi keuangan syariah, kurang optimalnya edukasi, dan kuatnya kebiasaan menggunakan bank konvensional. Hasibuan (2024) menemukan bahwa mayoritas pedagang belum memahami prinsip maupun produk bank syariah secara memadai. Penelitian Latifah (2022) juga menunjukkan bahwa rendahnya informasi mengenai bank syariah menyebabkan pedagang lebih memilih menggunakan bank konvensional. Selain itu, Faruk (2022) menjelaskan bahwa faktor kepercayaan dan kemudahan akses layanan turut memengaruhi persepsi masyarakat terhadap bank syariah. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus mengkaji persepsi pedagang Pasar Rakyat Kecamatan Pariaman Tengah dengan meninjau aspek pengetahuan, kepercayaan, pengalaman, dan kebutuhan transaksi usaha sebagai satu kesatuan analisis. Kondisi tersebut menunjukkan masih adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih mendalam.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menganalisis persepsi pedagang pasar rakyat menggunakan teori persepsi yang menitikberatkan pada aspek kognitif, afektif, dan

konatif. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, serta kebutuhan transaksi membentuk persepsi pedagang terhadap bank syariah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi lembaga perbankan syariah dalam menyusun strategi edukasi, sosialisasi, dan peningkatan kualitas layanan kepada pelaku usaha mikro.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pedagang Pasar Rakyat Kecamatan Pariaman Tengah terhadap bank syariah serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi persepsi tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literasi dan inklusi keuangan syariah, khususnya di lingkungan pedagang pasar rakyat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam persepsi pedagang Pasar Rakyat Kecamatan Pariaman Tengah terhadap bank syariah berdasarkan pengalaman, pengetahuan, keyakinan, serta praktik penggunaan layanan perbankan dalam aktivitas usaha sehari-hari. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena sosial berdasarkan perspektif informan sehingga makna yang dibangun berasal dari pengalaman nyata di lapangan (Creswell & Poth, 2018; Fadli, 2021).

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan strategi studi lapangan (*field study*). Desain ini dipilih karena mampu menggambarkan secara sistematis persepsi pedagang terhadap bank syariah beserta faktor-faktor yang memengaruhinya tanpa melakukan manipulasi terhadap kondisi penelitian. Penelitian dilaksanakan di Pasar Rakyat Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman, yang dipilih karena merupakan pusat aktivitas perdagangan dengan mayoritas pedagang beragama Islam, namun sebagian besar masih menggunakan layanan perbankan konvensional. Desain deskriptif kualitatif dinilai sesuai untuk mengeksplorasi fenomena sosial secara kontekstual sesuai kondisi alamiah (*natural setting*) (Yin, 2018; Creswell & Poth, 2018).

Partisipan penelitian terdiri atas sembilan informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan terdiri atas delapan orang pedagang Pasar Rakyat Pariaman sebagai informan utama dan satu orang Kepala Pasar sebagai informan pendukung. Pemilihan

informan didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka memiliki pengalaman, pengetahuan, dan keterlibatan langsung dengan penggunaan layanan perbankan sehingga mampu memberikan informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip *data saturation*, yaitu proses pengumpulan data dihentikan ketika informasi yang diperoleh telah mencapai titik jenuh dan tidak ditemukan lagi informasi baru yang bermakna (Palinkas et al., 2015; Saunders et al., 2018).

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti (*human instrument*) yang didukung oleh pedoman observasi, pedoman wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap aktivitas pedagang, wawancara mendalam kepada seluruh informan, serta dokumentasi berupa dokumen pendukung dan data dari pengelola Pasar Rakyat Pariaman. Penggunaan berbagai teknik pengumpulan data tersebut bertujuan memperoleh informasi secara komprehensif sekaligus meningkatkan kredibilitas hasil penelitian melalui triangulasi sumber dan teknik (Lincoln & Guba, 1985; Creswell & Poth, 2018).

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (*conclusion drawing/verification*). Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan mengelompokkan informasi sesuai fokus penelitian, kemudian data disajikan dalam bentuk uraian naratif agar hubungan antartemuan lebih mudah dipahami. Tahap terakhir dilakukan melalui penarikan kesimpulan secara terus-menerus dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga diperoleh temuan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan (Miles et al., 2020; Creswell & Poth, 2018).

HASIL

Berdasarkan hasil observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, penelitian menunjukkan bahwa persepsi pedagang Pasar Rakyat Pariaman terhadap bank syariah masih beragam. Sebagian informan memiliki persepsi positif karena memahami bahwa bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip syariah dan menghindari praktik *riba*. Namun, sebagian besar pedagang masih memilih menggunakan bank konvensional karena dinilai lebih mudah diakses, memiliki fasilitas yang lebih lengkap, serta lebih sesuai dengan kebutuhan transaksi usaha sehari-hari. Temuan tersebut diperoleh dari delapan pedagang sebagai informan utama dan satu orang Kepala Pasar sebagai informan pendukung.

Persepsi Pedagang yang Menggunakan Layanan Bank Syariah

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pedagang yang telah menjadi nasabah bank syariah umumnya memiliki tingkat pengetahuan dan kepercayaan yang lebih baik terhadap layanan perbankan syariah. Informan, seperti Ibu Santi, menyatakan bahwa penggunaan Bank Syariah Indonesia (BSI) didasarkan pada keyakinan bahwa sistem operasionalnya sesuai dengan prinsip Islam serta bebas dari unsur *riba*. Selain menggunakan produk tabungan, informan juga memanfaatkan layanan bank syariah untuk transaksi usaha sehari-hari. Informan lain, yaitu Ibu Fitri, juga memiliki pandangan positif terhadap sistem perbankan syariah. Meskipun demikian, beliau masih menggunakan bank konvensional untuk mendukung aktivitas usahanya karena jaringan ATM dan fasilitas layanan lebih mudah dijangkau di sekitar pasar.

Persepsi Pedagang yang Menggunakan Bank Konvensional

Sebaliknya, sebagian besar informan masih menggunakan bank konvensional. Mereka menganggap bank konvensional lebih praktis, memiliki jaringan layanan yang luas, serta telah lama digunakan dalam aktivitas usaha. Beberapa pedagang bahkan beranggapan bahwa bank syariah tidak memiliki perbedaan yang berarti dengan bank konvensional sehingga belum merasa perlu beralih menggunakan layanan bank syariah. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbatasan pengetahuan mengenai produk, layanan, dan mekanisme operasional bank syariah menyebabkan sebagian pedagang hanya mengenal keberadaan bank syariah tanpa memahami karakteristiknya secara mendalam.

Faktor yang Membentuk Persepsi Pedagang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pedagang dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu:

Tabel 1. Faktor-faktor yang Memengaruhi Persepsi Pedagang terhadap Bank Syariah

Faktor	Temuan Penelitian
Tingkat pemahaman	Sebagian pedagang belum memahami produk, layanan, dan sistem operasional bank syariah secara utuh.
Kepercayaan	Pedagang yang pernah menjadi nasabah bank syariah cenderung memiliki tingkat kepercayaan lebih tinggi.
Sosialisasi	Sosialisasi dan promosi bank syariah kepada pedagang masih terbatas sehingga informasi belum tersampaikan secara optimal.
Kemudahan akses	Ketersediaan ATM, lokasi layanan, dan fasilitas transaksi bank konvensional dinilai lebih memudahkan aktivitas usaha.
Kebutuhan usaha	Pedagang lebih mempertimbangkan kecepatan dan kemudahan transaksi dibandingkan aspek kesesuaian prinsip syariah.

Sumber: Hasil olahan data penelitian, 2026.

Tabel 1 menunjukkan bahwa faktor kemudahan akses layanan, tingkat pemahaman, serta kebutuhan transaksi usaha menjadi faktor dominan yang membentuk persepsi pedagang terhadap bank syariah. Di samping itu, Kepala Pasar menyampaikan bahwa kegiatan promosi bank syariah di lingkungan pasar belum berjalan secara optimal sehingga banyak pedagang belum memperoleh informasi yang memadai mengenai produk dan layanan bank syariah.

Hasil penelitian juga menemukan adanya variasi persepsi antar informan. Ibu Santi menunjukkan persepsi positif karena memahami prinsip syariah serta menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia dalam aktivitas sehari-hari. Sebaliknya, Ibu Fika menyatakan kurang memahami bank syariah dan tetap memilih bank konvensional karena dianggap lebih mudah, lebih terpercaya, dan didukung penggunaan dompet digital. Sementara itu, Ibu Yanie mengetahui keberadaan bank syariah, tetapi menganggap bank syariah tidak berbeda dengan bank konvensional sehingga tetap menggunakan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Variasi tersebut menunjukkan bahwa persepsi pedagang tidak bersifat seragam dan dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan, pengalaman, serta kebutuhan transaksi masing-masing informan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun sebagian pedagang memiliki persepsi positif terhadap prinsip dan nilai-nilai yang diterapkan bank syariah, persepsi tersebut belum sepenuhnya mendorong penggunaan layanan bank syariah dalam aktivitas usaha sehari-hari. Mayoritas pedagang masih mempertimbangkan aspek kemudahan layanan, fasilitas, dan kebiasaan bertransaksi sebagai dasar utama dalam memilih lembaga perbankan.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pedagang Pasar Rakyat Kecamatan Pariaman Tengah terhadap bank syariah masih beragam. Sebagian pedagang telah memahami bahwa bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip syariah yang menghindari praktik *riba* sehingga memandang keberadaan bank syariah sebagai lembaga keuangan yang sesuai dengan ajaran Islam. Namun, sebagian besar pedagang masih memilih menggunakan bank konvensional karena dinilai lebih mudah diakses, memiliki jaringan layanan yang lebih luas, serta lebih sesuai dengan kebutuhan transaksi usaha sehari-hari. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi pedagang tidak hanya dipengaruhi oleh pemahaman terhadap prinsip syariah, tetapi juga oleh pengalaman menggunakan layanan perbankan, kemudahan akses, serta kebutuhan praktis dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk menganalisis persepsi pedagang terhadap bank syariah tercapai, yaitu memperlihatkan

bahwa faktor religius belum sepenuhnya menjadi dasar utama dalam pemilihan lembaga perbankan.

Berdasarkan teori persepsi yang dikemukakan Robbins dan Judge (2022), persepsi merupakan hasil proses individu dalam menerima, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi sebelum mengambil keputusan. Teori tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini, di mana pedagang yang memiliki pengalaman dan pengetahuan lebih baik mengenai bank syariah cenderung memberikan penilaian yang lebih positif dibandingkan pedagang yang hanya memperoleh informasi secara terbatas. Sebaliknya, pedagang yang belum memahami karakteristik produk dan sistem operasional bank syariah cenderung menganggap bahwa bank syariah tidak memiliki perbedaan yang berarti dengan bank konvensional sehingga tetap mempertahankan kebiasaan menggunakan layanan perbankan konvensional.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hasibuan (2024) yang menyatakan bahwa rendahnya literasi keuangan syariah menyebabkan masyarakat belum memahami secara utuh prinsip operasional maupun produk bank syariah. Penelitian Latifah (2022) juga menemukan bahwa keterbatasan sosialisasi dan informasi mengakibatkan masyarakat lebih memilih bank konvensional karena dianggap lebih mudah dan telah digunakan sejak lama. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa tingkat pengetahuan menjadi salah satu faktor utama yang membentuk persepsi pedagang terhadap bank syariah.

Selain itu, hasil penelitian ini mendukung temuan Faruk (2022) yang menjelaskan bahwa kemudahan akses layanan, ketersediaan fasilitas transaksi, serta kepercayaan terhadap lembaga keuangan memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih bank. Dalam penelitian ini, mayoritas pedagang lebih mempertimbangkan aspek kemudahan transaksi, lokasi ATM, serta kebutuhan usaha dibandingkan pertimbangan kesesuaian prinsip syariah. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa pedagang yang telah menjadi nasabah bank syariah memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap sistem operasional bank syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman langsung menggunakan layanan bank syariah dapat membentuk persepsi yang lebih positif dibandingkan hanya memperoleh informasi dari lingkungan sekitar.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat teori persepsi yang menyatakan bahwa keputusan individu dipengaruhi oleh interaksi antara pengetahuan, pengalaman, dan lingkungan sosial. Dalam konteks perbankan syariah, persepsi positif tidak hanya dibentuk

oleh pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah, tetapi juga oleh pengalaman menggunakan layanan serta kemudahan akses yang dirasakan oleh masyarakat.

Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bagi lembaga perbankan syariah agar lebih meningkatkan strategi sosialisasi dan edukasi kepada pedagang pasar rakyat mengenai prinsip, produk, dan keunggulan layanan bank syariah. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan, perluasan jaringan layanan, serta penyediaan fasilitas transaksi yang mudah dijangkau menjadi langkah penting untuk meningkatkan kepercayaan dan minat pedagang menggunakan bank syariah. Bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam memperkuat program literasi dan inklusi keuangan syariah bagi pelaku usaha mikro sehingga keberadaan bank syariah dapat memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan: 1) Penelitian hanya dilakukan pada pedagang Pasar Rakyat Kecamatan Pariaman Tengah sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh pedagang pasar rakyat di daerah lain; 2) Jumlah informan relatif terbatas, yaitu delapan pedagang dan satu informan pendukung, sehingga temuan penelitian masih menggambarkan kondisi pada lokasi penelitian; 3) Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif sehingga hasil yang diperoleh lebih menekankan pada pemahaman mendalam mengenai persepsi informan dan tidak dimaksudkan untuk mengukur hubungan antarvariabel secara statistik. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan cakupan wilayah yang lebih luas, jumlah informan yang lebih beragam, serta mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif (*mixed methods*) agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai persepsi masyarakat terhadap bank syariah.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi pedagang Pasar Rakyat Kecamatan Pariaman Tengah terhadap bank syariah masih beragam dan dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, serta kebutuhan transaksi usaha. Sebagian pedagang memiliki persepsi positif terhadap bank syariah karena memahami bahwa sistem operasionalnya didasarkan pada prinsip syariah yang menghindari praktik *riba* dan menerapkan nilai-nilai keadilan dalam bertransaksi. Namun, mayoritas pedagang masih memilih menggunakan bank konvensional karena dinilai lebih praktis, memiliki jaringan layanan yang lebih luas, serta lebih mampu memenuhi kebutuhan transaksi usaha sehari-hari. Hasil

penelitian juga menunjukkan bahwa keterbatasan literasi keuangan syariah dan belum optimalnya sosialisasi mengenai produk serta layanan bank syariah menjadi faktor yang memengaruhi persepsi dan keputusan pedagang dalam memilih lembaga perbankan.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian mengenai persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah, khususnya pada konteks pedagang pasar rakyat. Secara teoretis, hasil penelitian memperkuat penerapan teori persepsi yang menjelaskan bahwa pengetahuan, pengalaman, dan lingkungan sosial merupakan faktor penting dalam membentuk persepsi individu terhadap suatu lembaga keuangan. Secara praktis, temuan penelitian memberikan informasi bagi perbankan syariah mengenai pentingnya peningkatan edukasi, sosialisasi, dan kualitas pelayanan agar masyarakat, khususnya pelaku usaha mikro, memiliki pemahaman yang lebih baik serta terdorong untuk memanfaatkan layanan perbankan syariah. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dalam mendukung peningkatan literasi dan inklusi keuangan syariah di lingkungan pasar rakyat.

Berdasarkan keterbatasan penelitian, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan jumlah informan yang lebih banyak dengan cakupan wilayah yang lebih luas sehingga hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan pendekatan *mixed methods* atau pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh faktor-faktor seperti literasi keuangan syariah, tingkat religiusitas, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan bank syariah. Selain itu, penelitian pada jenis pasar atau kelompok pelaku usaha yang berbeda diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perkembangan persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Ardiah, I., Marliyah, & Nasution, Y. S. J. (2026). The influence of Sharia financial literacy and risk perception on the decision to use Sharia mobile banking by Generation Z. *Jurnal Manajemen Bisnis, 13*(1), 137–152. https://doi.org/10.33096/jmb.v13i1.1401

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, 21*(1), 33–54. https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075

Faruk, M. (2022). Factors influencing customer perception and adoption of Islamic banking: A systematic review. *Journal of Islamic Marketing, 13*(9), 1934–1952.

Hasan, H. A., Razaq, A. R., & Sa'aid, H. B. (2025). The challenges of literacy, inclusion, and public trust in the digital Islamic banking ecosystem: An urban context study in Indonesia. *Journal of Islamic Economics Lariba, 12*(1), 199–224. https://doi.org/10.20885/jielariba.vol12.iss1.art7

Hasibuan, S. W. (2024). Determinants of Islamic financial literacy and customer intention toward Islamic banking. *Journal of Islamic Accounting and Business Research, 15*(2), 271–289.

Hidayatullah, M. S., Siringoringo, H., Sugiharto, T., & Mulyana, R. (2026). Generational differences in Islamic banking adoption intentions: Evidence from Indonesia. *LAA MAISYIR: Jurnal Ekonomi Islam, 13*(1). https://doi.org/10.24252/lamaisyir.v13i1.66830

Latifah, E. (2022). Islamic financial literacy and financial inclusion: Evidence from Indonesia. *Cogent Economics & Finance, 10*(1), Article 2082096.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.

Nafisah, N. (2024). Islamic banking development and financial inclusion in Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research, 15*(4), 654–671.

Nur, M., & Taufiq, M. (2019). Customer perception toward Islamic banking services: Evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing, 10*(4), 1090–1106.

Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research, 42*(5), 533–544. https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y

Rahmanto, D. N. A., Irsyad, S. M., Nurwiyanti, F., Kamal, A. H., & Sani, A. A. (2023). Islamic banks: Study of financial literacy, digital marketing, accessibility, age, and education. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies, 4*(1), 66–82. https://doi.org/10.47700/jiefes.v4i1.5805

Rhomadoni, M., & Khairan, M. (2022). The role of Islamic financial literacy in improving Islamic financial inclusion. *International Journal of Ethics and Systems, 38*(4), 629–646.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). *Organizational behavior* (19th ed.). Pearson.

Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., Burroughs, H., & Jinks, C. (2018). Saturation in qualitative research: Exploring its conceptualization and operationalization. *Quality & Quantity, 52*(4), 1893–1907. https://doi.org/10.1007/s11135-017-0574-8

Yasin, M., & Ahkam, M. (2023). Islamic financial literacy and financial behavior: A bibliometric review. *Journal of Islamic Accounting and Business Research, 14*(8), 1205–1223.

Yeni, F., Mulyani, S. R., & Susriyanti. (2023). Islamic financial literacy, spiritual intelligence, public perception and behaviour on public interest in Islamic banking services. *Cogent Economics & Finance, 11*(1), Article 2175470. https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2175470

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.