

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank berbasis syariah di Indonesia pertama kali ditandai dengan disahkannya Undang-Undang No. 7 Tahun 1992, tentang industri perbankan syariah, Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, melalui pembentukan unit usaha syariah dan cabang syariah, memberikan kesempatan untuk Bank konvensional menjalankan bisnis syariah. Penerbitan Undang-Undang tidak terlepas dari situasi krisis ekonomi global, khususnya di Indonesia.¹

Bank Islam atau disebut bank tanpa bunga, lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembiayaan serta peredaran uang yang pengopersiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Bank syariah mempunyai ciri utama pada pelayanan nasabahnya. Bank syariah memberikan kemudahan terhadap nasabahnya sehingga nasabah termotivasi untuk melakukan transaksi di bank syariah. hadirnya bank syariah di kalangan pedagang diharapkan mampu mendongkrak perekonomian, serta membawa kesejahteraan untuk pedagang. Sehingga apa yang ingin

¹ Akhlakul Karimah Rizki, 'Analisis Minat Pedagang Pakaian Untuk Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang Pakaian Pasar Ampera Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan)', *Skripsi: IAIN Curup*, 2022.

dicapai oleh sistem ekonomi Islam dapat terwujud, yaitu meratakan tarif perekonomian pedagang khususnya dipasar. bank syariah secara garis besar memiliki beberapa produk yang ditawarkan kepada nasabah yakni produk penghimpun dana (*funding*) dan penyaluran dana (*financing*). Adapun minat menggunakan produk bank syariah merupakan keinginan yang datang dari diri sendiri untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank syariah baik produk penghimpun dana, produk penyalur dana, maupun produk jasa.²

Promosi merupakan strategi yang dilakukan bank untuk memperkenalkan produk-produknya kepada masyarakat dengan tujuan dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan melalui suatu media, baik berupa media cetak maupun media elektronik dan lain sebagainya.³ Promosi berisi suatu informasi yang dibuat oleh bank guna memberikan arahan kepada calon nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Peran bank sebagai komunikator dan promotor harus mampu berkomunikasi dengan jelas kepada nasabah agar nasabah dapat memperoleh pengetahuan yang jelas mengenai pesan

² Rezha Aprulli, 'Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciledug Kota Tangerang Skripsi', *Skripsi: Muhammadiyah Jakarta*, 2018.

³ Rachmad Nor firman, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Pasuruan, " STAI Salahuddin Pasuruan, n.d.

yang disampaikan dalam suatu kegiatan promosi. oleh sebab itu, promosi sangat penting dalam menyampaikan informasi mengenai produk yang ingin ditawarkan. Promosi berguna untuk meningkatkan minat nasabah akan suatu produk, adanya promosi dapat mempengaruhi nasabah agar memiliki minat terhadap produk yang ditawarkan.⁴

Dalam keputusan minat pedagang, bank syariah disebabkan masih rendahnya pemahaman, pengetahuan pedagang dalam mengetahui produk dan sistem bank syariah. sebagaimana pada penelitian terdahulu oleh Aulia Nabilla karena masih rendahnya kepercayaan pedagang yang belum menunjukkan persepsi atau pemahaman yang baik terhadap bank syariah dan kurangnya pengetahuan produk atau jasa, sehingga masih kurangnya minat pedagang dalam menggunakan produk dari bank syariah,⁵

Sebagai negara mayoritas, sudah selayaknya Indonesia menjadi pelopor dan kiblat pengembangan keuangan syariah di dunia untuk mewujudkan keuangan syariah yang terus berkembang, maka perlu adanya kerjasama dengan pedagang. Namun yang terjadi di lapangan berada keputusan konsumen (pedagang) untuk menggunakan suatu produk dipasarkan

⁴ Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, and Anisah, 'Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya', *Jurnal Margin*, 1.1 (2021), 28–43.

⁵ Aulia, Nabilla "Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah Studi Kasus Pada Pedagang Di Iringmulyo Kota Medan {skripsi Institut Agama Islam Negeri Iain Metro

pada beberapa aspek yaitu, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.⁶ produk, lokasi, dan promosi sebagai fokus penelitian terhadap pedagang yang dapat memberikan gambaran yang lebih jelas bagaimana menggunakan produk Bank Syariah Indonesia, serta seberapa efektifnya Bank Syariah Indonesia dalam memenuhi kebutuhan pedagang. Bahkan kebanyakan orang saat ini memilih untuk meminjam dan menyimpan uang di lembaga keuangan selain bank syariah. Menurut beberapa ahli bank konvensional dikenal menganut sistem suku bunga, tetapi banyak yang masih menyimpan uang di bank konvensional dan meminjam dari koperasi umum padahal didalamnya sudah diketahui menganut sistem bunga. Ini semakin diperkuat dengan pendapat ulama Indonesia yang diwakili oleh Fatwa MUI yang artinya melarang bunga bank. Jika ada unsur tambahan, maka penambahan itu disyaratkan dalam kontrak dan dapat menimbulkan unsur perampokan.⁷

Pasar Panorama berdiri sejak tahun 1982. Pada tahun 1995 mulai dibangun ruko-ruko untuk tempat berdagang para pedagang. Pasar Panorama menempati lahan seluas 4 hektar.

⁶ Nanherdiana Abdurrahman, manajemen strategi pemasaran, (bandung:cv pustaka setia, 2015),41

⁷ Halaman Jurnal and others, 'JURNAL PUBLIKASI MANAJEMEN INFORMATIKA PENGARUH PROMOSI DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KCP JAMBI SUNGAI BAHAR', *Januari*, 2.1 (2023).

Pada waktu dahulu Pasar Panorama merupakan pasar harian atau pasar mingguan kemudian berkembang dan dijadikan sebagai Terminal Panorama. Seiring berjalannya waktu maka Pemerintah Kota Bengkulu merubah lokasi Pasar Terminal menjadi Pasar Tradisional Kota Bengkulu.⁸

Tabel 1. 1
Jenis-Jenis Tempat Dagangan di Pasar Panorama

No	Keterangan	Jumlah
1	Kios	538
2	Los	733
3	Peralatan	500

Sumber: UPTD Pasar Panorama Kota Bengkulu, 2021

Dilihat dari tabel diatas menunjukkan bahwa pemerintah Kota Bengkulu telah mengemplementasikan peraturan daerah Kota Bengkulu nomor 06 tahun 2020 tentang pengelolaan pasar rakyat .

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan pada pedagang di Panorama Kota Bengkulu, terungkap bahwa pemahaman pedagang terhadap bank syariah masih terbatas. Kurangnya pengetahuan ini kemudian berdampak pada minimnya minat pedagang untuk menggunakan produk dari bank syariah. Dalam wawancara dengan Bapak Mamat,

⁸ Arsip Dinas UPTD Pasar Panorama Kota Bengkulu, 2021

pemilik toko di Panorama, diketahui bahwa pemahamannya tentang bank syariah hanya sebatas lembaga keuangan yang berbasis hukum Islam dalam pengelolaannya. Informasi mengenai bank syariah yang diperolehnya hanya melalui pamflet dan poster yang terpampang di jalan, yang pada akhirnya tidak cukup untuk membangkitkan minatnya dalam menggunakan produk dari bank syariah. Berbeda dengan Bapak Andika, pemilik kedai Model dan Tekwan Putri Ayu, namun dengan perbedaan bahwa pengetahuannya tentang produk bank syariah didapatkan dari karyawan bank syariah yang menjadi langganan di kedainya. Karyawan tersebut memberikan penjelasan detail mengenai produk tabungan yang ditawarkan oleh bank syariah, yang pada akhirnya mempengaruhi minat Bapak Andika untuk menggunakan produk tabungan tersebut. Berdasarkan kondisi tersebut peneliti memilih pedagang di pasar panorama Kota Bengkulu untuk mengetahui apakah promosi perbankan syariah dapat meningkatkan minat pedagang dalam menggunakan produk bank syariah. Untuk itu maka peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “ **Promosi Dan Minat Pedagang Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Pedagang Pasar Panorama Kota Bengkulu)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia terhadap pedagang ?
2. Bagaimana minat pedagang dalam menggunakan produk Bank Syariah Indonesia?

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui dan mengkaji promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia terhadap pedagang
2. Untuk mengetahui dan mengkaji minat pedagang dalam menggunakan produk Bank Syariah Indonesia.

D. Kegunaan Penelitian

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa kalangan yaitu sebagai berikut:

1. Akademik

Adapun manfaat dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan bagi kalangan akademis mengenai promosi dan minat pedagang dalam menggunakan produk bank syariah Selain itu, penelitian ini juga berguna sebagai bahan pertimbangan dan informasi bagi peneliti lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Bagi Praktisi

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan juga dapat bermanfaat bagi Indonesia pimpinan dan karyawan Bank Syariah, yakni menjadi bahan masukan berupa adanya informasi mengenai analisa promosi dan minat pedagang dalam menggunakan produk bank syariah.

3. Penelitian Lanjutan

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi ketika akan melakukan penelitian yang sejenis di masa yang akan datang. Penelitian ini bisa digunakan sebagai rujukan oleh peneliti selanjutnya terkait dengan variabel-variabel dalam penelitian ini.

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rima Putri Yanti, bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Jambi Sungai Bahar. Banyak strategi yang bisa dilakukan untuk menarik minat masyarakat untuk menggunakan Bank Syariah salah satunya dengan promosi. Pada zaman sekarang ini, promosi dapat dilakukan dengan banyak cara yaitu, menggunakan media sosial, periklanan, dan lain sebagainya. Selain itu bank juga harus memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai produk atau

jasa yang ditawarkan bank syariah sehingga dapat menambah minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah.⁹ Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian, sedangkan persamaannya yaitu membahas tentang promosi dan minat menggunakan produk bank syariah.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Enin Nur'aersni bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah dan sejauh mana pengaruh promosi terhadap minat konsumen untuk memilih Bank Syariah, khususnya di daerah Desa Singawada Kecamatan Rajagaluh Kabupaten Majalengka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat desa Singawada Rt 01/05 dengan jumlah sampel sebanyak 50 orang responden yang diambil secara acak. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket.¹⁰ Hal ini dapat dilihat dari banyaknya respon masyarakat atau calon nasabah bank syariah di desa singawada ini karena tidak paham mengenai produk jasa yang ditawarkan. Perbedaannya

⁹ Halaman Jurnal and others, 'Jurnal Publikasi Manajemen Informatika Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kcp Jambi Sungai Bahar', *Januari* (2023)

¹⁰ Enin Enin Nur'aeni, 'Pengaruh Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah', 2001, 47., "Pengaruh Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah ,2001

yaitu penelitian terdahulu berfokus pada masyarakat di Desa, sedangkan penelitian ini membahas tentang pedagang. Persamaannya yaitu terletak pada sama-sama membahas tentang minat konsumen untuk menggunakan produk Bank Syariah.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Hanif Burhanudin bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, lokasi dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung di BSI. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Oleh karena itu, jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah pastinya. Karena jumlah populasi tidak diketahui, maka penelitian ini menggunakan metode nonprobability sampling. Sedangkan teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan pengumpulan data dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner. Sedangkan pengolahan data dilakukan dengan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistics 20. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung, hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 3,754 dengan tingkat signifikansi 0,000.¹¹ Perbedaan antara

¹¹ Hanif Burhanudin, 'Pengaruh Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Sukoharjo Kartasura (Studi Pada Mahasiswa/I Uin Raden Mas Said Surakarta)', 2023.

penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Persamaannya yaitu berfokus membahas minat terhadap bank syariah.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Daniel Ortega dan Anas Alhifni. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui media promosi perbankan syariah yang berpengaruh dalam menarik minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Media promosi yang digunakan oleh perbankan syariah dalam penelitian ini terbagi 3, yaitu: media koran, media televisi dan media internet. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa kuesioner yang disebarluaskan kepada masyarakat. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, variabel televisi dan internet memiliki kontribusi yang lebih besar dari pada variabel koran dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah.¹² Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian ini

¹² Daniel Ortega and Anas Alhifni, 'Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5.1 (2017), 87–98.

menggunakan metode kualitatif. Persamaannya yaitu berfokus membahas minat terhadap bank syariah.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Rika Zardila. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi produk bank syariah terhadap minat nasabah menabung, untuk mengetahui pengaruh promosi produk dan pelayanan bank syariah secara bersama-sama terhadap minat nasabah menabung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling dengan jumlah responden 100. Data primer yang dikaji dengan menggunakan hipotesis dengan tahap uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji analisis regresi linear berganda yang dihitung menggunakan SPSS 20.¹³ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi produk bank syariah terhadap minat nasabah menabung. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Persamaannya yaitu berfokus membahas minat terhadap bank syariah.

¹³ Rika Zardila and others, 'Pengaruh Promosi Produk Pelayanan Bank Syariah Terhadap Minat Nasabah Menabung', *Jurusan Jurnal Ekonomi Syariah, UIN AR-RANIRY BANDA ACEH*,(2019)

6. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia Nabila penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat pedagang Iringmulyo Kota Metro untuk menggunakan produk bank syariah. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara dan dokumentasi. Sumber data primer pada penelitian ini menggunakan teknik sampling acak (*simple random sampling*). Pedagang merupakan potensi besar dalam memajukan perkembangan bank syariah saat ini. Dalam penelitian yang dilakukan ini diketahui bahwa pedagang sudah memiliki minat untuk menggunakan produk bank syariah, meskipun masih ada pedagang yang belum tertarik terhadap bank syariah dan masih menggunakan produk dari bank konvensional.¹⁴ Perbedaannya terletak pada tempat yang diteliti sedangkan persamaannya yaitu menggunakan metode kualitatif.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Saifurriza Effasa dan Furi Asfiyatul Ain penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat beragama Islam pedagang dalam penggunaan jasa Bank Mandiri Syariah KC Sumberrejo. Faktor-faktor

¹⁴ Aulia, Nabila "Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah Studi Kasus Pada Pedagang Di Iringmulyo Kota Medan (skripsi Institut Agama Islam Negeri Iain Metro), 2022

tersebut adalah pengetahuan produk, promosi, Religiusitas, dan persepsi. Penelitian ini adalah dilakukan di Bank Mandiri Syariah (BSM) Cabang Sumberrejo karena merupakan satu-satunya Bank Umum Syariah di Kecamatan Sumberrejo dalam penelitian ini masih tergolong rendah umatnya yaitu para pedagang muslim di pasar Sumberrejo sebagai sasarannya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan Metode Survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Pengambilan Sampel Bertujuan. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 71 responden dengan pedagang muslim yang belum memenuhi kriteria menggunakan Bank Mandiri Syariah KC Sumberrejo dan interpretasi data menggunakan analisis regresi Linier Berganda. Berdasarkan pada hasil uji T (uji parsial) dapat disimpulkan variabel promosi dan persepsi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap rendahnya minat belajar pedagang muslim menggunakan jasa Bank Mandiri Syariah KC Sumberrejo, dengan nilai signifikansinya dibawah nilai alpha ($\alpha = 0,05$), sedangkan variabel pengetahuan produk dan Religiusitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap rendahnya minat pedagang muslim menggunakan Bank Mandiri Syariah KC Sumberrejo, dengan nilai signifikansi diatas

nilai alpha ($\alpha = 0,05$). Faktor yang paling berpengaruh diperoleh faktor dominan dalam persepsi yaitu berdasarkan nilai t hitung faktor persepsi (5,808) tersebut lebih besar dari hitung, faktor t pengetahuan produk (0,070), promosi (2,388) faktor, dan religiusitas (1,622-) sehingga terbukti persepsi lebih dominan Faktor yang berpengaruh.¹⁵Perbedaannya terletak pada tempat yang diteliti dan metode yang digunakan, sedangkan persamaannya yaitu berfokus membahas minata pedagang

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) Yang dimaksud dengan penelitian lapangan adalah data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di wilayah kerja penelitian. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu penelitian yan di tunjukan untuk menjelaskan fenomena yang sedang terjadi.¹⁶ Karena peneliti ingin menggambarkan fakta-fakta melalui hasil wawancara tentang Analisa promosi dan minat pedagang dalam menggunakan produk pada Bank Syariah

¹⁵ Ahmad Saifurriza Effasa dan Furi Asfiyatul Ain, "Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Beragama Islam Pedagang Dalam Penggunaan jasa Bank Mandiri Syariah KC Sumberrejo", Jurnal Fakultas Ekonomi, Volume 8, Nomor 1, Juli 2019

¹⁶ Sukarman samubi, "metodelogi penelitian kuantitatif dan kualitatif", curup:LP2 stain curup, 2011), h.19

Indonesia, studi dokumentasi pada arsip- arsip berupa hasil wawancara dan dokumentasi lain yang terkait dengan permasalahan ini.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan kepada karyawan Bank Syariah Indonesia Kota Bengkulu dan pedagang dipasar panorama kota Bengkulu, waktu penelitian ini dari bulan September 2023- Agustus 2024.

3. Informan Penelitian

Subjek penelitian adalah benda atau orang, tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan. penelitian telah memilih 9 informan yang terdiri dari 7 orang pedagang dipasar panorama kota Bengkulu dan 2 orang karyawan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Panorama Kota Bengkulu, yang dipercaya dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dengan akurat yaitu promosi dan minat pedagang, objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi fokus dari sebuah penelitian.

4. Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber data

Menurut Sugiyono Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai penelitian terkait. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data,

yaitu sebagai berikut :

1. Data primer

Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Peneliti menggunakan hasil wawancara yang didapatkan dari informan mengenai topik penelitian sebagai data primer.¹⁷ Data diperoleh langsung dari karyawan bank syariah dan para pedagang pasar panorama kota Bengkulu.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah sesuai dengan Undang-Undang Ketenagakerjaan, buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian mengenai sistem pengendalian internal atas sistem dan prosedur penggajian dalam usaha mendukung efisiensi biaya tenaga kerja.

¹⁷ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung Alfabeta, 2018), h.456

b. Teknik pengumpulan data

1. Observasi

Observasi (*observation*) adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian, jadi Observasi dalam penelitian ini langsung melakukan pengamatan dilapangan.¹⁸

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self-report, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.¹⁹ wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini akan dilakukan secara mendalam dan tatap muka langsung kepada karyawan bank syariah dan pedagang di pasar panorama.

¹⁸ Djam'an Satori, Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung:Alfabeta,2017),H,105

¹⁹ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif,dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h.195

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain.²⁰

4. Kepustakaan

Dalam penelitaian ini dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil dari dokumen yang ada, bisa berupa internet, majalah, buku cetak, dan sumber-sumber tunjangan lainnya yang dijadikan sebagai referensi penulis yang berkaitan analisa promosi dan minat pedagang dalam menggunakan produk bank syariah indonesia.

5. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis interaksi, di mana komponen reduksi data dan sajian data dilakukan bersamaan proses pengumpulan data agar memundahkan peneliti untuk

²⁰ Sugiyono, *Metode penelitian kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2020), h.114

mengumpulkan data selanjutnya dan mencarinya bila di perlukan. Tiga tahap dalam menganalisa data, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci, untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Reduksi data bisa dilakukan dengan cara melakukan abstraksi atau merangkum hal yang penting agar tetap berada dalam penelitian.²¹

b. Penyajian data

Penyajian data berupa sekumpulan informasi tersusun dalam bentuk tabel, grafik, dan sejenisnya yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan melalui penyajian data tersebut maka terorganisasikan tersusun dalam pola hubungan sehingga akan semakin mudah di pahami.

c. Kesimpulan

Kesimpulan atau verifikasi ini berupa langkah akhir dalam proses analisa data penelitian kualitatif.

Penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian pernyataan dari objek penelitian dengan makna yang terkandung dengan

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Dan Pengembangan, R&D*, (Bandung:Alfabeta,2019),h,370

konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.²²

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan, berisi Latar Belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu. Metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: Kajian Teori, berisi teori-teori yang dibutuhkan dalam penelitian yaitu teori tentang Analisis Promosi dan minat pedagang dalam menggunakan produk bank syariah indonesia, studi kasus pedagang di pasar panorama kota Bengkulu.

BAB III: Gambaran Umum Objek Penelitian, berisi uraian tentang profil objek penelitian sehingga memberikan informasi yang jelas dan berhubungan dengan penelitian.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan, berisi tentang laporan hasil penelitian selama waktu penelitian dan paparan hasil dari penelitian dari jawaban rumusan masalah yang kemudian disajikan dalam bentuk pembahasan untuk dibahas.

BAB V: Penutup, berisi tentang kesimpulan dan saran dari peneliti terhadap penelitian yang dilakukan.

²² Sugiyono, Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D, (Bandung : Alfabeta, 2018), h.247