

**ANALISIS PERSEPSI, PERILAKU DAN PREFERENSI PEDAGANG
MUSLIM TERHADAP PERBANKAN SYARIAH DI PASAR
BERINGHORJO YOGYAKARTA**

Endah Noer Utami

20130730140

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keberadaan bank syariah di Indonesia yang ternyata belum sepenuhnya merubah persepsi maupun perilaku masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Muslim di Indonesia terhadap bank syariah sendiri karena masih kurangnya pemahaman dan rendahnya pengetahuan masyarakat terkait dengan perbankan syariah, persepsi yang salah tentang perbankan syariah tentang adanya anggapan yang menyamakan bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional, padahal diantara keduanya terdapat perbedaan yang sangat mendasar diantara kedua objek tersebut.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, diperoleh dari wawancara kepada informan. Metode analisis yang dilakukan dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber penelitian.

Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa persepsi, perilaku dan preferensi pedagang Muslim di Pasar Beringharjo terhadap perbankan syariah adalah positif.

Kata Kunci: Persepsi, perilaku, Preferensi.

**THE ANALYSIS OF PERCEPTIONS, BEHAVIORS AND PREFERENCES
OF MUSLIM TRADERS TOWARDS ISLAMIC BANKING IN
BERINGHARJO MARKET YOGYAKARTA**

Endah Noer Utami

20130730140

ABSTRACT

This research is inspired by the presence of Islamic banks in Indonesia which had not fully change the perceptions and behavior of the Indonesian people, especially the Muslim community in Indonesia towards Islamic banks itself due to the lack of understanding and lack of public knowledge relating to Islamic banking, and the false perception on Islamic banking which is the notion that equate Islamic banks with conventional banks. However, between the two there is a fundamental difference.

This research is included in the type of field research by using descriptive qualitative research method. The data used are primary and secondary data, obtained from the interviews with informants. The analytical method is done by reviewing all the available data and the various sources of research. The results of this study is to show that perceptions, behaviors and preferences of Muslim traders in Beringharjo market towards Islamic banking is positive.

Keywords: perceptions, behaviors, preferences.