



Analisis Persepsi Pedagang Muslim Dalam Memilih Produk Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Pasar Petisah Medan)

1st Riyanto Ahmad Simanjuntak^a, 2nd Khairunnisa^b

^{a,b} Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana pandangan para pedagang dalam memilih produk keuangan pada lembaga keuangan syariah, dengan memilih metode penelitian kualitatif deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara serta dokumentasi. Dalam artikel ini, akan dilihat seberapa banyak pedagang menggunakan ataupun mengenal produk keuangan berbasis syariah dan bagaimana produk lembaga keuangan syariah ini akan lebih dikenal lagi di masa mendatang

Kata Kunci : Lembaga keuangan Syariah, Produk Keuangan Syariah

Pendahuluan

Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga keuangan yang dalam operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara islam, yaitu menjauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan (Kamaliah, Khairunnisa, & Sari, 2022).

Praktik keuangan syariah telah diterima dengan baik di berbagai benua dan wilayah, antara lain Asia, Afrika, Australia, Amerika Serikat, Kanada, dan Timur Tengah (Alharbi, 2015). Bank syariah telah berkembang cukup pesat dan telah menyebar ke banyak negara, termasuk negara-negara Barat seperti Denmark, Inggris dan Australia. Negara-negara tersebut telah menjadi pusat keuangan Islam Dunia (*Islamic Financial Hub*), yang memperkenalkan bank syariah dan jasa-jasa perbankan syariah, serta berupaya untuk dapat memberikan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip Syariat Islam (OJK, 2017).

Dunia perbankan merupakan tulang punggung perekonomian suatu negara, baik itu negara yang sedang berkembang maupun negara yang telah maju (Putri, Saleh, & Diyan, 2022). Sejak perkembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dalam 20 tahun terakhir, perkembangan keuangan syariah nasional sudah sangat banyak dimulai dari aspek dukungan kelembagaan dan infrastruktur, perangkat regulasi dan sistem pengawasan, serta pengakuan dan pemahaman masyarakat orang. Selama tiga tahun terakhir dari 2016 hingga 2019, pemahaman literasi keuangan masyarakat di bidang jasa keuangan meningkat 8,33% dan pemahaman inklusi keuangan meningkat 8,39% (Anggraeni, 2022).

Perbankan di Indonesia telah mengalami perkembangan sejalan dengan berkembangnya persepsi masyarakat terhadap sistem syariah yang tanpa adanya riba. Bank terbagi menjadi dua yaitu bank syariah dan bank konvensional. Kedua bank tersebut memiliki produk yang hampir sama hanya terdapat perbedaan pada sistem operasinya, bank konvensional menggunakan sistem bunga atau riba sedangkan bank syariah menggunakan sistem bagi hasil (Marlis, 2022). Profitabilitas Bank Syariah ditentukan oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internal merupakan faktor-faktor yang berasal dari dalam manajemen Bank Syariah itu sendiri seperti manajemen modal, pembiayaan dana, penghimpunan dana, dan likuiditas. Adapun faktor eksternal yaitu faktor-faktor yang berasal dari luar manajemen Bank seperti Inflasi, Persaingan, pangsa pasar, jumlah uang beredar, dan skala ekonomi (Marlis, 2022). Terlihat banyak upaya yang terus mendukung perkembangan Bank Syariah dilaksanakan dengan memperhatikan bahwa sebagian masyarakat muslim Indonesia pada saat ini sangat menantikan suatu sistem Perbankan Syariah yang sehat dan terpercaya untuk mengakomodasikan kebutuhan mereka terhadap pelayanan jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah (Sabila, Sani, & Alam, 2022).

Persepsi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah masih sangat rendah, karena akses informasi yang belum menjangkau semua kalangan dan kurangnya pengetahuan masyarakat dapat mempengaruhi persepsi masyarakat. Istilah

yang digunakan dalam kontrak dan mimbar akademik (Najakh, 2021).

Menurut survei yang dilakukan oleh Nugroho & Tamala (2018) 22,22% responden tidak memahami produk perbankan syariah, sehingga pedagang UMKM yang didukung oleh Pasar Malam Akbar tidak menggunakan bank syariah untuk transaksi keuangan. Akibatnya minat mereka untuk menggunakan bank syariah menjadi rendah. Dengan total 12,96%, ditambah dengan variasi yang sedikit dari produk perbankan syariah yang menyebabkan tidak memilih bank syariah.

Pasar Petisah adalah sebuah pasar tradisional yang terletak di Kota Medan, Pasar Petisah terletak di Jalan Kota Baru 3, Kelurahan Petisah Tengah, Kecamatan Medan Petisah, Medan, 20111. Di tempat ini pedagang menjual beraneka ragam dagangan mulai dari kain, kosmetik, makanan, pakaian, aksesoris hingga perhiasan tersedia dipasar ini. Para pedagang terdiri dari berbagai suku dan agama dengan jumlah populasi di Pasar Petisah Lama sekitar 500 pedagang atau kios.

Kajian Pustaka

1. Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses mengamati lingkungan seseorang secara sensual dan mempersepsikan segala sesuatu di sekitarnya (Tandra, 2015). Persepsi dalam bahasa Inggris *Perception* adalah cara melihat sesuatu dan mengungkapkan pemahaman tentang pikiran yang sedang diproses. Singkatnya, persepsi dikaitkan dengan faktor eksternal yang merespon melalui indera, memori, dan kekuatan mental (Nursakinah, 2014).

Persepsi adalah tema sentral epistemologi, bidang filsafat tentang dasar dan batas pengetahuan. Pada dasarnya, semua pengetahuan empiris kita didasarkan pada bagaimana kita melihat, mendengar, menyentuh, mencium, dan merasakan dunia dan sekitar kita (O'Brien & James, 2014).

Menurut psikologi, persepsi adalah pemahaman tentang situasi sekarang dalam kaitannya dengan pengalaman masa lalu. Alat yang digunakan untuk menginspirasi serupa untuk setiap individu, tetapi interpretasinya berbeda. Oleh karena itu, apa yang kita rasakan pada titik waktu tertentu tidak hanya bergantung pada stimulus, tetapi juga pada latar belakang stimulus pengalaman indrawi sebelumnya, emosi individu saat itu, sikap atau tujuan individu (Wahab, 2016).

2. Lembaga Keuangan Syariah

Lembaga keuangan syariah adalah lembaga keuangan yang berfungsi dan beroperasi sesuai dengan prinsip syariat Islam. Prinsip Syariat Islam ini berbeda dengan bank dan lembaga keuangan konvensional. Sebagai lembaga keuangan dengan prinsip syariah, lembaga keuangan syariah pada awalnya hadir sebagai pilihan dan solusi bagi umat Islam yang ingin menghindari bank dan lembaga keuangan konvensional yang menggunakan sistem riba, namun pada akhirnya juga dapat menjadi pilihan bagi masyarakat non-Islam (Budiono, 2017). Lembaga Keuangan Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berprinsip pada syariat Islam, dalam operasinya lembaga keuangan syariah harus menghindari unsur riba, gharar, maisir, dan akad yang bathil (Taufiq Harahap, 2017).

3. Pedagang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan cara berdagang. Pedagang ialah orang yang menjalankan usaha penjualan, usaha kerajinan, atau usaha kecil perkayuan (Priyandika, 2015). Sedangkan menurut Poerwandika (2009) dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, memberi pengertian tentang pedagang yaitu; Orang yang berjualan. Dari pengertian yang diberikan ini maka dapat diartikan bahwa setiap orang yang pekerjaannya berdagang, baik ia berjualan bahan-bahan kebutuhan pokok sehari-hari maupun kebutuhan tambahan.

Menurut penelitian Rina Asmita Samosir (2015). Pedagang dapat dikategorikan sebagai berikut:

- -Pedagang asongan: Penjual yang menjual buah-buahan, makanan, minuman, dll. (dengan angkutan umum atau di persimpangan)
- -Pedagang grosir: Orang yang berdagang dengan modal besar
- -Pedagang kecil: individu yang berdagang dengan modal kecil
- -Pedagang perantara: Pedagang memperdagangkan barang dari pedagang grosir ke pedagang kecil

Metode Penelitian

Pada penelitian ini membahas tentang “Analisis Persepsi Pedagang Muslim Dalam Memilih Produk Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Pasar Petisah Medan)”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Berdasarkan pendekatan dan jenis data yang digunakan, penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif sehingga akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata. Data yang di analisis berbentuk deskriptif dan tidak berupa angka-angka seperti pada penelitian kuantitatif. Penelitian kualitatif tergolong menjadi dua yaitu deskriptif rinci (*tick description*) dan deskriptif eksplanatif. Deskriptif rinci (*tick description*) adalah sebuah penelitian kualitatif yang bertujuan memaknai dan memahami subyek serta “memberikan” gejala-gejala yang terlihat dan memaknai apa yang ada dibalik gejala tersebut. Dengan kata lain, memberikan gambaran secara rinci tentang apa, siapa, dimana, kapan, bagaimana, mengapa, dan sejenisnya tentang subyek yang diteliti (Hasan, 2014).

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang valid dan objektif, dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan interview (wawancara), observasi, dan dokumentasi.

1. Metode Interview

Teknik wawancara atau interview merupakan cara yang digunakan untuk mendapatkan data dengan cara mengadakan wawancara secara langsung dengan informan (Fadlilah, 2016).

2. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu cara mencari data mengenai hal-hal yang bersifat dokumen terhadap alokasi penelitian antara lain seperti absen kelas, kompetensi guru yang ada disekolah tersebut. Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, foto, notulen rapat, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2013).

Hasil Dan Pembahasan

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

Pasar Petisah merupakan pasar tradisional yang sangat terkenal di Kota Medan, Pasar Petisah ini terletak di jalan Kota Baru 3, Kelurahan Petisah Tengah, Kecamatan Medan Petisah, Medan. Dan untuk menjangkau pasar ini sudah sangat mudah karena dilalui beberapa angkutan umum seperti becak dan angkutan kota dari segala penjuru kota Pasar Petisah merupakan pasar yang sudah cukup lama berdiri. Di Pasar tradisional ini memiliki lebih dari 500 kios yang menjual beragam barang dagangan mulai dari sayur-sayuran, ikan, daging, pakaian, kain, hingga barang elektronik.

Salah satu keistimewaan pasar ini terletak pada pusat kota Medan dan buka setiap hari sehingga memudahkan bagi pengunjung untuk menjangkau pasar ini. Walaupun pasar ini terlihat sudah modern tapi nuansa tradisionalnya masih sangat kental. Di pasar ini kegiatan tawar menawar sudah sangat lumrah dijumpai, kegiatan tawar menawar tersebut menimbulkan keakraban antara penjual dan pembeli.

Keistimewaan pasar ini juga dapat kita jumpai yaitu beragam suku dan ras penjual yang berasal dari beberapa suku dan daerah mulai dari Aceh, Minang, India, Jawa, Melayu, dan sebagainya. Di Pasar tradisional ini memiliki lebih dari 500 kios yang menjual beragam barang dagangan mulai dari sayur-sayuran, ikan, daging, pakaian, kain, hingga barang elektronik.

2. Hasil Penelitian

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara. Wawancara merupakan langkah utama dalam mengumpulkan data penelitian. Wawancara dilakukan dengan menyusun pertanyaan semi terstruktur

terkait topik Persepsi Pedagang Muslim Dalam Memilih Produk Lembaga Keuangan Syariah. Pemilihan responden dilakukan dengan pendekatan *purposive sampling* dengan kriteria sebagai pedagang muslim yang berada di Pasar Petisah Medan

Tabel 1: Tabel Responden Praktisi dan Regulator yang menjadi Responden

No	Kode Informan	Jenis Dagangan	Durasi Pembicaraan	Kode Pembicaraan
1	SL	Fashion	09'09'	X1
2	MH	Fashion	08'03'	X2
3	AM	Fashion	09'41'	X3
4	RS	Fashion	09'51'	X4
5	AD	Emas	11'19'	X5
6	RA	Textile	09'22'	X6
7	WT	Textile	08'53'	X7
8	MI	Textile	10'28'	X8
9	MY	Fashion	09'17'	X9
10	ML	Fashion	10'03'	X10
11	SA	Fashion	09'56'	X11
12	AB	Textile	08'57'	X12
13	WH	Textile	11'04'	X13
14	ER	Textile	09'59'	X14
15	JL	Fashion	10'02'	X15

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap lima belas responden, ada beberapa perbedaan maupun persamaan persepsi. Hasil wawancara dibuat menjadi sebuah transkrip lalu diberi kode secara manual. Setelah kode diperoleh, hasil wawancara dibuatkan sub tema terkait faktor yang menyebabkan Persepsi Pedagang Muslim Dalam Memilih Produk Lembaga Keuangan Syariah.

Tabel 2: Ringkasan dari Analisis Tematik

Kode Pembicaraan	Kode	Sub Tema	Tema
X1-26, X6-26, X7-26, X12-26, X14-26, X15-26.	Narasumber mengetahui lokasi bank syariah sebab berada dalam satu lingkungan	Lingkungan	Persepsi pedagang terhadap bank syariah
X1-12, X2-12, X4-12, X5-12, X6-12, X7-12, X8-12, X10-12, X11-12, X12-12, X13-12, X14-12, X15-12	Narasumber sudah menjadi nasabah bank syariah	Pengalaman	
X1-14, X2-14, X2-18, X4-14, X5-14, X6-14, X7-14, X8-14, X10-14, X11-14, X12-14, X13-14, X14-14, X15-14	Narasumber sudah pernah menggunakan produk bank syariah		
X1-20, X1-22, X2-20, X4-20, X5-20, X5-22, X6-20, X6-22, X7-22, X8-20, X8-22, X10-22, X11-20, X11-22, X12-20, X13-20, X13-22, X14-20, X14-22, X15-22	Narasumber puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank syariah		
X1-4, X7-4, X14-4,	Narasumber pernah		

X15-4	mendapat sosialisasi terkait bank syariah	
X1-6, X1-8, X1-10, X2-10, X4-6, X4-8, X4-10, X4-20, X5-6, X5-8, X5-10, X6-6, X6-8, X6-10, X7-6, X7-8, X7-10, X8-6, X8-8, X8-10, X10-6, X10-8, X10-10, X11-6, X11-8, X11-10, X12-6, X12-8, X12-10, X13-6, X13-8, X13-10, X14-6, X14-8, X14-10, X15-6, X15-8, X15-10	Narasumber memiliki pengetahuan terkait prinsip bank syariah	Pengetahuan
X1-24, X2-24, X4-24, X5-24, X6-24, X7-24, X8-24, X10-24, X11-24, X12-24, X13-24, X14-24, X15-24	Narasumber memiliki pengetahuan terkait produk bank syariah	
X2-26, X3-26, X4-26, X5-26, X8-26, X9-26, X10-26, X11-26, X12-26, X13-26, X14-26	Narasumber mengetahui lokasi bank syariah	
X4-4, X10-4, X12-4	Narasumber mencari informasi sendiri terkait bank syariah	
X1-2, X2-2, X2-8, X4-2, X5-2, X6-2, X7-2, X8-2, X10-2, X11-2, X12-2, X13-2, X14-2, X15-2	Narasumber merasa bank syariah sudah sesuai dengan hukum syariah	Interpretasi
X1-16, X4-16, X5-16, X10-16, X11-16, X14-16	Narasumber merasa penyebaran bank syariah belum merata	
X1-30	Narasumber merasa terdapat perbedaan pelayanan saat menyapa nasabah	
X1-32, X2-32, X3-32, X4-32, X5-32, X6-32, X7-32, X8-32, X9-32, X10-32, X11-32, X12-32, X13-32, X14-32, X15-32	Narasumber merasa bank konvensional lebih baik	
X3-10, X3-16, X9-16	1. narasumber merasa bank syariah tidak sesuai dengan syariat islam.	

Proses Pembentukan Persepsi

Menurut Yuniarti (2015) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah visi dan tujuan yang diterima serta situasi yang dievaluasi. Respon terhadap suatu stimulus dipengaruhi oleh karakteristik individu yang melihatnya. Karakteristik yang dapat dipengaruhi oleh persepsi adalah sikap, motivasi, minat, pengalaman masa lalu, harapan, tujuan, serta lingkungan dan lingkungan. Faktor yang mempengaruhi kognisi manusia tidak terjadi dengan sendirinya, tetapi melalui proses dan

faktor yang mempengaruhi kognisi manusia. Oleh karena itu, bahkan jika Anda melihat hal yang sama, setiap orang akan menafsirkannya secara berbeda. Menurut Robbins (2007), ada tiga faktor yang mempengaruhi persepsi manusia :

Individu yang Terpengaruh (Persepsi) Ketika seseorang melihat sesuatu dan mencoba menginterpretasikan apa yang dilihatnya, hal itu dipengaruhi oleh karakteristik individu tersebut. Karena faktor-faktor yang dimiliki , seperti sikap, motivasi, minat, pengalaman, pengetahuan, dan harapan. Objek persepsi adalah orang, benda, atau peristiwa. Kualitas ini biasanya mempengaruhi persepsi orang yang melihatnya. Kesadaran tujuan tidak hanya dilihat secara teoritis, tetapi terkait dengan orang lain yang terlibat. Hal ini menyebabkan orang mengelompokkan orang, objek, atau peristiwa yang serupa dan memisahkan mereka dari kelompok lain yang berbeda.

Situasi perseptual perlu dilihat dalam konteks. Artinya, kita perlu memperhitungkan situasi di mana persepsi terjadi. Situasi merupakan faktor penting dalam proses pembentukan persepsi Dari lima belas responden sepakat bahwa sampai saat ini *Bank Konvensional masih lebih baik dari segi sarana dan layanan.* (X1-32) – (X15-32).

Adapun pengaruh yang membuat para pedagang mengatakan Bank Konvensional lebih baik yaitu disebutkan oleh Narasumber dengan kode X3-10, X3-16, X9-16 yang mengatakan bahwa *Bank Syariah tidak berjalan sesuai dengan syariat islam.* Adapun narasumber pertama mengatakan *kepuasan dalam melakukan transaksi pada Bank Syariah* (X1-20) dan juga menambahkan *mengetahui lokasi bank syariah sebab berada didalam satu lingkungan* (X1-26) dari responden ini memastikan bahwa persepsi masyarakat terkait pengetahuan dan pengalamam dapat mempengaruhi Persepsi Pedagang Muslim Dalam Memilih Produk Lembaga Keuangan Syariah

Selanjutnya responden keempat mengatakan *penyebaran bank syariah belum merata* (X4-16) dan didukung oleh responden ketiga mengatakan bahwa *bank syariah tidak berjalan sesuai dengan syariat islam* (X3-16). Hal ini sangat mempengaruhi persepsi dan minat para pedagang terhadap Bank Syariah

Selanjutnya dari lima belas respon hanya empat responden yang *pernah mendapatkan sosialisasi langsung dari bank syariah* (X1-4), (X7-4), (X14-4), (X15,4). Dan tiga orang responden *mencari informasi sendiri terkait bank syariah* (X4-4), (X10-4), (X12-4)

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis mendapatkan kesimpulan yang dapat diperoleh dari penelitian mengenai Analisis Persepsi Pedagang Muslim Dalam Memilih Produk Lembaga Keuangan Syariah di Pasar Petisah Medan sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa minat para pedagang muslim terhadap Lembaga Keuangan Syariah sudah cukup baik hal ini didapati melalui hasil wawancara tiga belas dari lima belas narasumber sudah menjadi nasabah di beberapa Bank Syariah
2. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa ke tiga belas narasumber memiliki pengetahuan terkait prinsip Bank Syariah , tetapi dua narasumber lainnya mengatakan Bank Syariah masih belum berjalan sesuai dengan syariat islam.
3. Namun dari hasil penelitian ini seluruh narasumber sepakat bahwa Bank Konvensional masih lebih baik dari segi layanan dan pelayanan , yang menjadi acuan para pedagang berpendapat demikian adalah penyebaran Bank Syariah belum merata sebab hanya berada di kota-kota besar sedangkan lokasi Bank Konvensional lebih mudah dijumpai serta sarana pendukung seperti ATM yang berada dipusat keramaian/perbelanjaan dan juga berada di desa-desa

DAFTAR PUSTAKA

- Alharbi, A. (2015). Development Of The Islamic Banking System. *Islamic Banking and Finance*, 3, 12-25. doi:10.15640/jibf.v3n1a2
- Anggraeni, R. (2022). *OJK: masih ada GAP tinggi literasi dan inklusi keuangan syariah vs konvensional*. jakarta: bisnis.com.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiono, A. (2017). Penerapan Prinsip Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah . *Jurnal Law and Justice*, 1. doi: <https://doi.org/10.23917/laj.v2i1.4337>
- Fadlilah Nasution, H. (2016). Instrumen Penelitian dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif. *Al-Masharif Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 69-75.
- Hasan, E. (2014). *Filsafat Ilmu dan Metode Penelitian Ilmu Pemerintahan*. Bogor: Ghalia Indonesia. Y
- Kamaliah, Khairunnisa, & Sari, I. N. (2022). Analisis Konsep Religiusitas Islam pada Keputusan Nasabah Menggunakan ATM dan Mobile Banking di PT.Bank Sumut Syariah. *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, 34-42.
- Marlis, A. N. (2022). Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Tabungan Wadiah Terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia. *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, 136-147.
- Najakh, A. K. (2021, 07 27). *Persepsi Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan Syariah*. Diambil kembali dari Kumparan.com: <https://kumparan.com/user-27072021024254/persepsi-masyarakat-terhadap-lembaga-keuangan-syariah-1wDIItBosgZO/full>
- Nugroho, L., & Tamala, D. (2018). Persepsi Pengusaha UMKM Terhadap Peran Bank Syariah. *Sangga Buana*, 11. doi:<https://doi.org/10.32897/jsikap.v3i1.115>
- Nurrsakinah, D. (2014). *Pengantar Psikologi dan Pandangan Al-Quran Tentang Psikologi*. jakarta: Prenadamedia Group.
- O'brien, & James. (2014). *Sistem Manajemen Informasi*. Salemba Empat.
- Priyandika, A. N. (2015). Analisis Pengaruh Jarak, Lama Usaha, Modal, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Konveksi. *Undip.ac.id*, 27-57.
- bat Dalam Mendorong Usaha Kecil Dan Menengah. *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, 56-69.
- Samosir, R. A. (2015). Analisis Pendapatan Pedagang Kaki Lima Sektor Informal di Kecamatan Semarang Tengah Kota Semarang. *undip.ac.id*, 32-69.
- Taufiq Harahap, A. (2017). Tantangan dan Peluang Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Bisnis Corporate*, 2-15. doi:<https://doi.org/10.46576/jbc.v2i2.169>
- Wahidmurni. (2017). Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif. *Uin-Malang.ac.id*, 5-17.