

ABSTRAK

Analisis Persepsi dan Respon Pedagang Muslim terhadap Keberadaan BMT-UGT Sidogiri Capem Socah.

Lembaga Keuangan Syariah non bank yang keberadaannya masih baru di Desa Socah adalah BMT-UGT Sidogiri. Dengan keberadaan yang masih 1,5 tahun sudah mempunyai jumlah nasabah yang semakin banyak dari Juni 2013 hingga Desember 2015 mencapai 1.338 nasabah. Nasabah yang paling banyak menjadi anggota adalah nasabah yang pekerjaannya sebagai pedagang. Pedagang yang menjadi nasabah di BMT-UGT Sidogiri sebanyak 153 orang. Mengingat hal itu maka perlu dilakukan penelitian mengenai analisis persepsi dan respon pedagang muslim Desa Socah terhadap keberadaan BMT-UGT Sidogiri Capem Socah. Dengan rumusan masalah yaitu bagaimana persepsi pedagang muslim Desa Socah terhadap keberadaan BMT-UGT Sidogiri dan bagaimana respon pedagang muslim Desa Socah terhadap BMT-UGT Sidogiri Capem Socah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi dan respon masyarakat pedagang muslim Desa Socah terhadap keberadaan BMT-UGT Sidogiri Capem Socah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode lapangan (*field research*) dan dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Sedangkan dalam melakukan analisis data peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu reduksi data. Penyajian data dan juga penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data penelitian in menggunakan triangulasi kejujuran peneliti dan triangulasi sumber data.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberadaan BMT-UGT Sidogiri di desa Socah merupakan suatu rangsangan yang menimbulkan persepsi yang sama, dari kalangan pedagang muslim sebagai nasabah sebesar 98% mengatakan sistem operasional dan pelayanannya bagus dan sebesar 2% biasa-biasa saja. Persepsi pedagang muslim non nasabah terhadap keberadaan BMT-UGT Sidogiri sebesar 60% mengatakan operasional dan pelayanannya BMT-UGT Sidogiri bagus sedangkan sebesar 40% mengatakan bahwa BMT-UGT Sidogiri biasa-biasa saja. Respon pedagang muslim sebagai nasabah terhadap keberadaan BMT-UGT Sidogiri sebesar 98% sangat responsif menjadi nasabah karena tempatnya dekat dan terjangkau sedangkan sebesar 2% tidak responsif, sehingga tidak menjadi nasabah di BMT-UGT Sidogiri. Respon pedagang non nasabah sebesar 5% sangat responsif terhadap keberadaan BMT-UGT Sidogiri sedangkan sebesar 95% tidak responsif terhadap keberadaan BMT-UGT Sidogiri Capem Socah sehingga banyak pedagang muslim menjadi nasabah. Banyak pedagang muslim yang tertarik menjadi nasabah di BMT-UGT Sidogiri Capem Socah, namun pedagang muslim mengatakan bahwa akan menjadi nasabah jika mempunyai penghasilan yang lebih.

Kata Kunci: Persepsi dan Respon, Pedagang, dan BMT-UGT Sidogiri.

DAFTAR ISI

Lembar Pegesahan I	ii
Lembar Pengesahan II	iii
Nota Dinas Pembimbing.....	iv
Pernyataan Keaslian	v
Pernyataan Bebas Plagiasi	vi
Kata Pengantar	vii
Abstrak	x
Pedoman Transliterasi Arab-Latin	xi
Daftar Isi	xiv
Daftar Tabel	xvii
Daftar Gambar.....	xviii
Daftar Singkatan.....	xix
Daftar Lampiran.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
D. Kajian Pustaka	5
E. Sistematika Penulisan	8

BAB II	LANDASAN TEORI	10
A.	Persepsi.....	10
1.	Pengertian Persepsi	10
2.	Faktor Struktural yang Menentukan Persepsi.....	12
a.	Pengorganisasian Persepsi.....	13
b.	Penginterpretasian Persepsi.....	14
B.	Respon.....	14
C.	Pedagang.....	18
D.	<i>Bait al Māl wa al Tamwīl</i> (BMT)	19
1.	Latar Belakang Berdirinya BMT di Indonesia ...	19
2.	Pengertian BMT	21
3.	Prinsip dan Produk <i>Bait al Māl</i>	24
4.	Prinsip dan Produk <i>Bait al Tamwīl</i>	25
E.	<i>Bait al Māl wa al Tamwīl</i> -UGT Sidogiri	27
1.	Gambaran umum BMT-UGT Sidogiri.....	27
2.	Profil BMT-UGT Sidogiri	28
3.	Alamat Kantor BMT-UGT Sidogiri	28
4.	Visi dan Misi BMT-UGT Sidogiri	28
5.	Latar belakang berdirinya BMT Secara Keseluruhan	29
BAB III	METODE PENELITIAN	31
A.	Jenis Penelitian	31
B.	Subyek dan Obyek Penelitian	31

C. Sampel Penelitian	31
D. Sumber Data	33
E. Metode Pengumpulan Data	34
F. Metode Analisis Data	35
G. Uji Keabsahan Data	37
BAB IV ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN	39
A. Gambaran Umum Desa Socah	
1. Sejarah Desa Socah	39
2. Demografi Desa Socah	40
B. Persepsi dan Respon Pedagang Muslim Terhadap BMT-UGT Sidogiri Capem Socah	42
1. Persepsi Pedagang Terhadap BMT-UGT Sidogiri Capem Socah	42
2. Respon Pedagang Terhadap BMT-UGT Sidogiri Capem Socah	47
C. Analisis Persepsi dan Respon Pedagang Terhadap Keberadaan BMT-UGT Sidogiri Capem Socah.....	49
BABV PENUTUP	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Batas Desa Socah	40
Tabel 2: Jumlah Penduduk	41
Tabel 3: Tingkat Pendidikan	41
Tabel 4: Mata Pencarian	42
Tabel 7: Data Narasumber	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Grafik Persepsi Pedagang Nasabah dan non Nasabah	45
Gambar 2: Grafik Respon Pedagang Nasabah dan non Nasabah	48
Gambar 3: Grafik Persepsi dan Respon Pedagang Nasabah dan non Nasabah ...	49

DAFTAR SINGKATAN

KUD	: Koperasi Unit Desa
UKM	: Usaha Kecil Menengah
BMT	: <i>Bait al Māl wa al Tamwīl</i>
PPS	: Pondok Pesantren Sidogiri
LKMS	: Lembaga Keuangan Mikro Syariah

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Data Narasumber	I
Lampiran 2: Pertanyaan Wawancara	V
Lampiran 3: Hasil Wawancara.....	VI
Lampiran 4: Profil Desa Socah	XIX
Lampiran 5: Peta Desa Socah	XXIII
Lampiran 6: Gambaran Umum BMT-UGT sidogiri	XXIV
Lampiran 7: Dokumentasi.....	XXVII