

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar belakang**

Lembaga keuangan syariah adalah instrument penggerak aturan agama islam dalam menggerakkan perekonomian, dimana nilai-nilai islam ada di dalamnya dan wadah bagi orang islam atau orang pada umumnya untuk bermuamalah yang menggunakan nilai islam (Budiono, 2017). Perkembangan lembaga keuangan syariah menunjukkan hal positif. Meskipun demikian, masih kalah dengan perkembangan lembaga keuangan konvensional. Data yang telah diteliti oleh Dahrul Muftadin dalam jurnalnya menunjukkan dari tahun 2007 sampai 2013, dimana berjumlah 925 unit menjadi 3119 unit. Artinya, telah terjadi perkembangan yang begitu signifikan dalam perjalanan berkembangnya lembaga keuangan syariah (Muftadin, 2018).

Lembaga keuangan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan, dibuktikan dengan banyak berdirinya bank berbasis syariah, koperasi berbasis syariah, pegadaian berbasis syariah, serta lembaga pembiayaan berbasis syariah. Kehadiran lembaga keuangan syariah secara resmi di Indonesia ditandai dengan berdirinya bank muamalat Indonesia pada tahun 1991. Seiring berjalannya waktu dengan meningkatnya kesadaran Pedagang pasar atas pelayanan keuangan berbasis syariah telah memotivasi kelahiran lembaga keuangan syariah lainnya (Irawan, 2018). Perkembangan lembaga keuangan syariah telah

menjadi dari bagian eksistensi industri yang menopang perekonomian suatu negara. Indonesia memiliki mayoritas penduduk yang memeluk agama islam, dalam *word population review* tercatat pada tahun 2021 terdapat 231 penduduk beragama islam di Indonesia (Syamsuri et al., 2020).

Negara Indonesia memiliki Pedagang mayoritas beragama islam dapat merasakan dengan kehadiran lembaga keuangan syariah, dimana lembaga keuangan syariah dalam penerapannya dan memiliki tampilan islam sangat bermanfaat bagi pedagang umum dan terkhusus pedagang beragama islam. Lembaga keuangan syariah menjadi alternatif dalam setiap kegiatan keuangan masyarakat pedagang (Risal et al., 2020). Pada masa sekarang lembaga keuangan syariah sudah mampu mendapat kepercayaan masyarakat pedagang dalam mengelola keuangan, salah satunya adalah baitul maal wat tamwil ( BMT ) (Widadi et al., 2022).

Berdasarkan UUD 1945 dan pancasila menyatakan bahwa baitul maal wat tamwil sebagai organisasi sah dan legal sebagai lembaga keuangan syariah, berlandaskan prinsip syariat agama islam, keimanan, terpadu, kekeluargaan, kemandirian, kebersamaan, dan profesional (Laita, 2015). Baitul maal wat tamwil menawarkan sesuatu yang berbeda, dimana memiliki dua fungsi, yaitu fungsi pertama sebagai baitul maal, berperan sebagai penghimpun dan penyalur dana zakat, infaq, dan sedekah. Fungsi kedua sebagai baitul tamwil, berperan sebagai rumah pengembangan yang bertugas melakukan pengembangan dalam usaha-usaha produktif serta

investasi untuk meningkatkan ekonomi pelaku UMKM (usaha mikro kecil menengah) dengan kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan ekonomi (Setiyawati & Hermawan, 2018).

Kehadiran BMT menjadi sebuah alternatif layanan jasa keuangan berbasis syariah bagi pelaku UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk berpeluang berkembang. Kelebihan yang dimiliki BMT adalah keringanan dalam persyaratan, adanya kemudahan prosedur, memiliki kecepatan dalam layanannya, dan memiliki sistem yang memudahkan anggota BMT yaitu jemput bola, kelebihan-kelebihan ini menjadi senjata untuk bersaing dengan lembaga keuangan yang lainnya (Hendra Permana & Aulia Adhiem, 2019).

Suatu lembaga keuangan pasti memiliki masalah tersendiri, tidak terkecuali lembaga keuangan yang memiliki sistem syariah yaitu BMT. Masalah utama yang dihadapi diantaranya adalah bagaimana BMT menarik nasabah dan mempertahankannya agar BMT berkembang dan bertahan. Strategi pemasaran sangat diperlukan dalam hal ini, untuk menarik masyarakat. Pemasaran yang tepat sasaran maka harus memperhatikan beberapa hal diantaranya adalah perilaku calon nasabah yang baik, seperti penentuan pasar sasaran, penciptaan produk, dan promosi yang sesuai kebutuhan nasabah (Marlina & Bimo, 2018). Mendapat minat nasabah maka dibutuhkan literasi masyarakat pedagang dan memberi pelayanan yang berkualitas guna meningkatkan minat nasabah (Durrotunnisa & Nur, 2020).

Dalam bahasa latin istilah Literasi disebut *Literatus* yang dalam bahasa Indonesia artinya orang yang belajar. Literasi adalah suatu keterampilan dan pengetahuan seseorang tentang kecakapan hidup untuk kesejahteraan pada masa sekarang maupun masa depan (Nurhasana, 2021). Dalam kamus *oxford* dinyatakan bahwa Literasi secara umum diartikan sebagai kemampuan dalam membaca dan menulis (Nasuka & Saidin, 2014).

Kemampuan literasi individu berbanding lurus dengan peningkatan kualitas individu tersebut. Kemampuan literasi dapat membantu dalam meningkatkan kemampuan berpikir secara rasional dan mampu kritis terhadap fenomena yang terjadi pada masa sekarang maupun masa yang akan datang (I Putu Sastra Wingarta et al., 2021). Suatu bangsa dikatakan berkualitas bisa dilihat dari tingkat pengetahuan dan kecerdasannya, untuk meraih pengetahuan dan kecerdasan tersebut dibutuhkan ilmu pengetahuan yang memadai. Semakin tinggi individu atau masyarakat pedagang yang mencari ilmu tersebut, maka akan dengan sendirinya peningkatan peradaban masyarakat pedagang atau individu tersebut (Fachri Rifai & Halim Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya, 2020).

Minimnya pergerakan industri keuangan syariah yang lambat, terbukti dari hasil Survei Nasional Literasi Keuangan oleh OJK (otoritas jasa keuangan) pada tahun 2019 bahwa tingkat literasi masyarakat Pedagang, yaitu sebesar 9,93% yang tergolong rendah (Lovika et al., 2022). Minimnya literasi masyarakat pedagang tidak hanya terjadi di perkotaan,

akan tetapi juga terjadi di pedesaan, dimana pengetahuan masyarakat pedangang pedesaan kurang memahami produk-produk BMT. Secara fungsional masyarakat desa kurang dalam literasi tentang apa dan bagaimana BMT, hal ini disebabkan rendahnya pendidikan dan kurang sosialisasi yang subjektif serta objektif dari lembaga terkait, dalam hal ini pihak BMT (Indraswari & Fauzi, 2019).

Diantara masyarakat adalah masyarakat disekitar pasar yang masuk wilayah sekitar universitas Muhammadiyah Surakarta, yaitu Pasar Kleco, Pasar Gumpang, dan Pasar Blulukan. Masyarakat masih sedikit yang menggunakan lembaga keuangan syariah atau BMT sebagai transaksi utama, bahkan ada dari masyarakat tidak berminat dalam menggunakan sistem keuangan syariah. Masyarakat yang kurang tertarik pada sistem keuangan syariah dikarenakan kurang memahami dan minimnya informasi serta literasi tentang konsep dan produk-produk BMT, sehingga hal ini menyebabkan mereka lebih memilih dan menggunakan jasa dan produk-produk lembaga keuangan konvensional atau non syariah.

Alasan pentingnya untuk melakukan analisis literasi masyarakat sekitar pasar tradisional terhadap produk produk BMT:

- Sekitar pasar tersebut terdapat beberapa Baitul maal wa tamwil, diantara BMT tersebut adalah BMT Amanah ummah, BMT CSI madani nusantara, BMT Tumang, BMT dana syariah.
- Berada di lingkungan yang dekat dengan universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Literasi sangat diperlukan dalam hal ini guna memperkenalkan dan memahami masyarakat tentang apa itu BMT, memperkenalkan produk-produk BMT dengan segala kelebihannya dibanding lembaga keuangan non syariah. Tidak mudah melakukannya tapi perlu kesabaran dalam literasi ini, banyak keterbatasan yang menghalangi. lembaga keuangan non syariah atau konvensional yang banyak kita temui melalui iklan-iklan televisi, radio, ataupun surat kabar, bahkan sekarang lembaga keuangan non syariah ada yang sampai turun langsung ke lapangan menemui masyarakat, oleh karena itu lembaga keuangan syariah harus lebih gencar dan kreatif dalam mensosialisasikan dan meliterasi masyarakat tentang segala kelebihan dan keunggulan yang didapat saat menjadi nasabah BMT.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana literasi pedagang pasar disekitar universitas Muhammadiyah Surakarta mengenai produk-produk dan jasa pada Baitul Maal Wat Tamwil.

## **1.3. Tinjauan Penelitian**

- 1) Untuk mengetahui tingkat literasi pedagang pasar sekitar universitas Muhammadiyah Surakarta tentang Baitul Maal Wat Tamwil.

- 2) Untuk meningkatkan kesadaran pedagang pasar tentang pentingnya literasi terhadap produk-produk dan jasa-jasa Baitul Maal Wat Tamwil.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

- 1) Bagi Peneliti

Peneliti mampu mengukur kemampuan seberapa tingkat literasi pedagang pasar sekitar universitas Muhammadiyah Surakarta tentang Baitul Maal Wat Tamwil (BMT).

- 2) Bagi Akademisi

Responden mampu mengetahui hal-hal tentang Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dan mendapatkan manfaat darinya.

- 3) Bagi Instansi Pendidikan

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya.

#### **1.5. Ruang Lingkup Penelitian**

Pembahasan dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana masyarakat memahami tentang Baitul Maal Wat Tamwil dan produk-produknya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana penelitian ini dilaksanakan dengan observasi dan survei pada pedagang pasar yang telah dikumpulkan dan dijadikan bahan utama untuk skripsi ini.

## **1.6. Sistematika Penelitian**

BAB I: Pembuka untuk mengetahui perkembangan lembaga keuangan syariah, pentingnya literasi, dan mengetahui tentang Baitul Maal Wat Tamwil.

BAB II: Landasan teori dan perbandingan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, dimana untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dan memperjelas alur dalam materi Literasi tentang Baitul Maal Wat Tamwil dan produk-produknya.

BAB III: Metode penelitian yang diambil dari referensi penelitian terdahulu.

BAB IV: Membahas tentang hasil penelitian dan pembahasan tingkat literasi pedagang pasar terhadap BMT.

BAB V: Penutup dan kesimpulan dari penelitian literasi pedagang pasar sekitar universitas Muhammadiyah Surakarta.