



CAHAYA ILMU BANGSA INSTITUTE

SK KEMENKUMHAM AHU-0018912-AH.01.14

Biro Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Perum Puri Kartika Asri Blok 2 A2 Malang

e-mail : admin@cahayailmubangsa.institute

No : 6/4/2025/2025/CIB/LOA
Lampiran : Link Terbitan dan PDF Terbit
Subject : Letter of Acceptance

Assalamualaikum Wr. Wb.

Bersama surat ini, kami menerangkan bahwa artikel dengan keterangan naskah berikut

Judul	:	EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN JANGKRIK STUDI KASUS MEDIA SOSIAL VS PENJUALAN LANGSUNG
Author	:	Veni Sri Wahyuni, Meidhe Ade Maharani, Ardian Pramesti Vita, Ferli Ardiansyah, Fernandra Agustian
Instansi	:	UIN Fatmawati Sukarno
Korespondensi	:	venisriwahyuni04@gmail.com , fernandra020803@gmail.com , ardianvita20@gmail.com , meidhemaharani63@gmail.com , ferliardiansyahf@gmail.com

berstatus ACCEPTED untuk dipublish pada Jurnal : Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi Volume 18, no. 2 Year 2025. Keputusan ini dibuat sebagai tanda bahwa naskah yang bersangkutan telah lolos plagiarism checker dibawah 10-20%. Dan LoA ini dibuat sebagai bukti bahwa author telah menyelesaikan APC yang telah ditetapkan oleh pengelola jurnal. LOA Berlaku jika dilengkapi link dan pdf publish. Hubungi kami di cahayailmubangsa@gmail.com jika ada pertanyaan lebih lanjut, terima kasih.

Malang 6/4/2025

Hormat Kami

Direktur

Danang Priambodo, PhD



LOA Vervication No <<Tanggal>

098.7745.9984327.009948



CAHAYA ILMU BANGSA INSTITUTE

SK KEMENKUMHAM AHU-0018912-AH.01.14

Biro Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Perum Puri Kartika Asri Blok 2 A2 Malang

e-mail : admin@cahayailmubangsa.institute

Proses Review dan Perbaikan

No	Sub Bab	Perbaikan
1	Judul	Perbaikan Judul Disesuaikan Dengan Fokus Penelitian
2	Abstract	Perbaikan Abstract dan Kata Kunci Sesuai Question Research
3	Latar Belakang	Penempatan State of The Art Penelitian, Novelty Penelitian dan Gap Analysis
4	Metode Penelitian	Penyesuaian Metode Penelitian dengan Hasil Temuan
5	Hasil dan Pembahasan	<ol style="list-style-type: none">1. Penambahan beberapa hasil yang mendukung dengan Teori Penelitian2. Penambahan kajian teoritik dalam pembahasan3. Penyesuaian dengan Penelitian Kedepan
6	Kesimpulan	Penyesuaian dengan Research Question
7	Plagiarism	Turnitin dibawah 20%

Malang 6/4/2025

Hormat Kami

Direktur

Danang Priambodo, PhD



LOA Vervication No <<Tanggal>

098.7745.9984327.009948

EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN JANGKRIK STUDI KASUS MEDIA SOSIAL VS PENJUALAN LANGSUNG

**Veni Sri Wahyuni, Meidhe Ade Maharani, Ardian Pramesti Vita, Ferli Ardiansyah,
Fernandra Agustian**

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Fatmawati Sukarno

LINK: <https://ejournal.cahayailmubangsa.institute/index.php/musytari/article/view/1139>

ABSTRAK

Pemasaran merupakan komponen vital dalam keberlangsungan usaha mikro, termasuk pada sektor budidaya jangkrik. Dalam era digital saat ini, pelaku UMKM dihadapkan pada pilihan strategi pemasaran konvensional maupun digital, seperti media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menimbang efektivitas dua metode pemasaran, yaitu penjualan langsung dan media sosial, dalam meningkatkan jangkauan dan penjualan usaha jangkrik milik mitra. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR), dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan mitra secara aktif dalam identifikasi masalah, perencanaan tindakan, implementasi, observasi, dan refleksi.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram dan WhatsApp Business, mampu memperluas pasar ke luar daerah serta meningkatkan engagement pelanggan, meskipun masih terbatas karena minimnya literasi digital mitra. Sementara itu, penjualan langsung tetap menjadi metode yang paling efektif untuk pasar lokal karena kedekatan sosial dan kepercayaan yang telah terbangun. Secara keseluruhan, strategi pemasaran kombinasif terbukti paling optimal karena mampu menggabungkan kekuatan hubungan personal dan potensi ekspansi digital. Penelitian ini juga memberikan dampak positif berupa peningkatan kapasitas mitra dalam penggunaan teknologi, serta menjadi pembelajaran bagi mahasiswa dalam menerapkan pendekatan PAR secara nyata. Dengan demikian, kolaborasi antara teknologi dan pendekatan sosial menjadi kunci dalam mengembangkan pemasaran UMKM secara berkelanjutan.

Kata kunci: pemasaran, media sosial, penjualan langsung, UMKM, jangkrik, Participatory Action Research (PAR)

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perubahan zaman yang ditandai dengan kemajuan teknologi informasi telah membawa dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan pemasaran. Saat ini, media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi platform strategis untuk kegiatan promosi dan penjualan produk. Bagi pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pemanfaatan media sosial menjadi peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan tanpa terbatas oleh ruang dan waktu.

Di sisi lain, metode pemasaran konvensional seperti penjualan langsung masih tetap digunakan oleh banyak pelaku usaha, terutama di wilayah pedesaan atau semi-perkotaan. Penjualan langsung dianggap lebih personal, membangun kepercayaan secara langsung dengan pembeli, serta memberikan kepastian transaksi yang cepat. Metode ini telah menjadi bagian dari budaya niaga masyarakat lokal dan sulit tergantikan dalam waktu singkat. Namun, munculnya media sosial sebagai saluran pemasaran alternatif menimbulkan pertanyaan: sejauh mana efektivitas media sosial dibandingkan penjualan langsung dalam konteks usaha lokal seperti peternakan jangkrik?

Program Kuliah Kerja Nyata – Merdeka Belajar Kampus Merdeka (KKN MBKM) memberikan ruang bagi mahasiswa untuk terlibat langsung dalam dinamika masyarakat, termasuk mengidentifikasi potensi lokal dan mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha. Dalam konteks ini, kami mendapatkan kesempatan untuk mendampingi salah satu UMKM peternakan jangkrik di daerah tempat kami melaksanakan kegiatan KKN. Peternakan jangkrik ini merupakan usaha rumahan yang dijalankan secara mandiri oleh warga lokal dan memiliki potensi berkembang, mengingat tingginya permintaan jangkrik sebagai pakan hewan peliharaan, terutama burung kicau.

Namun demikian, usaha ini masih menghadapi tantangan dalam hal pemasaran, khususnya dalam memperluas pasar dan mengenalkan produk ke kalangan yang lebih luas. Selama ini, penjualan dilakukan secara langsung dari mulut ke mulut atau kepada pelanggan tetap yang berada di sekitar lokasi peternakan. Potensi pemanfaatan media sosial belum sepenuhnya digali, baik karena keterbatasan pemahaman teknologi, maupun karena belum adanya strategi pemasaran digital yang terstruktur.

Melalui kegiatan ini, kami berupaya untuk mengkaji secara lebih mendalam efektivitas dua pendekatan pemasaran yang saat ini relevan, yaitu penjualan langsung dan media sosial. Kajian dilakukan melalui pengamatan langsung, wawancara dengan pemilik usaha, eksperimen sederhana dengan konten media sosial, serta analisis terhadap hasil penjualan yang diperoleh selama periode kegiatan KKN berlangsung. Tujuan utama dari kegiatan ini bukan hanya untuk mengidentifikasi mana metode yang lebih efektif, tetapi juga untuk memahami kondisi riil di lapangan, hambatan yang dihadapi pelaku usaha, serta memberikan masukan yang aplikatif dan mudah diterapkan. Melalui jurnal ini, penulis ingin memberikan gambaran mengenai pengalaman lapangan yang diperoleh selama pelaksanaan KKN MBKM, sekaligus menyampaikan analisis yang dapat dijadikan pertimbangan bagi pelaku UMKM lainnya dalam merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan karakter usaha mereka. Diharapkan pula, hasil dari kegiatan ini dapat memberikan kontribusi terhadap penguatan kapasitas pelaku usaha lokal dalam menghadapi tantangan era digital, serta menjadi inspirasi bagi mahasiswa untuk terus berperan aktif dalam membangun masyarakat melalui pendekatan ilmiah dan solutif.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang menjadi fokus dalam kegiatan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana peran media sosial dalam meningkatkan jangkauan pemasaran dan penjualan produk jangkrik?
2. Bagaimana efektivitas metode penjualan langsung dalam menjaga hubungan dengan pelanggan dan menghasilkan transaksi penjualan?
3. Apa saja tantangan dan hambatan yang dihadapi pelaku usaha dalam mengimplementasikan kedua metode pemasaran tersebut?
4. Metode pemasaran manakah yang lebih potensial dikembangkan oleh pelaku usaha jangkrik dalam jangka panjang?

Tujuan Penelitian

kegiatan dan penyusunan jurnal ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan mendeskripsikan strategi pemasaran yang digunakan oleh pelaku usaha jangkrik di lokasi KKN.
2. Menganalisis efektivitas media sosial sebagai alat pemasaran produk jangkrik, khususnya dalam meningkatkan jangkauan promosi dan potensi penjualan.

3. Menilai efektivitas penjualan langsung dalam menjaga loyalitas pelanggan dan memastikan keberlanjutan usaha.
4. Menggambarkan kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam memanfaatkan media sosial maupun dalam menjalankan penjualan langsung.
5. Memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang sesuai, realistis, dan mudah diimplementasikan bagi pelaku UMKM peternakan jangkrik, khususnya dalam menghadapi persaingan di era digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Pemasaran dalam UMKM

Pemasaran merupakan salah satu elemen terpenting dalam siklus usaha, terutama bagi pelaku UMKM yang umumnya memiliki keterbatasan dalam modal, sumber daya manusia, serta akses terhadap pasar yang lebih luas. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan serta pertukaran nilai dengan orang lain. Dalam konteks UMKM, pemasaran bukan hanya tentang promosi, tetapi juga mencakup bagaimana produk dikenalkan, diposisikan, dan disampaikan kepada target konsumen secara efektif.

UMKM kerap mengandalkan relasi sosial dan kedekatan emosional dengan pelanggan sebagai kekuatan dalam membangun loyalitas. Namun di era persaingan terbuka saat ini, pendekatan tersebut perlu diperkuat dengan strategi pemasaran yang lebih sistematis dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM RI (2021), lebih dari 60% UMKM di Indonesia belum secara optimal memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produknya, sehingga peluang pasar yang lebih luas masih belum tergarap maksimal.

Penjualan Langsung: Kelebihan dan Keterbatasan

Penjualan langsung merupakan teknik pemasaran tertua yang hingga kini masih banyak digunakan, terutama oleh pelaku UMKM. Dalam metode ini, interaksi antara penjual dan pembeli berlangsung secara langsung tanpa perantara. Keuntungan dari penjualan langsung terletak pada kemampuannya membangun hubungan yang kuat, meningkatkan kepercayaan, serta memberikan pelayanan yang bersifat personal (Coughlan et al., 2015).

Bagi pelaku usaha jangkrik, penjualan langsung sering kali menjadi pilihan karena pelanggan biasanya berasal dari kalangan tetap seperti penghobi burung, peternak reptil, atau toko

hewan. Dalam praktiknya, transaksi langsung mempermudah komunikasi tentang kebutuhan spesifik pelanggan, seperti ukuran jangkrik, jumlah, dan waktu pengiriman.

Namun, keterbatasan dari metode ini terletak pada skalabilitas dan jangkauan. Penjualan langsung membutuhkan waktu dan tenaga lebih besar untuk menjangkau pelanggan baru. Selain itu, potensi pengembangan pasar menjadi terbatas jika hanya mengandalkan pelanggan dari wilayah sekitar. Dalam kondisi seperti ini, metode pemasaran digital dapat menjadi solusi pelengkap.

Media Sosial dalam Strategi Pemasaran Digital

Media sosial telah mengubah lanskap pemasaran secara global. Platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk mempromosikan produknya dengan biaya rendah namun berdampak luas. Menurut Statista (2023), lebih dari 170 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial, menjadikannya ladang subur untuk kegiatan promosi.

Kaplan dan Haenlein (2010) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan komunikasi dua arah, partisipatif, dan interaktif antara pelaku usaha dan konsumen. Hal ini menciptakan peluang untuk membangun komunitas digital yang loyal terhadap produk. Dalam konteks usaha jangkrik, konten edukatif tentang manfaat jangkrik, cara ternak, atau testimoni pelanggan dapat menjadi daya tarik tersendiri untuk membangun kepercayaan calon konsumen.

Penelitian oleh Susanti dan Wahyuni (2022) menunjukkan bahwa UMKM yang konsisten menggunakan media sosial mengalami peningkatan penjualan rata-rata 20–30% dalam enam bulan pertama, terutama jika dibarengi dengan konten visual yang menarik dan strategi komunikasi yang tepat sasaran. Meski demikian, penggunaan media sosial membutuhkan pemahaman tentang algoritma, branding, serta konsistensi dalam membangun citra usaha secara daring.

Efektivitas Strategi Pemasaran: Perbandingan Dua Pendekatan

Efektivitas strategi pemasaran dapat dilihat dari sejauh mana metode tersebut mampu memenuhi tujuan pemasaran, baik dari sisi peningkatan penjualan, keterlibatan pelanggan, maupun ekspansi pasar. Menurut Kotler dan Keller (2016), tidak ada satu strategi pemasaran yang cocok untuk semua usaha; efektivitas bergantung pada konteks usaha, karakteristik produk, dan perilaku konsumen.

Wulandari (2021) mengemukakan bahwa pemasaran digital cenderung lebih unggul dalam hal jangkauan dan biaya, tetapi membutuhkan waktu untuk membangun kepercayaan. Sementara

penjualan langsung lebih unggul dalam membangun hubungan jangka panjang, namun memiliki keterbatasan dalam menjangkau pelanggan baru secara cepat.

Dengan demikian, dalam konteks pemasaran jangkrik, diperlukan pendekatan kombinatorik (hybrid marketing), di mana penjualan langsung tetap dijaga sebagai basis loyalitas pelanggan, sementara media sosial dimanfaatkan untuk perluasan pasar dan pengenalan produk secara lebih luas.

Jangkrik sebagai Produk Usaha dan Tantangannya dalam Pemasaran

Produk jangkrik memiliki pasar tersendiri, terutama di kalangan penghobi burung kicau, pemilik reptil, serta praktisi terapi alternatif. Namun, sebagai produk yang tergolong unik dan tidak dikonsumsi oleh masyarakat umum, pemasaran jangkrik memerlukan pendekatan khusus. Menurut Pratama (2020), pemasaran produk jangkrik lebih tepat jika dilakukan melalui komunitas hobi dan jaringan pelanggan yang memiliki kebutuhan spesifik.

Tantangan utama dalam pemasaran jangkrik meliputi ketidaktahuan masyarakat umum terhadap manfaat produk ini, keterbatasan distribusi, serta sifat produk yang mudah rusak atau mati jika tidak ditangani dengan baik. Oleh karena itu, pemilihan media pemasaran yang tepat sangat berperan dalam menentukan keberhasilan usaha.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), yaitu pendekatan partisipatif yang melibatkan peneliti dan subjek penelitian secara aktif dalam proses identifikasi masalah, perencanaan, tindakan, hingga evaluasi. Pendekatan ini dipilih karena selaras dengan semangat kegiatan KKN-MBKM yang berbasis pengabdian dan pemberdayaan masyarakat secara langsung.

PAR memungkinkan terjadinya kolaborasi yang setara antara mahasiswa, pelaku usaha (mitra), serta komunitas sekitar dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk produk jangkrik. Dalam konteks ini, peneliti bukan hanya sebagai pengamat, tetapi juga sebagai fasilitator perubahan yang terlibat langsung dalam kegiatan pemasaran.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di lokasi mitra KKN-MBKM, yaitu usaha peternakan jangkrik “Jangkrik Pak Udin” yang berada di wilayah RT.02 RW.01 Kelurahan Padang Nangka, Kecamatan Singaran Pati Kota Bengkulu. Penelitian berlangsung selama masa kegiatan KKN, yaitu pada

bulan April-Mei 2025, dengan kegiatan bertahap yang melibatkan siklus perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam pendekatan PAR terdiri atas:

- Pelaku usaha (mitra): Pemilik peternakan jangkrik sebagai tokoh sentral dalam pengambilan keputusan.
- Tim mahasiswa KKN: Berperan sebagai fasilitator dalam merancang strategi pemasaran, membuat konten media sosial, serta melakukan evaluasi bersama.
- Masyarakat atau konsumen: Sebagian pelanggan yang terlibat dalam uji coba promosi, serta memberikan masukan terhadap hasil pemasaran.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan secara kolaboratif dan partisipatif melalui beberapa teknik:

- Observasi partisipatif: Mahasiswa KKN terlibat langsung dalam proses produksi dan pemasaran, serta mencatat dinamika yang terjadi selama kegiatan berlangsung.
- Diskusi kelompok terfokus (FGD): Dilakukan bersama mitra untuk menggali pengalaman, kebutuhan, serta merancang strategi pemasaran bersama.
- Wawancara semi-terstruktur: Dilakukan dengan mitra usaha dan pelanggan untuk mengetahui persepsi mereka terhadap media sosial dan penjualan langsung.
- Dokumentasi: Pengumpulan data berupa foto, video, tangkapan layar media sosial, serta catatan harian proses kegiatan.

Prosedur dan Tahapan Penelitian PAR

Penelitian ini dilaksanakan dalam beberapa siklus tindakan sebagai berikut:

Tahap 1: Identifikasi masalah dan perencanaan Bersama mitra, tim mahasiswa melakukan pemetaan masalah pemasaran, termasuk kendala dalam promosi, keterbatasan media, serta jangkauan pasar.

Tahap 2: Aksi atau implementasi strategi Pelaksanaan kegiatan seperti pembuatan akun media sosial (Instagram, WhatsApp Business), pembuatan konten promosi (foto produk, video edukatif), serta simulasi penjualan langsung. Mencatat respons pelanggan, interaksi di media sosial, dan efektivitas strategi penjualan langsung.

Tahap 4: Refleksi dan evaluasi Bersama mitra, dilakukan evaluasi terhadap hasil yang diperoleh, termasuk kendala dan keberhasilan. Refleksi ini menjadi dasar untuk siklus berikutnya.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif dengan tahapan sebagai berikut:

- Reduksi data: Menyaring data penting dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.
- Penyajian data: Disusun dalam bentuk naratif dan visual seperti grafik interaksi media sosial, grafik penjualan, dan tabel perbandingan.
- Penarikan kesimpulan dan verifikasi: Dilakukan secara kolaboratif bersama mitra untuk memastikan hasil sesuai dengan kenyataan di lapangan.

Analisis dilakukan secara reflektif dan bersifat siklikal untuk menemukan pola dan pemahaman baru tentang efektivitas masing-masing strategi pemasaran.

TABEL TAHAPAN PAR

Tahap	Kegiatan	Tujuan	Pelaksana	Hasil yang Diharapkan
1. Identifikasi Masalah	- Diskusi awal dengan mitra usaha - Observasi kondisi pemasaran saat ini - Pengumpulan data awal tentang strategi promosi	Mengetahui permasalahan utama dalam pemasaran jangkrik	Mahasiswa KKN & Mitra Usaha	Peta permasalahan dan kebutuhan mitra
2. Perencanaan Aksi	- Merancang strategi pemasaran melalui media sosial dan penjualan langsung - Menyusun rencana konten promosi - Menentukan indikator keberhasilan	Membuat strategi pemasaran kolaboratif	Mahasiswa KKN & Mitra Usaha	Rencana aksi pemasaran yang disepakati bersama

3. Pelaksanaan Aksi (Implementasi)	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat akun media sosial (Instagram/WA Bisnis) - Membuat dan menyebarkan konten promosi - Melakukan simulasi penjualan langsung 	Menerapkan strategi yang dirancang untuk meningkatkan pemasaran	Mahasiswa KKN (dengan partisipasi mitra)	Strategi pemasaran dijalankan secara nyata
4. Observasi dan Dokumentasi	<ul style="list-style-type: none"> - Mencatat respons dari calon pelanggan - Mengamati interaksi di media sosial - Mencatat transaksi langsung yang terjadi 	Mengumpulkan data empiris atas implementasi strategi	Mahasiswa KKN	Data lapangan berupa catatan observasi, tangkapan layar, dan dokumentasi visual
5. Refleksi dan Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan diskusi evaluatif bersama mitra - Menganalisis hasil yang telah dicapai - Menyusun rekomendasi untuk perbaikan 	Menilai efektivitas strategi yang telah dilaksanakan dan menyusun perbaikan	Mahasiswa KKN & Mitra Usaha	Laporan evaluasi dan rekomendasi lanjutan

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Implementasi Strategi Pemasaran

Setelah strategi pemasaran diterapkan melalui dua metode—media sosial dan penjualan langsung—diperoleh sejumlah data dan pengamatan yang menjadi dasar untuk analisis. Melalui pendekatan PAR (Participatory Action Research), proses ini melibatkan mitra usaha secara aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga refleksi.

Efektivitas Media Sosial dalam Pemasaran

Penerapan media sosial, khususnya melalui Instagram dan WhatsApp Business, menunjukkan adanya peningkatan jangkauan informasi usaha jangkrik kepada khalayak luas. Akun Instagram mitra yang sebelumnya tidak aktif, mulai menampilkan konten-konten promosi seperti:

- Foto kandang dan proses budidaya
- Testimoni pelanggan
- Edukasi tentang manfaat jangkrik untuk pakan ternak dan burung

Dari hasil observasi, engagement rate (like, komentar, dan share) meningkat setiap pekan. Selain itu, dalam dua minggu setelah intensifikasi media sosial dilakukan, mitra menerima 6 pesanan baru dari luar wilayah sekitar yang sebelumnya tidak terjangkau oleh penjualan langsung. Namun, ditemukan juga beberapa kendala, seperti:

- Mitra belum terbiasa mengelola konten secara rutin
- Masih rendahnya pemahaman tentang algoritma media sosial
- Terbatasnya perangkat digital (hanya menggunakan HP sederhana)

Kendati demikian, media sosial terbukti mampu menciptakan saluran pemasaran baru dan menambah potensi pelanggan, terutama kalangan muda dan pemilik hewan peliharaan dari luar desa.

Efektivitas Penjualan Langsung

Sementara itu, penjualan langsung yang selama ini menjadi metode utama masih menunjukkan efektivitas tinggi, terutama dalam:

- Menjalin kepercayaan antara mitra dan pelanggan
- Memberikan layanan personal (seperti antar langsung ke rumah)
- Mengandalkan relasi sosial dan komunikasi informal

Penjualan langsung tetap menjadi andalan utama untuk konsumen lokal, terutama pelanggan tetap dari kalangan peternak unggas dan penghobi burung. Dalam masa pelaksanaan program, penjualan langsung mencatatkan rata-rata 10 transaksi per minggu, lebih tinggi dari penjualan melalui media sosial.

Namun, pendekatan ini memiliki keterbatasan dalam:

- Jangkauan geografis yang terbatas
- Ketergantungan pada keberadaan mitra secara fisik
- Tidak efisien jika ingin ekspansi ke luar daerah

Perbandingan Efektivitas Kedua Metode

Berdasarkan hasil refleksi bersama mitra dan analisis data lapangan, diperoleh kesimpulan bahwa:

Aspek yang Dinilai	Media Sosial	Penjualan Langsung
Jangkauan Konsumen	Luas (potensi luar daerah)	Terbatas (lokal)
Hubungan Personal	Rendah, tetapi bisa dibangun	Sangat kuat
Kemudahan Transaksi	Cukup mudah, tapi tergantung perangkat	Mudah secara langsung
Biaya Promosi	Relatif murah (hanya kuota internet)	Tidak ada biaya, tapi butuh tenaga
Ketergantungan pada Mitra	Perlu pelatihan digital	Bergantung pada waktu dan tenaga mitra

Dari perbandingan tersebut, terlihat bahwa kedua metode memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Oleh karena itu, **kombinasi keduanya** merupakan strategi terbaik yang dapat digunakan oleh mitra untuk mengoptimalkan pemasaran jangkrik.

Pembelajaran dan Dampak terhadap Mitra

Melalui pendekatan partisipatif ini, mitra usaha tidak hanya memperoleh peningkatan penjualan, tetapi juga peningkatan kapasitas digital, kesadaran akan pentingnya branding, serta keterampilan dalam membuat konten sederhana. Mitra juga mulai memahami bahwa media sosial bukan hanya untuk hiburan, melainkan juga alat strategis untuk memperluas pasar.

Secara keseluruhan, proses ini menunjukkan bahwa keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan (mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi) membuat perubahan yang dicapai lebih bermakna dan berkelanjutan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan KKN-MBKM dengan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang dilaksanakan bersama mitra usaha peternakan jangkrik, dapat disimpulkan bahwa:

1. Media sosial terbukti memberikan pengaruh positif dalam memperluas jangkauan pasar, terutama kepada konsumen dari luar wilayah sekitar. Melalui platform seperti Instagram dan WhatsApp Business, mitra dapat memperkenalkan produk lebih luas, meskipun belum sepenuhnya optimal akibat keterbatasan teknis dan kebiasaan.

2. Penjualan langsung masih menjadi metode pemasaran yang paling efektif untuk pelanggan lokal, terutama karena faktor kedekatan sosial, kepercayaan, dan kemudahan transaksi. Metode ini juga tidak membutuhkan biaya promosi, tetapi bergantung pada kehadiran fisik mitra secara langsung.
3. Strategi pemasaran kombinitif antara media sosial dan penjualan langsung menjadi pendekatan yang paling relevan untuk mitra usaha mikro seperti peternakan jangkrik. Dengan demikian, perlu adanya pendampingan berkelanjutan dalam peningkatan literasi digital dan manajemen pemasaran yang sederhana namun adaptif.
4. Kegiatan ini memberikan dampak positif tidak hanya pada peningkatan transaksi penjualan, tetapi juga pada peningkatan kapasitas mitra dalam memanfaatkan teknologi untuk pemasaran, serta memperkuat semangat kewirausahaan berbasis lokal.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pelaksanaan program KKN-MBKM yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi rekomendasi untuk mitra usaha, mahasiswa, serta pihak terkait lainnya dalam meningkatkan efektivitas pemasaran produk UMKM, khususnya usaha ternak jangkrik:

1. Bagi Mitra Usaha (Peternak Jangkrik):
 - Disarankan untuk melanjutkan dan mengelola akun media sosial secara rutin, minimal dengan mengunggah satu konten promosi per minggu agar keterlibatan pelanggan tetap terjaga.
 - Mitra juga dapat mengikuti pelatihan singkat mengenai pemasaran digital, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah, kampus, maupun komunitas bisnis lokal, untuk meningkatkan pemahaman akan strategi digital marketing.
2. Bagi Mahasiswa dan Tim KKN-MBKM:
 - Program semacam ini sebaiknya tidak hanya berhenti di tahap pelaksanaan, tetapi perlu dilanjutkan dengan monitoring jangka pendek setelah kegiatan selesai untuk memastikan keberlanjutan praktik yang telah dibangun bersama mitra.
 - Mahasiswa juga diharapkan dapat menyesuaikan strategi komunikasi dengan karakteristik mitra, terutama dalam hal penyampaian teknologi agar tetap membumi dan aplikatif.
3. Bagi Pemerintah Desa atau Lembaga Terkait:

- Pemerintah desa dapat mendorong pelaku UMKM setempat untuk memanfaatkan media sosial secara kolektif, misalnya dengan membuat katalog bersama atau grup promosi online berbasis desa.
 - Diharapkan juga ada dukungan infrastruktur digital seperti pelatihan dan fasilitas internet yang memadai agar pelaku usaha mikro dapat berdaya saing secara digital.
4. Untuk Penelitian Selanjutnya:
- Disarankan agar penelitian sejenis dilakukan dalam jangka waktu yang lebih panjang untuk melihat dampak berkelanjutan dari strategi pemasaran digital terhadap pertumbuhan usaha.
 - Penggunaan metode campuran (mixed-method) yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif juga dapat memperkaya hasil kajian secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N., & Fitriani, D. (2021). *Strategi Pemasaran Digital UMKM di Era Pandemi Covid-19*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, 9(2), 113–124. <https://doi.org/10.18860/jieb.v9i2.12456>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Cahyani, R. F., & Prasetyo, A. R. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Peningkatan Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 45–53.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Heryanto, A., & Ramadhan, T. (2021). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk Pertanian: Studi Kasus pada Peternak Jangkrik di Jawa Tengah. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 6(1), 33–42.
- Ismail, A. R., & Rahman, M. S. (2020). The Effectiveness of Social Media Marketing in Small and Medium Enterprises (SMEs). *International Journal of Business and Society*,
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (1988). *The Action Research Planner*. Victoria: Deakin University Press.

- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2020). *Profil UMKM Indonesia Tahun 2020*. <https://kemenkopukm.go.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nugroho, A. (2020). Efektivitas Promosi Produk UMKM melalui Instagram dan WhatsApp. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Kreatif*, 5(2), 89–96.
- Putri, M. D., & Santoso, I. M. (2019). Partisipasi Mahasiswa dalam Penelitian Aksi Partisipatoris: Studi Kasus pada Program KKN Tematik. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 201–209.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana, Y. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di Era Digital: Antara Media Sosial dan Penjualan Tradisional. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 51–59.
- Taneja, S., & Toombs, L. A. (2014). Putting a Face on Small Businesses: Visibility, Viability, and Sustainability The Impact of Social Media on Small Business Marketing. *Academy of Marketing Studies Journal*
- Wijaya, H., & Setiawan, R. (2023). Digital Marketing vs Penjualan Langsung: Efektivitasnya dalam Peningkatan Omset UMKM Peternakan. *Jurnal Inovasi Ekonomi dan Kewirausahaan*
- Yuliana, S., & Fitriyani, L. (2022). Analisis Strategi Penjualan Langsung Produk UMKM: Studi pada Peternak Jangkrik di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 7(2), 75–83.



CAHAYA ILMU BANGSA INSTITUTE

SK KEMENKUMHAM AHU-0018912-AH.01.14

Biro Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Perum Puri Kartika Asri Blok 2 A2 Malang

e-mail : admin@cahayailmubangsa.institute

No : 6/3/2025/2025/CIB/LOA
Lampiran : Link Terbitan dan PDF Terbit
Subject : Letter of Acceptance

Assalamualaikum Wr. Wb.

Bersama surat ini, kami menerangkan bahwa artikel dengan keterangan naskah berikut

Judul	:	PENINGKATAN LITERASI PERBANKAN SYARIAH MELALUI KEGIATAN SOSIALISASI DAN EDUKASI DINI PADA SISWA SMKN 1 BENGKULU
Author	:	Fahri Rosa, Fitria Rahmalia, Rahma Anisah, Isti Sari, Raihan Riskani Kusnannda
Instansi	:	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu
Korespondensi	:	Fahrirosa433@gmail.com

berstatus **ACCEPTED** untuk dipublish pada Jurnal : Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi Volume 18, no. 1 Year 2025. Keputusan ini dibuat sebagai tanda bahwa naskah yang bersangkutan telah lolos plagiarism checker dibawah 10-20%. Dan LoA ini dibuat sebagai bukti bahwa author telah menyelesaikan APC yang telah ditetapkan oleh pengelola jurnal. **LOA Berlaku** jika dilengkapi link dan pdf publish. Hubungi kami di cahayailmubangsa@gmail.com jika ada pertanyaan lebih lanjut, terima kasih.

Malang 6/3/2025

Hormat Kami

Direktur

Danang Priambodo, PhD



LOA Vervication No <<Tanggal>

098.7745.9984327.009948



CAHAYA ILMU BANGSA INSTITUTE

SK KEMENKUMHAM AHU-0018912-AH.01.14

Biro Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Perum Puri Kartika Asri Blok 2 A2 Malang

e-mail : admin@cahayailumbangsa.institute

Proses Review dan Perbaikan

No	Sub Bab	Perbaikan
1	Judul	Perbaikan Judul Disesuaikan Dengan Fokus Penelitian
2	Abstract	Perbaikan Abstract dan Kata Kunci Sesuai Question Research
3	Latar Belakang	Penempatan State of The Art Penelitian, Novelty Penelitian dan Gap Analysis
4	Metode Penelitian	Penyesuaian Metode Penelitian dengan Hasil Temuan
5	Hasil dan Pembahasan	<ol style="list-style-type: none">1. Penambahan beberapa hasil yang mendukung dengan Teori Penelitian2. Penambahan kajian teoritik dalam pembahasan3. Penyesuaian dengan Penelitian Kedepan
6	Kesimpulan	Penyesuaian dengan Research Question
7	Plagiarism	Turnitin dibawah 20%

Malang 6/3/2025

Hormat Kami

Direktur

Danang Priambodo, PhD



LOA Vervication No <<Tanggal>

098.7745.9984327.009948

Peningkatan Literasi Perbankan Syariah melalui Kegiatan Sosialisasi dan Edukasi Dini Pada Siswa SMKN 1 Bengkulu

Fahri Rosa¹, Fitria Rahmalia², Rahma Anisah³, Isti Sari⁴, Raihan Riskani Kusnannda⁵

Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno
Bengkulu

e-mail: Fahrirosa433@gmail.com

LINK: <https://ejournal.cahayailmubangsa.institute/index.php/musyteri/article/view/1138>

ABSTRACT

The low level of Islamic financial literacy in Indonesia is still a serious problem, with the literacy index only reaching 39.11% based on the National Survey of Financial Literacy and Inclusion (SNLIK) 2024. This disparity shows the need for intensive education, especially to the younger generation. To address this challenge, the Community Service Program (KKN) team from Fatmawati Soekarno State Islamic University (UIN) Bengkulu conducted socialization and education activities on Islamic banking for students of SMK Negeri 1 Bengkulu City. This activity uses a Participatory Action Research (PAR) approach, which emphasizes active participation between students and school parties in all stages of the activity. Socialization is carried out through interactive methods such as material delivery, discussion, case studies, and post-test evaluation. The results of the activity showed that more than 80% of the participants understood the basic concepts of Islamic banking and its products, and were able to distinguish between Islamic and conventional systems. In addition, 85% of participants were satisfied with the quality of the material delivery. This activity proved to be effective in improving Islamic financial literacy and is expected to be replicated in other schools as a concrete step to strengthen the Islamic economic ecosystem in Indonesia.

Keywords: *Islamic financial literacy, Islamic banking, socialization, students, community service*

ABSTRAK

Rendahnya tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia masih menjadi permasalahan serius, dengan indeks literasi hanya mencapai 39,11% berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024. Ketimpangan ini menunjukkan perlunya edukasi yang intensif, khususnya kepada generasi muda. Untuk menjawab tantangan tersebut, tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) dari Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Soekarno Bengkulu melaksanakan kegiatan sosialisasi dan edukasi mengenai perbankan syariah kepada siswa SMK Negeri 1 Kota Bengkulu. Kegiatan ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research (PAR)*, yang menekankan partisipasi aktif antara mahasiswa dan pihak sekolah dalam

seluruh tahapan kegiatan. Sosialisasi dilakukan melalui metode interaktif seperti penyampaian materi, diskusi, studi kasus, dan post-test evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa lebih dari 80% peserta memahami konsep dasar perbankan syariah dan produk-produknya, serta mampu membedakan antara sistem syariah dan konvensional. Selain itu, 85% peserta merasa puas terhadap kualitas penyampaian materi. Kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan literasi keuangan syariah dan diharapkan dapat direplikasi di sekolah lain sebagai langkah konkret memperkuat ekosistem ekonomi syariah di Indonesia.

Kata Kunci: literasi keuangan syariah, perbankan syariah, sosialisasi, siswa, pengabdian Masyarakat

PENDAHULUAN

Perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Perbankan syariah memiliki arti yang sangat luas bagi pertumbuhan ekonomi syariah dan mampu memberikan jalan keluar bagi pemberdayaan usaha kecil dan menengah, serta menjadi kekuatan utama ekonomi kerakyatan dan menjadi pondasi sistem perekonomian nasional. Peranan bank syariah menjadi suatu lembaga intermediasi yang mampu mengatasi permasalahan fundamental yang dihadapi oleh pengusaha kecil dan menengah, khususnya di bidang keuangan dan permodalan berbasis syariah (Rizal et al., 2022).

Secara resmi, pemerintah Indonesia telah mendukung keberadaan perbankan syariah di Indonesia berdasarkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Dalam undang-undang tersebut, bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum Islam. Prinsip syariah Islam yang dimaksud mencakup prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim*, dan objek yang haram, sebagaimana yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (Kharismawati, 2023)

Namun, dukungan regulasi tersebut belum cukup untuk membuat perbankan syariah dikenal secara luas di masyarakat. Masih banyak masyarakat yang belum memahami konsep dan praktik perbankan syariah (Nst et al., 2021). Rendahnya pemahaman ini menunjukkan pentingnya peningkatan literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat. (Mukhlis et al., 2023) juga menemukan bahwa literasi keuangan generasi muda masih rendah, meskipun mereka aktif secara finansial. Penelitian ini mengindikasikan perlunya pendekatan pendidikan keuangan yang lebih mendalam agar generasi muda dapat mengelola keuangan dengan lebih bijak.

Dalam era perkembangan ekonomi yang semakin kompleks, pemahaman terhadap sistem keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai agama menjadi semakin penting, kurangnya literasi keuangan syariah menyebabkan masyarakat belum memahami dan menyadari pentingnya peran lembaga keuangan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam (Izzah, 2021).

(Lusardi, 2019) menyatakan bahwa literasi keuangan menggambarkan kapasitas individu untuk membuat keputusan keuangan sehari-hari mengenai pengelolaan uang seperti anggaran, kekayaan, tabungan, dan perencanaan pensiun dengan menggunakan informasi ekonomi yang tersedia. Literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas yang bertujuan meningkatkan pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan masyarakat dalam mengelola keuangan dengan lebih baik (Museliza et al., 2023). Penelitian yang signifikan menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan faktor penting dalam mendorong perilaku keuangan individu dan stabilitas ekonomi secara keseluruhan. Sebuah tinjauan komprehensif terhadap literatur literasi keuangan menunjukkan bahwa meningkatkan literasi keuangan dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pencapaian inklusi ekonomi yang lebih besar, sehingga memungkinkan individu untuk membuat keputusan keuangan yang terinformasi yang dapat meningkatkan status sosial-ekonomi mereka (Burns, 2018). Penelitian (Laily, 2016) menyimpulkan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat di kalangan mahasiswa.

Untuk meningkatkan literasi keuangan, dibutuhkan upaya yang konkret dan berkelanjutan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui kegiatan sosialisasi. Literasi keuangan merupakan langkah penting untuk meningkatkan pemahaman masyarakat agar lebih sadar dan memahami pengelolaan keuangan, khususnya yang berbasis syariah (Sudarna et al., 2025). Dengan penyampaian materi yang interaktif dan relevan, diharapkan siswa dapat lebih memahami manfaat dan prinsip dari perbankan syariah, memungkinkan mereka berpartisipasi secara aktif dalam sistem keuangan yang lebih sehat dan sesuai dengan nilai-nilai agama (Sumartini et al., 2023).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan bahwa tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah di Indonesia masih tergolong rendah. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024, indeks literasi keuangan syariah hanya sebesar 39,11 persen dan indeks inklusi keuangan syariah sebesar 12,88 persen. Angka ini jauh lebih rendah dibandingkan indeks literasi keuangan Indonesia secara umum yang sebesar 65,43 persen serta indeks inklusi keuangan sebesar 75,02 persen. Dengan kata lain, terdapat selisih sekitar 26,32 persen untuk indeks literasi keuangan dan 62,14 persen untuk indeks inklusi keuangan. Hal ini mencerminkan bahwa masih banyak penduduk Indonesia yang belum mengetahui dan menggunakan produk keuangan syariah.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah adalah melalui penyuluhan dan edukasi kepada berbagai kalangan, termasuk siswa dan siswi. Penyuluhan ini dapat dilakukan dengan memberikan pemahaman secara langsung melalui kegiatan sosialisasi di lingkungan pendidikan (Wijaya et al., 2023). Strategi pengimplementasian perbankan syariah ini diwujudkan melalui program-program edukasi dan sosialisasi yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap prinsip dan praktik perbankan syariah (Mariyanti, 2020). Selain itu, juga dapat melalui program-program yang dirancang untuk menanamkan pemahaman mengenai

halal dan haram dalam transaksi, termasuk integrasi materi tersebut ke dalam kegiatan sehari-hari (Hidarya & Badrudin, 2024).

Tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) dari Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Soekarno Bengkulu yang terdiri dari mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah membentuk sebuah program pengabdian masyarakat yang berfokus pada peningkatan literasi keuangan syariah. Dalam program ini, siswa-siswi SMK Negeri 1 Kota Bengkulu dipilih sebagai objek dari kegiatan sosialisasi dan edukasi yang akan diimplementasikan secara langsung.

Pemilihan SMK Negeri 1 Kota Bengkulu didasarkan pada pertimbangan bahwa generasi muda, khususnya siswa tingkat sekolah menengah kejuruan, merupakan calon pelaku ekonomi masa depan yang perlu dibekali pemahaman sejak dini mengenai sistem keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, literasi keuangan syariah di kalangan pelajar masih tergolong rendah, sehingga kegiatan ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan mendorong pemanfaatan produk serta jasa perbankan syariah dalam kehidupan mereka kelak.

Capaian utama yang ingin diraih oleh tim pengabdian ini adalah bagaimana agar para peserta sosialisasi dapat memahami dan mengimplementasikan prinsip, sistem, serta layanan perbankan syariah baik dalam kehidupan pribadi maupun saat mereka terjun langsung ke dunia kerja. Kegiatan ini menjadi bagian dari kontribusi kecil kami dalam mengurangi tingkat buta literasi perbankan syariah di kalangan pelajar dan generasi muda.

METODE

Metode yang digunakan dalam program pengabdian masyarakat ini adalah Participatory Action Research (PAR). Participatory Action Research merupakan salah satu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menghubungkan proses penelitian dengan upaya menciptakan perubahan sosial yang positif. Pendekatan ini menekankan keterlibatan aktif seluruh pihak (stakeholder), baik dari pihak mahasiswa KKN maupun pihak sekolah, dalam mengkaji dan mengevaluasi tindakan yang dilakukan demi mencapai perbaikan dan peningkatan pemahaman secara berkelanjutan.

Selain itu, penerapan metode PAR dalam konteks literasi perbankan syariah pada remaja juga memberikan keuntungan yang signifikan. Dalam penelitian sebelumnya, diketahui bahwa partisipasi aktif dari siswa dalam kegiatan edukasi dapat meningkatkan pemahaman mereka terhadap konsep-konsep finansial yang penting, serta mengurangi ketidakpastian mereka terhadap aspek keuangan di masa depan (Pulawan et al., 2022).

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di SMKN 1 Kota Bengkulu, yang mencakup beberapa tahap, yaitu tahap perencanaan program sosialisasi literasi keuangan syariah, pelaksanaan kegiatan secara langsung bersama siswa, pencapaian hasil dari proses sosialisasi, serta tahap evaluasi guna menilai

efektivitas dan dampaknya terhadap pemahaman siswa. Dengan pendekatan PAR, diharapkan kegiatan ini tidak hanya menjadi momen berbagi pengetahuan, tetapi juga menjadi sarana kolaboratif antara mahasiswa dan sekolah dalam membangun kesadaran literasi keuangan syariah sejak dini (Sastri et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Perencanaan

Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan salah satu bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek pengabdian di bidang peningkatan literasi keuangan syariah. Kegiatan ini dilakukan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) dari Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu, yang tergabung dalam Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama kurang lebih 3 minggu, dengan bentuk kegiatan utama berupa sosialisasi dan edukasi langsung secara tatap muka kepada siswa-siswi SMK Negeri 1 Kota Bengkulu. Sasaran kegiatan ini dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa pelajar tingkat SMK adalah kelompok yang berpotensi menjadi pengguna layanan keuangan di masa mendatang, dan karenanya penting untuk diberikan pemahaman tentang sistem keuangan syariah sejak dini. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan beberapa pendekatan dan prosedur. Prosedur pengabdian yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Sebelum pelaksanaan kegiatan di sekolah, tim pengabdian menjalin komunikasi dan melakukan mediasi awal dengan pihak Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS). Tujuan dari kolaborasi ini adalah untuk memperkuat isi materi sosialisasi yang akan disampaikan, serta membuka ruang sinergi antara lembaga keuangan syariah dan institusi pendidikan.
2. Tim melakukan seleksi lokasi yang dinilai strategis, mudah diakses, dan sesuai dengan target program. SMKN 1 Kota Bengkulu dipilih sebagai lokasi pengabdian karena letaknya yang berada di pusat kota, serta memiliki jumlah siswa yang besar dan latar belakang pendidikan vokasi yang relevan dengan tema literasi keuangan.
3. Setelah lokasi ditentukan, tim melakukan mediasi formal dengan pihak sekolah, termasuk koordinasi dengan kepala sekolah, guru pendamping, dan staf kesiswaan untuk menjelaskan tujuan kegiatan, materi yang akan disampaikan, serta teknis pelaksanaannya. Mediasi ini penting untuk memastikan kegiatan berjalan lancar dan mendapatkan dukungan dari pihak sekolah.
4. Kegiatan inti berupa sosialisasi dan edukasi mengenai perbankan syariah dilaksanakan secara langsung kepada para siswa melalui metode interaktif seperti penyampaian materi,

diskusi terbuka, studi kasus, dan kuis. Materi yang disampaikan mencakup pengertian perbankan syariah, prinsip-prinsip dasar keuangan syariah, jenis produk perbankan syariah, serta peran generasi muda dalam memperkuat sistem keuangan yang beretika dan berlandaskan syariah.

Tahap Pelaksanaan

Kegiatan sosialisasi, edukasi, dan literasi keuangan syariah yang dilaksanakan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu di SMK Negeri 1 Kota Bengkulu merupakan bagian dari upaya pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran siswa terhadap pentingnya sistem keuangan berbasis prinsip syariah. Materi yang disampaikan mencakup landasan hukum bank syariah, sejarah dan perkembangan perbankan syariah di Indonesia, perbedaan mendasar antara bank syariah dan bank konvensional, serta berbagai produk dan layanan yang ditawarkan oleh perbankan syariah.

Evaluasi terhadap kegiatan ini dilakukan secara menyeluruh melalui observasi langsung selama kegiatan berlangsung, di mana antusiasme dan partisipasi aktif para siswa menjadi indikator awal keberhasilan pelaksanaan. Siswa menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap materi yang disampaikan, terlihat dari banyaknya pertanyaan dan diskusi yang muncul selama sesi berlangsung. Untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta, tim KKN juga membagikan angket post-test yang berisi sejumlah pertanyaan terkait materi yang telah disampaikan. Hasil dari angket tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu memahami konsep-konsep dasar perbankan syariah, mengidentifikasi perbedaan dengan sistem konvensional, serta mengetahui jenis-jenis produk keuangan syariah.

Selain itu, kegiatan ini juga mendapat tanggapan positif dari pihak sekolah, terutama guru pendamping dan tenaga kependidikan lainnya. Mereka menyampaikan bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat dalam memberikan wawasan baru kepada siswa, khususnya yang berasal dari jurusan atau latar belakang yang berkaitan dengan ekonomi, bisnis, dan keuangan. Menurut pihak sekolah, informasi yang diperoleh siswa melalui kegiatan ini dapat menjadi bekal yang berguna dalam menghadapi dunia kerja maupun kehidupan sehari-hari, terutama dalam memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Melalui kegiatan ini pula, diharapkan siswa dapat menjadi agen penyebar informasi kepada keluarga dan lingkungan sekitarnya mengenai pentingnya menerapkan nilai-nilai syariah dalam aktivitas keuangan.

Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Tim KKN menilai bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan literasi keuangan syariah di kalangan siswa SMK dan memiliki dampak positif dalam menanamkan kesadaran akan pentingnya menjauhi praktik riba, gharar, dan aktivitas keuangan yang bertentangan dengan prinsip Islam. Oleh karena itu, kegiatan ini sangat layak untuk dilanjutkan pada kesempatan berikutnya,

dengan sasaran yang lebih luas tidak hanya terbatas pada siswa sekolah, tetapi juga mencakup masyarakat umum dan pelaku usaha kecil menengah di Kota Bengkulu agar manfaatnya dapat dirasakan lebih luas.

Hasil

Kegiatan sosialisasi keuangan syariah yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu di SMK Negeri 1 Kota Bengkulu, terlihat bahwa kegiatan berjalan dengan lancar dan mendapatkan respon positif dari para peserta. Selama kegiatan berlangsung, para siswa menunjukkan sikap yang kooperatif dan antusias dalam mengikuti seluruh rangkaian acara. Antusiasme tersebut terlihat dari ketertarikan mereka mendengarkan pemaparan materi dan partisipasi aktif saat sesi diskusi berlangsung. Beberapa siswa secara sukarela mengajukan pertanyaan maupun memberikan tanggapan terhadap topik yang dibahas, seperti perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional, serta bagaimana penerapan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

Antusiasme dan keterlibatan aktif para siswa ini menjadi indikator bahwa materi yang disampaikan berhasil diterima dengan baik. Selain itu, tim KKN juga menerima kesan dan pesan secara langsung dari pihak sekolah maupun siswa yang merasa mendapatkan wawasan baru dan bermanfaat tentang pentingnya memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam. Hal ini diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran siswa sejak dini untuk menjauhi praktik riba dan menghindari transaksi yang mengandung unsur gharar atau ketidakjelasan. Kegiatan ini juga membuka pemahaman baru bagi siswa tentang bahaya meminjam uang dari pihak-pihak yang tidak resmi seperti rentenir atau lembaga pinjaman tidak syariah, yang umumnya memberikan bunga tinggi dan menjerat dalam utang berkepanjangan.

Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui hasil kegiatan sosialisasi mengenai pemahaman siswa mengenai perbankan syariah. Evaluasi ini dilakukan dengan cara membagikan pertanyaan mengenai materi yang telah disampaikan dan memberikan koesioner tentang kepuasan para peserta kegiatan sosialisasi. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Pengetahuan

No.	Kriteria Pertanyaan	B	S	Total	Keberhasilan
1.	Pengertian perbankan syariah	29	5	34	85,29%
2.	Perbedaan perbankan syariah & bank konvensional	26	8	34	76,47 %
3.	Prinsip perbankan syariah	27	7	34	79,41%
4.	Produk produk perbankan syariah	32	2	34	94,12%
5.	Dasar hukum perbankan syariah	28	6	34	82,35%
6.	Keunggulan perbankan syariah	28	6	34	82,35%

7.	Bank bank syariah yang terdapat di Bengkulu	27	7	34	79,41%
----	---	----	---	----	--------

Dari hasil koesioner tentang pengetahuan atau penguasaan materi yang di sampaikan dapat diketahui sebanyak 85% peserta sosialisasi memahami Pengertian Perbankan Syariah. Sebanyak 76% peserta sosialisasi memahami Perbedaan Perbankan syariah & Konvensional, 79% peserta sosialisasi memahami prinsip perbankan syariah, Sebanyak 94% peserta sosialisasi mengetahui produk produk perbankan syariah. Kemudian 82% peserta memahami dasar hukum serta keunggulan yang dimiliki perbankan syariah, dan sebanyak 79% siswa mengetahui nama bank syariah yang terdapat di kota Bengkulu.

Tabel hasil sosialisasi ini menunjukkan bahwa perlu adanya pemahaman yang lebih mendalam dan penjelasan yang lebih lanjut lagi kepada para peserta sosialisasi mengenai perbedaan Perbankan syariah & Konvensional. Upaya yang kami lakukan adalah memberikan brosur dan paper hasil materi yang kami sampaikan dengan harapan para peserta sosialisasi dapat lebih memahami tentang perbedaan Bank Syariah dan konvensional.

Table 1.2 Kepuasan Terhadap Materi

No.	Pertanyaan	SP	P	CP	TP	Total	%
1.	Penguasaan materi	2	27	2	3	34	79%
2.	Kecakapan pemateri dalam menjawab pertanyaan	0	29	2	3	34	85%
3.	Penyampaian materi	1	27	3	3	34	79%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa 79% peserta sosialisasi merasa cukup puas terhadap penguasaan materi dan cara pemateri menyampaikan sosialisasi Perbankan Syariah pada siswa SMKN 1 Kota Bengkulu. dan sebanyak 85% peserta sosialisasi merasa puas terhadap jawaban yang disampaikan oleh pemateri.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa sosialisasi keuangan syariah yang dilakukan oleh tim KKN berdampak positif dalam meningkatkan literasi dan kesadaran peserta terhadap pentingnya sistem keuangan syariah. Oleh karena itu, kegiatan serupa sangat dianjurkan untuk dilanjutkan di masa mendatang dengan sasaran yang lebih luas, agar semakin banyak generasi muda yang memahami dan mengaplikasikan prinsip-prinsip keuangan Islam dalam kehidupan mereka. Dokumentasi kegiatan juga telah dilakukan sebagai bukti pelaksanaan, yang memperlihatkan keterlibatan aktif para peserta dalam mengikuti sosialisasi yang diberikan.

PENUTUP

Kegiatan sosialisasi dan edukasi mengenai keuangan syariah yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu di SMK Negeri 1 Kota Bengkulu berjalan dengan lancar dan sesuai dengan rencana. Sosialisasi ini menjadi salah satu upaya nyata dalam meningkatkan pemahaman dan literasi siswa terkait prinsip-prinsip dasar keuangan syariah, seperti larangan riba, pentingnya akad yang jelas, serta pengenalan produk-produk perbankan syariah.

Respon dari pihak sekolah, terutama para siswa, sangat positif dan antusias. Hal ini terlihat dari semangat mereka dalam mengikuti kegiatan, berpartisipasi dalam diskusi, serta memberikan umpan balik yang membangun. Kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat pengetahuan bagi peserta, tetapi juga mempererat hubungan antara dunia pendidikan dengan masyarakat kampus dalam mendorong pemahaman nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam aspek keuangan.

Harapannya, kegiatan ini dapat memberikan kontribusi jangka panjang dalam membentuk generasi muda yang sadar dan peduli terhadap sistem keuangan yang sesuai syariah, serta mampu menjadi agen perubahan dalam menyebarkan literasi keuangan syariah di tengah masyarakat. Kegiatan ini juga dapat dijadikan sebagai model untuk pelaksanaan sosialisasi serupa di sekolah-sekolah lainnya, dengan cakupan peserta yang lebih luas dan pendekatan yang lebih interaktif di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, Firmansyah Anang. (2019). *Manajemen bank syariah: Implementasi teori dan praktek*. CV Penerbit Qiara Media.
- Anshori, A. G. (2007). *Perbankan syariah di Indonesia*. Gadjah Mada University Press.
- Agustin, H., & Rusby, Z. (2022). *Manajemen bank syariah: Konsep dan praktik*. PT Rajagrafindo Persada.
- Burns, S. A. (2018). M-Pesa and the 'Market-Led' Approach to Financial Inclusion. *Economic Affairs*, 38(3), 406–421. <https://doi.org/10.1111/ecaf.12321>
- Hasan, Nurul Ihsan. (2014). *Pengantar perbankan syariah*. GP Press Group.
- Hidarya, I., & Badrudin, E. (2024). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Mengonsumsi Dan Memperjualbelikan Produk Makanan Dan Minuman Yang Belum Bersertifikat Halal. *Sharia Jurnal Kajian Islam*, 1(2), 29–47. <https://doi.org/10.59757/sharia.v1i2.25>
- Izzah, N. (2021). Edukasi untuk Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah di Desa Huta Raja, Kabupaten Mandailing Natal. *Community Empowerment*, 6(3), 456–463. <https://doi.org/10.31603/ce.4453>
- Kharismawati, D. (2023). Strategi Peningkatan Kinerja Keuangan Setelah Pandemi Covid-19. *JIEMBI: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 2988–5647.

- Laily, N. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan. *Journal of Accounting and Business Education*, 1(4).
<https://doi.org/10.26675/jabe.v1i4.6042>
- Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 155(1), 1–8. <https://doi.org/10.1186/s41937-019-0027->
- Mariyanti, T. (2020). Pemahaman Ekonomi Islam Pada Usia Sekolah Di Lingkungan Masjid Luar Batang Penjaringan Jakarta Utara. *Jurnal Pengabdian Bareleng*, 2(02), 21–25.
<https://doi.org/10.33884/jpb.v2i02.1880>
- Mukhlis, T. I., Widajatun, V. W., Yanida, P., Susanti, N., Sumantri, M. B. A., Padmanegara, O. H., & Effendi, K. A. (2023). Upaya Peningkatan Literasi Keuangan Bagi Generasi Z (Studi Pada Siswa SMA Santa Maria 1 Bandung). *Madaniya*, 4(4), 1497–1504.
- Museliza, V., Identiti, I., Rimet, R., & Ustha, E. (2023). Literasi Keuangan dalam Pengelolaan Keuangan Pribadi pada Generasi Z. *Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Masyarakat Multikultural*, 1(1), 22–27. <https://doi.org/10.57152/batik.v1i1.702>
- Nurhidayah. (2021). Literasi keuangan syariah: Teori dan praktik di Indonesia. PT Rajagrafindo Persada.
- Nst, R., Sihotang, M. K., & Hasanah, U. (2021). Penguatan Pemahaman Keuangan Syariah Bagi Guru. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 160–173.
- Pulawan, I. M., Widari, D. A. N., & Yasa, I. M. J. (2022). PKM Pemanfaatan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Kerajinan Koran Bekas Di Banjar Beng Desa Carangsari, Kabupaten Badung. *Community Service Journal (Csj)*, 5(1), 14–19.
<https://doi.org/10.22225/csj.5.1.2022.14-19>
- Sastri, I. I. D. A. M., Pertamawati, N. P., & Edwindra, R. (2024). Pendampingan Aspek Perpajakan BUMDES Panca Sedana Sari Desa Bunutin Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli. *Community Service Journal (Csj)*, 6(2), 65–70. <https://doi.org/10.22225/csj.6.2.2024.65-70>
- Sudarna, N., Amimi, V. A., Hidarya, I., & Fahrudin, D. (2025). TINJAUAN HUKUM SYARIAH TERHADAP PEMASARAN PRODUK MITRA EMAS iB MASLAHAH. *Sharia Jurnal Kajian Islam*, 2(1), 61–76. <https://doi.org/10.59757/sharia.v2i1.73>
- Sumartini, A. R., Indiani, N. L. P., & Jayanti, L. G. P. S. E. (2023). Pemberdayaan Umkm, Pencegahan Stunting, Dan Revitalisasi Destinasi Ekowisata Di Kelurahan Penatih, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar. *Community Service Journal (Csj)*, 5(2), 62–68.
<https://doi.org/10.22225/csj.5.2.2023.62-68>
- Wijaya, D., Indraningrat, A. A. G., Idawati, I. A. A., & Wijaya, W. (2023). Edukasi Penerapan Perilaku

Hidup Bersih Dan Sehat, Pengelolaan Sampah, Serta Pelatihan Literasi Finansial Pada STT Wira
Dharma, Desa Bangbang, Bangli. *Community Service Journal (Csj)*, 5(2), 50–54.
<https://doi.org/10.22225/csj.5.2.2023.50-54>



CAHAYA ILMU BANGSA INSTITUTE

SK KEMENKUMHAM AHU-0018912-AH.01.14

Biro Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Perum Puri Kartika Asri Blok 2 A2 Malang

e-mail : admin@cahayailmubangsa.institute

No : 6/4/2025/2025/CIB/LOA
Lampiran : Link Terbitan dan PDF Terbit
Subject : Letter of Acceptance

Assalamualaikum Wr. Wb.

Bersama surat ini, kami menerangkan bahwa artikel dengan keterangan naskah berikut

Judul	:	EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN JANGKRIK STUDI KASUS MEDIA SOSIAL VS PENJUALAN LANGSUNG
Author	:	Veni Sri Wahyuni, Meidhe Ade Maharani, Ardian Pramesti Vita, Ferli Ardiansyah, Fernandra Agustian
Instansi	:	UIN Fatmawati Sukarno
Korespondensi	:	venisriwahyuni04@gmail.com , fernandra020803@gmail.com , ardianvita20@gmail.com , meidhemaharani63@gmail.com , ferliardiansyahf@gmail.com

berstatus ACCEPTED untuk dipublish pada Jurnal : Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi Volume 18, no. 2 Year 2025. Keputusan ini dibuat sebagai tanda bahwa naskah yang bersangkutan telah lolos plagiarism checker dibawah 10-20%. Dan LoA ini dibuat sebagai bukti bahwa author telah menyelesaikan APC yang telah ditetapkan oleh pengelola jurnal. LOA Berlaku jika dilengkapi link dan pdf publish. Hubungi kami di cahayailmubangsa@gmail.com jika ada pertanyaan lebih lanjut, terima kasih.

Malang 6/4/2025

Hormat Kami

Direktur

Danang Priambodo, PhD



LOA Vervication No <<Tanggal>

098.7745.9984327.009948



CAHAYA ILMU BANGSA INSTITUTE

SK KEMENKUMHAM AHU-0018912-AH.01.14

Biro Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Perum Puri Kartika Asri Blok 2 A2 Malang

e-mail : admin@cahayailmubangsa.institute

Proses Review dan Perbaikan

No	Sub Bab	Perbaikan
1	Judul	Perbaikan Judul Disesuaikan Dengan Fokus Penelitian
2	Abstract	Perbaikan Abstract dan Kata Kunci Sesuai Question Research
3	Latar Belakang	Penempatan State of The Art Penelitian, Novelty Penelitian dan Gap Analysis
4	Metode Penelitian	Penyesuaian Metode Penelitian dengan Hasil Temuan
5	Hasil dan Pembahasan	<ol style="list-style-type: none">1. Penambahan beberapa hasil yang mendukung dengan Teori Penelitian2. Penambahan kajian teoritik dalam pembahasan3. Penyesuaian dengan Penelitian Kedepan
6	Kesimpulan	Penyesuaian dengan Research Question
7	Plagiarism	Turnitin dibawah 20%

Malang 6/4/2025

Hormat Kami

Direktur

Danang Priambodo, PhD



LOA Vervication No <<Tanggal>

098.7745.9984327.009948

Peningkatan Literasi Keuangan di SMAN 4 Kota Bengkulu melalui Sosialisasi "Mengenal Perbankan Syariah"

Cik engga¹, indah kusuma², dona Ananda putri³, premi Lestari⁴, sri ayu wulandari⁵

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu

Email: cihingga@gmail.com, Kusumaindah064@gmail.com, putriidonaa222888@gmail.com,
premilestari1@gmail.com, sriayuwulandariwulandari94@gmail.com

LINK: <https://ejournal.cahayailmubangsa.institute/index.php/musytari/article/view/1120>

Abstract

his study aims to enhance the financial literacy of high school students through a socialization activity themed "Introducing Islamic Banking in an Islamic Way." The activity was conducted at SMAN 4 Kota Bengkulu as a form of educational outreach by students of the Islamic Banking Study Program. Financial literacy is a strategic issue in raising awareness among young generations about the importance of responsible financial management, especially in the context of rapid technological advancement and increasing access to digital financial products. In this context, the introduction of Islamic banking is highly relevant, given that Indonesia is home to the world's largest Muslim population. The research employed a descriptive qualitative approach, with data collected through direct observation, documentation of the activity, and unstructured interviews with participants.

The results of the activity indicate a high level of enthusiasm among students for the topic presented, particularly due to the communicative and interactive delivery method. Students gained a better understanding of basic Islamic banking principles, such as the prohibition of riba (interest), profit-sharing schemes (mudharabah and musyarakah), and the values of justice in financial transactions. Moreover, the activity positively impacted students' curiosity about Islamic finance and motivated some of them to explore Islamic financial institutions further. Based on these findings, it can be concluded that such educational initiatives are effective strategies for fostering financial literacy from an early age. Therefore, the authors recommend integrating similar activities systematically into high school financial education curricula, particularly in areas with strong potential for Islamic economic development.

Keywords: *Financial Literacy, Islamic Banking, Financial Education, High School Students,*

Socialization

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan siswa di tingkat sekolah menengah atas melalui kegiatan sosialisasi yang bertemakan “Mengenal Perbankan Syariah Ala Islami”. Kegiatan ini dilaksanakan di SMAN 4 Kota Bengkulu sebagai bentuk pengabdian dan edukasi dari mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah. Literasi keuangan menjadi isu strategis dalam membangun kesadaran generasi muda terhadap pentingnya pengelolaan keuangan secara bertanggung jawab, terutama di tengah perkembangan teknologi dan akses ke produk-produk keuangan digital. Dalam konteks ini, pengenalan terhadap perbankan syariah menjadi sangat relevan, mengingat Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, dokumentasi kegiatan, serta wawancara tidak terstruktur terhadap peserta kegiatan.

Hasil dari kegiatan menunjukkan adanya antusiasme yang tinggi dari para siswa terhadap topik yang dibahas, terutama karena pendekatan penyampaian materi dilakukan secara komunikatif dan interaktif. Siswa menjadi lebih mengenal prinsip-prinsip dasar perbankan syariah seperti larangan riba, sistem bagi hasil (mudharabah dan musyarakah), serta nilai-nilai keadilan dalam transaksi keuangan. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan rasa ingin tahu siswa mengenai keuangan Islami dan memotivasi sebagian dari mereka untuk mempelajari lebih lanjut tentang lembaga keuangan syariah. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan edukatif seperti ini dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam membangun literasi keuangan sejak dini. Oleh karena itu, penulis merekomendasikan agar kegiatan serupa dapat diintegrasikan secara sistematis dalam kurikulum pendidikan keuangan sekolah menengah atas, khususnya di wilayah yang memiliki potensi besar untuk pengembangan ekonomi syariah.

Kata kunci: *Literasi keuangan, Perbankan Syariah, Edukasi Keuangan, Siswa SMA, Sosialisasi*

1. PENDAHULUAN

Literasi keuangan merupakan keterampilan penting yang harus dimiliki oleh generasi muda dalam menghadapi tantangan ekonomi modern. Wahyuni & Setiawati, (2022) yang mendefinisikan literasi keuangan sebagai pemahaman tentang keuangan serta kemampuan untuk menerapkan keuangan demi meningkatkan kesejahteraan hidup (Oktavia et al., 2025). Menurut Remund (2010) indikator yang terdapat dalam literasi keuangan syariah adalah (1) Pengetahuan, merupakan salah satu aspek yang harus dimiliki seseorang dalam konsep literasi keuangan agar dapat mengelola keuangan dengan baik. hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraannya. (2) Kemampuan, seseorang memiliki tingkat literasi yang tinggi maka dia mampu menciptakan keputusan keuangan yang baik. Pengambilan keputusan menjadi salah satu yang paling penting dalam konteks literasi keuangan. (3) Kepercayaan, tidak semua orang mampu dalam meningkatkan kepercayaan diri pada saat merencanakan kebutuhan jangka panjang (Nuraini et al., 2023).

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, remaja tidak hanya dituntut untuk memiliki kecakapan akademik, tetapi juga pemahaman praktis terkait pengelolaan keuangan pribadi. Kurangnya literasi keuangan di kalangan pelajar dapat berdampak pada rendahnya kemampuan dalam mengelola uang saku, menabung, membuat keputusan keuangan yang bijak, serta memahami produk dan jasa keuangan yang tersedia. pentingnya literasi keuangan dalam perencanaan keuangan pribadi. Literasi keuangan yang rendah dikaitkan dengan kurangnya perencanaan dan pengambilan keputusan yang tidak optimal (Mitchell et al., 2011). Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan sejak dini menjadi kebutuhan yang sangat mendesak untuk membentuk generasi yang cerdas finansial, bertanggung jawab, dan mampu mandiri secara ekonomi.

Salah satu pendekatan efektif untuk meningkatkan pemahaman siswa tentang pengelolaan keuangan adalah melalui kegiatan sosialisasi langsung yang dikemas secara edukatif, menarik, dan relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari. Dalam konteks ini, memperkenalkan sistem perbankan syariah menjadi sangat penting, terutama bagi siswa di wilayah mayoritas Muslim seperti di Kota Bengkulu yang berdasarkan data terbaru dari Kementerian Agama Republik Indonesia, pada tahun 2024, sekitar 97,85% penduduk Provinsi Bengkulu memeluk agama Islam. Jumlah ini setara dengan 2.066.774 jiwa dari total populasi provinsi yang mencapai sekitar 2,11 juta jiwa .. Perbankan syariah tidak hanya menjadi alternatif dari sistem perbankan konvensional,

tetapi juga membawa nilai-nilai etis, keadilan, dan keislaman yang sesuai dengan ajaran agama dan budaya lokal.

Prinsip dasar perbankan syariah seperti larangan riba, keadilan dalam transaksi, serta sistem bagi hasil dalam pembiayaan memberikan pandangan baru kepada siswa mengenai bagaimana sistem keuangan dapat berjalan tanpa harus mengorbankan nilai-nilai moral dan spiritual. Hal ini juga memperluas wawasan mereka tentang pilihan sistem keuangan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga pada kemaslahatan sosial dan keberkahan.

Melalui kegiatan sosialisasi yang dilakukan di SMAN 4 Kota Bengkulu, mahasiswa dari Program Studi Perbankan Syariah memperkenalkan konsep-konsep dasar perbankan syariah kepada para siswa dengan menggunakan pendekatan yang komunikatif, edukatif, dan menyenangkan. Kegiatan ini tidak hanya menjadi ajang berbagi pengetahuan, tetapi juga menjadi sarana interaksi yang memperkuat keterlibatan generasi muda dalam memahami sistem keuangan syariah. Antusiasme dan respons positif dari siswa menunjukkan bahwa metode pendekatan langsung seperti ini sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman mereka terhadap literasi keuangan.

Artikel ini bertujuan untuk menggambarkan proses pelaksanaan kegiatan sosialisasi, mengidentifikasi respons siswa sebagai audiens utama, serta mengevaluasi sejauh mana kegiatan ini memberikan dampak terhadap peningkatan pemahaman mereka tentang konsep dasar perbankan syariah. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan siswa tidak hanya mendapatkan pengetahuan baru, tetapi juga terdorong untuk menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang sehat dan islami dalam kehidupan sehari-hari.

2. Tinjauan Pustaka

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami dan menggunakan berbagai konsep serta instrumen keuangan untuk membuat keputusan yang tepat dalam mengelola sumber daya finansial mereka. Pentingnya pendidikan keuangan sejak usia muda karena berdampak besar terhadap kesejahteraan ekonomi masa depan seseorang (**Lusardi & Mitchell 2011**). Menurut OECD (2014), literasi keuangan mencakup kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang baik dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan finansial. Pendidikan Literasi

keuangan penting dilakukan sedini mungkin. Edukasi Literasi Keuangan menurut (Raphi, 2016) merupakan sebuah pemahaman yang komprehensif serta mendalam tentang pengelolaan keuangan pribadi ataupun keluarga yang membuat seseorang memiliki kuasa, pemahaman dan keyakinan terhadap keputusan keuangan yang diambil (Novieningtyas, 2014).

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk memahami dan mengelola keuangan dengan bijak, termasuk dalam membuat keputusan ekonomi yang efektif (Apriliani et al., 2025). Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu dalam menyusun anggaran, menabung secara rutin, memahami risiko investasi, serta terhindar dari praktik-praktik keuangan yang merugikan seperti penggunaan pinjaman berbunga tinggi secara sembarangan. literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan erat kaitannya dengan kemampuan dan pengetahuan seseorang terhadap keuangan (Oktaviana et al., 2024). Di sisi lain, rendahnya tingkat literasi keuangan dapat menyebabkan perilaku konsumtif, ketergantungan terhadap utang konsumtif, serta kesulitan dalam mencapai stabilitas ekonomi pribadi.

literasi keuangan merupakan pengetahuan yang mendasar tentang konsep keuangan dan produk keuangan yang berguna untuk membuat keputusan keuangan yang baik dan menghasilkan kemakmuran finansial di masa yang akan datang (Ilmiah et al., 2024). Dalam konteks pelajar, literasi keuangan sangat penting karena mereka berada pada fase pembentukan karakter dan kebiasaan. Menanamkan nilai-nilai pengelolaan keuangan yang sehat sejak usia sekolah diharapkan dapat menciptakan generasi yang lebih mandiri, bijak dalam mengambil keputusan finansial, serta tidak mudah terpengaruh oleh gaya hidup konsumtif.

Perbankan Syariah

Perbankan syariah adalah sistem perbankan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip Islam dan hukum syariah (fiqh muamalah). Prinsip utama dalam perbankan syariah adalah larangan riba (bunga), larangan gharar (ketidakjelasan), dan larangan maisir (spekulasi atau perjudian). Sebagai gantinya, sistem ini mengedepankan prinsip keadilan, transparansi, dan saling menguntungkan antara pihak bank dan nasabah (Antonio, 2001).

Produk-produk yang digunakan dalam perbankan syariah mencerminkan semangat keadilan tersebut. Misalnya, dalam akad *mudharabah* (bagi hasil), nasabah bertindak sebagai pemilik dana sedangkan bank bertindak sebagai pengelola dana. Keuntungan dibagi berdasarkan nisbah yang telah disepakati, sedangkan kerugian ditanggung oleh pemilik modal, kecuali jika

pengelola melakukan kelalaian. Sementara dalam akad *murabahah* (jual beli dengan margin keuntungan), bank membeli barang yang dibutuhkan nasabah dan menjualnya kembali dengan harga yang telah disepakati, tanpa melibatkan unsur bunga.

Dengan model seperti ini, perbankan syariah tidak hanya menyediakan layanan keuangan, tetapi juga membawa misi sosial dan spiritual yang menekankan pentingnya keadilan, keberkahan, serta keberpihakan pada ekonomi masyarakat kecil. Dalam konteks edukasi keuangan di sekolah, mengenalkan konsep ini kepada siswa memberikan alternatif pemikiran yang lebih luas tentang sistem ekonomi yang etis dan berbasis nilai.

Pendidikan Keuangan di Sekolah

Pendidikan keuangan pada usia muda sangat krusial dalam membentuk kebiasaan dan pola pikir keuangan seseorang. Lusardi & Mitchell (2011) menyatakan bahwa pendidikan keuangan yang diberikan sejak usia dini mampu memberikan dampak jangka panjang yang signifikan terhadap kesejahteraan ekonomi seseorang di masa depan. Mereka yang memahami konsep dasar keuangan lebih mampu mengelola pendapatan, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta merencanakan keuangan dengan lebih baik.

Pendidikan keuangan di sekolah bukan hanya tentang mengenal istilah-istilah keuangan atau fungsi lembaga keuangan, tetapi juga tentang membentuk sikap positif terhadap uang dan tanggung jawab dalam mengelolanya. Oleh karena itu, pendekatan pembelajaran literasi keuangan sebaiknya bersifat aplikatif, interaktif, dan sesuai dengan konteks kehidupan siswa.

Kegiatan edukasi keuangan berbasis praktik langsung (sosialisasi, simulasi tabungan, dan pengelolaan keuangan) dapat meningkatkan pemahaman siswa secara signifikan (Sari, M. R., & Hapsari, D. W. 2019). Mengintegrasikan materi tentang perbankan syariah dalam kegiatan pendidikan keuangan juga memberikan nilai tambah, terutama di lingkungan pendidikan berbasis Islam atau masyarakat mayoritas Muslim. Hal ini membantu siswa memahami bahwa pengelolaan keuangan bukan hanya soal efisiensi dan keuntungan, tetapi juga mencakup dimensi spiritual dan moral yang tidak kalah penting.

Kegiatan sosialisasi langsung, seperti yang dilakukan oleh mahasiswa kepada siswa SMAN 4 Kota Bengkulu, merupakan bentuk nyata dari pendidikan keuangan kontekstual yang dapat menginspirasi siswa dan memperluas wawasan mereka mengenai sistem keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai agama dan sosial.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait literasi keuangan dan pengenalan perbankan syariah sebelumnya telah banyak dilakukan, baik pada konteks pendidikan formal maupun nonformal. Salah satu penelitian oleh Putri & Riyadi (2020) dalam Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara tingkat literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pemahaman konsep dasar keuangan memiliki implikasi langsung terhadap kebiasaan mengelola uang secara bertanggung jawab.

Penelitian lain oleh Ningsih & Maulani (2021) dalam Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia membahas pentingnya literasi keuangan sejak usia sekolah. Mereka menekankan bahwa sekolah perlu mengintegrasikan kurikulum keuangan yang aplikatif untuk membentuk pola pikir dan sikap keuangan yang sehat di kalangan pelajar. Penelitian ini menguatkan urgensi edukasi keuangan dari usia muda sebagaimana diterapkan dalam kegiatan sosialisasi ini.

Sementara itu, Rahim & Zakaria (2013) dalam International Journal of Social Science and Humanity melakukan studi terhadap tingkat kesadaran dan pengetahuan produk bank syariah pada masyarakat non-Muslim di Malaysia. Hasilnya menunjukkan bahwa pendekatan edukatif yang tepat mampu meningkatkan pemahaman lintas budaya terhadap prinsip keuangan syariah, sehingga dapat menjadi referensi dalam model penyampaian edukasi kepada generasi muda yang belum mengenal konsep tersebut.

Studi oleh Lusardi dan Mitchell (2011) dari National Bureau of Economic Research juga menyoroti keterkaitan erat antara pendidikan keuangan sejak dini dengan keputusan finansial jangka panjang, termasuk dalam konteks pensiun dan perencanaan hidup. Hal ini mendukung pendekatan kegiatan ini yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga membangun landasan berpikir finansial bagi siswa dalam jangka panjang.

Dari berbagai penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa peningkatan literasi keuangan melalui pendekatan edukatif seperti sosialisasi langsung terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran finansial. Artikel ini memberikan kontribusi praktis dengan mengaplikasikan model edukasi literasi berbasis nilai Islam di lingkungan sekolah menengah atas, yang masih jarang dilakukan secara terstruktur.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **deskriptif kualitatif**. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yakni untuk mendeskripsikan secara mendalam proses dan

dampak dari kegiatan sosialisasi literasi keuangan dengan tema “Menenal Perbankan Syariah Ala Islami” terhadap pemahaman siswa-siswi SMAN 4 Kota Bengkulu. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali data secara alami, apa adanya, tanpa manipulasi variabel, serta memahami makna dari sudut pandang subjek yang diteliti.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di **Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 4 Kota Bengkulu**, yang dipilih secara purposive karena merupakan sekolah yang memiliki latar belakang siswa dengan karakteristik sosial dan religius yang kuat. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan di aula sekolah dan melibatkan siswa-siswi dari kelas XI IPS1 sebagai subjek penelitian. Jumlah peserta yang hadir dalam kegiatan mencapai sekitar 38 orang siswa, yang secara aktif mengikuti presentasi dan diskusi mengenai perbankan syariah.

Pemilihan kelas XI IPS1 didasarkan pada pertimbangan bahwa siswa pada jenjang ini berada dalam usia yang sangat relevan untuk menerima pendidikan literasi keuangan, serta berada dalam tahap pembentukan karakter dan kebiasaan yang kuat. Mereka juga diharapkan lebih siap dan terbuka dalam menerima informasi baru.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan akurat, yaitu:

a. **Observasi**

Observasi dilakukan secara langsung selama kegiatan sosialisasi berlangsung. Tim peneliti mengamati bagaimana respon siswa terhadap penyampaian materi, keterlibatan dalam diskusi, serta keaktifan dalam bertanya dan menjawab pertanyaan. Observasi dilakukan secara partisipatif, di mana peneliti sekaligus sebagai fasilitator kegiatan.

b. **Dokumentasi**

Dokumentasi digunakan untuk merekam kegiatan dalam bentuk foto, video, dan catatan kegiatan. Dokumentasi ini berfungsi sebagai bukti pelaksanaan kegiatan sekaligus sebagai bahan refleksi untuk menilai proses edukatif yang terjadi. Selain itu, dokumentasi juga mendukung keabsahan data dengan menghadirkan bukti visual yang konkrit.

c. **Wawancara Informal**

Wawancara dilakukan secara informal kepada beberapa siswa yang hadir dalam kegiatan. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan bersifat terbuka dan fleksibel, bertujuan untuk

menggali pemahaman mereka tentang materi yang telah disampaikan, kesan mereka terhadap kegiatan, serta minat mereka terhadap konsep perbankan syariah. Wawancara ini dilakukan secara natural, baik sebelum, selama, maupun setelah kegiatan selesai, untuk mendapatkan jawaban yang jujur dan tidak dibuat-buat.

Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara kemudian dianalisis menggunakan metode **analisis deskriptif kualitatif**. Tahapan analisis dimulai dari pengumpulan data, reduksi data (menyaring data yang relevan), penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif, hingga penarikan kesimpulan. Validitas data dijaga melalui teknik **triangulasi sumber dan metode**, yakni membandingkan hasil dari beberapa teknik pengumpulan data yang berbeda untuk memastikan konsistensi dan akurasi informasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Deskripsi Kegiatan Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi literasi keuangan dengan tema “*Mengenal Perbankan Syariah Ala Islami*” dilaksanakan pada tanggal **08 mei 2025** tempat di SMAN 4 Kota Bengkulu. Acara ini diikuti oleh sekitar **38** siswa dari kelas XI IPS 1. Kegiatan dimulai dengan sambutan dari ketua kelompok KKN MBKM lingkaran kampus dan dilanjutkan dengan penyampaian materi yang dibawakan langsung oleh mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah. Materi sosialisasi dirancang dengan pendekatan edukatif dan komunikatif. Isi materi mencakup:

- 1) Konsep dasar dan Pengertian perbankan syariah,
- 2) Prinsip-prinsip utama perbankan syariah (larangan riba, sistem bagi hasil, larangan gharar dan maisir),
- 3) Simulasi produk perbankan syariah seperti tabungan mudharabah, pembiayaan murabahah, dan wakaf tunai,
- 4) Nilai-nilai keuangan Islami yang mengutamakan keadilan, kejujuran, dan keberkahan.

Kegiatan disampaikan menggunakan media presentasi interaktif, video pendek edukatif, serta sesi tanya jawab dan permainan kuis ringan untuk menarik perhatian siswa.

b. Respons dan Antusiasme Siswa

Selama kegiatan berlangsung, siswa menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi. Hal ini terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan selama sesi diskusi berlangsung. Sebagian siswa bahkan menyampaikan pandangan pribadi mereka tentang perbankan konvensional yang selama ini mereka kenal, dan membandingkannya dengan sistem perbankan syariah yang baru mereka ketahui. Mereka juga memberikan tanggapan positif terhadap konsep bank tanpa bunga dan sistem bagi hasil yang lebih adil.

Antusiasme siswa tidak hanya terlihat dari keaktifan verbal, tetapi juga dari ekspresi non-verbal seperti kontak mata, gestur tubuh yang condong ke depan saat mendengarkan, serta banyaknya siswa yang mencatat poin-poin penting dari penjelasan narasumber. Beberapa siswa menyatakan bahwa ini adalah pertama kalinya mereka mendengar istilah seperti *mudharabah*, *murabahah*, *akad*, dan *zakat produktif* secara mendalam.

Fasilitas teknologi seperti proyektor, pengeras suara, dan lembar kuis edukatif juga turut mendukung keberhasilan kegiatan ini. Respon dari guru pendamping juga sangat positif, di mana mereka berharap kegiatan semacam ini dapat menjadi program rutin karena memberikan wawasan baru yang belum tercakup dalam kurikulum pendidikan formal.

c. Dampak Terhadap Literasi Keuangan Siswa

Kegiatan ini secara nyata memberikan kontribusi terhadap peningkatan pemahaman siswa dalam aspek literasi keuangan, khususnya pada perspektif keuangan syariah. Sebelum kegiatan, mayoritas siswa hanya mengenal bank secara umum sebagai tempat menyimpan dan meminjam uang. Setelah kegiatan, pemahaman mereka berkembang, ditandai dengan kemampuan siswa menjelaskan kembali istilah-istilah syariah seperti:

1. **zMudharabah:** sistem bagi hasil antara bank dan nasabah,
2. **Murabahah:** transaksi jual beli dengan margin keuntungan,
3. **Zakat:** kewajiban sosial dalam Islam yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan,
4. **Wakaf Tunai:** bentuk wakaf yang lebih fleksibel dan produktif untuk pemberdayaan ekonomi.

Beberapa siswa bahkan menyatakan niat mereka untuk mengajak orang tua membuka rekening di bank syariah, serta menyampaikan keinginan untuk mempelajari lebih lanjut sistem ekonomi Islam. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif yang dilakukan telah berhasil

menumbuhkan minat dan kesadaran baru pada siswa tentang pentingnya sistem keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman.

d. Implikasi Terhadap Pendidikan Literasi Keuangan di Sekolah

Kegiatan ini membuktikan bahwa sosialisasi literasi keuangan berbasis nilai Islami sangat potensial untuk diintegrasikan dalam program pembelajaran di sekolah. Materi perbankan syariah tidak hanya memberikan alternatif solusi dalam memahami sistem keuangan, tetapi juga memperkuat nilai moral dan etika dalam pengelolaan uang. Ini menjadi penting di tengah arus globalisasi yang seringkali menanamkan nilai-nilai konsumtif dan kapitalistik kepada generasi muda.

Dengan melihat keberhasilan kegiatan ini, disarankan agar sekolah menjalin kemitraan dengan institusi pendidikan tinggi atau lembaga keuangan syariah untuk menyelenggarakan edukasi serupa secara berkelanjutan. Kegiatan edukatif yang dikemas dengan pendekatan persuasif dan kontekstual dapat menjadi strategi efektif untuk membangun generasi yang sadar keuangan sejak dini.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi dengan tema “*Mengenal Perbankan Syariah Ala Islami*” terbukti **efektif dan relevan** dalam upaya peningkatan literasi keuangan di kalangan siswa SMA, khususnya di SMAN 4 Kota Bengkulu. Kegiatan ini bukan hanya memberikan pengetahuan baru tentang konsep dan prinsip dasar perbankan syariah, tetapi juga membentuk cara pandang siswa terhadap sistem keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman.

Melalui pendekatan pembelajaran yang interaktif, komunikatif, dan menyenangkan, siswa mampu memahami perbedaan antara perbankan konvensional dan syariah, serta prinsip-prinsip utama seperti larangan riba, sistem bagi hasil (*mudharabah*), dan konsep jual beli yang adil (*murabahah*). Pemahaman ini menjadi bekal penting bagi siswa untuk membangun kebiasaan mengelola keuangan secara bijak, bertanggung jawab, dan sesuai dengan ajaran Islam.

Antusiasme siswa yang tinggi menunjukkan bahwa topik literasi keuangan—khususnya perbankan syariah—masih tergolong baru namun sangat diminati. Kegiatan ini membuktikan bahwa edukasi keuangan bisa dilakukan secara menyenangkan tanpa harus membebani siswa

dengan istilah teknis yang rumit. Justru dengan pendekatan yang kontekstual dan menyentuh kehidupan nyata, siswa lebih mudah memahami dan menginternalisasi materi yang diberikan.

Dari sisi akademik, kegiatan ini juga menjadi bentuk nyata implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek pengabdian kepada masyarakat melalui transfer ilmu yang bermanfaat dan berdampak langsung. Dengan melibatkan siswa SMA sebagai audiens utama, kegiatan ini menjadi jembatan awal untuk membentuk generasi muda yang cakap secara finansial dan memiliki kesadaran terhadap keberadaan sistem ekonomi yang berkeadilan.

Dengan demikian, kegiatan sosialisasi seperti ini sangat dianjurkan untuk terus dilaksanakan secara berkelanjutan, tidak hanya di SMAN 4 Kota Bengkulu tetapi juga di sekolah-sekolah lain yang memiliki potensi untuk menerima edukasi keuangan berbasis syariah. Peran aktif institusi pendidikan tinggi dalam menyebarkan nilai-nilai ekonomi Islam di tingkat pendidikan menengah menjadi kontribusi nyata dalam mewujudkan masyarakat yang cerdas, adil, dan berkah dalam mengelola keuangan

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.

Ascarya. (2007). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Bank Indonesia.

Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Modul Literasi Keuangan untuk Pelajar*. Jakarta: OJK Institute.

Yusuf Qardhawi. (1999). *Fiqh Ekonomi Islam*. Beirut: Dar Al-Kutub.

Jurnal:

Apriliani, F., Aqnesia, T., & Tarigan, B. (2025). *Peningkatan Literasi Keuangan Bagi Siswa Sma Melalui Edukasi Pengelolaan Uang Saku di SMA Muhammadiyah Parung*. 34–36.

Ilmiah, J., Dan, E., & Amalia, N. (2024). *Dafa Caesario Islama Universitas Slamet Riyadi Surakarta Naili Amalia Universitas Slamet Riyadi Surakarta*. 2(9), 13–26.

Mitchell, O. S., Alesina, A., Alessie, R., Botticini, M., Campbell, J., Caplin, A., Chan, S., Engelhardt, G., Gustman, A., Hurd, M., Kapteyn, A., Mastrogiacomo, M., Ofstedal, M. B., Rodgers, W., Snyder, C., Rooij, M. Van, Soest, A. Van, & Utkus, S. (2011). *No Title*.

Novieningtyas, A. (2014). *Pentingnya Edukasi Literasi Keuangan Sejak Dini*. I(2), 133–137.

- Nuraini, P., Alfani, M. H., Muyasaroh, N., & Adawiyah, R. (2023). *TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH*. 6.
- Oktavia, N. R., Permatasari, I., & Riyadi, R. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*. 4(1), 373–384.
- Oktaviana, R. A., Wibowo, E., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Riyadi, U. S. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup , Pengendalian Diri dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Iphone (Survei pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta)*. 2(1), 388–401.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). *Financial Literacy and Planning: Implications for Retirement Wellbeing*. *National Bureau of Economic Research Working Paper Series*, No. 17078.
- Rahim, R. A., & Zakaria, N. (2013). *Awareness and Knowledge on Islamic Banking Products among Non-Muslims in Malaysia*. *International Journal of Social Science and Humanity*, 3(5), 473–478.
- Ismail, A. G. (2010). *Money, Islamic Banks and the Real Economy*. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 2(1), 1–16.
- Putri, D. R., & Riyadi, S. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 6(2), 134–145.
- Ningsih, D. R., & Maulani, H. (2021). *Pentingnya Edukasi Literasi Keuangan Sejak Dini di Sekolah*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia*, 2(1), 45–56