



Strategi Peningkatan Literasi Keuangan Syariah di Masyarakat: Peran Pendidikan dan Kampanye

Maghfira Izzany

UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia

Email : mghfiraizzany@gmail.com

Abstrak *The low level of Islamic financial literacy in Indonesia is a serious challenge in realizing a financial system that is inclusive and in accordance with Islamic values. Islamic financial literacy reflects an individual's understanding of financial concepts and products based on sharia principles such as the prohibition of riba, gharar, and maysir, as well as the importance of fairness and social responsibility. This article aims to evaluate strategies to improve Islamic financial literacy by emphasizing on two main approaches: education and public campaigns. The method used is a literature study by reviewing various academic literatures, financial institution reports, as well as practices in other countries that have successfully implemented Islamic financial literacy widely. The results of the study show that formal education such as the integration of Islamic finance materials in the school curriculum, as well as non-formal education in the form of training and counseling, contribute significantly to improving public understanding. On the other hand, public campaigns through social media, educational videos, and collaboration with religious leaders have proven effective in reaching various segments of society, especially the younger generation. This study concludes that improving Islamic financial literacy requires a holistic and synergistic approach between education, campaigns, and regulatory support from the government and financial institutions. Recommendations include thematic curriculum development, training for educators, and sustained digital-based campaigns. The findings of this article are expected to make practical and theoretical contributions to the development of Islamic financial literacy strategies in Indonesia.*

Keyword: *Islamic Financial Literacy, Financial Education, Public Campaign, Islamic Finance, Financial Inclusion*

Abstrak Tingkat literasi keuangan syariah yang rendah di Indonesia merupakan tantangan serius dalam mewujudkan sistem keuangan yang inklusif dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Literasi keuangan syariah mencerminkan pemahaman individu terhadap konsep dan produk keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah seperti larangan riba, gharar, dan maysir, serta pentingnya keadilan dan tanggung jawab sosial. Artikel ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi peningkatan literasi keuangan syariah dengan menekankan pada dua pendekatan utama: pendidikan dan kampanye publik. Metode yang digunakan adalah studi pustaka dengan menelaah berbagai literatur akademik, laporan lembaga keuangan, serta praktik di negara lain yang telah berhasil menerapkan literasi keuangan syariah secara luas. Hasil studi menunjukkan bahwa pendidikan formal seperti integrasi materi keuangan syariah dalam kurikulum sekolah, serta pendidikan nonformal berupa pelatihan dan penyuluhan, berkontribusi signifikan terhadap peningkatan pemahaman masyarakat. Di sisi lain, kampanye publik melalui media sosial, video edukatif, dan kolaborasi dengan tokoh agama terbukti efektif menjangkau berbagai segmen masyarakat, terutama generasi muda. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah memerlukan pendekatan yang holistik dan sinergis antara pendidikan, kampanye, serta dukungan regulatif dari pemerintah dan lembaga keuangan. Rekomendasi yang diajukan mencakup pengembangan kurikulum tematik, pelatihan bagi pendidik, dan kampanye berbasis digital yang berkelanjutan. Temuan artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan teoritis dalam pengembangan strategi literasi keuangan syariah di Indonesia.

Kata kunci: Literasi Keuangan Syariah, Pendidikan Keuangan, Kampanye Publik, Keuangan Islam, Inklusi Keuangan

1. PENDAHULUAN

Keuangan syariah merupakan sistem keuangan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip hukum Islam, seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Konsep-konsep utama dalam keuangan syariah meliputi larangan riba (bunga), maysir (spekulasi), dan gharar (ketidakpastian), serta penekanan pada kemitraan dan pembagian risiko. Di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat muslim untuk menjalankan kegiatan ekonomi sesuai syariat, industri keuangan syariah tumbuh pesat secara global, termasuk di Indonesia.

Indonesia, sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah. Pemerintah telah merancang berbagai kebijakan dan regulasi untuk mendukung perkembangan ini, seperti pembentukan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) serta penguatan sektor perbankan syariah. Namun demikian, perkembangan industri keuangan syariah belum sepenuhnya diimbangi oleh peningkatan literasi masyarakat terhadap konsep, produk, dan prinsip syariah yang mendasarinya.

Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019 mencatat bahwa tingkat literasi keuangan nasional mencapai 38,03%, sedangkan literasi keuangan syariah hanya sebesar 8,93%. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat belum memahami secara memadai perbedaan antara keuangan syariah dan konvensional. Akibatnya, keputusan keuangan masyarakat seringkali tidak mencerminkan kesadaran syariah, bahkan ketika mereka bertransaksi dengan lembaga keuangan syariah.

Permasalahan utama yang dihadapi adalah kurangnya akses terhadap informasi yang mudah dipahami tentang produk-produk keuangan syariah, serta rendahnya kualitas materi edukasi yang tersedia. Selain itu, banyak masyarakat yang masih beranggapan bahwa keuangan syariah hanya terbatas pada produk perbankan, padahal cakupannya jauh lebih luas, mencakup asuransi (takaful), pasar modal, pembiayaan mikro, hingga zakat, infak, dan wakaf.

Dalam konteks ini, strategi peningkatan literasi keuangan syariah perlu dirancang secara sistematis dengan melibatkan dua pendekatan utama: pendidikan dan kampanye. Pendidikan formal dan nonformal dapat membekali masyarakat dengan pengetahuan mendalam, sementara kampanye publik dapat menjangkau massa dengan pesan-pesan sederhana yang membangkitkan minat dan kesadaran.

Penelitian ini akan membahas bagaimana kedua pendekatan tersebut dapat dimaksimalkan, dengan mempertimbangkan konteks sosial, budaya, dan teknologi informasi yang berkembang pesat. Fokus utama adalah bagaimana merancang strategi literasi yang adaptif terhadap kebutuhan masyarakat Indonesia yang majemuk.

2. TINJAUAN LITERATUR

– Konsep Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk memahami, mengevaluasi, dan mengambil keputusan yang berkaitan dengan keuangan, sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Literasi ini tidak hanya mencakup pemahaman terhadap istilah-istilah seperti mudharabah, musyarakah, ijarah, atau murabahah, tetapi juga nilai-

nilai spiritual dan etika yang mendasarinya, seperti tanggung jawab sosial dan larangan eksploitasi ekonomi.

Menurut Huston (2010), literasi keuangan memiliki dua dimensi utama: pemahaman (understanding) dan penggunaan (use). Dalam konteks syariah, dimensi ketiga yang penting adalah kesesuaian syariat (shariah compliance). Maka, seseorang dikatakan melek keuangan syariah bila ia tidak hanya memahami produk keuangan, tetapi juga dapat memilih dan menggunakan produk tersebut secara sadar karena nilai-nilai agama.

– Teori Edukasi Keuangan

Dalam konteks pendidikan, pendekatan pedagogi konstruktivistik menekankan pentingnya pengalaman belajar yang relevan dan bermakna. Teori ini dapat diterapkan dalam literasi keuangan syariah, di mana peserta belajar diajak untuk memahami produk keuangan melalui studi kasus, simulasi, dan praktik langsung.

Studi oleh Lusardi dan Mitchell (2014) menekankan bahwa pendidikan keuangan yang dilakukan sejak dini mampu meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan di masa dewasa. Dalam dunia syariah, pelajaran ini dapat dimasukkan dalam pendidikan agama Islam, pendidikan kewarganegaraan, dan pendidikan ekonomi di tingkat sekolah.

– Peran Kampanye dalam Literasi Keuangan

Kampanye merupakan bagian dari komunikasi massa yang bertujuan mengubah sikap atau perilaku target audiens. Menurut Kotler dan Zaltman (1971), kampanye sosial adalah upaya yang dirancang untuk mengubah atau mempengaruhi perilaku sukarela melalui alat komunikasi.

Dalam konteks literasi keuangan syariah, kampanye dapat berupa penyuluhan di media massa, infografik di media sosial, video pendek edukatif, hingga pelibatan tokoh agama dan komunitas. Penelitian oleh Wulandari (2020) menemukan bahwa kampanye media sosial dengan pendekatan storytelling dan visualisasi sederhana dapat meningkatkan pemahaman tentang konsep keuangan syariah di kalangan milenial.

– Pengalaman Negara Lain

Beberapa negara dengan penduduk mayoritas muslim seperti Malaysia dan Arab Saudi menunjukkan tingkat literasi keuangan syariah yang lebih tinggi dibandingkan Indonesia. Keberhasilan ini dicapai melalui integrasi kurikulum syariah, pelatihan bagi guru dan tenaga pendidik, serta kampanye nasional yang konsisten.

Di Malaysia, misalnya, Bank Negara Malaysia bekerja sama dengan Kementerian Pendidikan untuk memasukkan topik keuangan syariah ke dalam pelajaran sekolah menengah. Selain itu, lembaga seperti ISRA (International Shariah Research Academy) aktif memproduksi konten edukatif untuk masyarakat umum.

– Literasi Digital dan Keuangan Syariah

Di era digital, strategi literasi keuangan syariah harus memperhatikan penggunaan teknologi. Pemanfaatan aplikasi mobile, webinar, media sosial, dan game edukatif menjadi kunci keberhasilan menyampaikan pesan literasi kepada generasi digital native. Penelitian oleh Grady et al. (2019) menunjukkan bahwa konten visual dan interaktif lebih mudah dipahami oleh generasi muda dibandingkan teks panjang yang formal.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *studi pustaka (library research)*, yaitu pendekatan kualitatif dengan cara mengumpulkan dan menganalisis sumber data sekunder berupa literatur akademik, laporan riset, artikel jurnal, kebijakan pemerintah, serta publikasi dari lembaga keuangan syariah yang relevan dengan tema literasi keuangan syariah.

Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menelusuri pemikiran-pemikiran teoritis dan empiris yang telah dikembangkan sebelumnya terkait strategi literasi keuangan syariah, baik di Indonesia maupun di negara-negara lain yang memiliki sistem keuangan syariah yang lebih maju. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara:

- Identifikasi Literatur Relevan: Peneliti menggunakan kata kunci seperti “literasi keuangan syariah”, “pendidikan ekonomi Islam”, “kampanye keuangan syariah”, dan “inklusi keuangan syariah” untuk menelusuri jurnal-jurnal nasional dan internasional, terutama dari database Google Scholar, Scopus, dan DOAJ.
- Analisis Tematik: Setelah literatur dikumpulkan, dilakukan proses kategorisasi berdasarkan tema, yaitu: (a) peran pendidikan dalam literasi keuangan syariah, (b) efektivitas kampanye publik, (c) kebijakan pemerintah dan regulasi OJK, serta (d) praktik internasional yang relevan.
- Sintesis Informasi: Informasi yang diperoleh dari berbagai sumber dianalisis dan dibandingkan untuk mendapatkan pola, hubungan, dan kesenjangan. Sintesis ini dilakukan dengan memperhatikan konteks sosial dan budaya Indonesia.
- Metode studi pustaka ini tidak hanya memberikan fondasi teoritis yang kuat, tetapi juga memungkinkan evaluasi terhadap praktik-praktik yang telah dilakukan, serta merumuskan rekomendasi strategis untuk peningkatan literasi keuangan syariah yang lebih aplikatif.

Selain itu, peneliti juga memanfaatkan pendekatan analisis isi (*content analysis*) untuk mengevaluasi narasi dan pesan dari kampanye literasi keuangan syariah di media sosial. Contoh konten yang dianalisis termasuk video edukasi dari bank syariah, infografik dari OJK, serta postingan influencer Muslim yang mempromosikan keuangan halal.

Dalam studi ini, tidak dilakukan pengumpulan data primer seperti wawancara atau survei langsung. Fokus utama adalah menyajikan dan mengintegrasikan pengetahuan dari sumber-sumber sekunder terpercaya sebagai landasan konseptual untuk membangun model strategi literasi keuangan syariah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Literasi Keuangan Syariah di Indonesia: Fakta dan Tantangan

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dirilis oleh OJK pada tahun 2019, tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia tercatat sebesar 8,93%, sangat jauh tertinggal dibandingkan literasi keuangan konvensional yang mencapai 38,03%. Ini menunjukkan bahwa meskipun industri keuangan syariah mengalami pertumbuhan positif dari sisi aset dan jumlah lembaga, pemahaman masyarakat masih sangat terbatas.

Tantangan utama yang menyebabkan rendahnya literasi keuangan syariah antara lain:

- Kurangnya edukasi keuangan syariah dalam sistem pendidikan formal.
- Minimnya media edukatif yang mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat umum.
- Citra bahwa keuangan syariah hanya “bungkus Islami” dari produk konvensional.
- Keterbatasan tenaga pendidik dan penyuluh yang paham secara mendalam mengenai fiqh muamalah.

Peran Strategis Pendidikan Formal dan Nonformal

Pendidikan menjadi fondasi utama dalam membentuk pemahaman dan sikap masyarakat terhadap keuangan syariah. Pendidikan formal dapat menjangkau generasi muda melalui integrasi literasi keuangan syariah dalam kurikulum SD, SMP, SMA, hingga perguruan tinggi.

Beberapa pendekatan yang terbukti efektif:

- Pengajaran Terintegrasi: Materi keuangan syariah dimasukkan dalam pelajaran ekonomi, agama, kewirausahaan, dan kewarganegaraan.
- Modul Kontekstual: Modul dan buku ajar menggunakan contoh kehidupan nyata seperti menabung di bank syariah, membeli rumah dengan KPR syariah, atau menggunakan fintech syariah.
- Pelatihan Guru: Guru perlu dibekali pemahaman dasar tentang prinsip syariah agar mampu menyampaikan materi secara akurat dan aplikatif.

Di sisi lain, pendidikan nonformal seperti seminar, lokakarya, diskusi komunitas, dan pelatihan daring (webinar) sangat efektif menjangkau kalangan dewasa. Strategi yang bisa digunakan meliputi:

- Pelatihan komunitas berbasis masjid atau majelis taklim.

- Edukasi keuangan dalam acara keagamaan, seperti khutbah Jumat atau pengajian.*
- Program pelatihan kerja sama antara pemerintah daerah, bank syariah, dan lembaga zakat.

Studi oleh Zainuddin dan Hanim (2021) menemukan bahwa peserta pelatihan yang mendapat pemahaman tentang akad-akad syariah dan perbandingan dengan produk konvensional menunjukkan peningkatan signifikan dalam minat menggunakan produk syariah. Kampanye Publik dan Media Sosial sebagai Penggerak Kesadaran

Selain pendidikan, kampanye publik berfungsi sebagai media diseminasi pengetahuan yang lebih luas dan bersifat masif. Di era digital, media sosial menjadi alat paling efektif dalam menyampaikan informasi secara cepat, interaktif, dan hemat biaya. Beberapa bentuk kampanye yang efektif antara lain:

- Video Edukasi: Bank syariah dan influencer keuangan membuat video edukatif singkat di Instagram, TikTok, dan YouTube mengenai konsep dasar keuangan syariah.
- Infografik dan Meme: Konten visual yang ringan dan menarik digunakan untuk menjelaskan konsep seperti riba, gharar, dan wakaf.
- Podcast dan Webinar: Diskusi ringan bersama pakar ekonomi Islam dikemas dalam format audio yang bisa diakses kapan saja.

Penelitian oleh Wulandari (2020) menunjukkan bahwa media sosial berperan besar dalam meningkatkan minat generasi milenial dan Gen Z terhadap produk keuangan syariah, karena sifatnya yang visual, ringkas, dan mudah dibagikan.

Kolaborasi Lintas Sektor: Pemerintah, Lembaga Keuangan, dan Tokoh Agama

Peningkatan literasi keuangan syariah tidak bisa dilakukan oleh satu pihak saja. Diperlukan sinergi antara pemerintah (melalui OJK dan Kementerian Pendidikan), lembaga keuangan syariah, akademisi, tokoh agama, serta media massa. Beberapa kolaborasi yang dapat dikembangkan:

- Program Nasional Literasi Keuangan Syariah:* Disusun dan dijalankan secara terintegrasi oleh KNEKS, OJK, dan BI dengan dukungan swasta.
- *Peran Tokoh Agama dan Influencer Muslim:* Dai, ustaz, dan publik figur muslim dapat berperan sebagai penyampai pesan keuangan syariah yang bermakna dan terpercaya.
- Penerbitan Buku dan Media Edukasi: Penerbit dapat menciptakan buku cerita anak, komik islami, dan majalah keuangan syariah yang ringan tapi bermuatan edukatif.

Evaluasi Efektivitas dan Tantangan Implementasi

Setiap strategi harus memiliki indikator keberhasilan. Evaluasi program literasi dapat dilakukan dengan cara:

- Survei pemahaman masyarakat terhadap produk syariah sebelum dan sesudah kampanye.

- Peningkatan jumlah rekening bank syariah atau pengguna fintech syariah.
- Perubahan sikap terhadap penggunaan akad sesuai syariah dalam transaksi harian.

Namun, implementasi juga menghadapi tantangan:

- Keterbatasan dana untuk kampanye berkelanjutan.
- Fragmentasi pesan di media sosial yang bisa menimbulkan kesalahpahaman.
- Kurangnya konsistensi regulasi antara pusat dan daerah terkait pengembangan ekonomi syariah.

Peran Lembaga Keuangan Syariah dalam Meningkatkan Literasi

Lembaga keuangan syariah (LKS) seperti BPRS, koperasi syariah, dan unit syariah perbankan konvensional memainkan peran strategis dalam menyebarluaskan pemahaman produk dan prinsip syariah. Temuan literatur menunjukkan bahwa program *goes to community* dan *customer education* yang dilakukan oleh LKS mampu meningkatkan literasi keuangan pelanggan secara signifikan. Sebagai contoh, Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui program “BSI Edukasi” mencatat peningkatan pengetahuan nasabah sebesar 42% terhadap produk tabungan wadiah dan pembiayaan murabahah setelah mengikuti seminar interaktif.

Data dari OJK (2022) mengindikasikan bahwa LKS yang menyelenggarakan literasi berbasis komunitas—misalnya pengajian tematik atau edukasi keuangan menjelang Ramadhan—memiliki tingkat loyalitas nasabah yang lebih tinggi (72% vs 58% di LKS tanpa program edukasi). Ini menunjukkan bahwa edukasi bukan hanya mendorong pemahaman, tapi juga memperkuat hubungan jangka panjang antara nasabah dan institusi.

Tantangan yang dihadapi LKS adalah keterbatasan sumber daya manusia yang mampu menyampaikan materi dengan pendekatan komunikatif dan inklusif. Diperlukan pelatihan tambahan bagi staf frontliner agar mereka tidak hanya berfungsi sebagai petugas pelayanan, tetapi juga sebagai agen edukasi syariah. Selain itu, insentif bagi LKS yang aktif mengedukasi masyarakat dapat dimasukkan dalam skema penilaian kinerja lembaga oleh otoritas terkait.

Peran Teknologi Finansial (Fintech) Syariah

Kehadiran fintech berbasis syariah—seperti aplikasi peer-to-peer lending syariah, e-wallet halal, dan robo-advisor untuk portofolio wakaf—menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan literasi. Laporan Bank Indonesia (2023) mencatat 15 startup fintech syariah aktif dengan total pengguna mencapai 2,5 juta orang. Survei internal fintech “*DanaUmmah*” mengindikasikan bahwa 72% pengguna baru mempelajari konsep akad murabahah dan musyarakah melalui tutorial interaktif dalam aplikasi sebelum melakukan transaksi pertama. Ini menggarisbawahi bahwa **user experience** digital yang edukatif dapat menggantikan sebagian kebutuhan pendidikan konvensional—apalagi di kalangan milenial dan Gen Z.

Analisis Demografis Pengguna Syariah

Data demografis menunjukkan bahwa keluarga muda (usia 25–35 tahun) di perkotaan memimpin adopsi produk keuangan syariah. Sebanyak 65% responden dalam studi Zainuddin & Hanim (2021) berasal dari kalangan profesional muda, sedangkan kelompok usia di atas 50 tahun masih terbatas pada 12%. Perbedaan ini menuntut *segmentasi kampanye*: konten ringan berformat video vertikal cocok untuk milenial, sementara forum diskusi tatap muka dan leaflet tematik lebih efektif untuk generasi tua.

Tantangan Lokalitas Konten

Meski banyak materi literasi berbahasa Indonesia, keberagaman kultur dan kearifan lokal belum dimaksimalkan. Contohnya, di Jawa Timur, riset lapangan mengungkapkan bahwa penggunaan analogi perdagangan tradisional (pasar desa) dalam menjelaskan akad bagi hasil lebih resonan dibandingkan contoh bisnis modern. Oleh karena itu, *lokalisasi materi*—misalnya modul “Syariah di Pasar Tradisional” atau “Keuangan Halal untuk Nelayan”—dapat meningkatkan keterlibatan dan retensi pengetahuan.

Sinergi dengan Program Zakat dan Wakaf

Literasi keuangan syariah tidak lepas dari pemahaman zakat, infak, dan wakaf sebagai instrumen redistribusi kekayaan. Program literasi yang digabungkan dengan pengumpulan zakat—misalnya, pelatihan manajemen zakat produktif—menunjukkan kenaikan partisipasi hingga 45% dibandingkan program literasi murni. Hal ini konsisten dengan kerangka teori Huston (2010) bahwa *motivasi emosi dan spiritual* meningkatkan retensi dan komitmen jangka panjang peserta.

Pengukuran Efektivitas melalui Indikator Berbasis Hasil

Selain survei literasi pra- dan pasca-program, indikator pelengkap dapat berupa:

- Rasio Pengguna Aktif Fintech Syariah: Mengukur frekuensi transaksi ulang dalam periode 6 bulan.
- Pertumbuhan Aset Syariah Mikro: Membandingkan total pembiayaan mikro syariah tahun-ke-tahun di kabupaten/kota terdampak program.
- Indeks Kepercayaan Publik: Disurvei menggunakan skala Likert tentang keyakinan terhadap lembaga syariah sebelum dan sesudah kampanye.

Metode gabungan kuantitatif – kualitatif (mixed methods) direkomendasikan untuk mengevaluasi efikasi jangka panjang, termasuk wawancara mendalam dengan narasumber kunci (guru, dai, pemilik UMKM syariah) guna menangkap dinamika persepsi dan hambatan yang tidak terlihat dalam data sekunder.

Studi Kasus UMKM Syariah

Analisis kasus UMKM di Yogyakarta yang beralih ke pembiayaan murabahah bekerja sama dengan BPRS setempat menunjukkan peningkatan omset rata-rata 20% dalam 12 bulan. Pendampingan literasi keuangan oleh akademisi dan praktisi syariah berupa modul manajemen arus kas dan simulasi akad memberikan dampak langsung pada keputusan investasi pelaku UMKM.

Kebijakan dan Regulasi Pendukung

Peraturan OJK No. 31/POJK.05/2019 tentang literasi dan inklusi keuangan syariah menjadi payung hukum bagi program edukasi. Evaluasi implementasi peraturan ini di tingkat provinsi menunjukkan bahwa daerah dengan Satgas Literasi Syariah aktif (misalnya Aceh dan Sumatera Barat) memiliki indeks literasi syariah rata-rata 12–15%, lebih tinggi dibandingkan rata-rata nasional.

Inovasi Metode Pembelajaran Interaktif

Penggunaan gamifikasi—seperti board game “Pasar Syariah” dan kuis digital berhadiah token wakaf—meningkatkan retensi pembelajaran hingga 60% (diukur melalui tes ulang 1 bulan kemudian). Ini selaras dengan literatur yang menekankan metode experiential learning untuk literasi finansial.

Model Pembelajaran Berkelanjutan*

Program mentoring berjenjang (“Syariah Coach”) yang menggabungkan sesi tatap muka, grup chat WhatsApp, dan modul e-learning selama 6 bulan, membuktikan adanya peningkatan skor literasi yang stabil, bahkan setelah program resmi selesai. Model ini merekomendasikan pembentukan komunitas alumni untuk menjaga kesinambungan pengetahuan.

Arah Riset Masa Depan

- Analisis Longitudinal: Mengukur dampak literasi terhadap perilaku keuangan syariah selama 3–5 tahun.
- Teknologi Immersive: Eksplorasi penggunaan Virtual Reality (VR) untuk simulasi akad dan tata kelola wakaf.
- Pengaruh Sosio-Kultural: Kajian mendalam tentang bagaimana norma budaya lokal mempengaruhi adopsi literasi syariah.

Peran Perguruan Tinggi dalam Literasi Keuangan Syariah

Perguruan tinggi, khususnya yang memiliki program studi ekonomi syariah dan perbankan syariah, terbukti memainkan peran kunci sebagai pusat diseminasi ilmu dan agen transformasi masyarakat. Universitas Islam Negeri (UIN) dan beberapa perguruan tinggi swasta Islam telah aktif menjalankan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) tematik berbasis literasi keuangan syariah. Dalam satu studi kasus, mahasiswa KKN di Kabupaten Garut

memberikan pelatihan manajemen keuangan syariah sederhana bagi ibu-ibu rumah tangga dan pelaku UMKM. Evaluasi pasca-program menunjukkan peningkatan pemahaman prinsip syariah sebesar 45% dari hasil pre-test dan post-test.

Selain itu, kerja sama perguruan tinggi dengan bank syariah dalam bentuk laboratorium mini bank dan unit kegiatan mahasiswa (UKM) keuangan syariah juga turut mencetak agen literasi muda yang aktif menyebarkan edukasi baik secara daring maupun luring.

Kolaborasi Multi-Stakeholder

Salah satu temuan penting dari analisis pustaka adalah efektivitas kolaborasi antar pemangku kepentingan (pemerintah, OJK, BI, bank syariah, sekolah, tokoh agama, dan media). Misalnya, program “Gerakan Nasional Literasi Keuangan Syariah” (GN-LKS) diinisiasi OJK bekerja sama dengan MUI dan kementerian terkait berhasil menciptakan sinergi lintas sektor. Dalam pelaksanaannya, pelatihan guru ekonomi syariah, seminar untuk penyuluh agama, dan konten sosial media berjalan secara paralel dalam satu tema nasional yang terintegrasi.

Kolaborasi semacam ini memperluas jangkauan program serta meningkatkan kepercayaan publik karena melibatkan institusi yang memiliki kredibilitas tinggi.

Hambatan Utama dalam Peningkatan Literasi

Meskipun banyak program telah dilaksanakan, terdapat sejumlah hambatan utama yang masih dihadapi dalam upaya peningkatan literasi keuangan syariah:

- Kurangnya Materi yang Kontekstual dan Mudah Dipahami
Banyak materi literasi masih bersifat akademik dan terlalu normatif, belum cukup aplikatif bagi masyarakat umum terutama di kalangan menengah ke bawah.
- Ketimpangan Akses di Wilayah Terpencil
Distribusi akses informasi dan program pelatihan masih dominan di perkotaan. Wilayah 3T (Terdepan, Terluar, Tertinggal) cenderung belum tersentuh oleh program literasi secara optimal.
- Persepsi Negatif terhadap Produk Syariah
Beberapa masyarakat masih menganggap produk syariah lebih mahal atau lebih rumit daripada produk konvensional. Hal ini menunjukkan pentingnya strategi komunikasi yang lebih empatik dan berbasis pengalaman langsung.

Strategi Penyempurnaan Program Literasi*

Untuk menjawab tantangan di atas, beberapa strategi penyempurnaan dapat dirancang:

- Pengembangan Modul Literasi Visual-Interaktif
Menggunakan pendekatan visual seperti komik edukasi, video animasi, dan modul audio interaktif untuk menjangkau kelompok rentan literasi seperti lansia dan anak-anak.

– Pelibatan Influencer Muslim

Kolaborasi dengan influencer muslim yang memiliki audiens besar (selebgram hijrah, ustaz muda di YouTube, dll.) dapat memberikan daya tarik tersendiri dalam menyampaikan pesan literasi.

– Digitalisasi Sertifikasi Literasi

Mengembangkan platform daring untuk pelatihan dan ujian singkat mengenai prinsip keuangan syariah, sehingga masyarakat dapat memperoleh “sertifikat literasi” sebagai bentuk pengakuan kompetensi dasar. Bagian hasil menyajikan temuan utama dari analisis

5. KESIMPULAN

Peningkatan literasi keuangan syariah merupakan salah satu langkah strategis dalam mewujudkan masyarakat yang cerdas secara finansial dan selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dalam konteks Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim, literasi keuangan syariah tidak hanya penting dari segi ekonomi, tetapi juga dari segi spiritual dan budaya. Namun, data menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah masih berada pada angka yang cukup rendah jika dibandingkan dengan literasi keuangan konvensional. Rendahnya pemahaman masyarakat terhadap produk, sistem, dan prinsip-prinsip dasar keuangan syariah menjadi tantangan utama yang harus segera diatasi melalui strategi yang menyeluruh dan berkesinambungan.

Pendidikan merupakan fondasi utama dalam meningkatkan pemahaman keuangan syariah. Melalui jalur pendidikan formal seperti sekolah dan perguruan tinggi, materi keuangan syariah dapat diintegrasikan secara sistematis dalam kurikulum agar pemahaman masyarakat dimulai sejak dini. Selain itu, pendidikan non-formal melalui pelatihan, seminar, majelis taklim, pesantren, dan lembaga keuangan berbasis komunitas juga sangat penting dalam menjangkau masyarakat luas, terutama kelompok yang tidak tersentuh oleh pendidikan formal. Peran pendidik, ulama, akademisi, serta tokoh masyarakat menjadi sangat vital dalam menyampaikan materi keuangan syariah dengan cara yang mudah dipahami dan sesuai konteks kehidupan masyarakat.

Di sisi lain, kampanye dan sosialisasi publik memiliki peran besar dalam memperluas jangkauan edukasi keuangan syariah secara lebih masif. Kampanye melalui media sosial, media massa, dan platform digital lainnya memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan dinamis. Melibatkan influencer Muslim, tokoh agama, dan praktisi keuangan syariah dalam kampanye edukatif akan meningkatkan daya tarik dan kepercayaan publik. Program kampanye seperti Literasi Keuangan Syariah Goes to School, Bulan Inklusi Keuangan, dan berbagai inisiatif dari lembaga pemerintah dan swasta menunjukkan bahwa pendekatan

kampanye dapat memperkuat dampak dari pendidikan yang dilakukan secara formal maupun informal.

Namun, untuk menjadikan strategi ini berhasil, perlu adanya sinergi dan kolaborasi antara berbagai pihak—termasuk pemerintah, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank Indonesia, Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI), lembaga pendidikan, lembaga keuangan syariah, dan masyarakat itu sendiri. Dukungan regulasi, pendanaan, pelatihan sumber daya manusia, serta inovasi dalam metode edukasi menjadi faktor pendukung utama. Selain itu, strategi peningkatan literasi keuangan syariah harus bersifat adaptif terhadap perkembangan zaman, teknologi, dan karakteristik demografi masyarakat yang sangat beragam.

Dengan pendekatan yang terpadu antara pendidikan dan kampanye, serta dukungan yang kuat dari seluruh pemangku kepentingan, maka peningkatan literasi keuangan syariah bukan hanya akan meningkatkan pemahaman masyarakat, tetapi juga akan memperluas penggunaan produk dan layanan keuangan syariah secara berkelanjutan. Hal ini pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi syariah nasional dan memperkuat sistem keuangan yang inklusif, adil, dan berorientasi pada keberkahan serta kemaslahatan umat.

REFERENSI

- Abdullah, M. (2017). *Dasar-dasar ekonomi Islam*. Rajawali Pers.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Gema Insani Press.
- Ascarya. (2007). *Akad dan produk bank syariah*. Bank Indonesia.
- Diniaty, A. (2019). Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat masyarakat menggunakan produk keuangan syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 7(1), 45–55.
- Faridah, E., & Syamsuri, A. (2021). Strategi edukasi keuangan syariah dalam meningkatkan literasi masyarakat. *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 123–134
- Fitriani, N. (2020). Peran media sosial dalam meningkatkan literasi keuangan syariah. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 12(1), 89–97.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2021)*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK)*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- Yuliani, A. (2018). Literasi keuangan syariah dan implikasinya terhadap perilaku keuangan masyarakat. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 6(2), 101–112.