

Sosialisasi Produk BSI Akad Murabahah Cicil Emas Bagi Masyarakat Desa Pagar Banyu, Kota Pagar Alam, Provinsi Sumatera Selatan

Socialization of BSI Murabahah Installment Products Gold for the Community of Pagar Banyu Village, Pagar Alam City, South Sumatra Province

Aan Imarullah^{1*}, Idwal B², Rahmat Putra Hasibuan³

¹⁻³Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Indonesia

Email: aan.iamrullah@mail.uinfasbengkulu.ac.id^{1*}, idwalb@mail.uinfasbengkulu.ac.id², rahmatputrahasibuan@mail.uinfasbengkulu.ac.id³

*Penulis korespondensi: aan.iamrullah@mail.uinfasbengkulu.ac.id¹

Article History:

Naskah Masuk: 22 Desember 2025;

Revisi: 16 Januari 2026;

Diterima: 08 Februari 2026;

Tersedia: 13 Februari 2026;

Keywords: BSI; Community; Gold Installment; Murabahah Contract; Socialization

Abstract. Indonesia's Islamic finance industry has grown rapidly over the past decade, yet disparities in financial literacy and inclusion between urban and rural populations remain evident. According to SNLIK OJK-BPS data, the financial literacy index in urban areas reaches 69.71%, while rural areas lag behind at 59.25%. Communities in rural regions and small towns, such as Pagar Banyu Village in Pagaralam, continue to face challenges in accessing and understanding Islamic financial products. These limitations are largely influenced by inadequate infrastructure, lower educational exposure, and limited access to reliable financial information. As a result, participation in Islamic banking despite its alignment with Islamic principles remains relatively low. Sustainable financial education and outreach programs are essential to address this gap. Initiatives supported by institutions such as OJK, Bank Indonesia (BI), and the Islamic Economic Society (MES) have shown measurable impact, contributing 21% to Islamic financial literacy and 33% to financial inclusion. One relevant product is BSI Cicil Emas, a murabahah-based gold installment financing scheme that offers transparent pricing, flexible terms, and sharia compliance. However, many community members still misunderstand the difference between profit margins in murabahah and interest in conventional loans, and some mistakenly perceive sharia installments as involving usury. This community service program aims to enhance public understanding of murabahah contracts, correct misconceptions about riba, and encourage the use of BSI Cicil Emas as a safe, transparent, and sharia-compliant investment option, while strengthening collaboration between Islamic financial institutions and the local community to support economic empowerment.

Abstrak

Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia meningkat secara signifikan dalam satu dekade ini. Namun, masih terdapat kesenjangan literasi dan inklusi keuangan antara wilayah perkotaan dan pedesaan. Data SNLIK OJK-BPS menunjukkan indeks literasi di perkotaan sebesar 69,71% dan pedesaan 59,25%. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat pedesaan dan kota kecil seperti Desa Pagar Banyu, Pagaralam, masih menghadapi kendala dalam mengakses dan memahami produk keuangan syariah. Rendahnya literasi dipengaruhi keterbatasan infrastruktur, pendidikan, dan informasi, sehingga partisipasi dalam penggunaan produk perbankan syariah yang sebenarnya sesuai prinsip Islam masih minim. Program sosialisasi dan edukasi keuangan yang berkelanjutan penting untuk meningkatkan inklusi keuangan, terutama lewat teknologi digital dan pendekatan budaya lokal. Edukasi dari OJK, BI, dan MES terbukti berkontribusi pada literasi (21%) dan inklusi keuangan syariah (33%). Produk BSI Cicil Emas adalah pembiayaan syariah berbasis murabahah untuk investasi emas dengan cicilan transparan dan sesuai syariah. Diperlukan sosialisasi terstruktur di Pagaralam karena edukasi tatap muka terbukti efektif meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat, sekaligus menjembatani lembaga keuangan syariah dengan masyarakat dalam penguatan ekonomi. Pemahaman masyarakat Desa Pagar Banyu tentang produk perbankan syariah, khususnya BSI Cicil Emas dengan akad murabahah, masih rendah. Banyak

yang belum memahami perbedaan margin dan bunga serta masih menganggap cicilan syariah mengandung riba, sehingga partisipasi terhadap produk syariah masih minim. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan literasi dan pemahaman masyarakat tentang akad murabahah, meluruskan kesalahpahaman terkait riba, serta mendorong pemanfaatan produk BSI Cicil Emas sebagai alternatif investasi yang aman, transparan, dan sesuai prinsip syariah, sekaligus memperkuat sinergi antara masyarakat dan lembaga keuangan syariah.

Kata Kunci: Akad Murabahah; BSI; Cicil Emas; Masyarakat; Sosialisasi

1. PENDAHULUAN

Transformasi industri keuangan syariah di Indonesia menunjukkan kemajuan signifikan selama satu dekade ini. Mengacu pada hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilaksanakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan bersinergi bersama Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat kesenjangan yang cukup besar antara tingkat literasi dan inklusi keuangan di wilayah perkotaan dan pedesaan. Indeks literasi komposit di perkotaan mencapai 69,71% sedangkan di pedesaan hanya 59,25%, sementara indeks inklusi komposit di perkotaan sebesar 78,41% dan di pedesaan sebesar 70,13% (Fitria *et al.*, 2025).

Literasi dan inklusi keuangan saling berkaitan saat berupaya memperbesar jangkauan dan kontribusi masyarakat atas layanan keuangan. Literasi membantu individu memahami dan mengambil keputusan keuangan yang bijak, namun di pedesaan masih rendah akibat keterbatasan infrastruktur, pendidikan, dan informasi. Karena itu, sosialisasi dan edukasi berkelanjutan melalui teknologi digital dan pendekatan budaya lokal penting untuk meningkatkan inklusi keuangan (OJK, n.d.)

Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat di wilayah pedesaan dan kota-kota kecil seperti Desa Pagar Banyu, Kota Pagaralam masih menghadapi tantangan dalam mengakses dan memahami produk-produk keuangan syariah. Rendahnya tingkat literasi keuangan, khususnya di di desa, dipicu oleh minimnya aksesibilitas terhadap infrastruktur, pendidikan, dan informasi keuangan. Hal ini berdampak pada kurangnya kontribusi masyarakat dalam memanfaatkan produk perbankan syariah yang sebenarnya dapat menjadi alternatif pengelolaan keuangan yang selaras pada sejumlah prinsip Islam (Ningsi *et al.*, 2024).

Program sosialisasi dan edukasi keuangan yang berkelanjutan sangat relevan untuk mendorong peningkatan inklusi keuangan, terutama melalui pemanfaatan teknologi digital serta pendekatan berbasis budaya lokal. Efektivitas edukasi keuangan syariah yang dilaksanakan oleh lembaga seperti OJK, Bank Indonesia, dan Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) terbukti signifikan dalam pengembangan budaya literasi dan inklusi keuangan syariah, dengan kontribusi pembelajaran dan religiusitas mencapai 21% atas literasi keuangan syariah dan 33% atas inklusi keuangan syariah. Dengan kata lain, literasi keuangan syariah tidak hanya terbentuk dari pemahaman teknis mengenai produk, tetapi juga dari keyakinan religius

masyarakat yang mempersepsikan keuangan syariah sebagai pilihan finansial yang lebih aman, halal, dan memberikan ketenangan batin (Mustofa, 2020).

Sosialisasi dalam program sosial dapat diwujudkan melalui berbagai bentuk yang disesuaikan dengan konteks sosial serta tujuan spesifik dari program yang dijalankan. Beberapa studi menunjukkan berbagai bentuk umum dari kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan dengan bertatap muka dan bertemu langsung dengan masyarakat seperti memberikan pemaparan materi, pelatihan edukasi, pelatihan yang disertai workshop atau lokakarya. Hasil dari penggunaan bentuk dari kegiatan sosialisasi tersebut, secara umum menunjukkan bahwa terjadinya peningkatan pada partisipasi masyarakat terhadap suatu program yang dijalankan serta secara umum berhasil meningkatkan perilaku masyarakat (Hasanah, 2022).

Keberhasilan sosialisasi dipengaruhi oleh faktor pendukung dan penghambat yang kompleks. Di mana adanya faktor berbagai faktor pendukung dapat meningkatkan efektivitas program, sebaliknya adanya berbagai faktor penghambat dapat mengurangi dampak sosialisasi dan juga menjadi penghambat bagi pencapaian tujuan program. Faktor pendukung adalah segala hal atau kondisi yang memberikan dukungan, sehingga suatu kegiatan, usaha, atau produksi dapat berjalan dengan baik dan mencapai tujuan. Keterlibatan pemangku kepentingan lokal, seperti pemerintah desa atau tokoh masyarakat, termasuk ke dalam satu dari sekian indikator pendukung yang mampu meningkatkan efektivitas kegiatan sosialisasi (Nuryana *et al.*, 2025).

Produk BSI Cicil Emas sendiri merupakan terobosan pembiayaan syariah yang memfasilitasi masyarakat untuk mempunyai emas sebagai instrumen investasi dengan skema cicilan berbasis akad murabahah. Produk ini menawarkan transparansi harga, fleksibilitas tenor, dan kejelasan akad yang selaras pada prinsip syariah. Akan tetapi, kurangnya sosialisasi yang memadai, potensi produk ini untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat tidak dapat tercapai secara optimal (Alafi & Putra, 2024). Investasi emas merupakan bagian dari instrumen investasi yang memiliki nilai stabil karena tidak dipengaruhi tingkat inflasi dan memiliki risiko yang rendah. Dalam konteks perekonomian modern yang penuh ketidakpastian, emas merepresentasikan wujud komitmen untuk menahan kepuasan saat ini demi memperoleh manfaat yang lebih besar di masa depan (Kristhy *et al.*, 2022).

BSI Cicil Emas adalah produk BSI yang memfasilitasi kepemilikan emas secara syariah melalui akad murabahah, yang mana bank membelanjakan emas lalu memasarkannya pada nasabah yang marginnya sesuai kesepakatan disepakati dan tenor fleksibel. Produk ini bebas riba, transparan, dan memiliki keunggulan pada kejelasan akad, harga yang terbuka, serta pilihan tenor. Pendekatan pemasaran berbasis nilai kejujuran dan kebutuhan nasabah juga

meningkatkan minat masyarakat (Candra *et al.*, 2022).

Selain itu, produk ini memberikan kontribusi signifikan dalam mendukung inklusi keuangan syariah. Banyak masyarakat, khususnya di daerah dengan tingkat literasi keuangan rendah, mulai dapat mengakses layanan keuangan formal melalui produk ini. Strategi yang digunakan dalam peningkatan pembiayaan cicil emas mencakup pendekatan bauran pemasaran (*marketing mix*), yakni produk, harga, promosi, dan pendistribusian (Ningsih & Rahman, 2023).

Pemasaran BSI Cicil Emas yang dilakukan melalui pendekatan langsung, seperti edukasi produk, pelatihan keuangan syariah, dan kolaborasi dengan tokoh masyarakat, sangat efektif dalam membangun kepercayaan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan suatu produk syariah tidak hanya ditentukan oleh karakteristik produk, tetapi juga oleh pendekatan edukatif dan kultural dalam penyampaian (Ramadhan *et al.*, 2022).

Dengan berbagai keunggulan tersebut, BSI Cicil Emas menjadi salah satu instrumen keuangan syariah yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap investasi emas yang aman, terjangkau, dan sesuai syariah. Produk ini juga memperkuat peran bank syariah sebagai fasilitator pokok dalam membentuk mekanisme keuangan inklusif dan berkesinambungan (Erman & Winarto, 2025).

Permasalahan utama yang melatarbelakangi pelaksanaan kegiatan pengabdian ini yakni taraf pemahaman masyarakat Desa Pagar Banyu yang begitu rendah atas produk perbankan syariah, khususnya produk BSI Cicil Emas yang mempergunakan akad Murabahah. Hasil observasi dan wawancara awal menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat belum memahami perbedaan antara sistem pembiayaan syariah dan konvensional. Sejumlah nasabah tidak paham akan perbedaan antara margin pada akad murabahah dan bunga sistem kredit konvensional. Kondisi demikian memperlihatkan jika masih diperlukan upaya untuk meningkatkan literasi keuangan syariah dengan pengedukasian, sosialisasi, dan pendampingan oleh pihak bank ataupun lembaga terkait (Bengi *et al.*, 2025).

Masih ada anggapan bahwa cicilan syariah mengandung riba karena kurangnya pemahaman tentang akad murabahah, sehingga partisipasi terhadap produk syariah rendah. Minimnya sosialisasi dan edukasi memperparah kondisi ini, padahal potensi ekonomi masyarakat Pagar Banyu dapat berkembang lebih baik jika akses dan pemahaman terhadap produk seperti BSI Cicil Emas meningkat (Irmawanti & Winarjo, 2025).

Dengan adanya permasalahan ini, maka diperlukan sebuah kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemberian edukasi secara langsung, sistematis, dan mudah dipahami tentang mekanisme kerja akad Murabahah dalam pembiayaan cicil emas. Kegiatan

ini diharapkan dapat memperluas cakupan wawasan masyarakat atas prinsip dasar perekonomian khususnya transaksi jual beli berbasis keuntungan yang transparan. Dengan pemahaman diharapkan masyarakat mampu memanfaatkan pembiayaan cicil emas secara bijak, aman, dan sesuai prinsip syariah (Astuti & Wiyana, 2025).

Kegiatan ini bertujuan meningkatkan literasi dan pemahaman masyarakat tentang akad murabahah, meluruskan kesalahpahaman terkait riba, serta mendorong pemanfaatan produk BSI Cicil Emas sebagai alternatif investasi yang aman, transparan, dan sesuai prinsip syariah, sekaligus memperkuat sinergi antara masyarakat dan lembaga keuangan syariah.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan di Desa Pagar Banyu, Kelurahan Alun Dua, Kecamatan Pagaralam Utara, Kota Pagaralam, Provinsi Sumatera Selatan. Wilayah ini terletak di daerah dataran tinggi Bukit Barisan yang memiliki bentang alam indah serta udara yang sejuk. Kota Pagaralam dikenal mempunyai kekayaan sumber daya alam yang begitu berlimpah, khususnya pada sektor pertanian dan perkebunan. Komoditas utama yang dihasilkan masyarakat setempat meliputi kopi, sayuran dataran tinggi, dan buah-buahan tropis. Selain pertanian, masyarakat juga aktif dalam perdagangan mikro dan usaha rumahan, yang menjadi penggerak ekonomi lokal.

Khalayak sasaran kegiatan ini adalah masyarakat Desa Pagar Banyu, Pagaralam Utara, yang berpotensi mengakses produk keuangan syariah seperti BSI Cicil Emas. Sasaran meliputi usia produktif (25–50 tahun), pelaku UMKM, kepala keluarga pengelola keuangan, masyarakat yang belum memahami keuangan syariah, serta tokoh masyarakat, pemuda, dan kader lokal yang dapat membantu menyebarkan edukasi di komunitas. Kegiatan pengabdian ini berupa sosialisasi dan edukasi keuangan syariah tentang produk BSI Cicil Emas berbasis akad murabahah. Kegiatannya meliputi penyuluhan tatap muka dengan materi interaktif, diskusi dan tanya jawab untuk meluruskan pemahaman, serta evaluasi melalui kuesioner guna mengukur peningkatan pemahaman dan efektivitas kegiatan.

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Pagar Banyu dilakukan dengan tiga tahapan pokok, yakni persiapan, pelaksanaan, serta pengevaluasian dan penyusunan laporan. Tahap persiapan diawali dengan observasi lokasi dan koordinasi dengan Pak RT serta warga setempat guna mengidentifikasi kebutuhan masyarakat dan memastikan dukungan terhadap kegiatan, sekaligus menyiapkan materi serta media edukasi.

Tahap pelaksanaan dilakukan sesuai jadwal melalui sosialisasi dan edukasi literasi keuangan atau fintech syariah, khususnya mengenai produk BSI Cicil Emas berbasis akad

murabahah, yang disampaikan secara tatap muka melalui pemaparan materi, diskusi, dan tanya jawab kepada masyarakat, terutama pelaku UMKM dan petani, dengan dukungan pemateri dari lembaga terkait. Selanjutnya, tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan dan tingkat pemahaman masyarakat, yang kemudian menjadi dasar dalam penyusunan laporan pengabdian mengenai hasil dan capaian program.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Pengabdian masyarakat berjudul “Sosialisasi Produk BSI Akad Murabahah Cicil Emas Bagi Masyarakat Desa Pagar Banyu, Kota Pagar Alam, Provinsi Sumatera Selatan” dilaksanakan melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dengan aktivitas penyuluhan, pendampingan, dan bekerja sama dengan pihak terkait. Program ini berlangsung selama empat bulan, dimulai dari penyusunan proposal, survei lokasi, hingga pelaksanaan kegiatan. Tahap awal dilakukan pada 13 September 2025 melalui survei lokasi untuk mengetahui kondisi lingkungan dan kebutuhan masyarakat sebagai dasar perencanaan program yang tepat sasaran.

Fokus pelaksanaan kegiatan terletak pada sosialisasi produk BSI Cicil Emas berlandaskan akad murabahah kepada masyarakat, khususnya petani, dengan jumlah peserta 35 orang. Materi disampaikan secara tatap muka melalui pemaparan, diskusi interaktif, dan tanya jawab, dengan dukungan lembaga terkait untuk memastikan keakuratan informasi. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang mekanisme cicil emas, prinsip murabahah, serta perbedaannya dengan sistem konvensional. Seluruh rangkaian kegiatan berlangsung dalam tiga tahapan pokok, yakni persiapan, pelaksanaan, serta pengevaluasian dan penyusunan laporan untuk menilai efektivitas program dan capaian peningkatan literasi keuangan syariah masyarakat.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi.

No	Kegiatan	Tanggal/ waktu	ket
1.	Koordinasi dengan ketua RT Desa Pagar Banyu	9 Novemvber 2025	Penyerahan Surat
2.	Koordinasi Dengan BSI KCP Pagaram	31 Oktober 2025	Menjalin Kerjasama Dengan BSI, dan Meminta Pemateri dari pihak BSI

3.	Mengerjakan Soal Pretest		10 November 2025 Jam 14:00-14:10	Sebelum Pemateri menyampaikan materi masyarakat mengerjakan soal pretest
4.	Pelaksanaan sosialisasi dan penyampaian Materi tentang produk BSI akad <i>Murabahah</i> Cicil Emas secara detail	Pelaksanaan	10 November 2025 Jam 14:10-14:45 WIB	Wafi (pemateri)
5.	Penyampaian Materi tentang BSI Cicil Emas		10 November 2025 Jam 14:45-15:10 WIB	Aan Iamrullah (Mahasiswa)
6.	Sesi Tanya Jawab (diskusi)		10 November 2025 Jam 15:10-15:50 WIB	Masyarakat Antusias bertanya menanyakan produk bsi cicil emas
7.	Mengerjakan Soal Postest	Pasca Pelatihan	10 November 2025 Jam 15:50-16:00 WIB	Masyarakat Mengerjakan soal postest untuk melihat peningkatan pemahaman setelah disampaikan materi

Luaran yang Dicapai

Masyarakat Desa Pagar Banyu memperoleh pemahaman lebih baik tentang pembiayaan emas berbasis akad murabahah, termasuk prosedur, struktur margin, manfaat investasi emas, keunggulan cicilan tetap, keamanan transaksi, dan kepatuhan syariah pada produk BSI Cicil Emas. Kegiatan ini juga meningkatkan minat masyarakat untuk memanfaatkan layanan tersebut.

Tabel 2. Keadaan Sebelum dan Sesudah Pengabdian.

No	Aspek	Kondisi			
		Sebelum (Pretest)		Sesudah (Posttest)	
1.	Pengetahuan tentang produk BSI cicil emas	Kurang Baik	17%	Meningkat	96%
2.	Pemahaman Akad <i>Murabahah</i>	Kurang Baik	19%	Meningkat	95%
3.	Pemahaman tentang produk BSI cicil emas	Kurang Baik	14%	Meningkat	97%
4.	Sikap dan Minat Masyarakat	Kurang Baik	25%	Meningkat	85%

Pengabdian sosialisasi produk BSI Cicil Emas berbasis akad murabahah di Desa Pagar Banyu membantu meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan pemahaman masyarakat tentang investasi yang aman dan bernilai jangka panjang. Hasil capaian dan dampak kegiatan yang dilaksanakan pada Oktober–November 2025 disajikan pada Tabel 3:

Tabel 3. Pencapaian dan Dampak Sosialisasi.

No	Pencapaian utama	
	Pencapaian	Deskripsi
1.	Meningkatkan pengetahuan	Masyarakat lebih sadar dan paham mengenai pembiayaan emas syariah serta mampu membedakan dengan pembiayaan konvensional.
2.	Peningkatan Minat Produk	Masyarakat mulai tertarik mempertimbangkan BSI Cicil Emas sebagai pilihan investasi dan perencanaan keuangan keluarga.
3.	Perubahan Sikap	Masyarakat menjadi lebih terbuka pada praktik investasi syariah dan lebih percaya pada produk BSI.
Pencapaian spesifik		
	Pencapaian	Presentase
1.	Masyarakat yang mengikuti kegiatan pengabdian	35 orang
2.	Presentase masyarakat yang meningkatkan pengetahuan	97%

4. DISKUSI

Pra Pelatihan

Tahap pra-pelatihan diawali dengan koordinasi bersama Ketua RT

Pada tanggal 1 November 2025 untuk menjalin kerja sama dan menyerahkan surat tugas sebagai dasar pelaksanaan kegiatan. Ketua RT membantu menentukan waktu dan lokasi, mendata peserta, menyiapkan kebutuhan tempat dan peralatan, serta menyosialisasikan

kegiatan kepada warga agar partisipasi meningkat. Koordinasi ini mempermudah pencapaian target kegiatan pengabdian.



Gambar 1. Penyerahan surat dengan Ketua RT Pagar Banyu.

Berkoordinasi dengan Salah Satu Warga

Pada tanggal 1 November 2025 dilakukan koordinasi dengan salah satu warga, Bapak Abdul Muid, untuk menggali pemahaman masyarakat tentang produk keuangan syariah, khususnya BSI Cicil Emas. Diskusi ini bertujuan mengidentifikasi tingkat literasi keuangan, persepsi warga terhadap perbankan syariah, serta kendala dalam mengakses layanan. Hasilnya menjadi dasar perencanaan program pengabdian sesuai kondisi sosial ekonomi masyarakat Desa Pagar Banyu.



Gambar 2. Berkoordinasi dengan Salah Satu Warga.

Mengedukasi Langsung ke Warga Desa Talang Rejang

Pada tanggal 2 November 2025 dilakukan edukasi langsung kepada warga dengan menggali keluhan masyarakat, khususnya di sektor pertanian, sekaligus memperkenalkan produk BSI Cicil Emas. Kegiatan ini menjadi bagian dari upaya memahami kebutuhan warga dan memberikan informasi awal tentang pembiayaan syariah.



Gambar 3. Mengedukasi Masyarakat Langsung.

Penyerahan Surat Undangan Sosialisasi kepada Ketua RT Pagar Banyu, Pemateri dan Warga

Pada tanggal 9 November 2025 adalah meminta izin dan menyerahkan surat undangan kepada Kepala Desa dan pemateri untuk melakukan kegiatan sosialisasi produk BSI cicil emas di Desa Pagar Banyu dan menyerahkan surat undangan kepada warga agar dapat hadir di dalam kegiatan tersebut. Sebagai gambar berikut:



Gambar 4. Penyerahan Surat Langsung.

Tahap Pelaksanaan Sosialisasi

Tahap ini adalah inti dari aktivitas pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada kegiatan sosialisai dan penyampaian materi tentag produk BSI akad murabahah Cicil Emas kepada masyarakat terkhususnya petani. Kegiatan dimulai pada 10 November 2025 dengan sosialisasi produk BSI Cicil Emas yang diikuti masyarakat dengan antusias serta didukung Ketua RT dan perangkat desa. Materi mencakup konsep, manfaat, dan mekanisme cicil emas. Penyampaian dilakukan oleh perwakilan Bank Syariah Indonesia dan peneliti yang memperjelas materi, khususnya bagi masyarakat petani. Peserta aktif mengikuti dan berdiskusi, menunjukkan tingginya minat terhadap produk keuangan syariah.



Gambar 5. Kegiatan Sosialisasi.

Temuan dan Evaluasi

Kegiatan sosialisasi produk BSI Cicil Emas berbasis akad murabahah di Desa Pagar Banyu dilaksanakan Oktober–November 2025, sebagai bagian dari program pengabdian yang telah berjalan empat bulan sejak tahap proposal hingga pelaksanaan. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang mekanisme cicil emas syariah, termasuk konsep murabahah, margin tetap, kemudahan proses, dan fleksibilitas tenor sebagai solusi investasi jangka panjang.

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan literasi yang signifikan, terlihat dari pemahaman masyarakat tentang perbedaan sistem syariah dan konvensional, transparansi harga, serta manfaat emas sebagai aset pelindung nilai. Kepercayaan masyarakat terhadap BSI juga meningkat, ditandai dengan antusiasme, partisipasi aktif, dan minat menanyakan prosedur pengajuan. Warga menilai kegiatan ini bermanfaat karena menambah wawasan, mengubah persepsi tentang pembiayaan syariah, dan mendorong ketertarikan menggunakan BSI Cicil Emas sebagai investasi yang aman, mudah, dan sesuai prinsip syariah. Evaluasi menunjukkan program berhasil meningkatkan pemahaman, partisipasi, serta minat masyarakat terhadap produk keuangan syariah.

5. KESIMPULAN

Sosialisasi BSI Cicil Emas berbasis akad murabahah di Desa Pagar Banyu meningkatkan literasi keuangan syariah masyarakat secara signifikan. Awalnya warga belum memahami pembiayaan syariah, mekanisme cicil emas, dan perbedaan dengan kredit konvensional. Setelah penyuluhan, diskusi, serta pretest–posttest, pemahaman tentang margin, kepemilikan emas, dan cicilan tetap bebas riba meningkat. Antusiasme warga menunjukkan edukasi partisipatif efektif memperbaiki persepsi dan menumbuhkan kesadaran investasi emas sebagai pelindung nilai. Meski ada kendala fasilitas dan kehadiran, program tetap mencapai tujuan dalam meningkatkan literasi dan mendorong pemanfaatan BSI Cicil Emas sebagai

investasi yang aman dan sesuai syariah.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terima kasih dihaturkan kepada seluruh pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian ini, terutama kepada masyarakat Desa Pagar Banyu, pihak Bank Syariah Indonesia (BSI), serta perangkat desa setempat atas partisipasi dan kerja samanya. Apresiasi juga diberikan kepada tim pelaksana dan semua pihak yang berkontribusi dalam kegiatan sosialisasi ini sehingga dapat berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi peningkatan literasi keuangan syariah masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Alafi, A. M., & Putra, T. R. (2024). Analisis Pemasaran Syariah Pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KCP Bangkalan Trunojoyo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 07(01), 20.
- Astuti, N. P., & Wiyana, A. (2025). *Buku Ajar Praktikum Akuntansi Perbankan*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Bengi, E. S., Balkis, Y. S., Dewi, R., Husni, G. A. S., Emas, C., & Syariah, B. (2025). Prosedur Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia. *Journal Of Economic, Accounting and Management*, 3(2), 624–641. <https://doi.org/10.61994/equivalent.v3i2.1055>
- Candra, A., Putra, F. C., Hanifun, I., Nofrianti, L., Prawesti, Nugroho, T., Setiawan, W., & Bustami, T. (2022). Strategi Pemasaran Bagi Program Gadai Emas dan Cicil Emas Syariah Upaya Meningkatkan Portofolio Pembiayaan BSI KC Adam Malik Bengkulu. *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate STRATEGI*, 61–67.
- Erman, N., & Winarto, M. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas dalam Meningkatkan Minat Nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kota Pekanbaru. *Jurnal Al-Muqayyad*, 8(2), 176–187.
- Fitria, A., Fairana, V. A., Ecica, & Azwari, P. C. (2025). Alasan Mengapa Generasi Muda Perlu Mengenal dan Memahami Perbankan Syariah di Era Modern. *Jurnal Economic Management and Business*, 4(1), 1–14.
- Hasanah, R. (2022). Sosialisasi Peningkatan Implementasi Pendidikan Karakter Melalui Program Wali Murid Peduli di SDN GunungSari 04 Kota Batu. *Jurnal Pendidikan Taman Widya Humaniora (JPTWH)*, 1(3), 538–560.
- Irmawanti, & Winarjo, M. (2025). Murabahah Sebagai Solusi Pembiayaan Syariah Alternatif Jual Beli Bebas Riba Untuk Kebutuhan Konsumtif dan Produktif. *Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability (JOEMBAS)*, 2(2), 89–100.
- Kristhy, M. E., Oktalita, S., Yonathan, S., Susanto, T., & Wiji, B. (2022). Keuntungan Investasi Emas Antam Di Masa Pandemi Covid-19. *E-Journal Komunikasi Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha*, 5(1), 388–399.
- Mustofa, U. (2020). Efektivitas Program Edukasi dan Religiositas Dalam Meningkatkan

- Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah Berdasarkan Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia dari. *Reconstruction of Justice and Welfare for Indonesia Journal*, 7(2), 214–231. <https://doi.org/10.31942/iq>
- Ningsi, E. H., Manurung, L., & Battuta, U. (2024). Peningkatan Literasi Keuangan Syariah di Masyarakat Pedesaan Kecamatan Lubuk Pakam. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 150–155. <https://doi.org/10.36728/jpf.v5i2.3385>
- Ningsih, P. R., & Rahman, T. (2023). Analisis Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas BSI Dalam Upaya Meningkatkan Nasabah Pembiayaan Pada BSI KC Bojonegoro. *Justisia Ekonomika Jurnal*, 7(2), 935–946. <https://doi.org/10.30651/justeko.v7i2.20651>
- Nuryana, R. S., Jatnika, D. C., & Firsanty, F. P. (2025). Efektifitas Sosialisasi Sebagai Pendekatan Partisipatif Dalam Program Sosial. *Share Social Work Journal*, 15(1), 35–47.
- OJK. (n.d.). *Tingkatkan Literasi Keuangan Masyarakat*.
- Ramadhan, D., Soemarso, E. D., & Kusuma, S. Y. (2022). Strategi Pemasaran Digital Produk Cicil Emas pada Bank BSI KCP Semarang Banyumanik. *Jurnal Pustaka Aktiva*, 2(2), 55–61.