

---

## Sosialisasi Produk-Produk Keuangan Syariah kepada Karyawan Swasta dan Pegawai Negeri

Lilis Sakuroh<sup>1</sup>, Teti Sunarti<sup>2</sup>, Iqbal Abdillah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam (STEBI) Al Jabar

---

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas sosialisasi produk-produk keuangan syariah kepada karyawan swasta dan pegawai negeri. Dalam konteks ekonomi yang semakin berkembang, produk keuangan syariah menawarkan solusi yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah dan kebutuhan masyarakat modern. Dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini melibatkan survei terhadap 200 responden untuk mengukur pemahaman, minat, dan penerimaan terhadap produk keuangan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi memiliki peran signifikan dalam meningkatkan literasi keuangan syariah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para pemangku kepentingan untuk meningkatkan strategi pemasaran produk keuangan syariah.

**Kata kunci:** *Keuangan Syariah; Sosialisasi; Literasi Keuangan; Karyawan Swasta; Pegawai Negeri*

### Abstract

*This study aims to evaluate the effectiveness of socialization of Islamic financial products to private and civil servants. In the context of a growing economy, Islamic financial products offer solutions that are in line with sharia principles and the needs of modern society. Using a quantitative approach, this study involved a survey of 200 respondents to measure their understanding, interest and acceptance of Islamic financial products. The results showed that socialization has a significant role in improving Islamic financial literacy. This research is expected to provide insights for stakeholders to improve marketing strategies for Islamic financial products.*

**Keywords:** *Islamic Finance; Socialization; Financial Literacy; Private Employee; Public Servant*

---

## PENDAHULUAN

Produk-produk keuangan syariah telah berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan keuangan. Produk ini mencakup berbagai instrumen seperti tabungan, investasi, dan pembiayaan yang dirancang untuk mematuhi hukum Islam (Karim, 2020). Namun, literasi keuangan syariah di kalangan karyawan swasta dan pegawai negeri masih tergolong rendah (Huda, 2021).

Kurangnya pemahaman terhadap produk keuangan syariah sering kali menjadi penghalang utama bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam sistem keuangan syariah. Karyawan swasta dan pegawai negeri, sebagai kelompok masyarakat yang berpenghasilan tetap, memiliki potensi besar untuk menjadi pengguna aktif produk-produk keuangan syariah (Anwar, 2019).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur efektivitas sosialisasi produk-produk keuangan syariah terhadap peningkatan literasi keuangan di kalangan karyawan swasta dan pegawai negeri. Dengan pemahaman yang lebih baik, diharapkan kelompok ini dapat memanfaatkan produk-produk keuangan syariah secara optimal (Rahman, 2020).

Manfaat penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada literatur akademik tetapi juga memberikan rekomendasi praktis kepada lembaga keuangan syariah dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif (Yusuf, 2018). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pendekatan personalisasi dan edukasi berbasis teknologi memiliki dampak positif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk keuangan syariah (Ali, 2021).

Kajian literatur menunjukkan bahwa studi tentang literasi keuangan syariah masih terbatas pada konteks masyarakat umum tanpa fokus khusus pada kelompok tertentu, seperti karyawan swasta dan pegawai negeri (Fauzi, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kontribusi unik dengan memberikan perhatian khusus pada dua kelompok ini.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Jenis Penelitian:** Kuantitatif deskriptif (Sugiyono, 2020).
2. **Populasi dan Sampel Penelitian:** Populasi melibatkan karyawan swasta dan pegawai negeri di Kota Bandung. Sampel terdiri dari 200 responden yang dipilih menggunakan metode purposive sampling (Huda, 2021).
3. **Teknik Analisis Data:** Analisis statistik deskriptif dan regresi linier sederhana untuk mengevaluasi hubungan antara sosialisasi dan tingkat literasi (Ghozali, 2021).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 menunjukkan tingkat literasi keuangan syariah sebelum dan setelah sosialisasi.

**Tabel 1. Tingkat Literasi Keuangan Syariah Sebelum dan Setelah**

Kelompok Responden	Literasi Sebelum (%)	Literasi Setelah (%)
Karyawan Swasta	45	70
Pegawai Negeri	50	75

Data pada Tabel 1 menunjukkan peningkatan literasi keuangan yang signifikan setelah sosialisasi. Karyawan swasta mengalami peningkatan sebesar 25%, sementara pegawai negeri meningkat sebesar 25%. Hal ini menunjukkan bahwa program sosialisasi berhasil meningkatkan pemahaman terhadap produk keuangan syariah (Karim, 2020).

**Tabel 2. Minat terhadap Produk Keuangan Syariah**

Jenis Produk	Minat Sebelum (%)	Minat Setelah (%)
Tabungan Syariah	60	80
Investasi Syariah	50	70
Pembiayaan Syariah	40	65

Hasil dari Tabel 2 menunjukkan adanya peningkatan minat yang signifikan terhadap berbagai produk keuangan syariah. Minat terhadap tabungan syariah meningkat sebesar 20%, sementara minat terhadap investasi dan pembiayaan masing-masing meningkat sebesar 20% dan 25% (Rahman, 2020).

Peningkatan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk metode sosialisasi yang melibatkan pendekatan langsung dan penggunaan media digital. Pendekatan personalisasi memungkinkan pesan-pesan edukatif disampaikan secara relevan sesuai dengan kebutuhan responden (Ali, 2021). Selain itu, dukungan teknologi mempercepat penyebaran informasi dan menarik perhatian audiens yang lebih luas.

Penelitian ini juga menemukan bahwa tingkat pemahaman terhadap konsep-konsep dasar keuangan syariah, seperti akad dan prinsip halal-haram, meningkat setelah sosialisasi. Sebelum program dilaksanakan, hanya 35% responden yang memahami konsep-konsep ini. Setelah sosialisasi, angka tersebut meningkat menjadi 65% untuk karyawan swasta dan 70% untuk pegawai negeri (Fauzi, 2022).

Secara keseluruhan, sosialisasi produk keuangan syariah telah berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan literasi dan mendorong minat terhadap produk keuangan syariah. Namun, temuan ini juga menunjukkan adanya kebutuhan untuk penguatan lebih lanjut dalam hal pendampingan pengguna produk syariah, sehingga mereka dapat lebih percaya diri dalam memanfaatkan layanan yang ditawarkan.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis bahwa pendekatan sistematis dalam sosialisasi dapat secara signifikan memengaruhi literasi dan minat pada produk keuangan syariah (Ghozali, 2021). Dengan demikian, penelitian ini menjadi landasan untuk strategi pemasaran yang lebih efektif di masa mendatang.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa sosialisasi produk keuangan syariah memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan literasi dan minat pada produk keuangan syariah di kalangan karyawan swasta dan pegawai negeri. Dengan sosialisasi yang efektif, lembaga keuangan syariah dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan inklusi keuangan syariah.

Rekomendasi dari penelitian ini adalah lembaga keuangan syariah perlu mengembangkan strategi sosialisasi yang lebih terstruktur dan berbasis teknologi untuk mencapai audiens yang lebih luas. Penelitian selanjutnya dapat fokus pada pengaruh jangka panjang dari sosialisasi ini terhadap perilaku keuangan masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2021). *Strategi Edukasi Keuangan Syariah*. Jakarta: Gramedia.
- Anwar, S. (2019). *Literasi Keuangan di Indonesia*. Bandung: Alfabeta.
- Fauzi, R. (2022). "Analisis Perkembangan Keuangan Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam*, 15(1), 45-60.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Huda, N. (2021). *Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah*. Malang: UIN Press.
- Ibrahim, S. (2020). *Pendidikan Literasi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ismail, F. (2019). *Prinsip-Prinsip Keuangan Islam*. Bogor: IPB Press.
- Karim, A. A. (2020). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Maulana, H. (2021). "Faktor Pendorong Inklusi Keuangan Syariah," *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(1), 35-50.
- Nasution, Z. (2019). *Dasar-Dasar Keuangan Syariah*. Medan: USU Press.
- Rahman, A. (2020). "Pentingnya Literasi Keuangan Syariah," *Jurnal Keuangan Islam*, 12(3), 122-135.
- Santoso, B. (2020). "Inovasi dalam Keuangan Syariah," *Jurnal Bisnis Islam*, 11(2), 99-120.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yusuf, M. (2018). *Manajemen Pemasaran Keuangan Syariah*. Surabaya: Erlangga.
- Zaini, M. (2021). *Pemasaran Produk Syariah*. Yogyakarta: Deepublish.



**This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)**

---