

PENGUATAN LITERASI PEMASARAN DAN AKUNTANSI SYARIAH MELALUI PROGRAM CAPACITY BUILDING PADA MAHASISWA DAN SISWA SMK DI BOGOR

Rendra Fahrurrozie ¹⁾, Rizky Nanda Verina ²⁾, Heru Wibowo ³⁾,
Dede Ali Sadad ⁴⁾, Sholeh Abdul Qudus ⁵⁾, Aisyah As-Salafiyah ⁶⁾

^{1) 2) 3) 4) 5) 6)} Program Studi Ekonomi Syariah, STAI Sirojul Falah Bogor
rendra.fr@staisifabogor.ac.id

Abstrak

Rendahnya literasi ekonomi syariah pada mahasiswa dan siswa sekolah menengah menunjukkan adanya kesenjangan antara penguasaan konseptual dan kesiapan aplikatif dalam bidang ekonomi Islam. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengembangkan penguatan literasi berbasis *capacity building* yang terintegrasi dengan mekanisme *knowledge transfer* dan pemberdayaan berkelanjutan. Program dilaksanakan melalui tiga seminar tematik, Pemasaran Syariah, Audit Syariah, dan Pemasaran Syariah (Batch 2) dengan pendekatan pembelajaran orang dewasa (*adult learning approach*) yang menekankan relevansi praktis dan studi kasus aplikatif. Sebanyak 75 responden terlibat dalam kegiatan ini. Hasil evaluasi menunjukkan tingkat kepuasan rata-rata sebesar 98,3% dan kesiapan mengikuti kegiatan lanjutan sebesar 88,2%, dengan 100% respons positif pada dua seminar terakhir. Tahap hilirisasi dilakukan melalui sosialisasi literasi ekonomi syariah pada enam sekolah mitra di wilayah Cibinong dan Kota Bogor, yang menunjukkan peningkatan pemahaman siswa terhadap prinsip akad, etika transaksi, serta diferensiasi sistem ekonomi syariah dan konvensional. Secara konseptual, model ini menghasilkan efek multiplikatif (*multiplier effect*), di mana penguatan kapasitas mahasiswa berkontribusi pada perluasan literasi di tingkat sekolah. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan pengabdian berbasis penguatan kapasitas internal dan ekspansi literasi eksternal efektif dalam membangun ekosistem literasi ekonomi syariah yang berjenjang dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *capacity building*, literasi ekonomi syariah, *adult learning*, *knowledge transfer*, pengabdian masyarakat

Abstract

The limited level of Islamic economic literacy among university and secondary school students reflects a gap between conceptual understanding and practical readiness in the field of Islamic economics. This community engagement program aimed to develop an integrated literacy enhancement grounded in capacity building, incorporating a structured knowledge transfer mechanism and sustainable community empowerment principles. The program was implemented through three thematic seminars, Islamic Marketing, Islamic Auditing, and Islamic Marketing (Batch 2), employing an adult learning approach that emphasized practical relevance and case-based applications. A total of 75 respondents participated in the seminars. Evaluation results demonstrated an average satisfaction rate of 98.3% and a follow-up readiness rate of 88.2%, with 100% positive responses recorded in the latter two seminars. The dissemination phase was conducted in six partner schools in the Cibinong and Bogor areas, revealing improved student understanding of Islamic contract principles, ethical transactions, and distinctions between Islamic and conventional economic systems. Conceptually, the model generated a multiplier effect, whereby strengthened student capacity at the university level contributed to the expansion of Islamic economic literacy at the secondary education level. These findings indicate that an integrated approach combining internal capacity strengthening and external literacy expansion is effective in fostering a tiered and sustainable Islamic economic literacy ecosystem.

Keywords: capacity building, Islamic economic literacy, adult learning, knowledge transfer, community service

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan dalam dua dekade terakhir, baik dari sisi kelembagaan, regulasi, maupun literasi publik (Chen

& Yu, 2023; Tira Aprilia et al., 2024; Zulkarnain & Arif, 2025). Laporan Otoritas Jasa Keuangan melalui Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah nasional masih berada pada kategori menengah dan belum sebanding dengan pertumbuhan industri

keuangan syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2025). Kondisi ini menegaskan adanya kesenjangan antara ekspansi kelembagaan dan pemahaman masyarakat terhadap prinsip ekonomi syariah (Fauzan, 2025).

Tabel 1. Permasalahan Literasi Ekonomi Syariah pada Sekolah Mitra

Dimensi Permasalahan	Sintesis Temuan Lapangan (Lintas Sekolah)
Literasi Konseptual	Pemahaman ekonomi syariah masih bersifat normatif (halal-haram dan riba) serta belum mencakup akad, muamalah, dan prinsip transaksi secara komprehensif.
Integrasi Kurikulum	Tidak terdapat mata pelajaran atau program khusus ekonomi syariah; materi hanya tersisip dalam PAI atau belum terakomodasi sama sekali.
Praktik Kelembagaan Sekolah	Koperasi sekolah belum sepenuhnya menerapkan akad syariah secara formal; beberapa praktik sudah ada namun belum terdokumentasi sistematis.
Perilaku Keuangan Siswa	Ditemukan kecenderungan konsumtif, praktik utang kantin, serta belum terbentuknya manajemen keuangan berbasis nilai Islami.
Program Literasi & Pendampingan	Belum tersedia program literasi ekonomi syariah yang terstruktur dan berkelanjutan; minim sosialisasi dan pembinaan rutin.

Sumber: Observasi dan Wawancara Mahasiswa (2025)

Dari sisi regulasi, penguatan ekosistem ekonomi syariah telah diatur melalui berbagai kebijakan nasional, termasuk penguatan kelembagaan di bawah Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah serta integrasi nilai-nilai ekonomi syariah dalam sistem pendidikan nasional (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2026; Fadilah et al., 2026). Namun demikian, implementasi literasi ekonomi syariah pada jenjang pendidikan menengah khususnya SMA (Sekolah Menengah Atas) dan SMK (Sekolah Menengah Kejuruan), masih bersifat parsial dan belum terstruktur dalam kurikulum inti (Putra et al., 2024; Ratnawati Rafliis et al., 2025). Materi ekonomi syariah sering kali hanya menjadi bagian kecil dari pembahasan ekonomi konvensional tanpa pendalaman konseptual mengenai akad, etika

transaksi, maupun praktik akuntansi (Sitorus & Siregar, 2022).

Hasil observasi awal dan pengumpulan data lapangan oleh mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah pada beberapa sekolah mitra menunjukkan bahwa sebagian besar siswa belum memahami perbedaan mendasar antara sistem konvensional dan syariah, khususnya dalam aspek pemasaran berbasis nilai (*value-based marketing*) dan pencatatan transaksi berbasis akad. Minimnya paparan terhadap praktik ekonomi syariah menyebabkan literasi siswa cenderung normatif dan belum aplikatif.



Gambar 1. Observasi dan Interview Guru dan Siswa ke SMK/SMA di Bogor

Selain pada siswa, penguatan kapasitas mahasiswa sebagai agen literasi juga menjadi kebutuhan strategis (Rahmah & Syafira, 2026; Septiyanti et al., 2026). Mahasiswa ekonomi syariah tidak hanya dituntut memahami teori, tetapi juga mampu mentransformasikan pengetahuan tersebut kepada masyarakat secara komunikatif dan kontekstual (Erra Fitri Luknawati et al., 2026; Fahrurrozie et al., 2025). Dengan demikian, kegiatan seminar tematik dan sosialisasi edukatif menjadi instrumen penting dalam menjembatani kesenjangan literasi tersebut.

Khalayak sasaran kegiatan pengabdian ini terdiri atas dua kelompok utama. Pertama, mahasiswa yang mengikuti seminar tematik mengenai pemasaran syariah serta audit dan akuntansi syariah. Mahasiswa diposisikan sebagai subjek *capacity building* sekaligus agen edukasi literasi.

Kedua, siswa SMA/SMK pada sekolah mitra yang menjadi lokasi sosialisasi ekonomi syariah. Pemilihan siswa SMK didasarkan pada relevansi

kurikulum kewirausahaan dan akuntansi yang memiliki irisan langsung dengan konsep pemasaran dan akuntansi syariah. Sementara itu, siswa SMA dipandang sebagai kelompok potensial dalam pembentukan literasi ekonomi sejak dini sebelum memasuki jenjang pendidikan tinggi, serta bagian dari pengabdian dari penelitian sebelumnya bahwa literasi ekonomi syariah masih belum menjadi inti kurikulum, sehingga penting bagi kampus untuk turut serta mensosialisasikan keilmuan ekonomi syariah di tingkat sekolah atas (Putra et al., 2024; Ratnawati Rafliis et al., 2025).

Pendekatan dua lapis (mahasiswa–siswa) untuk menciptakan model pengabdian kolaboratif dan berkelanjutan antara perguruan tinggi dan sekolah (Amien et al., 2024; Andayani & Putri, 2024).

Tabel 2. Identifikasi Permasalahan dan Tujuan Kegiatan Pengabdian

Permasalahan	Tujuan Kegiatan Pengabdian
Rendahnya literasi konseptual siswa mengenai pemasaran dan akuntansi syariah.	Meningkatkan literasi pemasaran dan akuntansi syariah pada mahasiswa dan siswa SMA/SMK.
Minimnya integrasi praktik ekonomi syariah dalam pembelajaran ekonomi di sekolah.	Mengembangkan model capacity building berbasis seminar dan sosialisasi partisipatif.
Terbatasnya ruang aktualisasi mahasiswa dalam mentransfer pengetahuan ekonomi syariah secara aplikatif.	Membangun kolaborasi edukatif berkelanjutan antara perguruan tinggi dan sekolah dalam penguatan ekonomi syariah.

Secara konseptual, literasi ekonomi syariah merupakan kemampuan individu dalam memahami prinsip, nilai, serta praktik ekonomi berbasis syariah yang mencakup aspek akad, keadilan transaksi, larangan riba, dan transparansi pencatatan keuangan (Lidiaputri et al., 2026). Literasi tidak hanya dimaknai sebagai pengetahuan kognitif, tetapi juga sebagai kemampuan aplikatif dalam pengambilan keputusan ekonomi (Nosita & Lestari, 2019).

Dalam perspektif pemasaran, konsep pemasaran syariah menekankan prinsip kejujuran (*shiddiq*), amanah, transparansi, dan orientasi keberkahan, berbeda dengan pendekatan konvensional yang berfokus pada maksimalisasi laba (Irsyanda et al., 2025; Nurkhasanah & Effendi, 2025). Sementara itu, akuntansi syariah berlandaskan pada prinsip

akuntabilitas, keadilan, dan kepatuhan terhadap akad (Ardana & Sisdianto, 2024; Pujiati, 2025).

Pendekatan *capacity building* dalam pengabdian masyarakat dipahami sebagai proses sistematis untuk meningkatkan kemampuan individu dan institusi melalui transfer pengetahuan, penguatan keterampilan, dan pembentukan jejaring kolaboratif (Dewianawati et al., 2023; Coe et al., 2025; Triyastuti et al., 2025; Fauzi et al., 2026). Model ini efektif ketika dilakukan secara partisipatif dan kontekstual, sehingga peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga terlibat aktif dalam diskusi dan refleksi.

Dengan demikian, integrasi seminar tematik bagi mahasiswa dan sosialisasi edukatif bagi siswa menjadi strategi intervensi yang relevan untuk memperkuat literasi ekonomi syariah secara berjenjang dan berkelanjutan. Pendahuluan ini menjadi landasan konseptual bagi pemaparan metode dan hasil kegiatan pengabdian pada bagian selanjutnya.

METODOLOGI PENGABDIAN

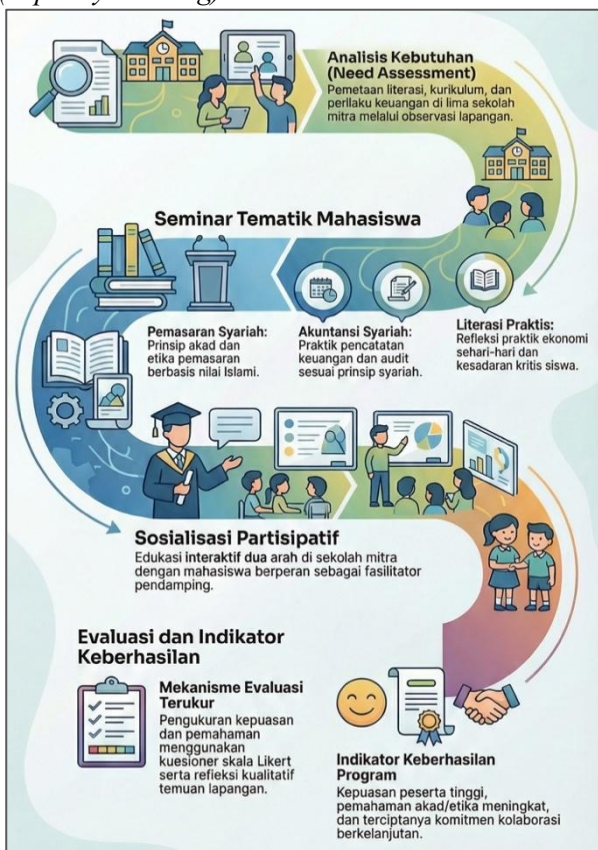
Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan *capacity building* partisipatif yang dirancang untuk memperkuat literasi pemasaran dan akuntansi syariah secara berjenjang pada siswa SMA/SMK (Muliza et al., 2024). Metodologi pelaksanaan mencakup dua komponen utama, yaitu rancangan kegiatan dan rancangan evaluasi.

Rancangan kegiatan diawali dengan tahap analisis kebutuhan (*need assessment*) yang dilakukan melalui observasi lapangan dan pengumpulan data oleh mahasiswa pada lima sekolah mitra. Tahap ini bertujuan untuk memetakan tingkat literasi ekonomi syariah, integrasi kurikulum, praktik kelembagaan sekolah (koperasi), serta perilaku keuangan siswa. Hasil pemetaan menjadi dasar penyusunan materi seminar dan sosialisasi agar sesuai dengan karakteristik sasaran (Effendi et al., 2025).

Tahap kedua adalah pelaksanaan seminar tematik bagi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah yang mencakup: (1) Seminar Pemasaran Syariah (Umroh), (2) Seminar Audit dan Akuntansi Syariah, serta (3) Seminar Pemasaran Syariah Batch 2. Kegiatan seminar bertujuan memperkuat pemahaman konseptual mahasiswa (*upgrading skill*) sekaligus melatih kemampuan komunikasi ilmiah

dan aplikatif. Materi difokuskan pada prinsip akad, etika pemasaran berbasis nilai Islami, serta praktik pencatatan keuangan syariah.

Tahap ketiga adalah sosialisasi partisipatif di sekolah mitra. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk pemaparan materi interaktif, diskusi kasus sederhana, serta refleksi praktik ekonomi sehari-hari siswa (Dessyta Gumanti; Reni Respita, 2021). Mahasiswa berperan sebagai fasilitator dengan pendampingan dosen. Model ini dirancang untuk menciptakan proses pembelajaran dua arah yang tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi juga membangun kesadaran kritis dan kontekstual (*capacity building*).



Gambar 2. Alur Penguatan Literasi Ekonomi Syariah

Rancangan evaluasi dilakukan menggunakan instrumen kuesioner kepuasan dan respons pemahaman yang diberikan kepada peserta seminar dan siswa sekolah mitra (Yanto et al., 2023). Instrumen disusun menggunakan skala *Likert* empat tingkat untuk mengukur aspek relevansi materi, kejelasan penyampaian, kebermanfaatn kegiatan, serta kesiapan mengikuti program lanjutan. Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif dalam bentuk

persentase respons positif dan tingkat partisipasi. Selain itu, dilakukan refleksi kualitatif terhadap temuan lapangan untuk melihat perubahan pemahaman konseptual dan respons perilaku peserta.

Indikator keberhasilan kegiatan meliputi: (1) tingginya tingkat kepuasan peserta, (2) meningkatnya pemahaman mengenai konsep akad dan etika transaksi syariah. Dengan rancangan tersebut, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berorientasi pada penyampaian materi, tetapi juga pada penguatan kapasitas dan keberlanjutan program literasi ekonomi syariah.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan secara bertahap dan terintegrasi antara penguatan kapasitas mahasiswa melalui seminar tematik dan sosialisasi literasi ekonomi syariah pada sekolah mitra. Hasil yang disajikan pada bagian ini merupakan hasil bersih berdasarkan pengolahan data evaluasi dan sintesis temuan lapangan.

1. Pelaksanaan Seminar Tematik *Upgrading Skill* Mahasiswa (berbasis Matakuliah)

Seminar dilaksanakan dalam tiga tema utama, yaitu Pemasaran Syariah (Umroh), Audit dan Akuntansi Syariah, serta Pemasaran Syariah Batch 2. Kegiatan ini diikuti oleh mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah sebagai bagian dari penguatan kompetensi akademik pembelajaran di luar kelas dengan basis mata kuliah yang berjalan di semester dan keterampilan komunikasi publik bagi mahasiswa.

Materi seminar difokuskan pada:

- prinsip akad dalam praktik bisnis syariah,
- etika pemasaran berbasis nilai Islami (kejujuran, transparansi, dan keberkahan),
- implementasi audit dan pencatatan keuangan syariah, serta
- studi kasus kontekstual dalam praktik usaha jasa dan koperasi.

2. Seminar Pemasaran Syariah

Seminar ini dilaksanakan dengan online, dengan peserta Mahasiswa, Siswa sekolah yang diundang melalui Guru SMK/A dan MA (Madrasah Aliyah) dan masyarakat umum. Tema pemasaran karena bagian dari hal terpenting dalam praktik bisnis dan ekonomi syariah adalah etika dalam memasarkan jasa atau produk. Seminar “**Strategi Sukses**

Pemasaran Umroh: Peluang Usaha bagi Mahasiswa dan Meningkatkan Kemampuan Pemasaran Bisnis Syariah” dilaksanakan pada 24 November 2025 secara daring melalui Google Meet sebagai bagian dari program *capacity building* literasi pemasaran syariah. Kegiatan ini bertujuan membuka wawasan mahasiswa dan pelajar mengenai peluang usaha halal dan prospektif di industri perjalanan ibadah.



Gambar 3. Poster dan Foto Pemateri & Peserta Kegiatan Seminar.

Seminar menghadirkan Dosen Ekonomi Syariah yang memaparkan konsep pemasaran berbasis nilai Islami, serta praktisi tour & travel, yang menyampaikan strategi pemasaran umroh dan peluang kemitraan mahasiswa sebagai agen pemasaran. Peserta berasal dari mahasiswa, siswa SMK/A/MA, dan masyarakat umum yang diundang melalui media sosial, jejaring guru sekolah, serta grup mahasiswa dan dosen. Peserta memperoleh sertifikat soft skill, penguatan kompetensi pemasaran

syariah, serta integrasi kehadiran dengan penilaian akademik.

Secara umum, kegiatan ini meningkatkan pemahaman konseptual dan aplikatif peserta mengenai strategi pemasaran umroh sekaligus membuka perspektif kewirausahaan syariah yang realistis bagi mahasiswa dan pelajar.

3. Seminar Audit dan Akuntansi Syariah

Seminar “Menjadi Auditor Syariah Masa Depan: Melatih Ketelitian, Logika, dan Etika dalam Pengawasan Perbankan Syariah” dilaksanakan pada 1 Desember 2025 secara daring melalui Google Meet sebagai bagian dari program *capacity building* literasi akuntansi syariah. Kegiatan ini diikuti oleh mahasiswa, siswa SMK/A/MA, serta peserta umum yang diundang melalui media sosial program studi, jejaring guru sekolah, grup kelas mahasiswa, dan grup dosen.



Gambar 4. Poster dan Pemanteri & Peserta Kegiatan Seminar.

Seminar menghadirkan narasumber akademisi dan praktisi perbankan syariah yang membahas konsep dan praktik audit syariah, termasuk kepatuhan akad, identifikasi risiko pelanggaran prinsip syariah, serta pentingnya integritas dan profesionalisme auditor. Selain penguatan aspek teknis, kegiatan ini juga menekankan pengembangan soft skill seperti berpikir kritis, ketelitian analitis, komunikasi profesional, dan etika kerja.

Seminar akuntansi syariah berkontribusi langsung terhadap peningkatan literasi konseptual dan aplikatif peserta serta memperluas jangkauan edukasi melalui partisipasi lintas jenjang. Kegiatan ini memperkuat model kolaboratif antara perguruan tinggi dan sekolah dalam membangun ekosistem literasi ekonomi syariah yang berkelanjutan.

4. Seminar Pemasaran Syariah – Batch 2

Seminar “**Keterampilan Digital dan Closing Efektif** bagi Penggiat Pemasaran Umroh” merupakan lanjutan dari rangkaian program penguatan literasi pemasaran syariah yang dilaksanakan pada 8 Desember 2025 secara daring melalui Google Meet. Kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan kompetensi digital marketing mahasiswa dan peserta umum dalam memasarkan layanan umroh secara etis, profesional, dan sesuai prinsip syariah.

Seminar menghadirkan tiga narasumber dengan latar belakang akademik dan praktisi, yaitu dosen Ekonomi Syariah, kreator digital profesional, serta praktisi usaha travel umroh. Materi yang disampaikan meliputi strategi pemasaran berbasis nilai Islami, teknik pembuatan konten digital untuk penguatan *soft skill* yang dibutuhkan dalam industri pemasaran syariah.

Peserta berasal dari mahasiswa, siswa SMK/A/MA, dan masyarakat umum yang diundang melalui media sosial program studi, jejaring sekolah, serta grup akademik. Antusiasme peserta terlihat dari partisipasi aktif dalam sesi diskusi dan tanya jawab, khususnya terkait praktik pembuatan konten dan strategi membangun kepercayaan calon pelanggan.

Dalam konteks artikel pengabdian ini, seminar Batch 2 memperkuat dimensi aplikatif literasi pemasaran syariah dengan menambahkan aspek keterampilan digital dan komunikasi persuasif berbasis etika. Kegiatan ini menunjukkan bahwa

integrasi antara penguatan konsep, praktik industri, dan kompetensi digital menjadi strategi efektif dalam membangun kesiapan mahasiswa dan pelajar memasuki industri travel dan bisnis syariah secara profesional dan berintegritas.



Gambar 5. Poster dan Foto Pemateri & Peserta Kegiatan Seminar.

5. Pelaksanaan Sosialisasi Literasi Ekonomi Syariah di Sekolah Mitra

Sosialisasi dilaksanakan pada lima sekolah mitra dengan pendekatan partisipatif dan dialogis. Materi yang disampaikan meliputi:

- Konsep dasar ekonomi syariah dan perbedaannya dengan sistem konvensional
- Pengenalan sekilas bisnis berbasis syariah serta trend remaja setelah lulus sekolah di bidang bisnis, dan jenis-jenis akad dalam transaksi sehari-hari.

- c. Peluang profesional karir dari ekonomi syariah di industri dan pembelajaran daring kegiatan seminar.

Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk pemaparan interaktif, diskusi kasus sederhana, serta refleksi bersama mengenai bisnis Islam dan ekonomi Syariah. Mahasiswa bertindak sebagai fasilitator dengan pendampingan dosen untuk memastikan akurasi materi dan efektivitas penyampaian.

Sosialisasi keilmuan Ekonomi Syariah bermula dilakukan di SMK Harapan Kita Cibinong Bogor, yang dihadiri oleh siswa kelas 12, dari jurusan pemasaran dan manajemen perkantoran.



Gambar 6. Sosialisasi di SMK Harapan Kita Cibinong Bogor.

Kemudian, berlanjut sosialisasi di SMK Teknomedika Plus Cibinong dengan jurusan akuntansi, perbankan dan lainnya. Siswa yang hadir adalah kelas 12 dari berbagai jurusan.



Gambar 7. Sosialisasi di SMK Teknomedika Plus Cibinong Bogor.

Berlanjut sosialisasi di SMK Bina Teknologi Cininong yang dihadiri oleh kelas 12 dari jurusan teknik otomotif dan teknik komputer informatika.



Gambar 8. Sosialisasi di SMK Bina Teknologi Cibinong Bogor.

Adapun di Madrasah Aliyah (MA) Sirojul Falah Cibinong Bogor, turut hadir kelas 12 yang berkumpul di aula Madrasah.



Gambar 9. Sosialisasi di MA Sirojul Falah Cibinong Bogor.



Gambar 10. Sosialisasi di SMK YKTB Kota Bogor yang dihadiri kelas 12 berbagai jurusan.

Sosialisasi ekonomi syariah, berlanjut ke SMK YKTB Kota Bogor, yang dihadiri oleh kelas 12 dari jurusan akuntansi, manajemen perkantoran,

pemasaran, dan jurusan lainnya dalam aula sekolah yang telah disediakan.

Sosialisasi dilanjutkan pula di SMK Mahardhika Cibinong Bogor, yang dihadiri tidak hanya oleh kelas 12, tetapi dari kelas 10 dan 11 yang turut menyimak pemaparan keilmuan ekonomi syariah.



Gambar 11. Sosialisasi di SMK Mahardhika Cibinong Bogor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Evaluatif Berbasis Model Capacity Building

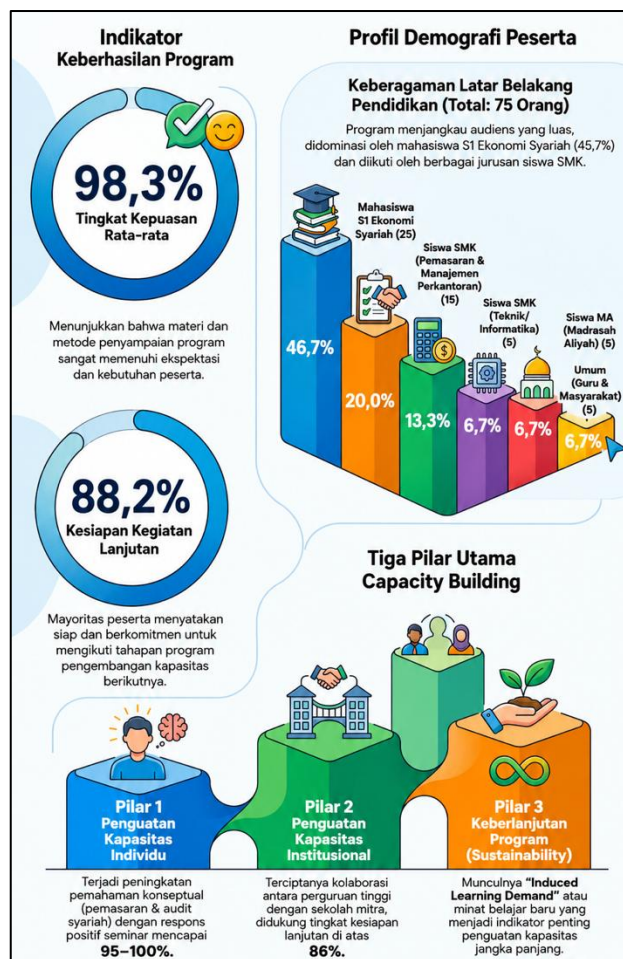
1. Efektivitas Program *Upgrading Skill* dalam Perspektif *Capacity Building*

Secara keseluruhan, program *capacity building* yang melibatkan 75 responden menghasilkan tingkat kepuasan rata-rata sebesar 98,3% dengan kesiapan mengikuti kegiatan lanjutan sebesar 88,2%.

Tabel 3. Profil Demografi dan Latar Belakang Pendidikan Sasaran (n=75)

Karakteristik Latar Belakang Peserta	Jumlah Peserta (n dan %)
Mahasiswa (S1 Ekonomi Syariah STAI Sirojul Falah)	35 orang (46,7%)
Siswa SMK (Jurusan Pemasaran & Manajemen Perkantoran)	15 orang (20,0%)
Siswa SMK (Jurusan Akuntansi & Perbankan)	10 orang (13,3%)
Siswa SMK (Jurusan Teknik Otomotif / Informatika)	5 orang (6,7%)
Siswa MA (Madrasah Aliyah - IPS / Agama)	5 orang (6,7%)
Umum (Guru Sekolah Mitra & Masyarakat Umum)	5 orang (6,7%)
Total Sasaran	75 orang (100%)

Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan penguatan kapasitas yang dilakukan tidak hanya



Gambar 12. Efektivitas Program *Upgrading Skill*

diterima secara positif, tetapi juga mendorong komitmen partisipatif peserta.

a. Penguatan kapasitas individu (*individual capacity*)

Peserta menunjukkan peningkatan pemahaman konseptual mengenai pemasaran dan audit syariah. Hal ini terlihat dari dominasi respons positif pada seluruh seminar (95–100%). Tingginya tingkat kepuasan menunjukkan bahwa materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan akademik dan profesional peserta.

b. Penguatan kapasitas institusional (*institutional linkage*)

Kegiatan ini tidak hanya berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi juga membuka ruang kolaborasi lanjutan antara perguruan tinggi dan peserta (mahasiswa serta sekolah mitra). Tingkat kesiapan lanjutan acara yang konsisten di atas 86% mengindikasikan adanya potensi keberlanjutan program secara sistematis.

c. Keberlanjutan program (*sustainability orientation*)

Minat peserta terhadap kegiatan lanjutan menunjukkan bahwa program telah menciptakan kebutuhan belajar baru (*induced learning demand*), yang merupakan indikator penting dalam model penguatan kapasitas berkelanjutan.

2. Analisis Berdasarkan Teori Andragogi (Pembelajaran Orang Dewasa)

Mayoritas peserta seminar adalah mahasiswa dan siswa tingkat akhir yang berada pada fase transisi menuju dunia kerja. Dalam teori andragogi, pembelajar dewasa memiliki karakteristik:

- Mebutuhkan relevansi langsung dengan kehidupan nyata
- Berorientasi pada pemecahan masalah
- Mengutamakan pengalaman praktis
- Tingginya tingkat kepuasan pada Seminar Audit Syariah (100%) dan Pemasaran Syariah Batch 2 (100%) menunjukkan bahwa metode penyampaian berbasis studi kasus, praktik digital marketing, dan simulasi audit sederhana selaras dengan prinsip pembelajaran orang dewasa.

Kesiapan mengikuti kegiatan lanjutan (88,2% rata-rata) memperkuat indikasi bahwa peserta merasakan manfaat praktis, bukan sekadar manfaat teoretis.

3. Penguatan Literasi Ekonomi Syariah sebagai Outcome Substantif

Jika dianalisis dalam kerangka literasi ekonomi, kegiatan ini telah berkontribusi pada tiga level literasi:

- Literasi Konseptual, yakni peserta memahami istilah dan prinsip dasar pemasaran serta audit syariah.
- Literasi Fungsional, bahwa peserta mampu mengaitkan konsep dengan praktik, seperti strategi promosi halal, teknik closing beretika, serta prinsip kepatuhan akad.
- Literasi Partisipatif dengan tingginya kesiapan lanjutan menunjukkan adanya kesediaan untuk terlibat lebih jauh dalam kegiatan penguatan kompetensi.

Dengan demikian, keberhasilan program tidak hanya terletak pada tingkat kepuasan, tetapi juga pada transformasi minat menjadi kesiapan tindakan.

4. Perbandingan Dinamika Antar Seminar

Jika dibandingkan secara longitudinal:

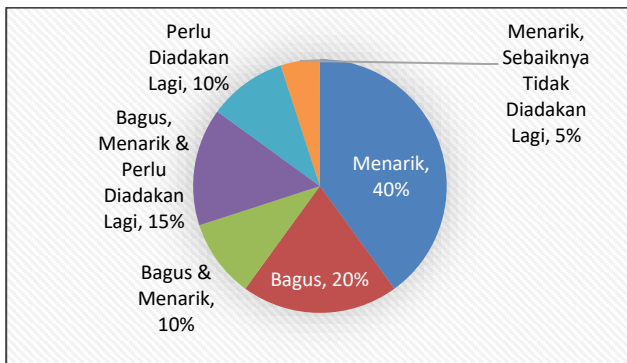
- Seminar Pemasaran Syariah Batch 1 menunjukkan kepuasan 95% dengan kesiapan mengikuti acara selanjutnya 90%.
- Seminar Audit Syariah menunjukkan kepuasan 100% dengan kesiapan mengikuti acara selanjutnya 86,2%.
- Seminar Pemasaran Syariah Batch 2 menunjukkan kepuasan 100% dengan kesiapan mengikuti acara selanjutnya 88,5%.

Kenaikan tingkat kepuasan dari Batch 1 ke Batch 2 menunjukkan adanya peningkatan kualitas penyampaian dan relevansi materi. Hal ini mengindikasikan bahwa desain program mengalami penyempurnaan berbasis evaluasi sebelumnya (*evaluation-driven improvement*).

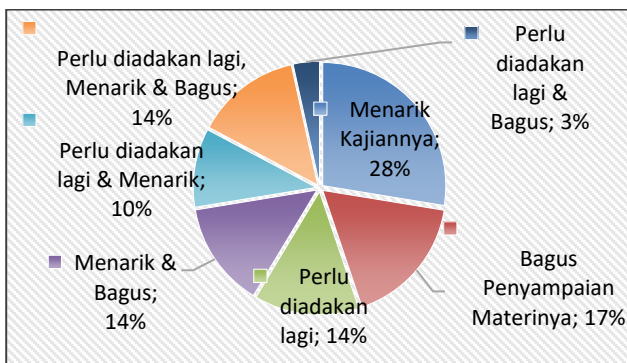
Berdasarkan analisis tersebut, beberapa rekomendasi strategis dapat dirumuskan, seperti:

- Transformasi Seminar menjadi Workshop Praktik, dari tingginya kesiapan lanjutan menunjukkan kebutuhan format pelatihan berbasis praktik (*hands-on training*).
- Pengembangan Modul Terstruktur, yakni materi seminar perlu disusun menjadi modul atau e-book literasi pemasaran dan audit syariah agar dapat direplikasi.
- Pendampingan Berbasis Proyek (*Project-Based Learning*), yakni Mahasiswa dapat diarahkan membuat proyek bisnis atau audit simulatif berbasis syariah sebagai tindak lanjut.
- Model Replikasi di Sekolah Mitra, dari tingkat penerimaan yang tinggi memungkinkan model ini diperluas ke lebih banyak sekolah melalui pola kemitraan berkelanjutan.

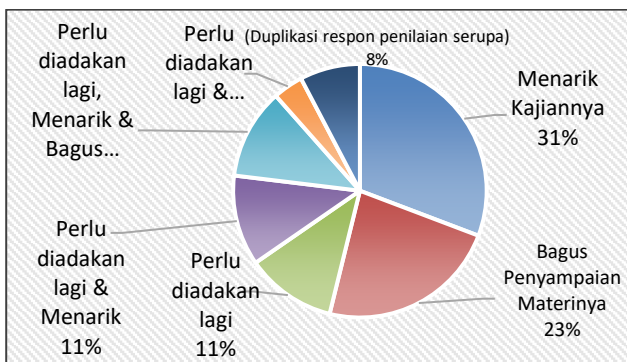
Data tingkat kepuasan sangat tinggi (98,3%) dan kesiapan lanjutan kuat (88,2%). Dengan demikian, program *capacity building* yang dilaksanakan dapat dikategorikan efektif dalam meningkatkan literasi, motivasi, dan kesiapan pengembangan kompetensi ekonomi syariah secara berkelanjutan.



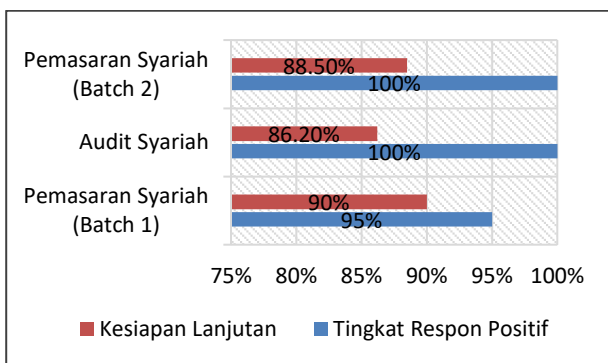
Gambar 12. Diagram Evaluasi Kepuasan Peserta Seminar Pemasaran Syariah



Gambar 13. Diagram Evaluasi Kepuasan Peserta Seminar Akuntansi Syariah



Gambar 14. Diagram Evaluasi Kepuasan Peserta Seminar Pemasaran Syariah – Batch 2



Gambar 15. Rekapitulasi keseluruhan Program Capacity Building

Hasil Sosialisasi Literasi Ekonomi Syariah di Sekolah Mitra

Pelaksanaan sosialisasi literasi ekonomi syariah dilakukan pada enam sekolah mitra tingkat SMK dan MA di wilayah Cibinong dan Kota Bogor. Kegiatan ini melibatkan siswa kelas X–XII dengan pendekatan partisipatif melalui pemaparan interaktif, diskusi kasus sederhana, serta refleksi praktik ekonomi sehari-hari.

Tabel 3. Rekapitulasi Kegiatan Sosialisasi Sekolah Mitra

Sekolah Mitra	Deskripsi Kegiatan dan Respons
SMK Harapan Kita Cibinong	Sasaran kelas XII; materi konsep akad dan pemasaran syariah, dan ekonomi syariah dasar; siswa aktif interaktif.
SMK Teknomedika Plus Cibinong	Sasaran kelas XII; materi akuntansi dan perbankan serta ekonomi syariah dasar; diskusi berlangsung interaktif.
SMK Bina Teknologi Cibinong	Sasaran kelas XII; materi prinsip transaksi syariah; peserta menunjukkan minat.
MA Sirojul Falah Cibinong	Sasaran kelas XII; materi perbedaan sistem syariah dan konvensional dan literasi dasar ekonomi syariah; respons reflektif.
SMK YKTB Kota Bogor	Sasaran kelas XII; materi literasi ekonomi syariah dasar; partisipatif dalam bertanya setelah acara.
SMK Mahardhika Cibinong	Sasaran kelas X–XII; materi ekonomi syariah dalam kehidupan sehari-hari; interaktif dan komunikatif.

Dalam kerangka *capacity building*, kegiatan sosialisasi ini berfungsi sebagai tahap diseminasi (*knowledge transfer stage*). Mahasiswa yang sebelumnya memperoleh penguatan melalui seminar bertindak sebagai fasilitator literasi di sekolah mitra. Model ini menunjukkan pola *multiplier effect*, di mana peningkatan kapasitas individu di perguruan tinggi berdampak pada perluasan literasi di tingkat sekolah.

Selain itu, dalam perspektif literasi ekonomi, kegiatan sosialisasi telah mencapai level literasi konseptual dan kesadaran nilai, meskipun belum sampai pada tahap praktik kelembagaan penuh. Oleh karena itu, program lanjutan dalam bentuk pendampingan atau pelatihan kewirausahaan

berbasis syariah direkomendasikan sebagai tahap pengembangan berikutnya.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada STAI Sirojul Falah Bogor atas dukungan pendanaan melalui Hibah Internal Pengabdian kepada Masyarakat sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para Kepala Sekolah dan Kepala Madrasah pada sekolah mitra atas izin, kerja sama, dan fasilitasi selama pelaksanaan kegiatan.

PENUTUP

Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui *capacity building* dan sosialisasi literasi ekonomi syariah menunjukkan hasil yang sangat positif. Berdasarkan evaluasi terhadap 75 responden pada tiga kegiatan seminar, tingkat kepuasan rata-rata mencapai 98,3% dengan kesiapan mengikuti kegiatan lanjutan sebesar 88,2%. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan seminar tematik berbasis kebutuhan praktis efektif dalam meningkatkan pemahaman, minat, serta kesiapan pengembangan kompetensi peserta di bidang pemasaran dan audit syariah.

Pada tahap hilirisasi, sosialisasi literasi ekonomi syariah di enam sekolah mitra menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep dasar akad, etika transaksi, serta perbedaan sistem syariah dan konvensional. Kegiatan ini juga mendorong partisipasi aktif siswa dan membuka peluang integrasi nilai ekonomi syariah dalam kegiatan kewirausahaan.

Secara keseluruhan, program ini berhasil menjawab permasalahan rendahnya literasi ekonomi syariah melalui penguatan kapasitas mahasiswa sebagai agen edukasi sekaligus perluasan literasi di tingkat sekolah. Model yang diterapkan terbukti efektif dalam membangun ekosistem literasi ekonomi syariah yang berjenjang dan berkelanjutan.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan dan analisis yang telah dilakukan, beberapa saran dapat diajukan sebagai berikut:

1. Program seminar perlu dikembangkan menjadi pelatihan berbasis praktik (*workshop*) agar kompetensi peserta lebih aplikatif dan terukur.
2. Perlu disusun modul atau bahan ajar literasi ekonomi syariah yang dapat digunakan secara berkelanjutan oleh sekolah mitra.
3. Kegiatan sosialisasi sebaiknya dilanjutkan dengan program pendampingan koperasi sekolah atau kewirausahaan berbasis akad syariah.
4. Pengabdian selanjutnya dapat mengembangkan instrumen evaluasi berbasis *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman secara lebih kuantitatif.
5. Model *capacity building* yang telah terbukti efektif dapat direplikasi pada sekolah atau wilayah lain dengan penyesuaian karakteristik peserta.

Dengan pengembangan tersebut, diharapkan program pengabdian di bidang ekonomi syariah dapat memberikan dampak yang lebih luas dan berkelanjutan bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amien, M., Bazazi, A. A., Robert, M. H., Valahi, A. D., & Diana, L. M. (2024). *Pengabdian Masyarakat melalui Program Asistensi Mengajar di SMK Negeri 1 Sepulu*. 1(2).
- Andayani, T. D., & Putri, S. (2024). Penerapan Program Kampus Mengajar Sebagai Model Pengabdian Masyarakat Di Sdn 03 Wiradesa. *Dimas Canthing: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 33–40. <https://doi.org/10.48144/jpm.v1i2.1881>
- Ardana, D. A., & Sisdianto, E. (2024). Implementasi Prinsip Akuntansi Syariah Dalam Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(12), 1–14.
- Chen, N., & Yu, M.-T. (2023). Sharia compliance, national governance, and value of cash in Organization of Islamic Cooperation countries. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 24. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01521-4>
- Coo, M. F., Kosat, E., & Niron, E. S. N. (2025). Revitalisasi Peran BUMDes Berbasis Partisipasi Komunitas: Model Capacity

- Building Menuju Ekonomi Desa Berkelanjutan di Kabupaten Nagekeo. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 5(2), 84–95. <https://doi.org/10.37640/japd.v5i2.2446>
- Dessyta Gumanti; Reni Respita. (2021). Socialization Building Student Economic Literacy In Students Of Sma Pgri 4 Padang In The Era Of The Industrial Revolution 4.0. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, (Vol. 1 No. 8 (2021)), 314–322.
- Dewianawati, D., Abdillah, A., Puspitasari, N., Rahayu, S., Agustina, R., Setiawan, E., & Rachmawati, E. (2023). Peningkatan Capacity Building Dalam Rangka Menunjang Kinerja Fasilitator Bank Sampah Induk Kota Mojokerto. *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(4), 610–619. <https://doi.org/10.59395/altifani.v3i4.469>
- Effendi, B., Saifudin, A. G., & Arisandi, D. (2025). Peningkatan Literasi Ekonomi Syariah pada Para Siswa di SMA Muhammadiyah 3 Comal. *Irajagaddhita*, 3(1), 27–34. <https://doi.org/10.59996/irajagaddhita.v3i1.752>
- Erra Fitri Luknawati, Lisa Yuni Lestari, Muhammad Aqim Adlan, & Muhtar Rifai. (2026). Implementasi Mahasiswa Mengajar dalam Meningkatkan Kompetensi dan Pemahaman Manajemen Pemasaran Syariah. *Karya Nyata : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.62951/karyanyata.v3i1.2765>
- Fadilah, D., Pelitawati, E., Jaelani, A., & Fatmasari, D. (2026). Penguatan Ekosistem Industri Halal Nasional Berbasis Ekonomi Syariah. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(1). <https://doi.org/10.64845/al-mudayanah.v2i1>
- Fahrurrozie, R., Koyubi, K., Aristiana, W., & Kamal, T. (2025). Strategi Multisektor Mengatasi Kemiskinan Dan Stunting Melalui Pemberdayaan Sosial Dan Ekonomi Di Desa Babakan Madang Bogor Jawa Barat. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 12(2), 116–130.
- Fauzan, A. (2025). *Inklusi Keuangan Syariah sebagai Instrumen Pembangunan Ekonomi Inklusif*. 1(2).
- Fauzi, M. A. N., Yudowati, D. M., Machrus, A., Abadi, R., & Badriyah, L. (2026). Capacity Building Tata Kelola Potensi Desa Sumberrejo Melalui Nilai Ekologis. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 04(01), 1–8.
- Irsyanda, D. P., Nurdiani, T., & Nuh, A. (2025). Penerapan Teori Pemasaran Syariah Pada Kontraktor Olahraga Untuk Meningkatkan Penjualan Perusahaan (Studi Kasus Di Pt Sport Teknologi Indonesia). 6(4).
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2026). *KNEKS: Tentang Kami*. <https://kneks.go.id/tentang-kami>
- Lidiaputri, H., Arif, S. F., Alya, D. R., Safitri, D., Nastiah, A., Maulida, H., Azzahra, N., Dea, F. P., & Eris, R. (2026). Literasi Ekonomi Syariah Siswa SMA/SMK: Studi Pengetahuan dan Sikap Terhadap Akad Syariah. 03(01).
- Muliza, M., Zahra, I., & Selviani, R. D. (2024). Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah pada Siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 2 Kuala Kabupaten Nagan Raya. *Abdimas Galuh*, 6(2), 2042. <https://doi.org/10.25157/ag.v6i2.15889>
- Nosita, F., & Lestari, T. (2019). Toleransi Risiko Pada Wanita di Indonesia. *Kajian Ilmiah Ekonomi dan Keuangan (KIEK)*, 3(2), 87–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.31685/kek.v3i1.450>
- Nurkhasanah, T., & Effendi, B. (2025). Strategi Pemasaran Syariah Pada Amore Fashion Pekalongan Untuk Meningkatkan Penjualan. *JASIE - Journal of Aswaja and Islamic Economics*, 4(1), 1–23. <https://doi.org/10.3194/jse.v1i1.6877>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). Majalah Edukasi Konsumen. *OJK*. sikapiuangmu.ojk.go.id
- Pujiati, A. (2025). Implementasi Prinsip Akuntansi Syariah Pada Umkm Bakpia Joya: Analisis Keadilan, Transparansi, Dan Masalah. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis (Akuntansi)*, 5(2), 20–26.

- Putra, T. W., Katman, M. N., Parakkasi, I., & Sofyan, A. S. (2024). *Socialization Of Sharia Economics And Finance At Smkn 1 Kalosi Enrekang. 1*(4).
- Rahmah, M., & Syafira, S. (2026). Penguatan Peran Guru Ekonomi Melalui Kolaborasi Strategis dalam Meningkatkan Literasi Ekonomi Kreatif Era Society 5.0 bagi Generasi Muda di Aceh Utara dan Lhokseumawe. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, 5(1), 49–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.29103/jmm.v5n1.25189>
- Ratnawati Rafli, Khadijah Ath Thahirah, Indrayeni, Dedi Fernanda, Enny Arita, & Riani Sukma Wijaya. (2025). Literasi Keuangan Syariah Bagi Pelajar Di MAN 2 Dan MA Kauman Muhammadiyah Kota Padang Panjang Sumatera Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas*, 3(2), 189–199. <https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jpm.da.v1i1.517>
- Septiyanti, N. D., Sujatmiko, B., Basatha, R., Akbar, M. S., Elfaiz, E. A., Wardah, E., Habibi, M. W., Prayoga, R. A. S., & Zulfatma, N. S. (2026). Penguatan Literasi dan Strategi Deseminasi Efektif untuk Meningkatkan Kapasitas Mahasiswa Indonesia di Thailand. *Sivitas : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 51–60. <https://doi.org/10.52593/svs.06.1.07>
- Sitorus, A. P., & Siregar, S. S. (2022). Pengembangan Penerapan Praktek dan Teori Akuntansi Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 806. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4288>
- Tira Aprilia, Ratih Meisda Sari, Robiatul Adawiyah, Dian Efrilia, Levania Anggesta, & Tri Lulu Handayani. (2024). Peran Ekonomi Islam Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional Yang Berkelanjutan di Era Society 5.0. *Journal of Economics and Business*, 2(2), 227–237. <https://doi.org/10.61994/econis.v2i2.498>
- Triyastuti, M. S., Wijaya, N., Shitophyta, L. M., Budiarti, G. I., & Mardhia, M. (2025). Peningkatan Kompetensi Dalam Diversifikasi Produk Dimsan (Dimsum Ikan Dan Penyuluhan Keselamatan Dan Kesehatan Kerja (K3) Bagi Ibu-Ibu Pca Jumantono, Karanganyar. *Al Khidmat : Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 25–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/jak.v8i1.38561>
- Yanto, F., Primasari, M., Azhar, A., Putri, R. E., Sari, W. K., & Wati, F. (2023). Bimbingan Teknis untuk Melatih Keterampilan Guru SMP/MTs dalam Penggunaan Alat Peraga dan KIT IPA. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 1279. <https://doi.org/10.20527/btjpm.v5i3.6964>
- Zulkarnain, & Arif, Z. (2025). The Birth History of Sharia Financial Institutions and Their Contribution to the Economic Development of the Ummah in Indonesia. *ITQAN: Journal of Islamic Economics, Management, and Finance*, 4(1), 86–96. <https://doi.org/10.57053/itqan.v4i1.70>