

MEMBANGUN LITERASI EKONOMI ISLAM MELALUI RUANG MEDIA SOSIAL DIGITAL: PENDEKATAN PARTISIPATIF BERBASIS KOMUNITAS DI KOTA TERNATE

Fitria Hi Mhd Amin, Sudin Yamani, Mudar Muba

Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Ternate
izies56@gmail.com

Abstract

Digital transformation has changed the way communities access economic knowledge, including knowledge related to halal transactions, business ethics, and Islamic financial services. At the same time, social media, despite being closely embedded in everyday life, has not always been used as a structured space for Islamic economic education. This community service program aimed to strengthen Islamic economic literacy through digital social media spaces by applying a community-based participatory approach in Ternate City. The program was conducted in November 2025 and involved university students, creative communities, and MSME actors. The implementation methods included needs mapping, introductory sessions on Islamic economics, digital content production workshops, field practice in Bahari Berkesan Traditional Market, and mentoring for content publication. The results showed an improvement in participants' understanding of core Islamic economic principles, particularly honesty, justice, transparency, and the prohibition of *riba*, *gharar*, and *maysir*. Participants were also able to produce contextual content in the form of photos, short videos, educational captions, and infographics linked to local economic realities. In addition, a community-based digital learning space was established to support the sustainability of Islamic economic literacy dissemination. These findings confirm that the integration of participatory approaches and digital social media is effective in expanding Islamic economic education in ways that are relevant, practical, and sustainable.

Keywords: Islamic economic literacy, social media, participatory approach, community, Ternate City.

Abstrak

Transformasi digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh pengetahuan ekonomi, termasuk pengetahuan tentang transaksi halal, etika usaha, dan layanan keuangan syariah. Di sisi lain, media sosial yang sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari belum selalu dimanfaatkan sebagai ruang edukasi ekonomi Islam yang terarah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan membangun literasi ekonomi Islam melalui ruang media sosial digital dengan pendekatan partisipatif berbasis komunitas di Kota Ternate. Program dilaksanakan pada November 2025 dengan melibatkan mahasiswa, komunitas kreatif, dan pelaku UMKM. Metode pelaksanaan meliputi pemetaan kebutuhan, sosialisasi materi dasar ekonomi Islam, workshop produksi konten digital, praktik lapangan di Pasar Tradisional Bahari Berkesan, serta pendampingan publikasi konten. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap prinsip dasar ekonomi Islam, khususnya kejujuran, keadilan, transparansi, serta larangan *riba*, *gharar*, dan *maysir*. Peserta juga mampu menghasilkan konten berupa foto, video pendek, caption edukatif, dan infografis yang lebih kontekstual dengan realitas ekonomi lokal. Selain itu, terbentuk ruang belajar digital berbasis komunitas yang mendukung keberlanjutan diseminasi literasi ekonomi Islam. Temuan ini menegaskan bahwa integrasi pendekatan partisipatif dan media sosial digital efektif untuk memperluas jangkauan edukasi ekonomi Islam secara relevan, praktis, dan berkelanjutan.

Keywords: Literasi Ekonomi Islam, Media Sosial, Partisipatif, Komunitas, Kota Ternate.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah melahirkan ruang baru bagi diseminasi pengetahuan, termasuk pengetahuan ekonomi Islam. Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai ruang belajar, ruang pengaruh, dan ruang pembentukan preferensi ekonomi masyarakat. Otoritas Jasa Keuangan dan Badan Pusat Statistik melaporkan bahwa pada tahun 2025 indeks literasi keuangan nasional mencapai 66,46%, sedangkan literasi keuangan syariah sebesar 43,42% dan inklusi keuangan syariah 13,41% (OJK Dan BPS, 2025). Data tersebut menunjukkan bahwa ruang penguatan literasi ekonomi syariah masih terbuka lebar, terutama melalui kanal digital yang dekat dengan keseharian masyarakat.

Dorongan penguatan literasi syariah melalui kanal digital juga semakin kuat pada level kebijakan. Bank Indonesia menekankan pentingnya digitalisasi literasi keuangan inklusif dan syariah melalui kolaborasi berbagai kanal komunikasi digital. Otoritas Jasa Keuangan juga mencatat bahwa GERAK Syariah 2025 menjangkau 6,35 juta peserta di 154 kabupaten/kota. Temuan ini menunjukkan bahwa edukasi syariah membutuhkan strategi yang adaptif, luas, dan partisipatif agar pesan tidak berhenti pada sosialisasi formal semata.

Pada level empiris, kajian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial dan literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap ketertarikan masyarakat pada produk keuangan syariah dan layanan keuangan digital. Di Kota Ternate, potensi mahasiswa, komunitas kreatif, dan pelaku UMKM yang aktif di ruang digital cukup tinggi. Namun, konten yang beredar belum banyak mengaitkan

praktik ekonomi lokal dengan nilai kejujuran, keadilan, transparansi, dan keberkahan. Berangkat dari kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan membangun literasi ekonomi Islam melalui ruang media sosial digital dengan pendekatan partisipatif berbasis komunitas di Kota Ternate.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kota Ternate pada November 2025 dengan melibatkan mahasiswa, komunitas kreatif KFI, dan pelaku UMKM. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam tiga sesi utama, yaitu sosialisasi literasi ekonomi Islam, workshop produksi konten digital, serta praktik lapangan dan pendampingan publikasi konten.

Tabel 1. Target dan Realisasi Peserta Kegiatan

Jenis Kegiatan	Target Peserta	Realisasi Peserta
Sosialisasi Literasi Ekonomi Islam	30 orang	40 orang
Workshop Produksi Konten Digital	10 orang	15 orang
Praktik Lapangan dan Pendampingan Publikasi Konten	15 orang	20 orang

Metode pelaksanaan yang digunakan adalah pendekatan partisipatif berbasis komunitas. Pendekatan ini menempatkan peserta sebagai subjek yang terlibat sejak tahap identifikasi kebutuhan, perencanaan materi, praktik produksi konten, hingga refleksi hasil kegiatan. Model ini sejalan dengan gagasan participatory digital learning yang menekankan keterlibatan langsung, pembelajaran kolaboratif, dan produksi pengetahuan secara bersama.

Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi lima tahap. Pertama, pemetaan kebutuhan literasi dan pola penggunaan media sosial peserta. Kedua, sosialisasi

materi dasar ekonomi Islam yang menekankan prinsip halal serta larangan riba, gharar, dan maysir. Ketiga, workshop pembuatan konten edukatif berupa foto, video pendek, caption, dan infografis. Keempat, praktik lapangan di Pasar Tradisional Bahari Berkesan untuk menghubungkan teori dengan realitas ekonomi lokal. Kelima, pendampingan publikasi dan evaluasi konten yang telah diproduksi peserta.

Data kegiatan diperoleh melalui observasi partisipatif, catatan refleksi, dokumentasi kegiatan, dan penilaian terhadap produk konten yang dihasilkan peserta. Evaluasi dilakukan dengan melihat keterlibatan peserta selama kegiatan, peningkatan pemahaman terhadap prinsip dasar ekonomi Islam, serta kemampuan peserta dalam menghasilkan konten edukatif yang relevan dengan konteks ekonomi lokal.

Hasil dan Pembahasan

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa strategi edukasi yang menggabungkan materi konseptual, praktik lapangan, dan produksi konten digital mampu menghasilkan perubahan pada aspek pengetahuan, keterampilan, dan komitmen partisipatif peserta. Perubahan tersebut meliputi beberapa hal berikut.

1. Penguatan Pemahaman Konseptual

Pada tahap workshop, peserta tidak hanya menerima materi dasar ekonomi Islam, tetapi juga mendiskusikan berbagai contoh transaksi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Diskusi tersebut membantu peserta membedakan transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah dan transaksi yang berpotensi mengandung riba, gharar, atau maysir. Perubahan yang paling menonjol terlihat pada kemampuan peserta dalam menjelaskan makna kejujuran, transparansi harga,

dan tanggung jawab sosial dalam aktivitas ekonomi.

2. Produksi Konten Digital Edukatif

Setelah memperoleh penguatan materi, peserta mulai memproduksi konten digital berbasis media sosial. Konten yang dihasilkan meliputi foto edukatif aktivitas ekonomi, video pendek tentang etika berdagang, caption singkat tentang transaksi halal, dan infografis sederhana mengenai prinsip ekonomi Islam. Proses ini mengubah peserta dari konsumen informasi menjadi produsen pesan edukatif. Keterampilan ini penting karena media sosial membutuhkan pesan yang ringkas, visual, dan mudah dibagikan.



Gambar 1. Workshop post-processing dan produksi konten digital berbasis komunitas bekerja sama dengan KFI Ternate.

Dokumentasi kegiatan memperlihatkan bahwa peserta terlibat aktif dalam proses pelatihan, mulai dari mengamati contoh visual, mendiskusikan pesan ekonomi Islam yang akan disampaikan, hingga mempraktikkan editing konten secara langsung. Tahap ini penting karena literasi ekonomi Islam di ruang digital tidak cukup hanya disampaikan secara lisan, tetapi perlu diterjemahkan ke

dalam format visual yang ringkas, menarik, dan mudah dibagikan melalui media sosial.

3. Kontekstualisasi Nilai di Pasar Tradisional Bahari Berkesan

Praktik lapangan di Pasar Tradisional Bahari Berkesan menjadi bagian penting dalam kegiatan ini. Peserta mengamati cara pedagang menetapkan harga, menjelaskan kualitas barang, melakukan penimbangan, dan berinteraksi dengan pembeli. Hasil observasi tersebut kemudian diolah menjadi materi konten yang lebih kontekstual. Melalui tahapan ini, nilai-nilai ekonomi Islam tidak berhenti pada tataran teori, tetapi diterjemahkan ke dalam realitas ekonomi lokal yang mudah dipahami masyarakat.



Gambar 2. Praktik lapangan observasi aktivitas ekonomi di Pasar Tradisional Bahari Berkesan, Kota Ternate.

Praktik lapangan menjadi ruang refleksi yang mempertemukan teori ekonomi Islam dengan realitas pasar. Peserta mengamati cara pedagang menjelaskan kualitas barang, menetapkan harga, dan berinteraksi dengan pembeli. Observasi tersebut kemudian diolah menjadi bahan konten yang menonjolkan nilai kejujuran,

transparansi, dan etika transaksi, sehingga materi yang diproduksi lebih kontekstual dengan kehidupan ekonomi masyarakat Ternate.

4. Sosialisasi dan Diseminasi Literasi Ekonomi Islam

Selain workshop teknis dan praktik lapangan, kegiatan ini juga diperkuat melalui sesi sosialisasi dan diseminasi program yang menekankan pentingnya literasi ekonomi Islam di era digital. Sesi ini menjadi ruang untuk mempertemukan narasi akademik, pengalaman komunitas, dan agenda dakwah ekonomi Islam dalam bahasa yang mudah dipahami peserta.



Gambar 3. Sosialisasi program literasi ekonomi Islam berbasis komunitas di Kota Ternate

Gambar tersebut menunjukkan proses penyampaian materi dan penguatan komitmen peserta untuk menjadikan media sosial sebagai ruang belajar bersama. Melalui forum ini, peserta tidak hanya menerima penjelasan mengenai prinsip ekonomi Islam, tetapi juga mendiskusikan cara mengemas pesan edukatif agar sesuai dengan karakter audiens digital yang cenderung visual, singkat, dan interaktif.

5. Pembentukan Ruang Belajar Digital

Pendampingan pasca-workshop mendorong terbentuknya ruang belajar digital berbasis komunitas. Ruang ini

digunakan untuk berbagi materi, memberi umpan balik atas konten, mengoordinasikan publikasi, dan menjaga konsistensi pesan edukatif. Dari sisi keberlanjutan, model ini penting karena literasi ekonomi Islam membutuhkan pengulangan pesan, interaksi antarpengguna, dan kolaborasi lintas komunitas agar program tidak berhenti setelah kegiatan tatap muka selesai.



Gambar 4. Pendampingan pembentukan ruang belajar digital bersama komunitas UMKM Ternate.

Gambar 4 menunjukkan suasana pendampingan lanjutan yang berlangsung dalam format ruang belajar digital dan praktik produksi konten. Peserta tidak hanya mendiskusikan pesan literasi ekonomi Islam, tetapi juga belajar menata produk, mengatur pencahayaan, mengambil gambar, dan mengevaluasi hasil konten secara bersama. Temuan ini memperlihatkan bahwa ruang belajar digital berbasis komunitas berfungsi sebagai sarana transfer keterampilan, koordinasi publikasi, dan penguatan komitmen kolektif dalam menyebarkan nilai ekonomi Islam melalui media sosial.

Ringkasan Capaian Program

Secara umum, tahapan kegiatan memperlihatkan alur perubahan yang jelas. Tahap penguatan konsep menghasilkan peningkatan kemampuan peserta dalam menjelaskan istilah dan prinsip dasar ekonomi Islam. Tahap workshop menghasilkan konten edukatif yang siap dipublikasikan. Praktik lapangan menghasilkan materi yang lebih kontekstual karena berangkat dari realitas pasar tradisional di Ternate. Dokumentasi visual kegiatan juga menunjukkan bahwa pembelajaran berlangsung secara partisipatif, kolaboratif, dan berorientasi pada produksi pengetahuan bersama.

Pendampingan setelah kegiatan tatap muka memperkuat keberlanjutan program melalui ruang belajar digital komunitas. Dengan pola ini, peserta tidak hanya memahami materi, tetapi juga memiliki media kolaborasi untuk menyebarkan konten, memberi umpan balik, dan menjaga konsistensi pesan literasi ekonomi Islam.

Temuan pengabdian ini menguatkan pandangan bahwa media sosial efektif digunakan sebagai ruang literasi ekonomi Islam bila dikemas secara relevan, kontekstual, dan partisipatif. Hasil ini sejalan dengan penelitian Lutfi dan Prihatiningrum (2023) yang menunjukkan pentingnya keterlibatan media sosial dalam mendorong ketertarikan terhadap produk keuangan syariah. Temuan ini juga konsisten dengan Suhasti et al. (2022) yang menegaskan bahwa literasi keuangan syariah berhubungan positif dengan penggunaan layanan keuangan digital.

Dari sisi metode, kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif berbasis komunitas lebih efektif dibandingkan model penyuluhan satu arah. Peserta belajar melalui pengalaman, kolaborasi, observasi

lapangan, dan produksi konten, bukan sekadar mendengar materi. Pola tersebut sejalan dengan Hughes et al. (2017) yang menempatkan partisipasi dan connectedness sebagai inti pembelajaran digital berbasis komunitas. Dengan demikian, media sosial dalam kegiatan pengabdian ini tidak hanya berfungsi sebagai alat publikasi, tetapi juga sebagai medium pembentukan kapasitas, ruang refleksi, dan sarana keberlanjutan literasi ekonomi Islam.

SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi Islam dapat diperkuat secara efektif melalui media sosial digital apabila dikembangkan dengan pendekatan partisipatif berbasis komunitas. Kegiatan workshop, praktik lapangan, dan pendampingan publikasi mampu meningkatkan pemahaman peserta terhadap prinsip ekonomi Islam sekaligus meningkatkan keterampilan mereka dalam memproduksi konten edukatif yang kontekstual. Selain memperluas jangkauan pesan, terbentuknya ruang belajar digital komunitas menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan program. Oleh karena itu, model pengabdian yang menggabungkan literasi ekonomi Islam, praktik sosial lokal, dan produksi konten digital layak dikembangkan lebih lanjut pada komunitas lain dengan karakteristik yang serupa.

REFERENSI

- Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Bank Indonesia. (2024, September 13). *Tiga inovasi digital akselerasi pengembangan ekonomi syariah di wilayah Jawa*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2025, August 9). *Bank Indonesia inisiasi pengembangan talenta digital untuk tingkatkan literasi keuangan*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Firdausi, M. R. A., & Kasri, R. A. (2022). Islamic financial literacy amongst Muslim students in Indonesia: A multidimensional approach. *Al-Muzara'ah*, 77-94. <https://doi.org/10.29244/jam.specialissue2022.77-94>
- Hughes, H. E., Wolf, R., & Foth, M. (2017). Informed digital learning through social living labs as participatory methodology: The case of Food Rescue Townsville. *Information and Learning Sciences*, 118(9/10), 518-534. <https://doi.org/10.1108/ILS-05-2017-0041>
- Ladamay, A. Z. F., Supriyanto, T., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh media sosial, literasi keuangan, risiko, imbal hasil, dan religiusitas terhadap minat berinvestasi sukuk generasi Z di Jakarta. *Islamic Economics Journal*, 7(2). <https://doi.org/10.21111/iej.v7i2.6552>
- Lutfi, L., & Prihatiningrum, V. (2023). Social media, Islamic financial literacy, and Islamic banking product ownership: A moderating model. *El Dinar: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 11(1), 35-57. <https://doi.org/10.18860/ed.v11i1.17803>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025, March 25). *Komitmen OJK meningkatkan inklusi keuangan syariah, gelar puncak GERAK*

- Syariah 2025. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan, & Badan Pusat Statistik. (2025, May 2). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025. Jakarta: OJK dan BPS.
- Suhasti, W., Muhamad, M., Penggalih, R., Handayani, L. F., & Nugroho, A. P. (2022). The influence of Islamic financial literacy on the use of digital financial services in Yogyakarta. *KnE Social Sciences*, 50-55. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i10.11343>