
OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA EDUKASI LELANG PROPERTI SYARIAH DALAM MENINGKATKAN LITERASI DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA BANK SYARIAH INDONESIA AREA DENPASAR

I Gusti Ayu Imbayani^{1,*}, Sutan Rachmat Ramadhan²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: imbayani@unmas.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam pola penyampaian informasi, termasuk dalam sektor keuangan syariah. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah masih rendahnya literasi masyarakat terhadap mekanisme lelang properti syariah serta adanya persepsi negatif terkait transparansi dan risiko. Bank Syariah Indonesia Area Denpasar sebagai lembaga keuangan syariah memiliki peran strategis dalam meningkatkan pemahaman masyarakat, namun kegiatan sosialisasi belum dilaksanakan secara maksimal, sehingga menyebabkan informasi belum tersampaikan secara optimal. Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi dalam meningkatkan literasi dan kepercayaan masyarakat terhadap lelang properti syariah. Program yang dilaksanakan meliputi penyusunan dan publikasi konten edukatif berupa infografis, dan caption informatif, serta pelaksanaan sosialisasi interaktif guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif kepada masyarakat. Berdasarkan seluruh rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan, pemanfaatan media sosial sebagai media edukasi memberikan dampak positif yang signifikan, ditandai dengan meningkatnya pemahaman, interaksi, serta respon positif masyarakat terhadap informasi yang disampaikan. Dengan demikian, optimalisasi media sosial terbukti efektif dalam meningkatkan literasi dan kepercayaan masyarakat terhadap lelang properti syariah.

Kata kunci : media sosial, literasi keuangan, lelang properti syariah, edukasi digital, kepercayaan masyarakat

ANALISIS SITUASI

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bentuk implementasi kegiatan akademik yang bertujuan mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh mahasiswa selama proses perkuliahan ke dalam praktik nyata di lingkungan masyarakat. Kegiatan ini menjadi bagian integral dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang mencakup pendidikan, penelitian, dan pengabdian. Melalui kegiatan ini, mahasiswa didorong untuk memahami kondisi sosial secara langsung, mengidentifikasi berbagai permasalahan yang ada, serta merumuskan solusi yang relevan dan aplikatif sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Suryani & Pratama, 2023). Selain itu, pengabdian kepada masyarakat juga dilaksanakan di luar proses perkuliahan dengan tujuan meningkatkan keterkaitan antara pendidikan tinggi

dan kebutuhan nyata di masyarakat, sehingga mahasiswa mampu berpikir kritis dan memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi (Imbayani & Dewi, 2024).

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terjadi perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses dan memperoleh informasi. Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media edukasi yang efektif dalam menyampaikan informasi secara luas dan cepat serta membentuk opini publik (Nasrullah, 2017). Dalam konteks pemasaran modern, strategi komunikasi tidak lagi berfokus pada penawaran produk semata, tetapi juga pada penyampaian informasi yang mampu membangun pemahaman dan kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial sebagai bagian dari strategi digital marketing menjadi semakin penting dalam meningkatkan engagement dan kepercayaan terhadap suatu institusi (Kotler & Keller, 2016). Hal ini sejalan dengan perkembangan digital marketing yang mendorong pergeseran dari metode konvensional ke pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi, edukasi, dan pembangunan kepercayaan masyarakat (Imbayani et al., 2023). Pemanfaatan media sosial dalam strategi komunikasi digital terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman, interaksi, serta kepercayaan masyarakat terhadap suatu institusi, sehingga menjadi sarana yang relevan dalam kegiatan edukasi berbasis digital (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Dalam konteks keuangan syariah, tingkat literasi masyarakat di Indonesia masih tergolong rendah. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023), rendahnya literasi tersebut disebabkan oleh keterbatasan akses informasi yang mudah dipahami oleh masyarakat. Hal ini berdampak pada rendahnya pemanfaatan layanan keuangan syariah serta masih adanya kesalahpahaman terhadap mekanisme yang dijalankan. Salah satu aspek yang belum banyak dipahami adalah mekanisme lelang properti syariah, yang seringkali dianggap rumit, berisiko, dan kurang transparan akibat kurangnya edukasi yang sistematis dan mudah dipahami.

Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai salah satu institusi perbankan syariah terbesar di Indonesia memiliki peran strategis dalam meningkatkan literasi dan kepercayaan masyarakat. BSI terus melakukan upaya peningkatan kinerja serta memperluas layanan berbasis prinsip syariah kepada masyarakat. Hal ini tercermin dalam komitmen perusahaan untuk mendorong transformasi digital, meningkatkan literasi keuangan syariah, serta memperkuat kepercayaan nasabah melalui transparansi dan inovasi layanan. Selain itu, BSI juga mengembangkan berbagai strategi komunikasi dan edukasi untuk memperkenalkan produk serta mekanisme layanan, termasuk dalam pengelolaan pembiayaan dan proses lelang aset, agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat luas (Bank Syariah Indonesia, 2022). Namun, pendekatan sosialisasi yang masih belum maksimal dalam pemanfaatan digital menjadi kendala dalam menjangkau masyarakat secara lebih luas.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan strategi inovatif melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi yang lebih efektif dan adaptif

terhadap perkembangan teknologi. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengoptimalkan media sosial sebagai sarana edukasi dalam meningkatkan literasi dan kepercayaan masyarakat terhadap lelang properti syariah, serta mendorong partisipasi masyarakat secara aman dan sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian, program pengabdian masyarakat yang berfokus pada optimalisasi media sosial sebagai sarana edukasi lelang properti syariah di Bank Syariah Indonesia Area Denpasar menjadi relevan untuk dilaksanakan, dengan harapan dapat meningkatkan literasi masyarakat, memperbaiki persepsi terhadap mekanisme lelang, serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap BSI sebagai lembaga keuangan syariah yang profesional dan terpercaya.

Dengan demikian, program pengabdian masyarakat yang berfokus pada optimalisasi media sosial sebagai sarana edukasi lelang properti syariah di Bank Syariah Indonesia Area Denpasar menjadi relevan untuk dilaksanakan. Program ini diharapkan dapat meningkatkan literasi masyarakat, memperbaiki persepsi terhadap mekanisme lelang bank syariah, serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap BSI sebagai lembaga keuangan syariah yang terpercaya dan profesional.

PERUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dari latar belakang diatas adalah:

1. Tingkat literasi masyarakat terkait mekanisme lelang property syariah di Bank Syariah Indonesia Area Denpasar masih rendah
2. Sosialisasi yang dilakukan belum efektif sehingga memunculkan persepsi negatif masyarakat terhadap lelang properti syariah, seperti dianggap rumit, berisiko, dan kurang transparan
3. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi belum dioptimalkan dalam meningkatkan literasi dan kepercayaan masyarakat terhadap lelang properti syariah

SOLUSI YANG DIBERIKAN.

Berdasarkan Permasalahan yang di hadapi oleh Bank Syariah Indonesia Area Denpasar, maka solusi yang dapat diberikan dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah:

- 1) Melaksanakan program edukasi yang terstruktur untuk meningkatkan literasi masyarakat mengenai mekanisme lelang properti syariah, meliputi prosedur, persyaratan, manfaat, serta aspek keamanannya.
- 2) Mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dan adaptif melalui penyajian informasi yang sederhana, transparan, dan mudah dipahami guna memperbaiki persepsi masyarakat terhadap lelang properti syariah.
- 3) Mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi melalui pembuatan konten yang informatif, visual, dan interaktif secara konsisten untuk meningkatkan literasi sekaligus membangun kepercayaan masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

- 1) Edukasi: Kegiatan edukasi dilakukan melalui pemberian materi terkait pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dan edukasi di era digital. Selain itu, diberikan pemahaman mengenai mekanisme lelang properti syariah, meliputi prosedur, persyaratan, manfaat, serta prinsip transparansi dan keadilan dalam perbankan syariah. Edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan literasi serta mengubah persepsi masyarakat terhadap lelang properti syariah
- 2) Pendampingan: Pendampingan dilakukan dalam bentuk praktik langsung optimalisasi media sosial, seperti pembuatan dan pengelolaan konten edukatif (feed, reels, dan caption), penyusunan kalender konten, serta strategi penyampaian informasi yang menarik, ringkas, dan mudah dipahami. Selain itu, dilakukan pendampingan dalam penyusunan materi edukasi yang sistematis agar informasi terkait lelang properti syariah dapat tersampaikan secara efektif kepada masyarakat.
- 3) Pemberdayaan Masyarakat: Pemberdayaan dilakukan dengan melibatkan secara aktif pihak terkait, khususnya tim atau staf di lingkungan Bank Syariah Indonesia Area Denpasar, dalam proses pembuatan, pengelolaan, dan evaluasi konten media sosial. Keterlibatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian dalam mengelola media sosial sebagai sarana edukasi yang berkelanjutan, sehingga program yang dilaksanakan tidak hanya bersifat sementara, tetapi dapat terus dikembangkan di masa mendatang.

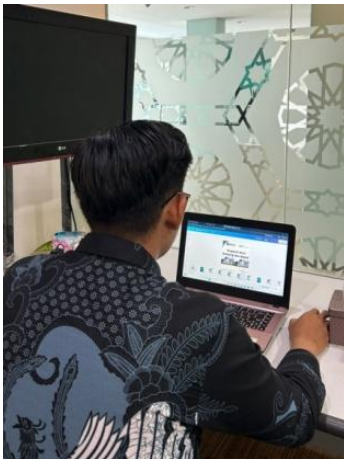
HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui optimalisasi media sosial sebagai sarana edukasi lelang properti syariah di Bank Syariah Indonesia Area Denpasar. Kegiatan diawali dengan penyusunan dan publikasi konten edukatif berupa infografis dan video singkat yang membahas mekanisme, persyaratan, aspek legalitas, serta prinsip syariah dalam lelang properti. Konten disajikan secara sederhana dan komunikatif menggunakan media sosial sebagai sarana utama penyebaran informasi. Selain itu, dilakukan sosialisasi dan diskusi interaktif, baik secara langsung maupun daring, untuk memperdalam pemahaman masyarakat.

Hasil program menunjukkan bahwa konten edukatif yang terstruktur dan dipublikasikan secara konsisten mampu meningkatkan jangkauan informasi, interaksi, serta pemahaman masyarakat terkait lelang properti syariah. Sosialisasi interaktif juga berkontribusi dalam meluruskan persepsi negatif masyarakat, sehingga terbentuk pemahaman yang lebih positif terhadap transparansi dan profesionalitas proses lelang. Di sisi lain, kegiatan pendampingan turut meningkatkan kapasitas mitra dalam mengelola media sosial secara lebih sistematis, termasuk dalam pembuatan konten, penyusunan kalender publikasi, dan penyampaian informasi yang lebih efektif. Secara keseluruhan, optimalisasi media sosial terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan literasi dan kepercayaan masyarakat. Meskipun

demikian, pelaksanaan program masih menghadapi beberapa kendala, seperti rendahnya literasi awal masyarakat, keterbatasan jangkauan media sosial, serta waktu pelaksanaan yang relatif singkat. Untuk mengatasi hal tersebut, dilakukan penyederhanaan materi dalam bentuk visual, optimalisasi strategi publikasi, serta penyusunan panduan edukatif sebagai upaya keberlanjutan program.

Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan dampak edukatif, tetapi juga memperkuat transparansi, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta mendukung strategi komunikasi digital yang lebih efektif dalam pengembangan perbankan syariah.



Gambar 1. Proses Penyusunan konten Edukasi lelang Properti Syariah Berbasis Media Sosial



Gambar 2 Pelaksanaan Sosialisasi dan Edukasi Interaktif Lelang Properti Syariah kepada Masyarakat



Gambar 3. Kegiatan Distribusi Media Edukasi dan Kolaborasi dengan Mitra di Lingkungan Masyarakat.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan program Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan, optimalisasi media sosial sebagai sarana edukasi lelang properti syariah pada Bank Syariah Indonesia Area Denpasar berhasil meningkatkan literasi dan pemahaman masyarakat. Pemanfaatan media sosial sebagai media edukasi dilakukan melalui penyusunan dan publikasi konten informatif berupa video infografis, video singkat, serta caption edukatif yang membahas mekanisme, persyaratan, aspek legalitas, dan prinsip syariah dalam proses lelang. Penyajian konten yang sederhana dan komunikatif mampu mengubah informasi yang sebelumnya dianggap kompleks menjadi lebih mudah dipahami oleh masyarakat.

Selain itu, kegiatan sosialisasi dan edukasi interaktif turut memberikan dampak positif dalam membangun kepercayaan masyarakat. Melalui komunikasi dua arah, berbagai persepsi negatif terkait risiko dan transparansi lelang dapat diluruskan secara langsung. Indikator keberhasilan program ini terlihat dari meningkatnya interaksi masyarakat, bertambahnya ketertarikan terhadap informasi lelang, serta terbentuknya persepsi yang lebih positif terhadap layanan yang diberikan. Keberhasilan program ini juga didukung oleh partisipasi aktif dari pihak mitra dalam proses pengelolaan media sosial dan penyusunan konten edukatif, sehingga program dapat berjalan dengan baik dan memberikan dampak yang signifikan.

Agar program yang telah dilaksanakan dapat terus berkembang dan memberikan dampak jangka panjang, diperlukan strategi keberlanjutan serta pengembangan lebih lanjut. Adapun beberapa rekomendasi yang dapat dilakukan, diantaranya:

- 1) Pihak mitra dapat membentuk tim khusus yang bertanggung jawab dalam pengelolaan media sosial, mulai dari perencanaan konten, produksi, hingga evaluasi, sehingga pengelolaan dapat berjalan lebih konsisten dan profesional.

- 2) Mengembangkan variasi konten edukatif yang lebih interaktif, seperti webinar, live session, atau testimoni peserta lelang, guna meningkatkan engagement serta membangun kepercayaan masyarakat secara lebih luas.
- 3) Melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap kinerja media sosial, guna mengukur efektivitas strategi yang telah dijalankan serta mengidentifikasi peluang pengembangan ke depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Syariah Indonesia. (2022). Laporan Tahunan PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Jakarta: PT Bank Syariah Indonesia Tbk.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Imbayani, I. G. A., & Dewi, N. M. A. C. (2024, December). Mengembangkan Pemasaran Dengan Strategi Promosi Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Pendapatan Di Toko Ud. Karmiasih. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (Senema)* (Vol. 3, No. 2, Pp. 710-716).
- Imbayani, I. G. A., Safitri, N. W. N., & Nopianti, N. K. (2023, May). Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Ksp Klenting Amertha Mesari. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (Senema)* (Vol. 2, No. 1, Pp. 382-388).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Perbankan Syariah dan Kelembagaannya*. Jakarta: OJK
- Suryani, T., & Pratama, A. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital*. Jakarta: Prenadamedia Group.