

Pendampingan Literasi Produk Pembiayaan Musiman Berbasis *Jamaah* dalam Meningkatkan Kesadaran Keuangan Syariah

Mohammad Firmansyah¹, Ahmad Danial Sahwan², Royhan Zian³

Institut KH Yazid Karimullah Jember

*moh.firman23@stisnq.ac.id*¹

Article Info

Volume 4 Issue 1
March 2026

DOI :

10.30762/welfare.v4i1.3444

Article History

Submission: 20-03-2026

Revised: 23-03-2026

Accepted: 24-03-2026

Published: 26-03-2026

Keywords:

BMT NU, Islamic financial literacy, Kurma, Lasisma, product socialization

Kata Kunci:

BMT NU, literasi keuangan Islam, Kurma, Lasisma, sosialisasi produk



Copyright © 2026 Mohammad Firmansyah, Ahmad Danial Sahwan, Royhan Zian

Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstract

Rural communities in Indonesia still face significant barriers to Islamic financial inclusion, including low financial literacy and limited access to Sharia-compliant products. This community service project was implemented through a Service-Based Learning approach at the Jelbuk Branch of BMT NU, Jember Regency, East Java, during February–March 2026. This project socialized two flagship products: KURMA (Special Ramadan Business Financing) and LASISMA (Congregation-Based Services) to residents of Sukowiryo Village, Jelbuk, Jember. Within the Service-Based Learning framework, students simultaneously engaged as learners and as active contributors to the outreach capacity of partner institutions. Findings indicate that door-to-door outreach and synergy with community congregation networks effectively increased community awareness and interest in Sharia financing. Key barriers include low Sharia financial literacy and institutional skepticism. This program strengthened community empowerment and equipped students with practical competencies in Islamic economic law.

Abstrak

Masyarakat pedesaan di Indonesia masih menghadapi hambatan signifikan terhadap inklusi keuangan Islam, termasuk rendahnya literasi keuangan dan terbatasnya akses terhadap produk yang sesuai syariah. Artikel pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan Pembelajaran Berbasis Pelayanan di BMT NU Cabang Jelbuk, Kabupaten Jember, Jawa Timur, selama Februari–Maret 2026 dengan mensosialisasikan dua produk unggulan: KURMA (Pembiayaan Usaha Khusus Ramadan) dan LASISMA (Pelayanan Berbasis Jamaah) kepada warga Desa Sukowiryo, Jelbuk, Jember. Dalam kerangka Pembelajaran Berbasis Pelayanan (*service learning*), mahasiswa secara bersamaan terlibat sebagai pembelajar dan sebagai kontributor aktif terhadap kapasitas jangkauan lembaga mitra. Temuan menunjukkan bahwa jangkauan door to door dan sinergi dengan jaringan jemaah masyarakat secara efektif meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap pembiayaan syariah. Hambatan utama meliputi rendahnya literasi keuangan syariah dan skeptisisme institusional. Program ini memperkuat pemberdayaan masyarakat dan membekali mahasiswa dengan kompetensi praktis dalam hukum ekonomi Islam.

1. PENDAHULUAN

Lembaga keuangan mikro syariah seperti Baitul Maal wat Tamwil (BMT) memiliki peran strategis dalam mendorong inklusi keuangan masyarakat pedesaan yang selama ini tidak terlayani oleh perbankan konvensional (Khairan & Sodiq, 2025). Sebagai koperasi berbasis prinsip syariah, BMT menjembatani kesenjangan antara rentenir informal dan lembaga perbankan formal, khususnya bagi pelaku usaha mikro yang tidak memiliki agunan memadai untuk mengajukan pinjaman konvensional (Wulandari & Pertiwi, 2026). BMT NU Jawa Timur, mengoperasikan ratusan cabang di seluruh Jawa Timur, termasuk BMT NU Cabang Jelbuk di Kabupaten Jember yang melayani masyarakat agraris di wilayah pegunungan Kecamatan Jelbuk.

Korespondensi:

Mohammad Firmansyah
moh.firman23@stisnq.ac.id

Meskipun BMT NU hadir secara kelembagaan, literasi keuangan syariah di tingkat akar rumput masih sangat rendah (Febriansyah et al., 2025). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan OJK tahun 2025 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia jauh lebih rendah dibandingkan keuangan konvensional, terutama di pedesaan yang minim paparan terhadap produk syariah (Fadila & Soumena, 2025). Kondisi ini menciptakan tantangan tersendiri bagi cabang-cabang BMT dalam memperluas basis nasabah, karena calon anggota belum memahami konsep dasar keuangan Islam seperti mudharabah, murabahah, dan tanggung renteng (Siraj et al., 2021).

BMT NU Cabang Jelbuk menawarkan dua produk unggulan yang sangat sesuai dengan konteks sosial-keagamaan masyarakat setempat. KURMA (Khusus Usaha Ramadhan) adalah produk pembiayaan musiman yang dirancang untuk mendukung usaha mikro dan kecil menjelang Ramadhan, ketika permintaan barang dan jasa meningkat tajam. LASISMA (Layanan Berbasis Jamaah) adalah produk pembiayaan berbasis kelompok jamaah yang menyalurkan pembiayaan melalui kelompok yang sudah mapan dengan mekanisme tanggung renteng. Kedua produk ini memanfaatkan jaringan sosial masyarakat yang kuat dan mengakar di masyarakat Jember. (Anash et al., 2023) menunjukkan bahwa pendampingan dan sosialisasi produk secara langsung pada nasabah BMT NU terbukti efektif dalam membangun kepercayaan dan loyalitas, yang menjadi modal sosial penting bagi pertumbuhan lembaga.

Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) merupakan salah satu mekanisme penting dalam mengintegrasikan pembelajaran akademik dengan pengabdian kepada masyarakat. Bagi mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, PPL di lembaga keuangan syariah memberikan manfaat ganda, yaitu mahasiswa mengembangkan kompetensi profesional praktis sekaligus berkontribusi nyata pada perluasan jangkauan sosialisasi produk yang tidak dapat ditangani sendiri oleh sumber daya manusia BMT cabang yang terbatas (Harjawati et al., 2026). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sosialisasi berbasis mahasiswa dalam konteks serupa secara signifikan memperluas kesadaran masyarakat terhadap produk pembiayaan syariah (Fuadi et al., 2025). Selain itu, literasi perbankan syariah yang disampaikan secara langsung kepada komunitas mampu mengakselerasi inklusi keuangan masyarakat yang sebelumnya tidak terlayani (Nafiyah et al., 2023).

Meskipun potensi keterlibatan mahasiswa PPL dalam pengabdian berbasis komunitas telah terdokumentasi, kajian empiris yang secara khusus menganalisis kontribusi mahasiswa terhadap sosialisasi produk KURMA dan LASISMA di konteks pedesaan Jember masih sangat terbatas (Ulum et al., 2024). Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan mendokumentasikan dan menganalisis strategi sosialisasi yang diterapkan, faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi, serta hasil yang dicapai selama program PPL dua bulan di BMT NU Cabang Jelbuk. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan peran mahasiswa PPL dalam sosialisasi produk KURMA dan LASISMA kepada masyarakat Desa Sukowiryo; dan (2) mengidentifikasi strategi, faktor pendukung, serta hambatan yang ditemukan selama proses sosialisasi berlangsung.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan menggunakan pendekatan service learning, yaitu suatu metodologi pengabdian yang mengintegrasikan pembelajaran akademik dengan pelayanan nyata kepada komunitas secara terstruktur dan reflektif (Afandi et al., 2022). Dalam service learning framework, mahasiswa tidak sekadar berlatih di lapangan, melainkan secara aktif berkontribusi pada pemecahan masalah riil mitra (Pramanik et al., 2020), dalam hal ini yaitu keterbatasan kapasitas sosialisasi produk syariah kepada masyarakat pedesaan, sembari secara bersamaan memperoleh pengalaman belajar yang bermakna dan mengembangkan kompetensi profesional di bidang hukum ekonomi syariah.



Tabel 1. Alur Proses Kegiatan Pengabdian PPL di BMT NU Cabang Jelbuk

Pendekatan service learning dipilih karena paling sesuai dengan karakteristik kegiatan PPL ini, dengan menempatkan mahasiswa sebagai pendamping aktif mitra institusi dalam menjalankan program layanan yang sudah terancang yakni sosialisasi produk kepada nasabah potensial. Model ini secara inheren mendorong refleksi akademis yang memperkuat pemahaman mahasiswa tentang keuangan syariah sekaligus memberikan dampak nyata bagi mitra dan komunitas sasaran.

Pelaksanaan pengabdian dilakukan sepanjang periode PPL dua bulan (Februari–Maret 2026). Komunitas sasaran adalah warga sebuah desa di kecamatan Jelbuk yang sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani, pedagang kecil, dan anggota jamaah keagamaan di masyarakat tersebut. Kedua mahasiswa PPL melaksanakan seluruh kegiatan lapangan di bawah supervisi langsung Kepala Cabang, mencakup kunjungan door-to-door, presentasi di pertemuan perkumpulan, dan sesi edukasi komunal. Data dikumpulkan melalui dua instrumen: (1) observasi partisipatif; mahasiswa terlibat aktif dalam seluruh kegiatan sosialisasi dan mencatat secara sistematis setiap proses, respons komunitas, hambatan, dan solusi yang ditemukan; dan (2) dokumentasi; catatan harian PPL, catatan lapangan, data kontak calon nasabah, dan catatan reflektif mahasiswa (Afandi et al., 2022).

Analisis data dilakukan secara deskriptif-reflektif, konsisten dengan prinsip service learning yang menekankan refleksi terstruktur sebagai komponen inti. Data dianalisis untuk menggambarkan secara sistematis proses sosialisasi, mengidentifikasi pola respons masyarakat, mensintesis faktor pendukung dan penghambat, serta merefleksikan pengalaman belajar mahasiswa. Validitas data dijamin melalui triangulasi sumber: catatan lapangan mahasiswa dicocokkan dengan masukan dari kepala cabang, staf, dan hasil observasi langsung di lapangan (Afandi et al., 2022; Setyowati & Permata, 2018).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

BMT NU Cabang Jelbuk melayani komunitas di Kecamatan Jelbuk yang didominasi sektor pertanian dan perdagangan, di mana akses terhadap layanan perbankan formal sangat terbatas akibat kendala geografis dan persyaratan agunan. Cabang ini beroperasi di bawah jaringan BMT NU Jawa Timur yang memiliki visi membentuk 100 kantor cabang yang profesional, amanah, dan berorientasi pada pemberdayaan anggota. Posisinya dalam ekosistem masyarakat memberikan keunggulan komparatif dalam menjangkau masyarakat pedesaan melalui jaringan sosial dan keagamaan yang sudah ada.

Sosialisasi KURMA dilakukan terutama melalui kunjungan door-to-door kepada pedagang mikro dan kecil, pemilik warung, dan pelaku usaha rumahan di Desa Sukowiryo. Mahasiswa PPL menjelaskan mekanisme pembiayaan berbasis akad murabahah atau mudharabah, besaran margin, dan prosedur pengajuan yang disederhanakan secara langsung kepada calon nasabah. Pendekatan ini terbukti efektif dalam membangun kepercayaan awal, karena komunikasi tatap muka memungkinkan calon nasabah mengajukan pertanyaan dan mendapatkan penjelasan yang personal. Momentum pra-Ramadhan pada periode sosialisasi sangat strategis: kebutuhan modal kerja di kalangan pelaku usaha mikro biasanya memuncak pada periode ini, menjadikan desain musiman KURMA sangat relevan dengan kebutuhan mereka.



Gambar 1. Sosialisasi produk KURMA secara door-to-door

Dalam praktik pelaksanaannya, proses pengabdian berlangsung secara bertahap dan dinamis. Pada Fase 1 (Minggu 1–2), mahasiswa terlebih dahulu melakukan orientasi menyeluruh terhadap profil kelembagaan mitra, mempelajari mekanisme teknis kedua produk pembiayaan, serta memetakan komunitas sasaran bersama Kepala Cabang dan staf. Pemetaan ini mencakup identifikasi kelompok sasaran prioritas (pedagang musiman untuk produk KURMA dan

kelompok masyarakat aktif untuk produk LASISMA), pendataan awal potensi calon nasabah, dan pengenalan tokoh-tokoh kunci di desa yang dapat menjadi jembatan komunikasi. Fase orientasi ini menjadi fondasi penting agar sosialisasi pada fase berikutnya dapat dilakukan secara terarah dan efisien.

Pada Fase 2 (Minggu 3-7), mahasiswa menjalankan sosialisasi lapangan secara intensif dengan dua strategi yang berbeda sesuai karakteristik masing-masing produk. Untuk produk KURMA, strategi utama adalah kunjungan door-to-door yang dilakukan dua hingga tiga kali per minggu ke lokasi usaha calon nasabah. Setiap kunjungan berlangsung sekitar 15-30 menit, mencakup penjelasan mekanisme akad, simulasi perhitungan cicilan, dan sesi tanya jawab.

Mahasiswa mencatat semua pertanyaan dan keberatan calon nasabah untuk dilaporkan kepada Kepala Cabang sebagai bahan evaluasi. Selama lima minggu implementasi, mahasiswa berhasil menjangkau puluhan pelaku usaha mikro di desa sasaran, dengan sebagian menyatakan minat konkret untuk mengajukan pembiayaan.

Untuk produk LASISMA, strategi sosialisasi berbeda secara fundamental. Mahasiswa memanfaatkan forum pertemuan sosial atau keagamaan yang telah ada; pengajian mingguan, pertemuan arisan, dan rapat kemasyarakatan, sebagai kanal sosialisasi alami. Dalam setiap pertemuan, mahasiswa diberikan waktu sekitar 20 menit untuk memaparkan mekanisme pembiayaan berbasis tanggung renteng, prinsip solidaritas ekonomi Islam (ta'awun), serta tata cara pembentukan dan pengelolaan kelompok. Format presentasi dirancang sederhana dan interaktif, menggunakan contoh-contoh konkret dari kehidupan sehari-hari anggota jamaah. Refleksi mingguan yang dilakukan mahasiswa bersama Kepala Cabang memungkinkan penyesuaian materi dan pendekatan secara berkala berdasarkan umpan balik lapangan, sebuah komponen inti dari metodologi service learning yang membedakannya dari magang konvensional.



Gambar 2. Sosialisasi produk Lasisma kepada komunitas ibu-ibu

Respons masyarakat terhadap KURMA umumnya positif, khususnya di kalangan pedagang makanan dan penjual barang musiman yang kesulitan mengakses kredit bank karena persyaratan agunan. Beberapa calon nasabah menyatakan niat untuk mengajukan pembiayaan KURMA setelah sosialisasi. Hambatan utama yang dihadapi adalah: (1) kekhawatiran terhadap mekanisme angsuran dan persyaratan jaminan; dan (2) ketidakpercayaan terhadap lembaga berbentuk koperasi berdasarkan pengalaman buruk di masa lalu. Hambatan ini diatasi melalui penjelasan lanjutan oleh mahasiswa bersama staf cabang, konsisten dengan temuan (Jailani, 2025) bahwa dalam lembaga keuangan syariah, dimensi sumber daya manusia (people) dan proses (process) memiliki bobot lebih tinggi dalam membangun kepercayaan nasabah.

Sementara, tantangan utama dalam sosialisasi LASISMA adalah kekhawatiran anggota jamaah masyarakat terhadap risiko menanggung kewajiban anggota lain yang gagal bayar sebagai konsekuensi dari skema tanggung renteng. Hal ini diatasi secara sistematis melalui penjelasan transparan tentang mekanisme mitigasi risiko BMT NU, termasuk pendampingan rutin staf cabang dan fungsi pengawasan manajer kelompok. Begitu mekanisme dipahami, beberapa kelompok jamaah menyatakan minat kolektif yang kuat terhadap LASISMA, mengakui kesesuaiannya dengan nilai Islam tentang tolong-menolong (ta'awun) dan solidaritas ekonomi.

Tabel 2. Faktor Pendukung dan Penghambat Sosialisasi Produk

Dimensi	Faktor Pendukung	Faktor Penghambat
Kelembagaan	Dukungan penuh Kepala Cabang Bapak Muhammad Firdaus; brand BMT NU sudah dikenal masyarakat	Keterbatasan staf cabang; jangkauan wilayah luas dengan infrastruktur terbatas
Produk	KURMA relevan langsung dengan kebutuhan modal musiman; LASISMA memanfaatkan jaringan jamaah masyarakat yang kuat	Masyarakat belum familiar dengan istilah akad syariah
Sosial-Budaya	Kepercayaan komunitas terhadap label NU; kekompakan jamaah sebagai modal sosial	Stigma negatif terhadap koperasi akibat pengalaman buruk di masa lalu
Mahasiswa PPL	Mobilitas dan antusiasme tinggi; komunikasi sebaya lebih mudah diterima komunitas	Keterbatasan pengalaman menangani keberatan nasabah yang kompleks
Eksternal	Momentum Ramadhan meningkatkan relevansi produk dan kesadaran syariah	Persaingan dari rentenir yang menawarkan akses cepat tanpa prosedur formal

Temuan-temuan di atas mengonfirmasi bahwa keterlibatan mahasiswa PPL secara nyata memperkuat kapasitas jangkauan BMT NU dalam sosialisasi produk. Sosialisasi yang difasilitasi mahasiswa dipersepsikan komunitas sebagai lebih mudah didekati dan kurang formal dibandingkan pendekatan staf kantor, sehingga mengurangi jarak psikologis yang kerap menghambat masyarakat pedesaan dalam berinteraksi dengan lembaga keuangan (Ariani et al., 2024). Selain itu, peran ganda mahasiswa sebagai pelajar dan praktisi program hukum ekonomi syariah menambah legitimasi kontekstual dalam menjelaskan konsep keuangan syariah (Fatah et al., 2025).

Pada tataran yang lebih luas, program dua bulan ini berkontribusi pada peningkatan kesadaran keuangan syariah di Desa Sukowiryo Kecamatan Jelbuk melampaui produk- produk yang disosialisasikan secara spesifik. Warga yang semula hanya mengenal BMT sebagai ‘koperasi simpan pinjam’ mulai memahami karakteristik syariah yang membedakannya, termasuk mekanisme bagi hasil dan larangan riba, melalui interaksi berulang dan informal dengan mahasiswa PPL. Fadila dan Soumena menekankan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah yang berkelanjutan di perdesaan memerlukan keterlibatan yang kontekstual dan berkesinambungan, suatu kondisi yang secara alami terpenuhi oleh format PPL yang tertanam dalam komunitas (Fadila & Soumena, 2025).

4. KESIMPULAN

Pengabdian ini menunjukkan bahwa mahasiswa PPL dapat berperan efektif sebagai agen sosialisasi produk keuangan syariah di lingkungan komunitas pedesaan, sekaligus berkontribusi pada literasi keuangan masyarakat dan kapasitas institusional BMT. Di BMT NU Cabang Jelbuk, kunjungan door-to-door dan keterlibatan berbasis jamaah yang dipimpin mahasiswa berhasil meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat Desa Sukowiryo terhadap produk KURMA dan LASISMA. Momentum pra-Ramadhan pada sosialisasi KURMA dan ketertarikan LASISMA dalam jaringan jamaah masyarakat merupakan keunggulan kontekstual yang signifikan. Hambatan struktural utama yaitu rendahnya literasi keuangan syariah dan persaingan dari rentenir tidak dapat diselesaikan dalam satu siklus PPL dan memerlukan program literasi multi-pemangku kepentingan yang berkelanjutan. Berdasarkan temuan ini, dua rekomendasi diajukan: (1) BMT NU Cabang Jelbuk sebaiknya memformalkan kemitraan dengan Institut KH Yazid Karimullah Jember melalui MoU terstruktur yang memungkinkan penempatan PPL berkelanjutan untuk menjamin jangkauan komunitas sepanjang tahun; dan (2) kurikulum Program Studi Hukum Ekonomi Syariah sebaiknya mengintegrasikan modul khusus tentang komunikasi produk keuangan syariah dan teknik keterlibatan komunitas sebelum penerjunan PPL, guna meningkatkan kesiapan mahasiswa menghadapi interaksi nasabah yang kompleks.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Muhammad Firdaus, selaku Kepala Cabang BMT NU Jelbuk, beserta seluruh staf cabang atas supervisi,

fasilitasi, dan kepercayaan yang diberikan selama program PPL berlangsung. Terima kasih khusus juga disampaikan kepada masyarakat Desa Sukowiryo, Kecamatan Jelbuk, yang menyambut serta berpartisipasi aktif dalam seluruh kegiatan sosialisasi. Penulis juga mengakui dukungan akademis yang diberikan oleh Institut KH Yazid Karimullah Jember.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Laily, N., Wahyudi, N., Umam, M. H., Kambau, R. A., Rahman, S. A., Sudirman, M., Jamilah, Kadir, N. A., Junaid, S., Nur, S., Parmitasari, R. D. A., Nurdiyanah, Wahyudi, J., & Wahid, M. (2022). *Metodologi Pengabdian Masyarakat* (Suwendi, A. Basir, & J. Wahyudi (eds.); 1st ed.). Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI.
- Anash, M. C., Anggraini, Y. F., Alvaridzi, M. F., & Naskurilah, M. H. (2023). Membangun Kepercayaan dan Loyalitas Melalui Pendampingan dan Sosialisasi Produk pada Nasabah BMT NU Kabupaten Kediri. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 497–502. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.491>
- Ariani, K. F., Rahmawati, T. I., & Anggraini, D. V. (2024). Peningkatan Literasi Keuangan Masyarakat Pedesaan Guna Mendorong Tingkat Inklusi Keuangan Indonesia Perspektif Hukum Perbankan. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1(6), 118–128. <https://doi.org/10.61722/jmia.v1i6.2874>
- Arif Zunaidi, Fachrial Lailatul Maghfiroh (2025). *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis UMKM: Teori, Praktik, dan Strategi Menuju UMKM Berkelanjutan*. Indramayu: Adab Indonesia
- Fadila, N., & Soumena, F. Y. (2025). Sinergi Pemerintah Dan Lembaga Keuangan Syariah Dalam Peningkatan Literasi Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 56–86. <https://doi.org/10.56184/jeijournal.v3i1.501>
- Fatah, D. A., Zahra, I. A., Waluyo, B., Abidaturrahman, K., Mutia, W., & Argyyindra, A. B. (2025). Developing Islamic Economic and Finance Literacy among Insurance Brokers. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Thawalib*, 4(2), 97–108. <https://doi.org/10.54150/thame.v4i2.748>
- Febriansyah, A., Indra, A. P., & Anggraini, T. (2025). Analisis Literasi Keuangan dan Preferensi Masyarakat UMKM dan Nelayan Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Sibolga). *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3), 1227–1236. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i3.1522>
- Fuadi, Saharuddin, & Mursalin. (2025). Edukasi Keuangan Syariah untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah di Lhokseumawe. *Jurnal Solusi Masyarakat Dikara*, 5(2), 89–94.
- Harjawati, T., Aisjah, S., & Ratnawati, K. (2026). Integrated business strategies in Islamic boarding School-based businesses: a qualitative phenomenological study on human resource management, cooperation, marketing, production, and finance. *Cogent Business & Management*, 13(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2607801>
- Jailani, M. (2025). Optimalisasi Kepatuhan Syariah dan Kualitas Layanan untuk Meningkatkan Kepercayaan serta Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Takaful: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1(2), 97–108. <https://journal.iai-daraswajarahil.ac.id/index.php/takaful>
- Khairan, & Sodiq, A. (2025). Peran BMT Nusantara Umat Mandiri Dalam Mendorong Inklusi Lembaga Keuangan Syariah Non-Bank di Tulungagung. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 07(01), 90–104. <https://doi.org/10.33367/at.v7i1.1509>
- Nafiyah, I., Maulidya, A., Rosyada, N., Putri, E. K., Lestari, E., & Adinugraha, H. H. (2023). Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Masyarakat Desa Kebanggaan Kecamatan Moga Melalui Program Literasi Bank Syariah. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 508–512. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.648>
- Pramanik, P. D., Achmadi, M., & Nasution, D. Z. (2020). Media Belajar Inovatif bagi Siswa SDN 05 Pesanggrahan Jakarta: PkM dengan Konsep Service Learning. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 1(1), 46–56. <https://doi.org/10.59818/jpm>

- Setyowati, E., & Permata, A. (2018). Service Learning: Mengintegrasikan Tujuan Akademik Dan Pendidikan Karakter Peserta Didik Melalui Pengabdian Kepada Masyarakat. *Bakti Budaya*, 1(2), 143-152.
- Siraj, M. A., Riyadi, A. H., Sheik, A. A., Jama, A. A., & Redzuan, N. H. (2021). Potential Solutions to Financing Problems among the Poor: A Case of Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) in Indonesia. *Journal of Islamic Finance*, 10(2), 26-37. <https://doi.org/10.31436/jif.v10i2.594>
- Ulum, B., Firmansyah, M., Hasan, Z., & Halili. (2024). Economis Empowerment of People Through Development of Sharia Cooperatives in Rural Communities. *Sahwahita: Community Engagement Journal*, 2(1), 11-17.
- Wulandari, S., & Pertiwi, F. A. (2026). Analisis Konseptual Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mengembangkan Ekonomi Inklusif. *EKSYPAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, 13(1), 21-35. <https://doi.org/10.54956/eksyar.v13i1.844>
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma.