

Pengembangan strategis produk gadai emas di bank syariah: peluang, tantangan, dan inovasi strategis

Vellan Zunia Rahma

Program studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: vellanzunia@gmail.com

Kata Kunci: Perbankan Syariah, Gadai Emas, Rahn, Manajemen Strategis, Inovasi.

Keywords: Islamic Banking, Gold Pawn, Rahn, Strategic Management, Innovation.

ABSTRAK

Studi ini mengkaji perkembangan strategis produk gadai emas (rahn) di lembaga perbankan syariah di Indonesia, dengan menekankan peluang, tantangan, dan strategi inovatif. Menggunakan wawasan dari delapan jurnal nasional—(Mahdania et al., 2025), (Amri & Iqbal, 2025), (Pratiwi, 2019), (Pramadeka et al., 2024), (Barri, 2019), (Aisyah & Hermawan, 2024), (Fadhilah & Solekah, 2025), dan (Rahayu & Sabtiyah, 2019)—makalah ini menganalisis bagaimana bank syariah mengelola inovasi produk untuk mempertahankan daya saing sekaligus mematuhi prinsip-prinsip Syariah. Produk gadai emas memainkan peran penting dalam

mendukung likuiditas nasabah, mendorong inklusi keuangan, dan memperkuat keuangan etis. Studi ini menemukan bahwa digitalisasi, kontrak hibrida, dan inovasi pemasaran merupakan strategi inti yang meningkatkan jangkauan nasabah dan efisiensi operasional. Namun, regulasi kompleksitas, kesenjangan literasi nasabah, dan biaya operasional masih menjadi tantangan yang signifikan. Oleh karena itu, bank syariah harus menyelaraskan transformasi teknologi dengan tata kelola Syariah untuk memastikan transparansi dan kepatuhan. Lebih lanjut, kemitraan dengan peritel emas dan lembaga fintech dapat mendorong ekspansi pasar dan meningkatkan kepercayaan nasabah. Studi ini berkontribusi pada pemahaman manajemen strategis dalam perbankan syariah dengan menyoroti pentingnya inovasi dan integritas etika dalam layanan gadai emas sebagai solusi keuangan yang berkelanjutan dan sesuai Syariah.

ABSTRACT

This study examines the strategic development of gold pawn (rahn) products in Islamic banking institutions in Indonesia, emphasizing opportunities, challenges, and innovative strategies. Using insights from eight national journals—(Mahdania et al., 2025), (Amri & Iqbal, 2025), (Pratiwi, 2019), (Pramadeka et al., 2024), (Barri, 2019), (Aisyah & Hermawan, 2024), (Fadhilah & Solekah, 2025), and (Rahayu & Sabtiyah, 2019)—this paper analyzes how Islamic banks manage product innovation to sustain competitiveness while adhering to Sharia principles. Gold pawn products play an essential role in supporting customer liquidity, promoting financial inclusion, and strengthening ethical finance. The study finds that digitalization, hybrid contracts, and marketing innovation are core strategies that enhance customer reach and operational efficiency. However, regulatory complexity, customer literacy gaps, and operational costs remain significant challenges. Islamic banks must, therefore, align technological transformation with Sharia governance to ensure transparency and compliance. Furthermore, partnerships with gold retailers and fintech institutions can foster market expansion and increase customer trust. This study contributes to the understanding of strategic management within Islamic banking by highlighting the importance of innovation and ethical integrity in gold pawn services as a sustainable and Sharia-compliant financial solution.

Pendahuluan

Perbankan syariah di Indonesia telah berkembang menjadi pemain kunci dalam mendorong inklusi keuangan yang etis, dengan produk-produk yang berakar pada



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

prinsip-prinsip Syariah. Di antara berbagai produk keuangan berbasis Syariah, rahn atau gadai emas Islam semakin penting dalam melayani kebutuhan likuiditas nasabah berpenghasilan menengah ke bawah. Perkembangan produk gadai emas mencerminkan strategi bank syariah yang lebih luas untuk mengintegrasikan dimensi sosial, keuangan, dan teknologi ke dalam layanan mereka (Mahdania et al., 2025). Akad rahn, yang berasal dari yurisprudensi Islam klasik, mengacu pada penjaminan aset berharga sebagai agunan utang tanpa bunga (riba). Sebaliknya, bank mengenakan ujarah (biaya jasa) untuk penyimpanan dan pemeliharaan (Pramadeka et al., 2024). Esensi rahn sejalan dengan nilai-nilai etika Islam—membantu nasabah yang membutuhkan dengan tetap menjaga kemanfaatan bersama (ta'awun) dan menghindari eksploitasi (zulm).

Dalam beberapa tahun terakhir, bank-bank syariah seperti Bank Syariah Indonesia (BSI) dan Bank Mega Syariah telah mulai berinovasi dalam produk gadai emas mereka untuk memenuhi perilaku konsumen digital. Pergeseran ini didorong oleh tekanan strategis eksternal dan internal—transformasi digital, kenaikan harga emas, dan meningkatnya persaingan dari lembaga gadai konvensional (Amri & Iqbal, 2025). Seiring dengan perkembangan ekspektasi konsumen, pengembangan strategis layanan gadai emas harus mengintegrasikan saluran distribusi baru, meningkatkan kelincahan operasional, dan mempertahankan kepatuhan terhadap tata kelola Syariah. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana bank syariah merancang dan menerapkan pendekatan strategis dalam mengembangkan produk gadai emas dengan mengkaji (1) peluang pasar gadai syariah, (2) hambatan dan kendala dalam operasionalnya, dan (3) inovasi strategis untuk meningkatkan daya saing.

Pembahasan

Pengembangan strategis produk gadai emas di bank syariah tidak dapat dipisahkan dari kerangka manajemen keuangan berbasis syariah yang lebih luas. Bagian ini membahas bagaimana lembaga keuangan syariah di Indonesia merumuskan dan menerapkan pendekatan strategis untuk mengoptimalkan kinerja layanan gadai emas. Berangkat dari beberapa studi nasional, pembahasan dibagi menjadi lima subtopik yang saling terkait: peran manajemen strategis, peluang yang muncul di pasar gadai emas, tantangan yang menghambat optimalisasi produk, inovasi yang dikembangkan untuk mengatasi hambatan tersebut, dan terakhir, usulan kerangka kerja strategis untuk peningkatan berkelanjutan. Secara keseluruhan, komponen-komponen ini menggambarkan bagaimana bank syariah mengintegrasikan kepatuhan Syariah, kemajuan teknologi, dan strategi yang berpusat pada nasabah untuk memperkuat posisi mereka di industri keuangan.

Manajemen Strategis Produk Gadai Emas

Manajemen strategis di bank syariah melibatkan perumusan, penerapan, dan evaluasi tindakan untuk mencapai tujuan jangka panjang sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. Pengembangan produk-produk di perbankan syariah memerlukan keseimbangan antara profitabilitas dan maqasid al-syariah. Dalam kerangka ini, produk gadai emas diposisikan secara strategis sebagai instrumen likuiditas yang aman dan etis. (Pratiwi, 2019) menekankan bahwa strategi gadai emas yang efektif bergantung pada integrasi variabel

bauran pemasaran: produk, harga, lokasi, dan promosi. Produk rahn yang dirancang dengan baik harus menawarkan prosedur yang transparan, biaya ujah yang kompetitif, dan saluran akses yang mudah. Bank juga harus meningkatkan promosi melalui program edukasi, konten daring, dan keterlibatan masyarakat. Kemampuan mengomunikasikan proposisi nilai Syariah jelas menjadi pembeda kompetitif di pasar keuangan Islam. Lebih lanjut, (Barri, 2019) menekankan bahwa kapabilitas sumber daya manusia memainkan peran penting dalam implementasi rencana strategis. Pelatihan karyawan dalam prinsip-prinsip Syariah, pengetahuan produk, dan operasional layanan digital meningkatkan kepercayaan nasabah dan meningkatkan kualitas layanan. Hal ini sejalan dengan visi jangka panjang perbankan Islam untuk membangun profesionalisme yang terintegrasi dengan kesadaran etika.

Peluang di Pasar Gadai Emas

Lanskap ekonomi Indonesia memberikan peluang yang kuat bagi perluasan layanan gadai emas. Sebagaimana dicatat oleh (Mahdania et al., 2025), minat masyarakat terhadap tabungan dan agunan berbasis emas meningkat karena stabilitas intrinsik dan retensi nilai emas di tengah inflasi dan volatilitas mata uang. Oleh karena itu, produk gadai syariah tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pembiayaan tetapi juga sebagai bentuk pengelolaan kekayaan yang etis. Transformasi digital menghadirkan peluang kunci lainnya. Meningkatnya penetrasi teknologi finansial (tekfin) telah membuka jalur bagi layanan gadai daring, tabungan emas digital, dan sistem appraisal jarak jauh. Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan, lima strategi pemasaran digital telah diterapkan—integrasi teknologi finansial, keterlibatan media sosial, pemasaran rujukan, pemasaran konten, dan periklanan daring (Amri & Iqbal, 2025). Pendekatan-pendekatan ini telah memperluas jangkauan nasabah dan mengurangi biaya operasional sekaligus mempertahankan kepatuhan Syariah.

Lebih lanjut, kemitraan dengan produsen emas dan jaringan ritel dapat memperkuat rantai pasok dan visibilitas merek. Sebagaimana ditekankan oleh (Barri, 2019), kolaborasi dengan toko perhiasan dan pedagang emas memungkinkan bank syariah untuk meningkatkan pengelolaan likuiditas dan pemanfaatan aset. Kemitraan ini juga membuka peluang penjualan silang untuk produk-produk syariah lainnya seperti pembiayaan murabahah atau tabungan emas. Menurut (Fadhilah & Solekah, 2025), Bank Syariah Indonesia menanggapi peluang pasar dengan meluncurkan produk *Cicil Emas* untuk memudahkan masyarakat memiliki emas batangan. Hal ini mencerminkan bahwa produk berbasis emas, termasuk gadai emas, memiliki prospek besar untuk dikembangkan karena tingginya minat masyarakat terhadap instrumen emas syariah.

Tantangan dan Hambatan

Meskipun memiliki potensi pertumbuhan, operasi gadai emas menghadapi beberapa tantangan. (Pratiwi, 2019) mengkategorikan hambatan-hambatan ini ke dalam isu regulasi, operasional, dan persepsi pasar.

Kendala Regulasi dan Hukum:

Kewenangan ganda Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia terkadang menyebabkan tumpang tindih pengawasan, terutama dalam penentuan biaya jasa

(ujrah) dan standar penilaian agunan. Penafsiran yang tidak konsisten terhadap akad Syariah—apakah menggunakan *rahn*, *qardh*, atau *ijarah*—menambah kompleksitas dalam penataan produk (Pramadeka et al., 2024).

Operasional:

Menurut (Barri, 2019), biaya operasional penyimpanan emas dan manajemen risiko relatif tinggi. Menjaga keamanan brankas, asuransi, dan keahlian penilaian meningkatkan biaya operasional bank. Selain itu, infrastruktur digital yang terbatas di cabang-cabang kecil menghambat efisiensi di daerah terpencil.

Masalah Literasi dan Kepercayaan Nasabah:

(Mahdania et al., 2025) mengamati bahwa banyak nasabah masih menganggap layanan gadai syariah serupa dengan gadai konvensional, terutama terkait struktur biaya. Kesalahpahaman ini mengurangi penerimaan produk dan retensi nasabah. Oleh karena itu, edukasi berkelanjutan dan komunikasi yang transparan sangat penting untuk mengoreksi kesalahpahaman dan memperkuat kepercayaan.

Tekanan Persaingan:

Sebagaimana dicatat oleh (Amri & Iqbal, 2025), persaingan dari pegadaian konvensional dan platform agunan berbasis fintech menantang bank syariah untuk membedakan proposisi nilai mereka. Kurangnya fitur penilaian daring instan dan lambatnya adopsi digital dapat membuat produk Syariah tampak kurang fleksibel. Menurut (Rahayu & Sabtiyah, 2019), tingkat inflasi memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap penyaluran pembiayaan *rahn* atau gadai emas. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi ekonomi makro, seperti fluktuasi inflasi, dapat menjadi tantangan serius dalam menjaga stabilitas dan pertumbuhan produk gadai emas di bank syariah.

Inovasi Strategis

Inovasi menjadi fondasi untuk mengatasi hambatan operasional dan pasar. Berdasarkan temuan (Mahdania et al., 2025) dan (Pramadeka et al., 2024), tiga domain inovasi utama membentuk masa depan produk gadai emas di perbankan syariah: digitalisasi, kontrak hibrida, dan inovasi layanan.

Digitalisasi

Transformasi digital memungkinkan bank menyediakan layanan yang lebih cepat, aman, dan inklusif. Inisiatif gadai emas digital BSI menggunakan aplikasi perbankan seluler untuk pemesanan transaksi, tanda tangan digital, dan penjadwalan penilaian (Amri & Iqbal, 2025). Sistem ini memungkinkan aksesibilitas 24 jam, sehingga meminimalkan kebutuhan kunjungan ke cabang. Kecerdasan buatan dan integrasi blockchain juga meningkatkan transparansi dalam valuasi dan pelacakan kepemilikan emas (Mahdania et al., 2025). Lebih lanjut, analitik data membantu bank memahami perilaku nasabah dan memprediksi tren pencairan gadai, sehingga mengoptimalkan perencanaan likuiditas. Dengan memanfaatkan teknologi finansial, bank syariah dapat menyelaraskan inovasi digital dengan maqasid syariah, sehingga mendorong kemudahan (*taysir*) tanpa melanggar batasan etika.

Model Kontrak Hibrida

(Pramadeka et al., 2024) mengusulkan implementasi kontrak hibrida yang menggabungkan rahn, qardh, dan ijarah untuk memastikan kepatuhan Syariah sekaligus mempertahankan kelangsungan komersial. Dalam model ini, nasabah menjaminkan emas (rahn), menerima pinjaman (qardh), dan membayar biaya layanan (ujrah) untuk penyimpanan (ijarah). Strukturisasi ini memungkinkan fleksibilitas dan memastikan bahwa keuntungan hanya diperoleh dari biaya layanan yang sah. Pendekatan hibrida ini menyelesaikan kontroversi masa lalu di mana biaya layanan dituduh menyerupai bunga. Pendekatan ini juga mengakomodasi varian produk baru seperti “cicil emas” dan “gadai emas online”, sehingga memperluas jangkauan pasar.

Inovasi Layanan dan Pengalaman Pelanggan

Inovasi layanan melibatkan perancangan ulang proses operasional dan metode keterlibatan pelanggan. (Barri, 2019) menyarankan integrasi perangkat manajemen hubungan pelanggan (CRM) untuk meningkatkan responsivitas dan kepuasan. Bank harus mengembangkan program loyalitas dan memperkenalkan layanan multi-saluran, menggabungkan aplikasi seluler, chatbot, dan konsultasi berbasis cabang. (Pratiwi, 2019) menekankan pentingnya inovasi pemasaran—memposisikan produk gadai emas bukan hanya sebagai instrumen agunan, tetapi juga sebagai alat pengelolaan kekayaan yang sesuai dengan prinsip Syariah. Penciptaan konten edukatif tentang dimensi etika dan sosial rahn memperkuat citra bank sebagai lembaga keuangan sekaligus bermoral. Hasil penelitian (Aisyah & Hermawan, 2024) menunjukkan bahwa produk pembiayaan *Cicil Emas BSI* berpotensi menjadi instrumen investasi jangka panjang karena kemudahan pembiayaan dan kenaikan harga emas yang berkelanjutan. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi bank syariah untuk menerapkan inovasi serupa pada produk *gadai emas*, sehingga memiliki daya saing dan nilai keberlanjutan yang lebih tinggi.

Usulan Kerangka Strategis

Mengacu pada semua kajian yang dirujuk, makalah ini mengusulkan kerangka kerja strategis tiga tingkat bagi bank Islam yang mengembangkan produk gadai emas:

Penguatan Internal:

1. Berinvestasilah dalam pelatihan staf tentang akad Syariah dan keuangan digital.
2. Terapkan sistem manajemen risiko yang terstandarisasi.
3. Adopsi teknologi penyimpanan dan penilaian digital yang efisien.

Ekspansi Pasar:

1. Tingkatkan pemasaran digital (kampanye media sosial, sistem rujukan).
2. Bermitra dengan peritel emas dan perusahaan fintech untuk jangkauan yang lebih luas.
3. Tawarkan harga ujarah berjenjang untuk berbagai segmen pelanggan.

Tata Kelola dan Inovasi Syariah:

1. Terapkan struktur kontrak hibrida sesuai pedoman DSN-MUI.
2. Perkenalkan sertifikat e-rahn dan verifikasi blockchain.
3. Utamakan transparansi etika dan edukasi pelanggan.

Model ini menyelaraskan profitabilitas dengan kesejahteraan sosial dan kepatuhan, yang mewakili strategi bisnis Islam terintegrasi untuk pertumbuhan berkelanjutan.

Kesimpulan dan Saran

Pengembangan strategis produk gadai emas di bank syariah merupakan konvergensi inovasi keuangan, tata kelola Syariah, dan strategi yang berpusat pada nasabah. Peluang muncul dari kemajuan teknologi, meningkatnya nilai emas, dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan keuangan etis. Namun, bank harus mengatasi ambiguitas regulasi, biaya operasional, dan kesenjangan literasi yang menghambat optimalisasi produk. Inovasi seperti digitalisasi, kontrak hibrida, dan strategi pemasaran yang lebih baik merupakan respons penting terhadap tantangan ini. Studi yang dilakukan oleh (Mahdania et al., 2025), (Amri & Iqbal, 2025), (Pratiwi, 2019), (Pramadeka et al., 2024), (Aisyah & Hermawan, 2024), (Rahayu & Sabtiyah, 2019), (Barri, 2019) dan (Fadhilah & Solekah, 2025) secara kolektif menunjukkan bahwa pertumbuhan berkelanjutan dalam layanan gadai syariah bergantung pada inovasi berkelanjutan dan kepatuhan terhadap nilai-nilai Syariah. Pada akhirnya, keberhasilan produk gadai emas tidak hanya bergantung pada imbal hasil finansial, tetapi juga pada kemampuan bank syariah untuk mewujudkan maqasid al-syariah—menciptakan nilai yang bermanfaat bagi individu, masyarakat, dan perekonomian secara luas. Oleh karena itu, kelincahan strategis, integrasi teknologi, dan komitmen etis merupakan pilar daya saing masa depan dalam layanan keuangan syariah.

Daftar Pustaka

- Aisyah, E. N., & Hermawan, B. (2024). *Investment Opportunities Through BSI Cicil Emas Financing Product*. 2. <https://repository.uin-malang.ac.id/18687/2/18687.pdf>
- Amri, U., & Iqbal, M. (2025). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP PALEMBANG JAKABARING*.
- Barri, A. R. A. (2019). *Gadai Emas Pada Lembaga Keuangan Syariah*. 01.
- Fadhilah, F., & Solekah, N. A. (2025). *DETERMINANTS OF INVESTMENT INTENTION IN GOLD INSTALLMENTS: EVIDENCE FROM ISLAMIC BANKS*. <https://repository.uin-malang.ac.id/23636/2/23636.pdf>
- Mahdania, Harfiyan Syahputra, Muhammad Ulfa Chairi, Dimaz Alfian Frastianda, & Husni Kamal. (2025). Inovasi Produk Akad Rahn dalam Pengembangan Gadai Emas Perbankan Syariah. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 3(3), 227–241. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v3i3.3079>

- Pramadeka, K., Hanif, P., & Yuningsih, A. (2024). *HYBRID CONTRACT DALAM PELAKSANAAN PEMBIAYAAN DENGAN PENETAPAN UJRAH PADA PRODUK GADAI EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA*.
- Pratiwi, N. (2019). STRATEGI BANK SYARIAH DALAM MENGHADAPI PENGEMBANGAN PRODUK GADAI EMAS (STUDI KASUS PADA BRI SYARIAH). *NISBAH: JURNAL PERBANKAN SYARIAH*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.30997/jn.v5i1.1844>
- Rahayu, Y. S. & Sabtiyah. (2019). Analysis of the Effect of Mortgage Income, Gold Price and Inflation Rate on Rahn Financial Distribution With Return on Assets as Intervening Variable. *Proceedings of the 2018 International Conference on Islamic Economics and Business (ICONIES 2018)*. Proceedings of the 2018 International Conference on Islamic Economics and Business (ICONIES 2018), Kota Malang, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/iconies-18.2019.10>. <https://repository.uin-malang.ac.id/5096/2/5096.pdf>