Journal of Sharia Economics
Vol. 7, No. 1, June, 2025, pp. 26 –33
p-ISSN: 2655-2493 ; e-ISSN: 2655-2485
Website: http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE

Analisis Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep

Holilur Rahman[1], Intan Permata Sari[2]
[1,2] Universitas Al-Amien Prenduan, Indonesia
*Corresponding author, email; holafif@gmail.com, innayaintan60@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:
Received 2 Januari 2025
Revised 15 Februari 2025
Accepted 30 April 2025
Available online
http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE

Keywords:
Pawn products and customer interest

Turabian style in citing this article: [citation Heading] Holilur Rahman, Intan Permata Sari" Analisis Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep
" *Journal of Sharia Economics 7*, No. 1 June: 26-33. 2025.

ABSTRACT

Financing through pawn products is generally available at pawnshop institutions, but along with the development of Islamic finance, Bank Syariah Indonesia (BSI) also participated in financing opportunities for 732 people through pawn. The large interest of these customers needs to be analyzed considering that BSI, a sharia financial institution that initially focused on savings and financing, is currently shifting to pawn products. This study uses a descriptive qualitative research approach with a case study type. Data collection techniques used are observation, interviews and documentation. The results of the study indicate that the marketing strategy of BSI KCP Sumenep offers gold pawn services using Philip Kotler's strategy, namely: product strategy, price, place and promotion and one of the innovations of BSI KCP Sumenep itself is market raids and casual walks (JJS). Advantages The application procedure is very easy to do, the loan process is very fast, the BSI KCP Sumenep gold pawn product itself is able to provide relatively large loan funds, customers receive loans to customer accounts, collateral is stored safely at BSI and notification to customers who pawn gold at BSI when the due date, with that customers are interested in using pawn products at BSI KCP Sumenep.

2024 Journal of Sharia Economics with CC BY SA license.

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya teknologi, bank syariah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Persaingan yang ketat antar bank membuat bank syariah harus lebih giat dalam memasarkan produknya, sehingga berbagai macam cara dilakukan untuk bisa bersaing dalam dunia bisnis, mulai dari produk yang dikeluarkan oleh bank lebih bervariasi dan menarik bagi konsumen atau nasabah, perkembangan lembaga-lembaga keuangna islam di Indonesia dapat dikatagorikan cepat dan yang menjadi salah satu faktor tersebut adanya keyakinan pada masyarakat muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama Islam.[1]

[1] Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah,* (Jakarta: Alvabet, 2002), 8.

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah perbankan syariah yang didirikan pada 01 februari 2021. Bank Syariah Indonesia merupakan penggabungan (merger) dari 3 bank, BUMN yaitu Bank BRI syariah tbk, PT Bank BNI Syariah dan Bank Syariah mandiri. Dengan merger ini maka perbankan syariah di Indonesia akan menjadi lebih inovatif, lebih bermanfaat, dan lebih kuat sehingga bisa menjadi bagian dari motor pembangunan Indonesia.[2]

Produk gadai merupakan produk inovasi yang mendapat respon dari Majelis Ulama Indonesia dengan mengeluarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 26 DSN-MUI/III/2002 tentang gadai emas yang mana membolehkan gadai emas berdasarkan prinsip Rahn sesuai fatwa DSN-MUI/III/2002 tentang rahn. Fatwa ini menjelaskan bahwa gadai emas dibolehkan selama tidak mengandung riba. Fatwa DSN Nomor 26 DSN-MUI/III/2002 mengatur tentang ongkos dan biaya penyimpanan barang (marhun) ditanggung oleh pegadai, namun fatwa ini memberikan batasan bahwa ongkos yang dibebankan kepada pegadai (rahin) besarnya didasarkan pengeluaran yang nyata-nyata diperlukan.[3]

Produk Gadai merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh pegadaian bagi konsumen untuk meminjam uang dengan barang-barang pribadi konsumen sebagai jaminan. Berdasarkan hasil wawancara dengan officer gadai menyatakan bahwa nasabah yang melakukan transaksi dalam produk gadai di BSI KCP Sumenep sebanyak 732 orang. Produk gadai emas merupakan salah satu alternatif pendanaan sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit dan tidak mempersulit nasabah dalam memperoleh dana pinjaman. Nasabah dapat memperoleh dana yang diperlukan dalam waktu yang relatif cepat. [4]

Hal yang menjadi daya tarik dari produk gadai guna menarik minat nasabahnya untuk menggunakan jasa layanan produk gadai yaitu produk yang dikeluarkan oleh BSI KCP Sumenep ini memiliki karakteristik seperti, tidak memberlakukan sistem bunga dalam berbagai bentuk karena riba, dan yang pasti keuntungan diperoleh dari biaya jasa simpan barang yaitu memberlakukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional.[5]

Biaya tersebut dihitung dari nilai barang bukan dari jumlah pinjaman. Keunikan dari produk gadai emas yaitu terletak pada pelayanan, keunggulan produk, promosi produk gadai itu sendiri dan banyak nasabah yang memilih atau menggunakan produk gadai di BSI KC Sumenep karena secara logika banyak tempat pegadaian syariah yang lain yang bisa digunakan untuk melakukan gadai. Hal ini perlu dikaji

---

[2] Dendawijaya, Lukman. (2001). Manajemen Perbankan. Jakarta: Ghalia Indonesia.
[3] Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Fatwa DSN-MUI tentang rahn emas. Diakses melalui https://dsnmui.or.id/fatwa/rahn-emas [27 Agustus 2018]
[4] Andri Soemitra, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta: Kencana, 2019), h.65
[5] Hadijah, Siti. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (Kcps) Denpasar. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 5(1).

ulang untuk memadukan dengan teori minat yang dikemukakan oleh Slameto, bahwa minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.[6]

METODE PENELITIAN

Penelitain ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana pendekatan ini memahami masalah sosial atau masalah menusia berdasarkan penciptaan gambaran keseluruhan yang dirancang dengan kata-kata, serta melapotkan persepsi informan secara terperinci dan disusun dalam sebuah latar belakang ke ilmuan atau latar ilmiah.[7] Jenis penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan suatu peristiwa, atau fenomena secara lisan dan tertulis yang dialami oleh subjek penelitian, seperti tindakan, persepsi, motivasi, perilaku dan lain-lain.

Terdapat beberapa alasan penelitian memilih pendekatan kualitatif yaitu pertama, peneliti menggunakan metode ini karena sifat masalah yang diteliti. Hal lain yang perlu diperhatikan dalam menggunakan metode kualitatif sehingga diharapkan fenomena yang diteliti tersebut akan terungkap dengan jelas dan mendalam. Hal ini menentukan posisinya guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang situasi sosial yang menyangkut tempat, pelaku dan aktivitas sehingga didapatkan data valid dari apa yang terjadi dilapangan. Jadi, dengan menggunkanan pendekatan kualitatif peneliti dapat menemukan dan memahami apa yang ada dibalik fenomena yang terkadang sulit dipahami dan terpecahkan.[8]

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. menganalisis strategi pemasaran produk gadai dalam menarik minat nasabah di BSI KCP Sumenep.

Untuk mencapai target pasar, diperlukan pemasaran yaitu *marketing mix* (bauran pemasaran) yang terdiri dari 4 unsur yaitu produk, harga, lokasi dan promosi, yang mana dengan menggunkan perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah. Seperti yang disampaikan oleh ibu Sapta Lirantia Purnamasari selaku pawning apraisal.

a. Strategi produk *(product)*

Teori Philip Kotler strategi produk sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.[9]

Hasil penelitian ini strategi produk merupakan suau produk yang adanya sangat diminati sekaligus dibutuhkan oleh masyarakat dalam hal pencairan

---

[6] *Ibid*

[7] Samsul, "Metode Penelitian (Teori Dan Aplikasi Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Metdhods, Serta Research & Develoment)," Cet 1 (Jambi: PUSAKA, 2017), 86.

[8] J. Moleong, "Metode Penelitian Kualitatif," 2016, 85.

[9] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium.(Jakarta: Prenhalindo, 2019)

dana yang sangat cepat.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya, Mira Hariani *"Analisis Penerapan strategi pemasaran produk gadai emas (Rahn) dalam mendorong minat nasabah"* dalam memasarkan produk gadai emas di PT. BPRS PNM Patuh Beramal bahwa strategi pemasaran produk gadai emas (Rahn) di BPRS PNM Patuh Beramal cukup baik. Ini dilihat dari perkembangan nasabah yang meningkat sehingga dapat mempengaruhi pendapatan bank.

b. Strategi harga *(price)*

Teori Ricky W Grifin dan Ronald J. Ebert strategi harga proses penentuan yang akan diterima perusahaan dalam penjualan produknya. Strategi harga rendah dan strategi harga tinggi dapat menjadi efektif pada situasi yang sama.[10]

Hasil penelitian strategi harga, BSI Gadai Emas menyediakan solusi finansial yang cepat dan mudah bagi nasabah yang membutuhkan dana darurat atau modal tambahan dengan menggunakan emas sebagai jaminan.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya, Ayun Sari *"Strategi pemasaran produk gadai syariah (Rahn) dalam upaya menarik minat nasabah pada pegadaian syariah luwu"* hasil penelitian dan analisis diproleh bahwa 1. Strategi pemasaran produk gadai syariah yang diterapkan oleh pegadaian syariah luwu meliputi 4 variabel yaitu: strategi produk, strategi promosi, strategi harga dan strategi tempat atau lokasi 2. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh pegadaian syariah Luwu ternyata mampu menarik minat nasabah, ini terbukti dengan peningkatan jumlah nasabah dari tahun 2016-2020.

a. Strategi tempat *(place)*

Teori Kasmir, penentuan lokasi atau kantor beserta sarana dan prasarana pendukung sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa.[11]

Hasil penelitian strategi tempat lokasi di pusat kota yang padat penduduk dengan fasilitas parkir yang luas dan pelayanan yang baik merupakan kombinasi yang sangat menguntungkan bagi Bank Syariah Indonesia untuk menarik nasabah dan memperluas pangsa pasar mereka.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya, Sarini.s, *"Strategi marketing dalam meningkatkan produk tabungan emas pada pt. pegadaian syariah cabang banda aceh"* strategi marketing dalam

[10] Ricky W Grifin dan Ronald J. Ebert, Business Eight Edition, Terjemahan Sita Wardani (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2016),

[11] Kasmir, Manajemen Perbankan (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2015)

meningkatkan produk tabungan emas pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh, member formasi cukup memuaskan dengan melakukan segmentasi berupa sosialisasi semua kalangan masyarakat dengan target pasar melakukan literasi (pengenalan) produk tabungan cicilan emas kepada masyarakat, kantor dan sekolah, serta berhubungan dengan bauran pemasaran di antaranya produk, harga, promosi dan tempat. Dari strategi marketing tersebut, yang paling baik adalah literasi (pengenalan) produk tabungan emas kepada masyarakat, sehingga banyak diminati oleh kalangan Ibu Rumah Tangga (IRT) dan pegawai non PNS.

b. Strategi promosi *(promotion)*

Teori Philip Khotlker, promosi atau komunikasi pemasaran tersendiri atas tiga sarana atau alat yang penting yakni: periklanan *(advertising)* publisitas *(publicity)* dan penjualan pribadi *(personal selling).*[12]

Hasil penelitian ini strategi promosi memiliki tiga sarana periklanan, publisitas dan penjualan sendiri yang dilakukan oleh pihak bank untuk meningkatkan minat nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya, Ulfat Ahamad Nurlette*. "Analisis strategi pemasaran produk gadai emas (Rahn) dalam meningkatkan pendapatan bank"* dalam memasarkan produk gadai di bank BJB syarih cabang Bogor. strategi pemasaran produk gadai emas Bank BJB Syariah cabang Kota Bogor mampu mempengaruhi perkembangan jumlah nasabah, ini terbukti dengan pencapaian target dan peningkatan omset dari usaha syariah serta pertumbuhan jumlah nasabah dari tahun ke tahun yang semakin meningkat, dan cara promosi melalui media verbal (dari mulut ke mulut) merupakan strategi yang paling mampu menarik minat nasabah dan meningkatkan pendapatan bank itu sendiri untuk menggadaikan emas mereka pada Bank BJB Syariah, sehingga mempengaruhi pendapatan bank.

Berdasarkan hasil paparan data dan temuan penelitian, bahwa dengan menggabungkan semua strategi pemasaran produk gadai, BSI KCP Sumenep berhasil meningkatkan minat nasabah dan meningkatkan jumlah transaksi gadai, yang pada gilirannya dapat berdampak positif pada pertumbuhan bisnis dan keuntungan perusahaan. Dalam strategi pemasaran promosi juga dimodifikasi oleh pihak BSI itu sendiri dengan adanya grebek pasar serta JJS (jalan-jalan santai) yang lebih banyak

[12] Philip Kotler & Gary Amstrong. "Dasar-dasar pemasaran" jilid I Alih. Bahasa Alexander sindoro dan benyamin Molan. (Jakarta:penerbit. Prenhalindo).2012

diminati oleh nasabah atau calon nasabah.

2. **Menganalisis keunggulan produk gadai di BSI KCP Sumenep dalam menumbuhkan minat nasabah.**

Produk gadai merupakan produk perbankan syariah yang bertujuan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat karena produk ini dapat membantu masyarakat yang membutuhkan pinjaman dengan syarat mudah.

Pada dasarnya keunggulan produk merupakan persepsi nilai konsumen. Dalam pandangan konsumen, nilai suatu produk merupakan kualitas produk yang dinikmati konsumen dengan pengorbanan sejumlah uang atau sumber daya yang lain. Produk–produk yang dimaksud dapat berupa barang atau jasa.keunggulan produk gadai yang ada di BSI KCP Sumenep diantaranya.

a. Prosedur pengajuannya sangat mudah.
   Calon nasabah atau debitur hanya perlu membawa agunan berupa perhiasan emas danbarang berharga lainnya ke outlet Pegadaian Syariah.

b. Proses pinjaman sangat cepat,

c. Produk gadai emas BSI sendiri mampu memberikan dana pinjaman dari mulai besaran minimal Rp. 500.000 hingga nilai maksimal Rp. 250.000.000. Di mana jangka waktu atau tenor angsuran gadai emas BSI adalah 4 bulan. Namun tak perlu khawatir, karena tenor cicilan gadai emas BSI tersebut bisa diperpanjang.

d. Nasabah menerima pinjaman dan di transfer ke rekening nasabah.

e. Barang jaminan tersimpan aman di Bank Syariah Indonesia.
f. Pemberitahuan terhadap nasabah yang melakukan gadai emas di BSI jatuh tempo.13

Pernyataan tersebut mencerminkan pentingnya kualitas produk dalam mencapai keberhasilan perusahaan, dan konsep yang diusulkan oleh Buzzell dan Wiersema pada tahun 2014 mengaitkan kualitas relatif dengan pangsa pasar. kualitas produk yang tinggi tidak hanya memenuhi ekspektasi pelanggan teapi juga menciptakan kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas. Keunggulan produk sebenarnya menjadi sebuah perhatian penting bagi para pelaku bisnis terutama produsen baik para pelaku produsen dalam ekonomi islam maupun konvensional. Akan tetapi para pelaku produsen dalam ekonomi islam maupun konvensional mempunyai masing-masing perbedaan

[13] Sari, Rindang Lista, dkk, "Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara 2014", Jurnal EMBA, Vol. 2 No. 2, Juni

yang signifikan yang meliputi kualitas, tujuan dan caranya.[14]

Dengan demikian, penekanan pada keunggulan produk menjadi perhatian utama dalam dunia bisnis, baik dalam ekonomi Islam maupun konvensional. Namun, perbedaan signifikan terdapat dalam beberapa aspek, seperti kualitas, tujuan, dan metodenya, sesuai dengan pandangan dan prinsip yang dianut oleh masing-masing sistem ekonomi.[15]

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti di bab IV dapat disimpulkan bahwa:

1) BSI KCP Sumenep menawarkan layanan gadai emas dengan strategi pemasaran BSI KCP Sumenep dilakukan dengan strategi produk *(product)* yaitu produk gadai emas*,* harga *(price)* ujrah lebih murah*,* tempat *(place)* lokasi yang sangat stategis karna dit lingkup yang padat masyarakat dan promosi *(promotion)* yaitu penyebaran pamflet ke pasar-pasar, pemasangan brosur dan media sosial*,* Grebek pasar dan JJS (Jalan-jalan santai), dari adanya strategi tersebut BSI lebih condong menggunakan strategi promosi, grebek pasar dan JJS, karna dari strategi tersebut lebih menarik minat nasabah atau pengguna gadai.

2) Keunggulan Produk gadai di BSI KCP Sumenep yang ditawarkan kepada nasabah yaitu: memberikan kemudahan bagi nasabah untuk mendapatkan dana pinjaman dengan cepat, besaran pinjaman yang fleksibel: Produk gadai emas BSI mampu memberikan dana pinjaman mulai dari besaran minimal Rp. 500.000 hingga nilai maksimal Rp. 250.000.000. Ini memberikan fleksibilitas kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan mereka dengan jangka 4 bulan, nasabah memiliki opsi untuk memperpanjang tenor cicilan sesuai dengan kebutuhan mereka, barang jaminan yang diserahkan oleh nasabah disimpan dengan aman di Bank Syariah Indonesia, memberikan rasa keamanan kepada nasabah terhadap aset mereka, BSI memberikan pemberitahuan kepada nasabah tentang jatuh tempo gadai emas, memastikan bahwa nasabah memiliki pemahaman yang jelas tentang proses dan kewajiban mereka.

Saran

Tiada kesempurnaan selain dzat Allah SWT, sama halnya denga penelitian ini pasti memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan hal-hal sebagai berikut dalam menyempurnakan

[14] Musdalifah, E. N. Pengaruh Keunggulan Produk dan Keunggulan Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PT. Ariabima Propertindo dalam Perspektif Ekonomi Islam (2019). Skripsi, 224(11), 122–130

[15] *Ibid*

penelitian ini, antara lain:

a. Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep harus mempertahankan dan mengutamakan hal-hal yang telah menjadi pedoman dalam pelaksanaan sebagai macam transaksi.

b. nasabah yang hendak melakukan gadai di bank atau lembaga keuangan lainnya agar mempelajari dahulu hokum serta memahami keterangan yang dijelaskan oleh pihak bank atau lembaga kauangan ketika melakukan sebuah akad transaksi, terutama jual beli karena bank bukan tempat jual beli.

c. penelitian yang serupa untuk selanjutnya diarahkan untuk menambah fokus penelitian ini sangat terbatas dan menambah sumber penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Andri Soemitra, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta: Kencana, 2019), h.65

Dendawijaya, Lukman. (2001). Manajemen Perbankan. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Fatwa DSN-MUI tentang rahn emas. Diakses melalui https://dsnmui.or.id/fatwa/rahn-emas [27 Agustus 2018]

Hadijah, Siti. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (Kcps) Denpasar. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 5(1).

Kasmir, Manajemen Perbankan (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2015)

Musdalifah, E. N. Pengaruh Keunggulan Produk dan Keunggulan Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PT. Ariabima Propertindo dalam Perspektif Ekonomi Islam (2019). Skripsi, 224(11), 122–130

Philip Kotler & Gary Amstrong. “Dasar-dasar pemasaran” jilid I Alih. Bahasa Alexander sindoro dan benyamin Molan. (Jakarta:penerbit. Prenhalindo).2012

Sari, Rindang Lista, dkk, “Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara 2014”, Jurnal EMBA, Vol. 2 No. 2, Juni

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium.(Jakarta: Prenhalindo, 2019)

Ricky W Grifin dan Ronald J. Ebert, Business Eight Edition, Terjemahan Sita Wardani (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2016),

Samsul, “Metode Penelitian (Teori Dan Aplikasi Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Metdhods, Serta Research & Develoment),” Cet 1 (Jambi: PUSAKA, 2017), 86.

Sari, Rindang Lista, dkk, “Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara 2014”, Jurnal EMBA, Vol. 2 No. 2, Juni

Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah,* (Jakarta: Alvabet, 2002)