


## Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Sudirman

Fatimah Az Zahra<sup>1</sup> \*, Rulitawati<sup>2</sup>, Titin Yeni<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Muhammadiyah Palembang

Email : [zhraftm01@gmail.com](mailto:zhraftm01@gmail.com)

\* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5974>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 16 Maret 2026

Revised: 20 Maret 2026

Accepted: 30 Maret 2026

#### Kata Kunci

Strategi pemasaran, implementasi pemasaran, gadai emas.

#### Keywords

Marketing strategy, marketing implementation, gold pawn,



### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran, implementasi pemasaran, serta faktor pendukung dan penghambat produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran dilakukan melalui promosi langsung kepada masyarakat, penyebaran brosur, pemasangan banner, serta pemanfaatan media sosial. Implementasi pemasaran dilakukan oleh Pawning Sales Officer melalui sosialisasi kepada nasabah dan masyarakat mengenai manfaat serta prosedur produk gadai emas yang menggunakan akad rahn sesuai prinsip syariah. Faktor pendukung pemasaran meliputi proses cepat, persyaratan mudah, biaya transparan, dan keamanan penyimpanan emas. Sedangkan faktor penghambat antara lain rendahnya pemahaman masyarakat, persaingan dengan lembaga lain, serta perubahan harga emas di pasar.

*This study aims to analyze the marketing strategy, marketing implementation, and the supporting and inhibiting factors of the gold pawn product at Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, and documentation. The results show that the marketing strategy is implemented through direct promotion to the community, distribution of brochures, installation of banners, and the use of social media. The marketing implementation is carried out by the Pawning Sales Officer through socialization and education to customers regarding the benefits and procedures of the gold pawn product using the rahn contract based on Islamic principles. Supporting factors include fast processes, simple requirements, transparent fees, and secure gold storage. Meanwhile, inhibiting factors include limited public understanding, competition with other institutions, and fluctuations in gold prices.*



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

**How to Cite:** Fatimah Az Zahra et al (2026). Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Sudirman <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5974>

### PENDAHULUAN

Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu bank syariah ternama di Indonesia yang menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Bank ini didirikan pada tahun 1999 sebagai hasil penggabungan antara bank umum syariah dan unit usaha syariah, termasuk Bank Syariah Mandiri. Salah satu produk yang dimiliki Bank Syariah Indonesia adalah gadai emas, yaitu fasilitas pinjaman dengan jaminan emas yang memungkinkan nasabah memperoleh uang secara cepat dan mudah (Ningtyas *et al.*, 2024: 18).

Secara umum, istilah ‘implementasi’ dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti pelaksanaan atau penerapan. Implementasi biasanya dikaitkan dengan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Implementasi merupakan proses mewujudkan ide, konsep, kebijakan, atau inovasi ke

dalam tindakan nyata sehingga dapat menghasilkan dampak, baik berupa perubahan pengetahuan, keterampilan, maupun nilai dan sikap.

Implementasi merupakan proses mengubah rencana pemasaran menjadi tindakan nyata untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Implementasi mencakup kegiatan sehari-hari yang secara efektif menjalankan rencana pemasaran setiap bulannya. Proses ini memerlukan program tindakan yang melibatkan seluruh pihak terkait serta struktur organisasi formal yang memiliki peran penting dalam pelaksanaan strategi pemasaran (Nursyirwan *et al.*, 2020).

Pemasaran merupakan aspek penting dalam menghadapi persaingan yang semakin cepat. Strategi pemasaran dapat dilakukan dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Pemasaran jangka panjang bertujuan untuk menjaga kelancaran dan keberlanjutan produk, sedangkan pemasaran jangka pendek digunakan untuk memperkenalkan produk baru agar masyarakat mengenal dan tertarik menggunakannya. Berbagai langkah strategi pemasaran dilakukan secara tepat sesuai dengan kebutuhan, dengan tujuan utama untuk memuaskan para nasabah (Rismadayanti, 2023).

Strategi pemasaran atau *marketing strategy* adalah usaha untuk menetapkan tujuan pemasaran dengan mengelola faktor-faktor yang dapat dikendalikan perusahaan maupun faktor eksternal, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta mencapai target perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (dikutip dalam Nurhayani dan Suryano), Strategi pemasaran merupakan pendekatan utama yang diterapkan oleh suatu unit bisnis untuk mencapai tujuannya. Strategi ini meliputi penentuan posisi produk di pasar, pengambilan keputusan terkait target pasar, serta perhitungan estimasi biaya yang diperlukan. Sementara itu, gadai adalah kegiatan yang melibatkan penjaminan barang berharga sebagai bentuk jaminan atas pinjaman yang diberikan.

Gadai adalah kegiatan yang melibatkan penyerahan barang berharga sebagai jaminan kepada pihak tertentu untuk memperoleh sejumlah uang, dengan ketentuan barang tersebut dapat ditebus kembali sesuai kesepakatan antara nasabah dan lembaga gadai. Berdasarkan pengertian ini, usaha gadai memiliki beberapa ciri, antara lain: adanya barang berharga yang digadaikan, jumlah pinjaman disesuaikan dengan nilai barang yang dijamin, serta barang yang digadaikan dapat ditebus kembali oleh pemiliknnya (Oktayani, 2019).

Gadai Emas Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah produk keuangan berbasis kepercayaan yang menggunakan logam mulia sebagai instrumen utama. Produk ini dirancang sebagai solusi cepat untuk memperoleh dana tunai. Dalam hal ini, gadai (*rahn*) berfungsi sebagai perjanjian penyelesaian utang, di mana debitur menyerahkan barang berharga, seperti emas, sebagai jaminan kepada kreditur berdasarkan prinsip kepercayaan. Bunga emas syariah mengacu pada pemberian hak tanggungan atas harta berharga milik nasabah, berupa emas, kepada pihak bank (Amri dan Iqbal, 2025).

Produk Gadai Emas BSI bukan hanya berfungsi sebagai solusi pembiayaan jangka pendek, tetapi juga dipandang sebagai instrumen keuangan yang aman dan praktis Untuk masyarakat yang memerlukan dana segera tanpa harus melepas aset yang dimiliki selain itu, produk ini juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana investasi bagi nasabah yang ingin menyimpan emas secara aman. Namun demikian, meskipun produk ini memiliki banyak keunggulan, masih terdapat tantangan dalam hal penetrasi pasar, edukasi nasabah, serta daya saing terhadap Lembaga keuangan berbasis konvensional dan institusi non-perbankan yang juga menawarkan layanan Gadai Emas (Khoiriyah dan Fikriyah, 2022)

Gadai ini diatur dalam Pasal 1150 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) sebagai bentuk perjanjian utang-piutang yang menggunakan benda bergerak sebagai jaminan, dengan tujuan agar barang yang dijadikan sebagai objek jaminan tetap berada di bawah pengawasan pihak pemegang gadai. Di Indonesia, Praktik Gadai pada umumnya dilaksanakan oleh Perusahaan Pegadaian. Namun, seiring perkembangan waktu, layanan gadai juga telah diterapkan sebagai salah satu bentuk pembiayaan di lembaga perbankan, termasuk pada Bank Syariah Indonesia (Sawotong, 2014: 37)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, bank adalah badan usaha yang bertugas menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan serta menyalurkannya kepada pihak lain. kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan kredit maupun instrumen lainnya, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, sistem perbankan terbagi menjadi dua jenis, terdiri atas perbankan konvensional dan perbankan syariah, di mana perbankan syariah diatur berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, memegang peranan memiliki peran penting dalam pengembangan sektor keuangan syariah.

Perbankan syariah memiliki karakteristik operasional yang didasarkan pada prinsip bagi hasil menjadikannya sebagai alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan. bagi masyarakat sekaligus mendukung investasi yang etis. Sistem ini menekankan nilai-nilai keadilan dan integritas dalam setiap transaksi perbankan. Popularitas perbankan syariah meningkat pesat, terutama setelah merger antara BNI Syariah, Bnk Syariah Mandiri, dan BRI Syariah yang kemudian bergabung membentuk Bank Syariah Indonesia melalui proses merger tersebut meningkatkan total aset bank dan mendorong pertumbuhan jumlah nasabah secara signifikan

Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu bank syariah ternama di Indonesia yang menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Bank ini didirikan pada tahun 1999 sebagai hasil penggabungan antara bank umum syariah dan unit usaha syariah, termasuk Bank Syariah Mandiri. Salah satu produk yang dimiliki Bank Syariah Indonesia adalah gadai emas, yaitu fasilitas pinjaman dengan jaminan emas yang memungkinkan nasabah memperoleh uang secara cepat dan mudah (Ningtyas *et al.*, 2024: 18).

Secara umum, istilah ‘implementasi’ dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti pelaksanaan atau penerapan. Implementasi biasanya dikaitkan dengan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Implementasi merupakan proses mewujudkan ide, konsep, kebijakan, atau inovasi ke dalam tindakan nyata sehingga dapat menghasilkan dampak, baik berupa perubahan pengetahuan, keterampilan, maupun nilai dan sikap (Nursyirwan, 2020).

Implementasi merupakan proses mengubah rencana pemasaran menjadi tindakan nyata untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Implementasi mencakup kegiatan sehari-hari yang secara efektif menjalankan rencana pemasaran setiap bulannya. Proses ini memerlukan program tindakan yang melibatkan seluruh pihak terkait serta struktur organisasi formal yang memiliki peran penting dalam pelaksanaan strategi pemasaran (Nursyirwan, 2020).

Pemasaran merupakan aspek penting dalam menghadapi persaingan yang semakin cepat. Strategi pemasaran dapat dilakukan dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Pemasaran jangka panjang bertujuan untuk menjaga kelancaran dan keberlanjutan produk, sedangkan pemasaran jangka pendek digunakan untuk memperkenalkan produk baru agar masyarakat mengenal dan tertarik menggunakannya. Berbagai langkah strategi pemasaran dilakukan secara tepat sesuai dengan kebutuhan, dengan tujuan utama untuk memuaskan para nasabah (Rismadayanti, 2023)

Strategi pemasaran atau *marketing strategy* adalah usaha untuk menetapkan tujuan pemasaran dengan mengelola faktor-faktor yang dapat dikendalikan perusahaan maupun faktor eksternal, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta mencapai target perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (dikutip dalam Nurhayani dan Suryano), Strategi pemasaran merupakan pendekatan utama yang diterapkan oleh suatu unit bisnis untuk mencapai tujuannya. Strategi ini meliputi penentuan posisi produk di pasar, pengambilan keputusan terkait target pasar, serta perhitungan estimasi biaya yang diperlukan. Sementara itu, gadai adalah kegiatan yang melibatkan penjaminan barang berharga sebagai bentuk jaminan atas pinjaman yang diberikan.

Gadai adalah kegiatan yang melibatkan penyerahan barang berharga sebagai jaminan kepada pihak tertentu untuk memperoleh sejumlah uang, dengan ketentuan barang tersebut dapat ditebus kembali sesuai kesepakatan antara nasabah dan lembaga gadai. Berdasarkan pengertian ini, usaha gadai memiliki beberapa ciri, antara lain: adanya barang berharga yang digadaikan, jumlah pinjaman disesuaikan dengan nilai barang yang dijamin, serta barang yang digadaikan dapat ditebus kembali oleh pemiliknya (Oktayani, 2019).

Gadai Emas Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah produk keuangan berbasis kepercayaan yang menggunakan logam mulia sebagai instrumen utama. Produk ini dirancang sebagai solusi cepat untuk memperoleh dana tunai. Dalam hal ini, gadai (rahn) berfungsi sebagai perjanjian penyelesaian utang, di mana debitur menyerahkan barang berharga, seperti emas, sebagai jaminan kepada kreditur berdasarkan prinsip kepercayaan. Bunga emas syariah mengacu pada pemberian hak tanggungan atas harta berharga milik nasabah, berupa emas, kepada pihak bank. (Amri dan Iqbal, 2025).

Produk Gadai Emas BSI bukan hanya berfungsi sebagai solusi pembiayaan jangka pendek, tetapi juga dipandang sebagai instrumen keuangan yang aman dan praktis Untuk masyarakat yang memerlukan dana segera tanpa harus melepas aset yang dimiliki selain itu, produk ini juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana investasi bagi nasabah yang ingin menyimpan emas secara aman. Namun demikian, meskipun produk ini memiliki banyak keunggulan, masih terdapat tantangan dalam hal penetrasi pasar,

edukasi nasabah, serta daya saing terhadap Lembaga keuangan berbasis konvensional dan institusi non-perbankan yang juga menawarkan layanan Gadai Emas (Khoiriyah dan Fikriyah, 2022: 45).

Gadai ini diatur dalam Pasal 1150 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) sebagai bentuk perjanjian utang-piutang yang menggunakan benda bergerak sebagai jaminan, dengan tujuan agar barang yang dijadikan sebagai objek jaminan tetap berada di bawah pengawasan pihak pemegang gadai. Di Indonesia, Praktik Gadai pada umumnya dilaksanakan oleh Perusahaan Perseroan Pegadaian. Namun, seiring perkembangan waktu, layanan gadai juga telah diterapkan sebagai salah satu bentuk pembiayaan di lembaga perbankan, termasuk pada Bank Syariah Indonesia. (Sawotong, 2014: 37).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, bank adalah badan usaha yang bertugas menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan serta menyalurkannya kepada pihak lain. kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan kredit maupun instrumen lainnya, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, sistem perbankan terbagi menjadi dua jenis, terdiri atas perbankan konvensional dan perbankan syariah, di mana perbankan syariah diatur berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, memegang peranan memiliki peran penting dalam pengembangan sektor keuangan syariah.

Perbankan syariah memiliki karakteristik operasional yang didasarkan pada prinsip bagi hasil menjadikannya sebagai alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan. bagi masyarakat sekaligus mendukung investasi yang etis. Sistem ini menekankan nilai-nilai keadilan dan integritas dalam setiap transaksi perbankan. Popularitas perbankan syariah meningkat pesat, terutama setelah merger antara BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan BRI Syariah yang kemudian bergabung membentuk Bank Syariah Indonesia melalui proses merger tersebut meningkatkan total aset bank dan mendorong pertumbuhan jumlah nasabah secara signifikan

## METODE

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif. Yang didefinisikan sebagai penelitian Metode kualitatif merupakan pendekatan yang memanfaatkan wawancara untuk mengeksplorasi dan memahami sikap individu., pendapat, perasaan, serta perilaku individu atau kelompok. juga menghasilkan Data deskriptif berbentuk penjelasan tertulis atau lisan dari orang-orang serta perilaku yang mereka tampilkan. Definisi ini hanya menantang satu pendekatan, wawancara terbuka, tetapi menantang penelitian itu sendiri, yang berfokus pada upaya untuk memahami sikap, pendapat, sentimen, serta perilaku individu baik dalam kondisi pertemuan langsung maupun kelompok. Adapun teknik pengumpulan datanya sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Arikunto, sebagaimana dikutip dalam buku Imam Gunawan, observasi adalah *“suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penelitian yang cermat dan pencatatan yang sistematis”* (Gunawan, 2013: 210–212). Observasi digunakan untuk memperoleh data Pendekatan pemasaran produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Sudirman.

2. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi verbal yang menyerupai percakapan, dengan tujuan utama untuk memperoleh informasi dari narasumber. (Nasution, 2007: 113) Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara langsung dengan subjek terkait, yaitu dengan bertemu secara tatap muka untuk memperoleh data primer mengenai hal-hal yang menjadi fokus penelitian Pegawai Bank Syari'ah Indonesia KCP Palembang Sudirman. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang memanfaatkan daftar pertanyaan yang telah disusun dan direncanakan sebelumnya. Setiap responden diajukan pertanyaan yang sama, dengan kata-kata dan urutan yang seragam. Selain itu, peneliti juga menggunakan wawancara terbuka, di mana pertanyaan disusun sedemikian rupa sehingga responden memiliki kebebasan untuk memberikan jawaban sesuai dengan pemahaman dan pengalaman mereka.

3. Dokumentasi Dokumentasi merupakan kegiatan mengumpulkan, mengolah, dan menyimpan informasi atau bukti dalam berbagai format, seperti tulisan, foto, atau video untuk memberikan keterangan dan penerangan. Tujuannya adalah untuk menyimpan pengetahuan yang bisa diakses kembali di masa mendatang, serta memastikan keakuratan dan mencegah hilangnya

data. Dokumentasi sering digunakan dalam berbagai konteks, seperti laporan pertanggung jawaban acara, catatan pribadi, atau data bisnis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Strategi pemasaran Produk gadai Emas Pada BSI KCP Palembang Sudirman

Strategi yang dilakukan oleh pihak bank, terutama pegawai Bank syari'ah Indonesia untuk meningkatkan nasabah terutama gadai emas, mengadakan suatu promosi kesetiap nasabah yang datang ke BSI. yang melakukan transaksi di bank, baik untuk menabung, menarik dana, maupun menggunakan layanan lainnya, akan diberikan informasi mengenai produk gadai emas oleh pegawai bank. di mana pegawai bank menjelaskan secara rinci mengenai manfaat, syarat, serta prosedur pengajuan gadai emas kepada nasabah. Dengan cara ini, nasabah dapat memahami Bahwa produk gadai emas merupakan salah satu alternatif pembiayaan yang cepat, aman, dan sesuai dengan prinsip Syariah. (Zahra, Observasi BSI Palembang Sudirman, 2 Januari 2026, pukul 09.00 WIB).

Hal ini sejalan dengan temuan dari wawancara yang dilakukan dengan pegawai, yaitu, Jabatan Pawning Sales Officer, Bapak Thamrin Ali Sidiq, "*Produk Gadai Emas di BSI adalah pembiayaan jangka pendek dengan jaminan emas yang menggunakan akad rahn (gadai) sesuai prinsip Syariah. Nasabah memperoleh dana sesuai nilai taksiran emas, dan dikenakan biaya pemeliharaan (ujrah) tanpa sistem bunga.*" (Thamrin Ali Sidiq, Wawancara mengenai Strategi Produk Gadai Emas, Palembang)

Hasil Wawancara Menunjukkan bahwa strategi yang digunakan meliputi:

Promosi langsung (*door to door*) ke pasar dan pelaku UMKM, Penyebaran brosur dan pemasangan spanduk/banner, Edukasi kepada nasabah Tabungan dan pembiayaan lainnya, Promosi melalui media sosial cabang, Program Promosi musiman (menjelang Ramadhan, tahun ajaran baru, dll).

PSO menekankan bahwa edukasi sangat penting Hal ini disebabkan oleh masih banyak masyarakat yang belum memahami perbedaan antara gadai emas syariah dengan sistem gadai konvensional dengan konvensional. Produk Gadai emas merupakan salah satu produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia, yang bertujuan membantu nasabah yang memiliki kebutuhan finansial mendesak. Produk ini memungkinkan nasabah memperoleh dana dengan cepat dengan cara menggadaikan emas, baik berupa perhiasan maupun logam mulia yang dimiliki.

Hasil Wawancara Dari salah satu Nasabah Ibu Siti Aisyah, Selaku Ibu Rumah Tangga Ia Mengatakan "*Menggunakan Produk Gadai Emas ketika butuh dana cepat untuk biaya sekolah anak, Prosesnya sangat cepat, hanya membawa KTP dan emas, lalu pihak Bank menaksir nilainya dan dana bisa langsung dicairkan*" (Siti Aisyah, Wawancara Nasabah Produk Gadai Emas, Palembang)

### 2. Implementasi Pemasaran Produk Gadai emas Bsi KCP Palembang Sudirman

Berdasarkan temuan dari wawancara dengan salah satu narasumber pegawai, yaitu, Jabatan Pawning Sales Officer, Bapak Thamrin Ali Sidiq, *Implementasi Produk gadai emas dilakukan melalui beberapa tahapan, pertama kami memastikan produk ini mudah diakses oleh masyarakat, Proses pengajuan sederhana: Nasabah membawa emas dan identitas diri, kami melakukan taksiran emas, lalu dana dicairkan, Produk ini menggunakan prinsip syariah melalui akad rahn dan ijarah sehingga aman dan halal* (Thamrin Ali Sidiq, Wawancara mengenai Implementasi Produk Gadai Emas)

Hasil Wawancara Dari salah satu Nasabah Ibu Yanti, Selaku Ibu Rumah Tangga, Apa yang menjadi alasan memilih produk gadai emas di BSI dibanding lembaga lain, "*Karena ini berbasis Syariah, aman, Dan jeas prosedurnya berbeda dengan pegadaian konvensional yang kadang rumit, Selain itu, Dana cepat cair dan Emas tetap aman*"( Yanti, Wawancara Nasabah Produk Gadai Emas)

Hasil Wawancara Dari salah satu Nasabah Ibu Rina, Selaku Ibu Rumah Tangga, apakah mengetahui promosi atau edukasi pihak bank, Ia mengatakan, "*Ya saya mengetahui melalui brosur dan media sosial BSI, Pegawai Juga menjelaskan secara langsung ketika saya datang ke kantor, Jadi saya bisa memahami keunggulan dan prosedur produk sebelum mengajukan.*"( Rina, Wawancara Nasabah Produk Gadai Emas, Palembang.)

Hasil Wawancara dari Bapak Thamrin Ali Sidiq, Keunggulan Produk Gadai Emas menjadi fokus implementasi, Keunggulannya antara lain proses pencairan dana cepat, Persyaratan sederhana, biaya pemeliharaan ringan, emas tersimpan aman, dan sistem syariah, Keunggulan ini selalu kami jelaskan kepada nasabah agar mereka yakin menggunakan produk (Thamrin Ali Sidiq, Wawancara mengenai Implementasi Produk Gadai Emas)

a. Informasi Biaya Transaksi Gadai Emas

Hasil Wawancara dari Bapak Thamrin Ali Sidiq, Menjelaskan Informasi Terkait Dengan biaya transaksi, Dan menjelaskan Investasi Simulasi angsuran Emas Spesial Promo, Berikut ini informasi terkait dengan biaya transaksi, dan Investasi Simulasi angsuran Emas Spesial Promo:

Tabel 1.1 Informasi biayatransaksi gadai emas

Transaksi	Limit Transaksi	Biaya Transaksi	Jam Transaksi
Tarik Tunai	Sampai Dengan 5juta	Rp.2.500,-	Waktu Operasional 08.00 – 16.00
Transfer RTGS	Mulai dari 100 juta	Rp.30.000,-	08.00 – 15.00
Transfer SKNBI	Sampai Dengan 1 Miliar	Rp.2.900,-	08.00 – 15.00
Transfer BI-Fast	Sampai Dengan 250 juta	Rp.2.500,-	Waktu Operasional Layanan 08.00 – 16.00

Sumber: *Thamrin Ali Sidiq, wawancara, 02 Februari 2026.*

b. Investasi Simulasi angsuran Emas Spesial Promo

Adapun investasi simulasi angsuran emas pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang sudirman akan di jelaskan secara detail di tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.2 Simulasi Angsuran Emas Sepesial Promo

Berat Lm (gram)	Harga beli Emas	Uang muka 5%	Pembiayaan 95%	Angsuran Perbulan 12	Angsuran Perbulan 24	Angsuran Perbulan 36	Angsuran Perbulan 48
5	15.124.600	756.230	14.368.370	1.259.869	659.716	460.261	360.979
10	30.193.500	1.509.675	28.683.825	2.515.099	1.317.003	918.828	720.628
25	75.382.700	3.769.135	71.613.565	6.279.329	3.288.101	2.293.994	1.799.157
50	150.689.600	7.534.480	143.155.120	12.552.344	6.572.895	4.585.681	3.596.506

Sumber : *Thamrin Ali Sidiq, wawancara, 02 Februari 2026.*

3. Faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam pemasaran Produk Gadai Emas di BSI KCP Palembang Sudirman

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Pegawai yaitu, Jabatan Pawning Sales Officer, Bapak Thamrin Ali Sidiq, “Faktor-faktor yang mendukung dan menghambat efektivitas pemasaran produk gadai emas, Faktor pendukung, Inovasi Produk, Peningkatan Promosi, Pelatihan sumber daya manusia, Mitigasi risiko, Feddback dari nasabah,Keunggulan Produk itu sendiri, Proses cepat, persyaratan sederhana, Biaya pemeliharaan ringan, Dan Emas tersimpan aman buat nasabah tertarik” (Thamrin Ali sidiq Pegawai,wawancara,02 maret 2026)

Faktor penghambat utama adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai produk gadai emas syariah, Persaingan Pasar, Proses Administratif, Faktor ekonomi makro, Masih banyak yang mengira sama dengan pegadaian konvensional. Dan Persaingan antar lembaga keuangan lain seperti pegadaian juga menjadi faktor penghambat dalam pemasaran produk gadai emas. Lembaga tersebut sudah lebih dikenal oleh masyarakat sebagai tempat untuk melakukan gadai emas.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Nasabah, Ibu melly, *untuk faktor pendukung dan penghambat, Saya merasa produk ini menarik karena prosesnya cepat dan mudah. Selain itu, emas saya aman di bank dan bunga atau biaya yang dibebankan sesuai syariah, jadi saya merasa nyaman. Pegawai bank juga selalu menjelaskan dengan baik cara mengajukan gadai emas dan keuntungan produk ini. Informasi yang jelas membuat saya lebih percaya dan yakin menggunakan produk ini* (Melly, wawancara, 02 Februari 2026, pukul 09.45 WIB.)

Hal ini sesuai hasil wawancara dengan, Branch Manager yaitu Bapak Achmad Kiki, bagaimana mengatasi Kendala, Bapak Achmad Kiki, mengatakan “kami meningkatkan edukasi dan promosi secara

berkelanjutan, baik melalui personal selling maupun media digital, selain itu, pelatihan pegawai dilakukan agar mereka lebih siap menjelaskan produk dengan jelas dan menarik. Perubahan harga emas di pasar juga dapat berdampak pada tingkat minat masyarakat dalam memanfaatkan produk gadai emas” (Achmad Kiki, Branch Manager, wawancara, 02 Februari 2026, pukul 10.00 WIB.)

## SIMPULAN

Berdasarkan temuan dalam penelitian berikut adalah kesimpulan dari penelitian terkait Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syari’ah Indonesia KCP Palembang Sudirman :

1. Strategi Pemasaran Produk Gadai emas di Bsi KCP Palembang Sudirman, Berdasarkan hasil analisis, Startegi Pemasaran Produk Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman, telah dilaksanakan melalui kombinasi strategi promosi langsung dan digital dengan mengacu pada konsep Bauran pemasaran (marketing mix) merupakan strategi yang. Strategi yang diterapkan meliputi personal selling (door to door marketing) kepada pelaku UMKM dan masyarakat sekitar, penyebaran brosur dan Penggunaan banner sebagai sarana promosi serta pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek (brand awareness), serta *cross selling* kepada nasabah eksisting. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun kepercayaan serta memperkuat pemahaman masyarakat terhadap layanan gadai emas berbasis akad *rahn* (syariah). Secara keseluruhan, Startegi Pemasaran Produk Gadai Emas di BSI KCP Palembang Sudirman sudah berjalan dengan baik, tetapi perlu optimalisasi promosi digital dan peningkatan edukasi pasar agar dapat meningkatkan daya saing dan jumlah nasabah secara lebih signifikan.
2. Implementasi pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang sudirman, Berdasarkan hasil Analisis dan wawancara, Implementasi Pemasaran Produk Gadai Emas Di bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman Telah dilaksanakan secara aktif melalui pendekatan langsung dan promosi berbasis layanan. Pelaksanaan Strategi pemasaran dilakukan oleh pawing sales officer (PSO) melalui keterlibatan langsung di lapangan dengan melakukan sosialisasi kepada pelaku UMKM, pedagang pasar, serta masyarakat sekitar kantor cabang. Dari sisi operasional, implementasi pemasaran dinilai cukup efektif karena didukung oleh proses layanan yang cepat, biaya yang transparan (ujrah tanpa bunga), serta keamanan penyimpanan emas yang terjamin. Hal ini menjadi nilai tambah dalam menarik minat masyarakat yang membutuhkan pembiayaan jangka pendek. Faktor Pemasaran Produk Gadai Emas di Bank Syari’ah Indonesia KCP Palembang Sudirman, Secara keseluruhan, Faktor Pemasaran Produk Gadai Emas di Bank Syari’ah Indonesia KCP Palembang Sudirman dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal (keunggulan produk, layanan cepat, biaya transparan, dan strategi promosi) serta faktor eksternal (tingkat literasi masyarakat, persaingan, dan kondisi pasar). Keberhasilan pemasaran sangat bergantung pada kemampuan cabang dalam meningkatkan edukasi masyarakat, memperkuat promosi digital, serta membangun kepercayaan melalui pelayanan yang profesional dan sesuai prinsip syariah.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada pihak Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman yang telah memberikan izin dan informasi selama proses penelitian. Selain itu, terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

## REFERENSI

- Amri, Ulil, dan M. Iqbal. 2025. “Bank Syariah Indonesia KCP.” *El-Mubarak*, 2.
- Aisyah, Siti. 2026. *Wawancara Nasabah Ibu Siti Aisyah*. Palembang.
- City. *MANFA’AH Journal of Islamic Business and Management Indonesia KCP Pancor*.
- Dewi, Oktayani. 2019. “Pelelangan Barang Gadai dalam Perspektif Islam.” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Khoiriyah, Siti, dan Khusnul Fikriyah. 2022. “Pengaruh Metode Penaksiran Gadai Emas terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Darmo.” *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran dan Kebudayaan*, 16(1): 45–59.

- Muzdaliva Sawotong, Dilva. 2014. "Jaminan Kebendaan pada PT. Pegadaian terhadap Barang yang Digadaikan." *Lex Privatum*, 2(1): 37.
- Nasution, S. 2007. *Metode Research: Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ningtyas, Dyah Ayu, Ulil Albab, dan Nina Ramadhani Wulandari. 2024. "Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia Cabang Lampung Tengah." *Al-Mizan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 8(1): 18–32.
- Nursyirwan, Vivi Iswanti. 2020. "Implementasi Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan." *Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat*.
- Nursyirwan, Vivi Iswanti, dkk. 2020. "Implementasi Strategi Pemasaran Berperan Penting dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan."
- Rismadayanti, Clarisa Eka. 2023. "Strategi Pemasaran dalam Pengelolaan dan Peningkatan Kinerja Produk Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KC Jenggolo Sidoarjo." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*.
- Sidiq, Thamrin Ali. 2026. *Wawancara Mengenai Strategi Produk Gadai Emas*. Palembang.
- Sidiq, Thamrin Ali. 2026. *Wawancara Implementasi Produk Gadai Emas*, 02 Februari 2026, pukul 09.00 WIB. Palembang.
- Yanti. 2026. *Wawancara Nasabah Ibu Yanti*, 02 Februari 2026, pukul 09.20 WIB. Palembang.
- Zahra. 2026. *Observasi Bank Syariah Indonesia Palembang Sudirman*, 02 Januari 2026, pukul 09.00 WIB.