



EKSPLORASI FAKTOR INTRINSIK-EKSTRINSIK DALAM MENINGKATKAN MINAT MENABUNG EMAS SYARIAH: STUDI KASUS UPS KAMPUNG SOLOK KABUPATEN BUNGO

Ainil Fhadilah¹, Rachmadi Setiawan², Isti Fajri Khairunnisa³
Universitas Islam Yasni Bungo^{1,2,3}

e-mail: fawfath639@gmail.com, rachmadisetiawan5@gmail.com, istifajri085@gmail.com

Diterima: 21/6/2026; Direvisi: 10/7/2026; Diterbitkan: 19/7/2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan mekanisme produk Tabungan Emas serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menabung pada Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah (UPS) Kampung Solok, Kabupaten Bungo, Provinsi Jambi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui teknik observasi langsung, wawancara mendalam dengan nasabah serta karyawan, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah nasabah Tabungan Emas di UPS Kampung Solok mengalami peningkatan konsisten dari tahun 2020 hingga 2025 dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 13% per tahun. Secara mekanisme, produk Tabungan Emas ini dinilai sah (*jaiz/mubah*) berdasarkan QS. Al-Baqarah ayat 282 dan diimplementasikan melalui kombinasi dua akad, yaitu akad *murabahah* (jual beli) saat pengadaan gramasi emas dan akad *wadiah* (titipan) untuk penyimpanan emas nasabah. Adapun minat menabung masyarakat dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu: (1) Faktor Intrinsik, yang meliputi pengetahuan nasabah mengenai investasi emas dan kualitas pelayanan yang memuaskan; serta (2) Faktor Ekstrinsik, yang meliputi gencarnya promosi melalui media informatif (seperti brosur) dan letak lokasi yang strategis.

Kata Kunci: *Pegadaian Syariah, Tabungan Emas, Minat Menabung, Akad Murabahah, Akad Wadiah.*

ABSTRACT

This study aims to determine and describe the mechanism of the Gold Savings (Tabungan Emas) product and the factors influencing public interest in saving at the Pegadaian Syariah Sharia Services Unit (UPS) Kampung Solok, Bungo Regency, Jambi Province. This research employs a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through direct observation, in-depth interviews with customers and employees, and documentation. The results indicate that the number of Gold Savings customers at UPS Kampung Solok experienced consistent growth from 2020 to 2025, with an average growth rate of 13% per year. In terms of mechanism, the Gold Savings product is deemed permissible (*jaiz/mubah*) based on QS. Al-Baqarah verse 282 and is implemented through a combination of two Islamic contracts: the *murabahah* contract (buying and selling) during the gold grammage acquisition and the *wadiah* contract (deposit) for storing the customers' gold. Furthermore, public interest in saving is influenced by two main dimensions: (1) Intrinsic Factors, which include customers' knowledge regarding gold investment and satisfying service quality; and (2) Extrinsic Factors, which include intensive promotions through informative media (such as brochures) and a strategic location.



Keywords: Pegadaian Syariah, Gold Savings, Saving Interest, Murabahah Contract, Wadiah Contract.

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan syariah merupakan badan usaha yang bergerak di bidang jasa keuangan dengan mengintegrasikan sistem operasionalnya pada prinsip-prinsip Islamiah. Di dalam tatanan ekonomi syariah yang ideal, seluruh aktivitas penghimpunan, penyaluran, serta pengelolaan dana masyarakat diidealkan dapat terlaksana secara murni dengan mengeliminasi unsur riba, *gharar*, dan *maysir* (Maulida et al., 2025; Nursanty et al., 2026; Utomo et al., 2024). Pengondisian iklim muamalah yang transparan, akuntabel, dan bebas dari eksploitasi diidealkan mampu memfasilitasi kebutuhan investasi, produksi, hingga konsumsi masyarakat secara adil dan berkelanjutan. Lembaga keuangan non-bank syariah diidealkan dapat menjadi sarana intermediasi pendukung yang memberikan akses pembiayaan, penjaminan, dan fasilitas tabungan berbasis produk yang aman serta sesuai syariat Islam. Keharmonisan tata kelola transaksi berbasis akad-akad tradisional seperti *rahn* dipandang sebagai pilar utama untuk menciptakan ketahanan ekonomi, mendongkrak kemandirian finansial masyarakat, serta memberikan jaminan keberkahan investasi nasional. Melalui skema operasional berbasis syariah ini, setiap anggota masyarakat diharapkan memiliki wadah perencanaan keuangan yang adekuat demi mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif (Hendra et al., 2025; Novianto et al., 2025).

Namun demikian, terdapat kesenjangan yang sangat nyata antara idealisme sistem keuangan Islam tersebut dengan kenyataan objektif yang berlangsung di tataran praktis operasional lapangan saat ini. Kondisi ideal menghendaki agar masyarakat secara luas memiliki pemahaman yang matang mengenai keragaman produk non-bank syariah serta secara aktif memanfaatkannya untuk perencanaan masa depan. Sayangnya, fakta empiris menyingkapkan bahwa literasi keuangan syariah di tengah masyarakat masih tergolong rendah, di mana mayoritas warga masih merasa canggung atau ragu untuk beralih dari instrumen keuangan konvensional. Kesenjangan ini makin diperjelas oleh keterbatasan jangkauan edukasi publik mengenai mekanisme akad *rahn*, penetapan biaya pemeliharaan atau *mu'nah*, serta fleksibilitas transaksi digital syariah. Ketidadaan pemahaman yang mendalam menyebabkan potensi investasi mikro terabaikan dan masyarakat rentan terjebak pada instrumen keuangan ilegal yang merugikan. Dampak dari kelesuan literasi ini memicu perlambatan inklusi keuangan berbasis syariah serta menghambat optimalisasi peran lembaga non-bank dalam memperkuat fondasi ekonomi lokal (Harahap et al., 2025; Rahmadewi et al., 2024; Roemanasari et al., 2022).

Kondisi kesenjangan literasi serta kelesuan optimalisasi produk investasi syariah tersebut terkonfirmasi secara nyata melalui dinamika operasional pada lembaga keuangan non-bank daerah. Di dalam ekosistem transaksi lembaga tersebut, tampak jelas bahwa subjek penelitian yang merupakan para nasabah dan pengelola di Pegadaian Syariah UPS Kampung Solok senantiasa menghadapi tantangan dalam mempertahankan konsistensi pertumbuhan investasi. Berdasarkan data pengamatan awal, subjek penelitian menunjukkan peningkatan jumlah nasabah Tabungan Emas secara konsisten dari tahun 2020 hingga 2025, yaitu tercatat sebanyak 35 orang pada tahun 2020, 50 orang pada tahun 2021, 60 orang pada tahun 2022, 86 orang pada tahun 2023, 98 orang pada tahun 2024, hingga mencapai 110 orang pada tahun 2025 dengan rata-rata pertumbuhan 13% per tahun. Peningkatan tren positif pada subjek penelitian di Pegadaian Syariah UPS Kampung Solok dari tahun 2020 hingga 2025 ini menjadi penanda

kuat bahwa faktor-faktor penentu keputusan investasi dan pola adopsi digital nasabah sangat mendesak untuk dievaluasi secara mendalam.

Dalam meretas kelesuan literasi dan mendorong adopsi instrumen investasi berbasis syariah tersebut, keberadaan produk Tabungan Emas yang ditunjang oleh sarana aplikasi *online* menjadi sebuah kebutuhan operasional yang sangat vital. Pemanfaatan fasilitas simpanan emas harga terjangkau yang dikombinasikan dengan kemudahan pencairan dana serta akad pembiayaan yang sah diidealkan mampu memfasilitasi kebutuhan likuiditas dan perencanaan masa depan nasabah secara fleksibel. Mayoritas studi terdahulu mengenai lembaga gadai syariah umumnya masih berfokus pada evaluasi normatif akad *rahn* secara tekstual, analisis kepuasan pelayanan konvensional, atau pengujian produk pembiayaan usaha mikro secara parsial semata. Kajian spesifik yang secara khusus membedah faktor-faktor psikologis, persepsi kemudahan digital, serta motivasi investasi nasabah pada produk Tabungan Emas yang mengalami kenaikan jumlah pengguna secara berturut-turut masih relatif terbatas di wilayah cabang operasional daerah. Penguraian rantai keputusan nasabah ini dipandang sangat strategis untuk merumuskan model pemasaran jasa keuangan syariah yang adekuat (Erman & Winario, 2025; Nabila & Puspita, 2024; Sari & Suryaningsih, 2020)

Berpijak pada seluruh rangkaian latar belakang dan pemetaan masalah tersebut, penelitian ini hadir dengan membawa nilai kebaruan serta inovasi berupa analisis empiris faktor pendorong pertumbuhan investasi emas mikro berbasis syariah. Nilai inovasi dari kajian ini memfokuskan sasarannya pada pembongkaran mekanisme pengaruh kepuasan pelayanan profesional, persepsi keamanan instrumen investasi, serta kemudahan akses layanan digital terhadap keputusan nasabah dalam memelihara konsistensi menabung emas. Fokus subjek penelitian ini diarahkan secara spesifik untuk menganalisis dan mendeskripsikan dinamika perilaku investasi pada para nasabah dan pengelola di Pegadaian Syariah UPS Kampung Solok tanpa keterikatan pada nama sekolah ataupun kurikulum tahun ajaran sekolah dasar/menengah. Kebaruan riset ini bersumber dari penyajian kerangka konseptual yang mengintegrasikan keunggulan produk simpanan fisik dengan adopsi teknologi *mobile application* dalam ekosistem keuangan Islam daerah, sebuah dimensi praktis yang luput dari perhatian periset terdahulu. Melalui pembuktian ilmiah terhadap subjek penelitian ini, luaran riset diharapkan dapat menyajikan rekomendasi strategis bagi pengembangan industri keuangan syariah nasional.

METODE PENELITIAN

Riset lapangan ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk menguraikan motif psikososial nasabah dalam memilih instrumen investasi nonlembaga bank. Prosedur pelaksanaan kajian diselenggarakan secara sengaja di Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Kampung Solok, Kabupaten Bungo, Provinsi Jambi. Peneliti menetapkan lokus tersebut karena kesesuaian fenomena tumbuhnya minat masyarakat terhadap konversi gramasi mulia berbasis syariat. Seluruh rangkaian operasional penajakan data aktual di lapangan dieksekusi selama beberapa bulan, terhitung sejak 12 Agustus 2025 sampai dengan 6 Oktober 2025. Peneliti memosisikan diri sebagai instrumen utama atau *human instrument* guna mengontrol orisinalitas perolehan informasi dari narasumber secara mandiri. Fokus amatan diarahkan untuk memotret secara mendalam mekanisme transaksi serta mendeteksi elemen internal maupun eksternal yang memengaruhi keputusan ekonomi warga tanpa adanya manipulasi variabel instruksional buatan. Langkah ini dijalankan secara naturalistik guna

menangkap gambaran utuh mengenai ekosistem pelayanan lembaga keuangan mikro tersebut secara transparan, terstruktur, objektif, dan akurat.

Teknik pengumpulan data aktual mengandalkan keterpaduan 3 metode konvergen, meliputi wawancara mendalam secara semi-terstruktur, observasi partisipatif langsung, dan studi dokumentasi. Informasi primer dihimpun melalui sesi tanya jawab verbal bersama kelompok nasabah aktif dan staf karyawan untuk menggali aspek kenyamanan layanan serta literasi finansial. Sementara itu, data sekunder diperoleh lewat penelaahan berkas resmi organisasi, buku panduan produk, jurnal ilmiah, selebaran brosur promosi, serta laporan tahunan. Seluruh instrumen penunjang seperti draf pertanyaan wawancara dan lembar catatan pengamatan dirancang ringkas guna mempermudah proses akuisisi data. Setelah draf informasi kualitatif terkumpul, tahapan analisis data diproses mengikuti alur model analisis interaktif. Peneliti menyaring seluruh data melalui tahapan reduksi teks, penyajian naratif secara logis, hingga penarikan kesimpulan sosiologis yang komprehensif. Keabsahan hasil interpretasi diuji secara ketat memakai skema pemeriksaan triangulasi sumber dan metode guna melahirkan deskripsi ilmiah sahih yang terbebas dari bias prasangka personal periset.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

A. Tabungan emas

Tabungan emas di pegadaian syariah adalah layanan investasi emas yang memungkinkan nasabah untuk menabung emas secara mudah, aman, dan sesuai prinsip syariah. Melalui layanan ini nasabah dapat membeli dan memiliki emas mulai dari nominal kecil (misalnya 0,01 gram) tanpa harus membeli emas fisik secara langsung. Tabungan emas ini berbeda dengan layanan gadai yang biasanya ada di pegadaian syariah pada umumnya, karena tabungan emas merupakan jual beli. Mengenai dasar hukum jual beli di dalam prakteknya, tabungan emas adalah jaiz atau mubah (boleh). Hal ini berdasarkan pada dalil QS. Al-baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمْلَ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رَجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُنَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشَّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَى وَلَا يَأْبَ الشَّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَى أَجَلٍ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَلَّوْا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ٢٨٢

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang di tentukan hendaknya kamu menulisnya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya maka hendaknya dia menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berhutang itu mendiktekan dan hendaklah dia bertakwa kepada allah (tuhannya) dan janganlah dia mengurangi dari padanya sedikitpun”.(QS. Al-baqarah ayat 282)

Dalam produk tabungan emas ini, pegadaian menggunakan akad murabahah (jual beli) dan akad wadi'ah (titipan), dalam akad murabahah pihak pegadaian syariah melakukan akad jual beli dengan nasabah yang akan membuka tabungan emas, dalam praktik tersebut pegadaian syariah tidak menyertakan emas secara langsung yang akan dibeli oleh nasabah, karena dalam akad murabahah ini pihak pegadaian menggantikan emas tersebut dengan bukti tulisan dalam buku tabungan emas yang berbentuk gram emas.

Setiap nasabah yang menabung di pegadaian syariah, akan di tulis dalam buku tabungan yaitu berbentuk gram emas sesuai dengan uang yang di setorkan kepada pegadaian syariah, setelah melakukan akad murabahah (jual beli), pihak pegadaian syariah dan nasabah akan melakukan proses wadiah (titipan) dimana emas yang telah dimiliki oleh nasabah akan dititipkan kepada pegadaian syariah. Pegadaian syariah hanya mencetak emas berbentuk batangan dengan jumlah gram minimal 5 gram emas, jadi nasabah hanya bisa memiliki emas dalam bentuk fisik emas setelah memiliki emas sebesar 5 gram dalam buku tabungan yang telah menjadi bukti jika nasabah sudah melakukan proses menabung hingga mendapatkan 5 gram emas. Berbeda dalam proses penjualannya, karena dengan hanya menabung minimal 1 gram emas nasabah sudah bisa menjualnya kepada pihak pegadaian syariah.

Untuk membuka rekening tabungan emas di Kantor cabang pegadaian syariah UPS Kampung Solok, nasabah harus melampirkan fotocopy identitas diri (KTP/SIM/PASPOR) yang masih berlaku. Mengisi formulir membuka rekening serta membayar biaya administrasi sebesar Rp.10.000, dan biaya fasilitas titipan selama 12 bulan sebesar Rp. 30.000, dan materai Rp. 10.000. Setelah nasabah melengkapi persyaratan untuk membuka tabungan emas maka nasabah berhak menerima buku tabungan emas yang nantinya untuk menabung di pegadaian syariah. Proses pembelian emas dapat kelipatan 0,01 gram di sesuaikan dengan harga emas pada hari pembelian (karena harga emas berbeda-beda setiap harinya).

B. Minat Menabung

Minat menabung mengacu pada keputusan pelanggan apakah akan membeli suatu barang atau tidak. Di antara berbagai elemen yang mempengaruhi keputusan pembeli pelanggan, kualitas dan pengakuan masyarakat terhadap suatu produk atau layanan secara konsisten memainkan peran penting dalam pilihan pembeli akhir pelanggan, perilaku nasabah, khususnya yang berkaitan dengan menabung, menyinggung kegiatan orang-orang yang terlibat secara efektif dalam pengadaan dan pemanfaatan barang dan administrasi. Ini mencakup interaksi dinamis yang memahami dan menyelaraskan dengan aktivitas tersebut.

Minat menabung mengacu kepada kecenderungan nasabah untuk memilih produk atau melakukan aktivitas yang meningkatkan kemungkinan menabung. Bagian rata-rata yang ditemukan dalam berbagai arti minat meliputi keinginan, kepercayaan, kebutuhan, tujuan, sasaran, dorongan, dan motivasi. Niat adalah ekspresi mental yang menguatkan, memulai, atau menggerakkan seseorang, dan proses berpikir ini memandu dan menyalurkan cara berperilaku, keyakinan, dan aktivitas individu, yang semuanya umumnya berhubungan dengan pencapaian tujuan.

C. Faktor yang Mempengaruhi Minat

1). Faktor intrinsik, merupakan faktor yang berasal dari dalam suatu individu, organisasi, atau sistem yang mempengaruhi kinerja atau hasil. Berikut yang termasuk ke dalam faktor intrinsik:

- a. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan konsekuensi dari “mengetahui” dan ini terjadi setelah individu merasakan suatu benda tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indra manusia, yakni indra penglihatan, pendengaran penciuman, rasa dan raba. Dengan demikian, realitas informasi bersifat bijaksana, dapat dikenali, berfluktuasi dan asli terhadap objek kajiannya. Dalam pandangan Al Qur'an, mencari data hendaknya dilandasi dengan mengenalkan dan menjaga Nama Allah swt, selaku pencipta alam semesta. Tuhan menjadikan alam semesta sebagai wahana bagi manusia untuk belajar melalui beberapa latihan seperti menelaah dengan cermat, mencipta, menyelaraskan, meneliti, memfokuskan, mengeksplorasi, dan menemukan makna tuhan yang maha kuasa.



Hal ini terungkap dari hasil wawancara dengan informasi penelitian, sebagai berikut:

“Saya pertama kali tau tabungan emas dari teman kerja yang sudah lebih dulu membuka tabungan ini, kemudian saya mencari informasi lebih lanjut di website pegadaian syariah Indonesia”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa pengetahuan tentang tabungan emas, yang diperoleh melalui berbagai sumber seperti teman, petugas pegadaian, dan media digital, sangat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan emas.

b. Kualitas pelayanan

Definisi mengenai kualitas pelayanan mungkin berbeda, namun secara khusus meliputi hal dalam menentukan apakah pelayanan yang di rasakan sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan menilai kualitas pelayanan berdasarkan persepsi mereka dari hasil teknis yang diberikan merupakan proses dimana hasil di sampaikan. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia ada dua jenis, yaitu pelayanan fisik yang bersifat pribadi sebagai manusia dan layanan administrasi yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi. Berikut adalah pemaparan hasil wawancara bersama informan penelitian:

“Pengalaman saya sangat baik di pegadaian syariah muara bungo ini, awalnya kan saya sudah sering bertransaksi disini, jadi karna sudah nyaman dengan pelayanan di sini jadi sekalian saja buka tabungan emas di sini”.

Hal serupa juga dinyatakan informan lainnya berdasarkan hasil wawancara berikut:

“Sejauh ini, saya belum pernah mengalami masalah atau keluhan. Pelayanan yang saya terima selalu memuaskan. Jadi bisa di bilang pelayanan yang baik mempengaruhi keputusan saya membuka tabungan emas di pegadaian syariah muara bungo ini.”

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan tabungan emas di pegadaian syariah KCP Muara Bungo.

2. Faktor ekstrinsik, merupakan faktor yang berasal dari luar individu dan mempengaruhi perilaku, motivasi, atau hasil yang di capai seseorang. Yang termasuk dalam faktor ekstrinsik ini adalah sebagai berikut:

a. Promosi

Promosi adalah salah satu faktor yang menentukan konsekuensi dari program waktu yang terbatas. Menerima klien tidak pernah mengetahuinya dan tidak tau apakah itu akan berharga bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah mendapatkannya. Berikut ini adalah hasil wawancara mengenai Promosi dan keterkaitannya dengan keputusan membuka tabungan emas:

“Saya tertarik setelah melihat brousur promosi di Kantor cabang saat saya mengunjungi untuk urusan lain, brousurnya sangat menarik dengan penjelasan singkat dan jelas. Jadi saya ingat sekali di brousur itu ada informasi dasar tentang harga emas tergantung berapa banyak gramnya”.

Berdasarkan informasi dari informan diatas, promosi sangat penting sebagai faktor yang melatarbelakangi minat membuka tabungan emas. Sehingga promosi berperan sekali dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap tabungan emas di pegadaian syariah Muara Bungo.

b. Lokasi

Landasan dari lokasi adalah ruang. Tanpa ruang maka tidak mungkin ada lokasi. Dalam studi tentang wilayah, yang dimaksud dengan ruang adalah pembukaan bumi baik yang ada di



atasnya maupun yang ada di bawahnya sepanjang manusia masih bisa menjangkaunya. Lokasi menggambarkan posisi pada ruang tersebut (dapat di tentukan bujur lintangnya). Namun dalam studi ruang, yang menjadi perhatian bukanlah kemampuan kita untuk membuat daftar tentang posisi berbagai benda atau kegiatan yang ada dalam satu ruang wilayah melainkan analisis atau dampak/keterkaitan antar kegiatan di suatu lokasi dengan berbagai kegiatan lain pada lokasi lain.

Pembahasan

Layanan tabungan emas di lembaga keuangan syariah menawarkan mekanisme investasi yang aman, praktis, serta mematuhi kaidah jual beli Islam. Transaksi ini menerapkan dua skema utama, yaitu akad *murabahah* untuk proses pembelian emas dan akad *wadiah* sebagai fasilitas penitipan fisik emas (Badzlina & Arifin, 2025; syafie et al., 2025). Melalui skema ini, kepemilikan emas nasabah direpresentasikan dalam bentuk pencatatan saldo gramasi pada buku tabungan. Pembelian awal dapat dilakukan mulai dari nominal yang sangat terjangkau yaitu 0,01 gram sesuai dengan pergerakan harga emas harian. Nasabah dapat mencetak fisik emas batangan apabila saldo tabungan telah mencapai batas minimal 5 gram, sedangkan transaksi penjualan kembali dapat dilakukan dengan saldo minimal 1 gram. Pembukaan rekening membutuhkan lampiran identitas diri, pengisian formulir, serta pembayaran biaya administrasi sebesar Rp10.000, biaya fasilitas titipan tahunan sebesar Rp30.000, dan biaya meterai sebesar Rp10.000. Fleksibilitas skema jual beli ini memberikan kemudahan akses finansial bagi masyarakat.

Minat nasabah untuk memanfaatkan produk tabungan emas sangat dipengaruhi oleh faktor intrinsik dalam diri individu, khususnya pemahaman pengetahuan dan persepsi terhadap kualitas pelayanan. Pengetahuan yang diperoleh nasabah melalui komunikasi antarindividu serta penelusuran media digital terbukti mampu membangun kepercayaan awal terhadap keamanan investasi. Pengalaman bertransaksi yang nyaman serta pelayanan administratif yang responsif dari para petugas di lapangan secara nyata mendorong nasabah untuk berkomitmen dalam menabung. Pelayanan yang memenuhi ekspektasi menciptakan dorongan psikologis positif dan rasa aman dalam mengelola aset finansial. Keinginan individu untuk mengalokasikan dananya pada produk investasi syariah diperkuat ketika kepuasan atas pelayanan fisik maupun administratif terpenuhi secara konsisten. Lingkungan pelayanan yang ramah dan profesional menjadi elemen penting yang mengonversi ketertarikan awal masyarakat menjadi tindakan nyata dalam menggunakan produk keuangan (Budiman et al., 2023; Mufraini et al., 2020; Wahyuni & Rochmawati, 2021)

Di samping faktor internal, dorongan ekstrinsik dari luar individu yang meliputi strategi promosi dan aksesibilitas lokasi turut memegang peranan krusial dalam membentuk keputusan menabung. Penyebaran informasi produk melalui media cetak seperti brosur promosi di kantor cabang terbukti efektif dalam menyajikan informasi ringkas mengenai estimasi harga dan kemudahan investasi. Visualisasi media promosi yang komunikatif mampu memicu rasa ingin tahu serta mengarahkan pemikiran calon nasabah untuk mulai merencanakan investasi emas. Keterjangkauan lokasi kantor pelayanan juga memfasilitasi kemudahan aksesibilitas fisik bagi masyarakat untuk melakukan interaksi langsung dan mendapatkan informasi secara holistik. Kombinasi antara promosi yang tepat sasaran dan lokasi yang mudah dijangkau mempercepat proses pengambilan keputusan nasabah. Elemen eksternal ini bertindak sebagai stimulus yang memperkuat dorongan intrinsik nasabah dalam memilih sarana penyimpanan dana yang aman (Khatami et al., 2024; Kiyem, 2022; Rinaldi et al., 2022).

Implikasi dari hasil penelitian ini menekankan pentingnya bagi pengelola lembaga keuangan syariah untuk terus meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan kualitas layanan konsumen. Edukasi publik mengenai mekanisme akad syariah serta fleksibilitas investasi emas perlu diperluas melalui pemanfaatan platform digital guna menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas. Selain itu, optimalisasi standar pelayanan di kantor cabang harus tetap dijaga untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas nasabah yang ada. Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada pendekatan kualitatif dengan fokus lokasi yang terbatas pada satu unit kantor cabang saja. Kondisi ini membuat dinamika perilaku nasabah yang terungkap belum tentu dapat digeneralisasikan pada seluruh karakteristik masyarakat di wilayah lain. Penggunaan instrumen wawancara juga berpotensi menimbulkan bias subjektivitas jawaban dari para informan yang terlibat (Asyrafi & Hidayat, 2023; Febrianti & Darma, 2023; Wardani & Pituringsih, 2025)

Untuk mengatasi berbagai keterbatasan tersebut, penelitian mendatang disarankan untuk memperluas cakupan wilayah kajian serta menggabungkan pendekatan kuantitatif guna menguji tingkat signifikansi pengaruh tiap variabel secara statistik. Peneliti selanjutnya dapat memasukkan variabel tambahan seperti tingkat literasi keuangan digital, persepsi risiko, serta tingkat pendapatan masyarakat untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Penggunaan metode campuran antara survei kuantitatif dan wawancara mendalam juga direkomendasikan untuk memvalidasi pola minat menabung masyarakat secara lebih terukur. Evaluasi berkala terhadap efisiensi skema pencetakan fisik emas dan struktur biaya administrasi juga perlu diteliti lebih lanjut. Langkah pengembangan studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis serta masukan praktis yang berguna bagi pengembangan industri keuangan syariah berbasis emas di masa depan.

KESIMPULAN

Implementasi produk investasi simpanan emas syariah secara empiris terbukti sah menurut kaidah muamalah melalui pengintegrasian *murabahah* sebagai akad jual beli gramasi dan *wadiah* sebagai fasilitas penitipan fisik. Tumbuhnya minat menabung masyarakat dipicu oleh sinergi harmonis antara dimensi pendorong internal dan stimulus eksternal. Secara intrinsik, perluasan pengetahuan investasi dan penyediaan kualitas pelayanan administratif yang memuaskan berhasil membendung keraguan serta membangun kepercayaan publik. Sementara itu, secara ekstrinsik, gempuran promosi media informatif yang komunikatif dipadukan dengan keterjangkauan lokasi kantor cabang secara efektif mengakselerasi adopsi produk. Kombinasi faktor psikologis dan aksesibilitas fasilitas fisik ini sukses mentransformasi ketertarikan awal nasabah menjadi komitmen investasi finansial berbasis prinsip syariat secara berkesinambungan.

Implikasi dari penelitian ini menekankan pentingnya bagi pengelola lembaga keuangan nonbank syariah untuk memperluas edukasi publik mengenai mekanisme akad muamalah dan memanfaatkan platform digital guna menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas. Peningkatan standar pelayanan konsumen di kantor cabang juga perlu dijaga secara konsisten untuk mempertahankan kepuasan nasabah. Namun demikian, karena penelitian kualitatif ini berfokus pada satu unit pelayanan dengan karakteristik budaya lokal spesifik, temuan yang diperoleh memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi secara luas. Oleh sebab itu, penelitian di masa depan disarankan untuk menerapkan pendekatan *mixed methods* dengan memperluas cakupan wilayah riset, serta mengintegrasikan variabel tambahan seperti literasi keuangan digital, persepsi risiko, dan fluktuasi pendapatan masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Asyraf, F. H., & Hidayat, A. (2023). The influence of subjective norms and perception of food safety toward behavioral intention to use and continuance behavior. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 12(3), 207–215. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i3.2499>
- Badzlina, A., & Arifin, S. (2025). Kontribusi tabungan emas Pegadaian Syariah terhadap ketahanan finansial masyarakat dalam perspektif ekonomi syariah. *Studia Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 2, 181–192. <https://doi.org/10.30821/se.v0i2.26448>
- Budiman, J., Yulfiswandi, Y., Jasmine, F., Kelvin, K., & Vernando, L. (2023). Peluang investasi emas jangka panjang melalui produk cicil emas BSI. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 7(1), 45–56. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.7502>
- Erman, N., & Winario, M. (2025). Analisis strategi pemasaran produk cicil emas dalam meningkatkan minat nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kota Pekanbaru. *Al-Muqayyad*, 8(2), 176–187. <https://doi.org/10.46963/jam.v8i2.3167>
- Febrianti, N. M. N., & Darma, G. S. (2023). Millennials' intention to invest through securities crowdfunding platform. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 5(1), 19–30. <https://doi.org/10.34306/att.v5i1.280>
- Harahap, I. T. S., Balqis, K. P., Wahyudin, & Batubara, M. (2025). Efektivitas roadmap pasar modal syariah OJK 2020–2024 dalam meningkatkan literasi dan inklusi keuangan syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(3), 426–440. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v5i3.1371>
- Hendra, J., Melisa, M., Safitri, M., Nugraha, R. F., & Fadhli, M. (2025). Pasar modal syaria'ah dan perannya dalam pertumbuhan ekonomi. *Journal of Education, Transportation and Business*, 2(1), 76–84. <https://doi.org/10.57235/jetbus.v2i1.6024>
- Khatami, M. A., Yusuf, M., & Martaliah, N. (2024). Pengaruh pemahaman, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. *Akuntansi 45*, 5(1), 107–120. <https://doi.org/10.30604/akuntansi45.v5i1.2446>
- Kiyem, S. H. (2022). Pengaruh produk, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan mudharabah dengan tingkat religiusitas sebagai variabel moderating. *Jurnal Al-Iqtishad*, 18(2), 1–12. <https://doi.org/10.24014/jiq.v18i2.18398>
- Maulida, L., Aprilida, R., Halimatusadiyah, H., Mukhsi, F. A., Joni, J., & Fauziyah, R. (2025). Prinsip-prinsip syariah dalam operasional lembaga keuangan syariah. *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 3(4), 386–399. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v3i4.2787>
- Mufraini, M. A., Saharuddin, D., Prabowo, M. A., & Wicaksono, A. T. S. (2020). Sharia insight factors: Does it matter to shift metropolitan decision behavior towards Islamic bank? *Management Science Letters*, 3395–3404. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.5.039>
- Nabila, N., & Puspita, P. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan pengetahuan produk terhadap pembiayaan murabahah cicilan emas (Studi pada Bank XYZ). *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, 2(1), 369–378. <https://doi.org/10.35344/jamie.v2i1.531>



- Novianto, A. S., Amin, M. S., Saputri, L. S., Cinta, A., Lestari, V. S., Riski, K. N., Kamilah, S., Ambarsari, E., Fariani, F., Lativa, R. N., Artamefia, R. A. V., Febriyani, N., & Utami, M. V. (2025). Sharia financial planning assistance to improve community welfare. *Community Empowerment*, 10(9), 1818–1825. <https://doi.org/10.31063/ce.14159>
- Nursanty, I., Yusuf, Y. M., AR, M., Irawan, F., Wanto, M., Fhadilah, A., & Furnawati, R. (2026). *Ekonomi syariah: Konsep, sistem, dan implementasi dalam perekonomian modern*. Widina Media.
- Rahmadewi, R., Febriansah, D., Khalifah, S. N., & Malik, A. (2024). Peran edukasi dan literasi keuangan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada pasar modal syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(3), 215–224. <https://doi.org/10.59827/jie.v3i3.171>
- Rinaldi, Y., Samsir, S., & Widayatsari, A. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah melalui minat nasabah pada PT. Pegadaian. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(1), 1–11. <https://doi.org/10.24014/ekl.v5i1.15973>
- Roemanasari, F., Sabela, J., & Rusgianto, S. (2022). Islamic financial literacy and financial behavior on investment intention. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 7(2), 239–250. <https://doi.org/10.20473/jiet.v7i2.40679>
- Sari, A., & Suryaningsih, S. A. (2020). Pengaruh promosi islami dan kualitas pelayanan islami terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas studi pada Pegadaian Syariah Kabupaten Gresik. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2), 187–199. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p187-199>
- Syafie, I., Ridwan, M., & Hasan, I. (2025). Analisis penerapan emas syariah kontrak gaya (Kajiban Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Sampang). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 8(1), 148–158. <https://doi.org/10.36085/jamekis.v8i1.7442>
- Utomo, Y. T., Halim, H., Sari, N. I. P., Nugroho, L., Iyud, I., Suganda, A. D., Setyawati, I., Huda, M., & Marimin, A. (2024). *Pengantar ekonomi syariah*. Widina Bhakti Persada.
- Wahyuni, N. D., & Rochmawati, R. (2021). Pengaruh pembelajaran perbankan syariah, kualitas layanan, dan fasilitas terhadap keputusan menabung di bank syariah. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 4(2), 77–88. <https://doi.org/10.24014/ekl.v4i2.12925>
- Wardani, N. S., & Pituringsih, E. (2025). The influence of technological innovation, financial literacy and financial risk on customer adoption at Seabank. *E-Jurnal Akuntansi*, 35(6), 1145–1158. <https://doi.org/10.24843/eja.2025.v35.i06.p16>