



## **Analisis Minat Konsumen Terhadap Produk Cicilan Emas: Studi Kasus Bank Muamalat KCP Lamongan**

**Rika Nur Amelia**

IAI Tarbiyatut Tholabah, Lamongan, Indonesia

E-mail: [rika85275@gmail.com](mailto:rika85275@gmail.com)

**Ananta Delyana Mafikah**

IAI Tarbiyatut Tholabah, Lamongan, Indonesia

E-mail: [fikamafikah@gmail.com](mailto:fikamafikah@gmail.com)

**Silvi Indah Nurvita Sari**

IAI Tarbiyatut Tholabah, Lamongan, Indonesia

E-mail: [silviindah05@gmail.com](mailto:silviindah05@gmail.com)

### **Abstract: 0**

**Keywords:** *Consumer Interest, Gold Installments, Bank Muamalat, Sharia Financing*

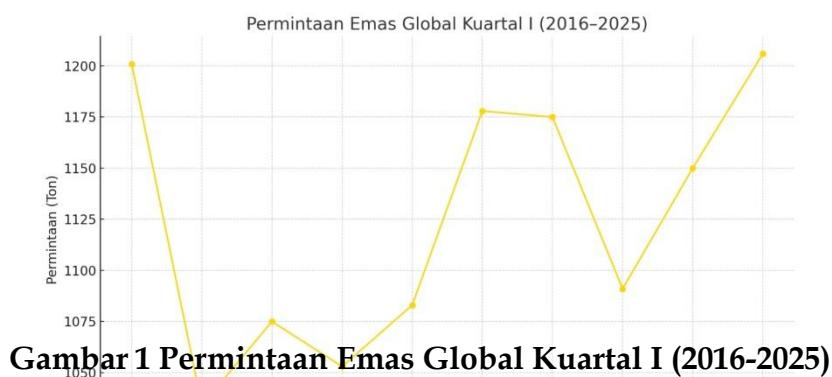
**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat konsumen terhadap produk cicilan emas di Bank Muamalat KCP Lamongan. Produk ini merupakan salah satu layanan pembiayaan syariah yang memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam memiliki emas secara bertahap. Minat konsumen menjadi indikator awal yang penting dalam menentukan potensi keberhasilan suatu produk, terutama dalam konteks keuangan syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi dan wawancara kepada nasabah dan pihak bank yang terlibat langsung dalam layanan cicilan emas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat konsumen cukup tinggi, yang dipengaruhi oleh faktor kemudahan layanan, prinsip syariah yang digunakan, dan strategi pemasaran bank. Meskipun demikian, masih terdapat kendala seperti belum tersedianya pembiayaan emas secara tunai dan minimnya literasi masyarakat akan pembiayaan cicilan emas yang mengakibatkan kurangnya informasi yang diterima. Penelitian ini menyarankan perlunya peningkatan edukasi dan promosi produk agar menjangkau dan bisa menjadi pemenuh kebutuhan masyarakat.

**Kata Kunci :** Minat Konsumen, Cicilan Emas, Bank Muamalat,

### PENDAHULUAN

Dalam situasi ekonomi global yang penuh ketidakpastian, emas kembali menegaskan posisinya sebagai aset investasi yang aman dan stabil. Emas dikenal sebagai instrumen lindung nilai (*hedging*) karena nilainya yang relatif stabil bahkan cenderung naik dalam jangka panjang. Faktor-faktor seperti ketegangan geopolitik, fluktuasi pasar saham, dan kebijakan moneter yang tidak menentu telah mendorong investor global untuk mencari perlindungan nilai melalui emas (Baur, D.G. & McDermott, 2018).

Menurut laporan *World Gold Council* kuartal I 2025, permintaan emas global mencapai 1.206 ton angka tertinggi sejak 2016 untuk periode yang sama. Harga rata-rata emas di pasar internasional pun meningkat drastis, menyentuh US\$ 2.860 per ons, mencerminkan lonjakan minat masyarakat global terhadap emas. Emas tidak hanya dipandang sebagai aset investasi, namun juga simbol kestabilan ekonomi rumah tangga, terutama di kalangan menengah ke bawah yang ingin menjaga daya beli di masa depan (Reuters, 2025).



Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa tren konsumsi dan simpanan berbasis logam mulia mengalami kenaikan sebesar 11,4% sepanjang tahun 2024 dan terus menunjukkan tren naik hingga kuartal I 2025. Kenaikan ini menjadi indikasi penting bahwa masyarakat semakin menyadari pentingnya instrumen investasi jangka panjang, seperti emas (Badan Pusat Statistik (BPS), 2024).

Tingginya harga emas saat ini menjadikan kepemilikan emas secara langsung tidak terjangkau oleh sebagian masyarakat. Oleh karena itu, lahirlah solusi pembiayaan berbasis syariah, yakni produk cicilan emas. Produk ini memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memiliki emas tanpa harus membayar secara tunai, melainkan dengan mencicil melalui skema pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah (Afifah, A. & Ardyansyah, 2023).

Produk cicilan emas di Bank Muamalat menggunakan dua akad utama, yaitu akad *murabahah* dan *rahn* (gadai). Dalam akad murabahah, bank membeli emas terlebih dahulu lalu menjualnya kembali kepada nasabah dengan harga yang disepakati (termasuk margin keuntungan) dan dibayar secara angsuran. Sementara akad *rahn* digunakan sebagai jaminan, di mana emas yang telah dibeli secara cicilan dijadikan barang gadai untuk menjamin pembayaran nasabah hingga cicilan lunas (Hasan, 2020).

Kombinasi dua akad ini memastikan bahwa transaksi berlangsung secara adil, transparan, dan tidak mengandung unsur riba. Hal ini menjadi nilai tambah tersendiri, terutama bagi konsumen Muslim yang ingin tetap menjaga prinsip syariah dalam kegiatan investasinya. Cicilan emas tidak hanya menjawab kebutuhan investasi jangka panjang, tetapi juga mendukung inklusi keuangan syariah di Indonesia (Ramadhan, M. & Nurdin, 2023).

Sebagai bank syariah pertama di Indonesia, Bank Muamalat memiliki peran penting dalam menyediakan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Salah satu produk unggulannya adalah cicilan emas, yang telah dirancang agar terjangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Di daerah Lamongan, Bank Muamalat KCP Lamongan menawarkan produk ini dengan pendekatan yang menyesuaikan karakteristik ekonomi masyarakat setempat (Karim, R. A. A. & Hassan, 2015).

Dalam konteks pengembangan produk dan pelayanan yang berkelanjutan, penting bagi lembaga keuangan syariah terutama Bank Muamalat untuk memahami tingkat minat dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap produk cicilan emas. Analisis terhadap minat konsumen dapat memberikan gambaran apakah produk ini telah sesuai dengan ekspektasi pasar, dan apa saja kendala yang menyebabkan potensi pasarnya belum tergarap secara maksimal. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengetahui minat konsumen terhadap produk cicilan emas di Bank Muamalat KCP Lamongan (Handayani, R. & Prasetyo, 2022).

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis minat konsumen terhadap produk cicilan emas di Bank Muamalat KCP Lamongan. Data dikumpulkan melalui studi pustaka, observasi dan wawancara dengan beberapa nasabah pengguna layanan cicilan emas serta pegawai bank yang terlibat langsung dalam pengelolaan produk tersebut. Teknik analisis data yang digunakan adalah model interaktif yang meliputi tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2019). Untuk menjaga keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber agar informasi yang diperoleh lebih valid dan objektif (Nowell et al., 2017).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Produk Cicilan Emas pada Unit Bank Muamalat KCP Lamongan

Produk Solusi Emas Hijrah dari Bank Muamalat merupakan layanan pembiayaan berbasis syariah yang memungkinkan nasabah memiliki emas batangan secara bertahap melalui sistem cicilan yang terstruktur. Di Kantor Cabang Pembantu (KCP) Lamongan, produk ini menjadi salah satu solusi investasi jangka panjang yang aman, stabil, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Solusi Emas Hijrah dirancang untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin mulai berinvestasi emas namun terkendala dana tunai, dengan tetap menjaga kepatuhan terhadap akad-akad syariah.

Gramasi emas yang tersedia dalam produk ini sangat beragam, mulai dari 5 gram, 10 gram, 25 gram, 50 gram, hingga 100 gram. Emas yang digunakan berasal dari Antam dan telah memenuhi standar logam mulia bersertifikat, sehingga menjamin kualitas

dan kemudahan dalam penjualan kembali. Tenor pembiayaan yang ditawarkan sangat fleksibel, yaitu mulai dari 12 bulan hingga 120 bulan (1 hingga 10 tahun) dengan kelipatan 12 bulan. Bank Muamalat memberikan pembiayaan maksimal hingga 80% dari nilai emas, sedangkan sisanya (20%) dibayar sebagai uang muka. Keunggulan lain dari produk ini meliputi cicilan tetap, jaminan keaslian emas dari supplier resmi, serta bebas penalti pelunasan dipercepat, yang membuat nasabah lebih leluasa dalam mengatur arus keuangannya.

Prosedur pengajuan cukup mudah. Nasabah hanya perlu datang ke KCP Lamongan dengan membawa dokumen seperti KTP, NPWP (wajib untuk pembiayaan di atas Rp50 juta), serta menyiapkan uang muka dan biaya admin yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Setelah proses analisis pembiayaan oleh pihak bank, nasabah menandatangani akad dan mengisi Berita Acara Serah Terima. Bank kemudian menyerahkan Surat Kepemilikan Emas sebagai bukti bahwa emas telah dibeli atas nama nasabah dan disimpan oleh bank sampai pelunasan selesai (Bank Muamalat Indonesia, 2025).

Pembiayaan dilakukan melalui dua akad utama, yaitu akad *murabahah* dan akad *rahn*. Dalam akad *murabahah*, Bank Muamalat terlebih dahulu membeli emas batangan dari supplier terpercaya yang telah bekerja sama dengan bank, kemudian menjualnya kepada nasabah dengan harga jual yang telah disepakati, termasuk margin keuntungan bank. Harga ini bersifat tetap (*fixed*) dan dicicil oleh nasabah dalam periode tenor tertentu. Sementara itu, melalui akad *rahn*, emas yang dibeli tersebut akan disimpan oleh pihak bank sebagai jaminan (*marhun*) hingga seluruh cicilan lunas. Penyimpanan emas dilakukan di tempat aman dan terpercaya guna menjaga keaslian serta menghindari risiko wanprestasi dari pihak nasabah.

Sistem pembiayaan Solusi Emas Hijrah disusun secara syariah dan transparan. Setelah akad murabahah dan rahn disepakati, bank akan menerbitkan jadwal angsuran tetap per bulan. Nasabah melakukan pembayaran melalui fasilitas auto debit dari rekening tabungan Bank Muamalat, sehingga proses angsuran lebih praktis dan terhindar dari keterlambatan. Selama masa cicilan, emas tetap disimpan oleh bank dan tidak dapat ditarik atau dijual kembali sampai seluruh angsuran lunas. Jika nasabah melakukan pelunasan lebih awal, maka tidak dikenakan penalti. Setelah seluruh kewajiban dilunasi, emas diserahkan secara fisik kepada nasabah disertai dokumen resmi kepemilikan.

### **Minat Konsumen terhadap Produk Cicilan Emas**

Berdasarkan temuan lapangan yang diperoleh melalui teknik observasi pada bulan April 2025 di Bank Muamalat KCP Lamongan, terlihat bahwa mayoritas nasabah yang datang ke Bank Muamalat KCP Lamongan menunjukkan ketertarikan pada produk-produk pembiayaan berbasis aset tetap, salah satunya adalah Solusi Emas Hijrah. Hal ini tampak dari interaksi awal mereka dengan pegawai bank *customer service* yang menjelaskan tentang keunggulan cicilan emas. Beberapa nasabah tampak antusias menanyakan detail terkait sistem pembayaran, jangka waktu, dan keaslian emas. Antusiasme ini mencerminkan adanya kesadaran awal masyarakat terhadap pentingnya investasi dalam bentuk logam mulia, khususnya yang disalurkan melalui mekanisme syariah.

Temuan lapangan yang diperoleh melalui observasi juga menunjukkan bahwa produk cicilan emas diminati oleh segmen masyarakat yang berasal dari berbagai latar

belakang profesi yang memiliki penghasilan tetap. Mereka cenderung memilih tenor panjang agar cicilan per bulan terasa ringan dan tidak membebani pengeluaran. Beberapa di antaranya datang dengan pasangan atau anggota keluarga, bahkan teman/kolega hal ini menunjukkan bahwa keputusan untuk mengambil cicilan emas kerap merupakan keputusan bersama. Fenomena ini mengindikasikan bahwa produk ini tidak hanya dinilai sebagai bentuk investasi individu, tetapi juga sebagai bentuk perencanaan keuangan masa depan.

Selain itu, berdasarkan temuan lapangan melalui teknik observasi, pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank juga memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan calon nasabah. Pegawai frontliner memberikan penjelasan dengan bahasa yang mudah dipahami dan menunjukkan sikap yang ramah dan sabar. Suasana layanan yang profesional dan komunikatif ini mendorong nasabah untuk lebih terbuka dalam berkonsultasi mengenai kebutuhan keuangan mereka, termasuk menanyakan tentang keamanan penyimpanan emas dan kemungkinan pelunasan dipercepat. Aspek ini menunjukkan bahwa interaksi langsung antara pegawai dan nasabah menjadi faktor kunci dalam memunculkan minat terhadap produk pembiayaan cicilan emas (Rika Nur Amelia, 2025).

Sebagai pelengkap temuan lapangan yang diperoleh melalui teknik observasi langsung oleh peneliti di Bank Muamalat KCP Lamongan pada April 2025 yang mana data ini bersifat indikatif dan tidak berasal dari laporan resmi institusi, dibawah ini disajikan rekapitulasi data yang diperoleh peneliti secara langsung selama kegiatan observasi pada bulan April 2025 di Bank Muamalat KCP Lamongan. Data ini memberikan gambaran mengenai jenis produk pembiayaan yang paling sering menjadi perhatian dan pertanyaan nasabah.

**Tabel 1 Rekapitulasi Data**

No	Jenis Produk Pembiayaan	Jumlah Nasabah yang Bertanya	Persentase
1	Solusi Emas Hijrah	68	45%
2	Pembiayaan Rumah IB	32	21%
3	Pembiayaan Kendaraan IB	18	12%
4	Pembiayaan Modal Usaha IB	15	10%
5	Pembiayaan Multiguna	10	7%
6	Lainnya	8	5%
Total		151	100%

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa produk solusi emas hijrah menjadi salah satu jenis pembiayaan yang paling diminati oleh nasabah Bank Muamalat KCP Lamongan yang mana tingginya angka minat ini memperkuat hasil observasi sebelumnya.

#### **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen**

Minat masyarakat terhadap produk cicilan emas di Bank Muamalat KCP Lamongan tidak lepas dari sejumlah faktor penting yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih layanan ini. Pertama, dari sisi kemudahan layanan, nasabah merasakan proses yang relatif praktis. Prosedur pengajuan pembiayaan dinilai tidak rumit, cukup dengan membawa dokumen identitas diri dan NPWP (terutama untuk

pembiayaan di atas 50Jt). Setelah melalui proses verifikasi dan akad, nasabah diminta mengisi berita acara dan menerima dokumen kepemilikan emas sebagai bentuk legalitas transaksi. Keunggulan lain berupa tenor pembiayaan yang bervariasi dari satu hingga sepuluh tahun memberikan keleluasaan bagi nasabah menyesuaikan cicilan dengan kondisi keuangan mereka. Kemudahan ini turut ditunjang oleh adanya fasilitas auto debit, yang membantu memastikan angsuran dibayarkan secara otomatis setiap bulan (Bank Muamalat Indonesia, 2024).

Kedua, kesesuaian produk dengan prinsip syariah menjadi alasan dominan yang menarik minat masyarakat, khususnya dari kalangan Muslim. Skema yang ditawarkan memadukan akad *murabahah* (jual beli) dan *rahin* (gadai), yang dalam praktiknya menjamin tidak adanya unsur riba, ketidakjelasan, maupun spekulasi. Nasabah membeli emas melalui bank dengan harga yang telah disepakati, lalu membayar dalam jangka waktu tertentu, sementara emas tersebut disimpan oleh bank sebagai jaminan hingga lunas. Transparansi harga dan sistem cicilan tetap memperkuat kepercayaan masyarakat bahwa investasi ini sah dan aman secara syar'i. Rasa tenang dalam menjalankan transaksi yang halal menjadi nilai tambah tersendiri dibandingkan produk keuangan konvensional (Antonio, 2011).

Ketiga, aspek komunikasi dan pendekatan pemasaran turut memengaruhi keputusan konsumen. Meski promosi produk belum begitu masif, peran pegawai bank dalam menjelaskan secara langsung kepada calon nasabah terbukti cukup efektif. Para pegawai dinilai komunikatif, sabar, dan mampu memberikan pemahaman yang baik mengenai manfaat serta mekanisme cicilan emas. Bagi calon nasabah yang belum familiar dengan investasi syariah, pendekatan ini menjadi penting karena mampu membangun kepercayaan dan menciptakan pengalaman pelayanan yang positif. Bahkan dalam beberapa kasus, nasabah yang merasa puas kemudian merekomendasikan produk ini kepada keluarga atau rekan mereka (Customer Service, 2025).

### Kendala yang Dialami

Meskipun minat terhadap produk cicilan emas menunjukkan tren positif, pelaksanaannya di lapangan masih menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diperhatikan. Salah satu kendala utama adalah rendahnya tingkat literasi keuangan, terutama yang berkaitan dengan konsep pembiayaan emas syariah. Banyak masyarakat belum memahami perbedaan antara investasi emas konvensional dan skema cicilan emas berbasis syariah. Akibatnya, sebagian menganggap pembiayaan ini serupa dengan utang berbunga, sehingga muncul keraguan untuk berpartisipasi. Kurangnya edukasi publik mengenai akad-akad syariah dan manfaat jangka panjang dari investasi emas menyebabkan informasi tidak terserap dengan optimal (Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2022).

Selain itu, tidak tersedianya opsi pembelian emas secara tunai di unit ini menjadi keterbatasan tersendiri. Ada sebagian masyarakat yang berminat memiliki emas, tetapi tidak menyukai sistem cicilan dan lebih memilih membeli secara langsung. Sayangnya, hingga saat ini Bank Muamalat KCP Lamongan belum menyediakan produk pembiayaan emas tunai, sehingga segmen tersebut belum dapat dijangkau (Staff Marketing, 2025).

Kendala lain adalah terbatasnya jangkauan promosi dan jangkauan informasi

produk, yang masih sangat bergantung pada komunikasi kunjungan langsung di kantor. Akses melalui media sosial atau kampanye berbasis komunitas masih sangat minim, padahal dapat menjadi sarana efektif untuk menjangkau kalangan muda atau masyarakat *digital savvy* yang berpotensi besar sebagai investor pemula. Akibatnya, produk ini lebih banyak dikenal oleh mereka yang memang sudah menjadi nasabah Bank Muamalat atau memiliki akses informasi dari pegawai. Sementara itu, potensi pasar di kalangan masyarakat umum, termasuk generasi muda dan pelaku usaha kecil, belum tergarap secara maksimal (Pratama, Y. H., & Wibowo, 2023).

Dengan mempertimbangkan potensi dan tantangan yang ada, maka perlu upaya strategis yang lebih terarah untuk meningkatkan literasi keuangan, memperluas promosi, dan menyesuaikan variasi produk dengan kebutuhan pasar. Hal ini penting agar Solusi Emas Hijrah benar-benar dapat menjadi sarana investasi syariah yang inklusif, berkelanjutan, dan relevan dengan perkembangan zaman.

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat diambil pembahasan bahwa produk cicilan emas “Solusi Emas Hijrah” yang ditawarkan oleh Bank Muamalat KCP Lamongan memperoleh respons yang cukup positif dari masyarakat. Hal ini tercermin dari tingginya minat nasabah terhadap layanan pembiayaan berbasis aset tetap tersebut, khususnya di tengah tingginya harga emas global yang menyebabkan kepemilikan emas secara tunai menjadi semakin sulit dijangkau. Produk ini dipandang sebagai solusi investasi yang inklusif dan adaptif, karena tidak hanya menawarkan kemudahan akses melalui skema cicilan tetap, tetapi juga memberikan rasa aman melalui jaminan prinsip-prinsip syariah yang mendasari mekanisme transaksinya. Dengan fleksibilitas tenor mulai dari 12 hingga 120 bulan dan dukungan margin tetap tanpa penalti pelunasan dini, produk ini menjadi pilihan rasional bagi masyarakat dalam mengelola perencanaan keuangan masa depan.

Penerapan dua jenis akad, yakni *murabahah* dan *rahn*, menjadi fondasi utama yang memperkuat legitimasi syariah dari produk ini. Dalam hal ini, Bank Muamalat membeli emas terlebih dahulu dari mitra supplier yang terpercaya, kemudian menjualnya kepada nasabah dengan harga yang telah disepakati di awal, termasuk margin keuntungan, sesuai prinsip *murabahah*. Selanjutnya, emas tersebut disimpan oleh bank sebagai barang jaminan (*marhun*) selama masa pembiayaan, mengikuti prinsip akad *rahn*. Model ini tidak hanya menghindarkan transaksi dari unsur *gharar* dan *riba*, tetapi juga memberikan kejelasan struktur pembiayaan yang sesuai dengan *maqashid syariah*. Kejelasan akad dan transparansi dalam mekanisme pembayaran memberikan nilai tambah tersendiri, terutama bagi segmen konsumen Muslim yang menjadikan aspek kepatuhan syariah sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan finansial.

Di sisi lain, temuan lapangan menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh petugas bank juga berkontribusi signifikan dalam membangun kepercayaan dan minat konsumen. Pendekatan personal yang dilakukan oleh *frontliner* bank yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun komunikasi partisipatif telah menciptakan suasana interaksi yang bersifat edukatif sekaligus persuasif. Dalam beberapa kasus, nasabah bahkan merekomendasikan produk ini kepada rekan atau keluarganya, yang menunjukkan bahwa kepuasan terhadap layanan juga turut mendorong penyebaran informasi secara organik.

Namun demikian, terdapat sejumlah kendala yang patut menjadi perhatian. Salah satu tantangan utama adalah masih rendahnya tingkat literasi masyarakat terkait konsep pembiayaan syariah, khususnya pada produk berbasis logam mulia seperti cicilan emas. Sebagian masyarakat masih menyamakan skema cicilan syariah ini dengan pinjaman konvensional yang berbunga, yang pada akhirnya menimbulkan keraguan terhadap legalitas dan kehalalannya. Di samping itu, keterbatasan promosi dan informasi produk yang selama ini lebih mengandalkan pendekatan tatap muka juga menjadi hambatan dalam memperluas jangkauan pasar. Akses melalui media digital, media sosial, maupun komunitas berbasis ekonomi syariah masih belum dimanfaatkan secara optimal, sehingga potensi pasar dari generasi muda dan pelaku UMKM masih belum tergarap secara maksimal.

Ketidaaan opsi pembelian emas secara tunai di unit ini juga menunjukkan adanya ruang untuk diversifikasi produk guna menjangkau segmen masyarakat yang memiliki preferensi transaksi langsung tanpa skema cicilan. Dalam kerangka pengembangan bisnis keuangan syariah, langkah-langkah strategis yang berbasis pada edukasi publik, penguatan literasi keuangan, dan inovasi layanan menjadi penting untuk diwujudkan. Oleh karena itu, Bank Muamalat KCP Lamongan diharapkan tidak hanya mempertahankan kualitas produk dan layanan yang telah ada, tetapi juga secara proaktif membangun strategi komunikasi yang adaptif dengan perkembangan digital dan preferensi konsumen kontemporer. Dengan pendekatan yang lebih terintegrasi, produk cicilan emas ini berpotensi besar menjadi instrumen investasi syariah yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga inklusif dan berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa minat konsumen terhadap produk cicilan emas di Bank Muamalat KCP Lamongan tergolong tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh kemudahan layanan, kesesuaian akad dengan prinsip syariah (*murabahah* dan *rahn*), serta pendekatan personal yang dilakukan oleh pegawai bank. Produk ini memberikan solusi investasi yang aman dan terjangkau, terutama bagi masyarakat berpenghasilan tetap yang ingin memiliki emas secara bertahap.

Namun demikian, beberapa kendala masih ditemukan, seperti rendahnya literasi masyarakat terhadap konsep pembiayaan emas syariah, terbatasnya pilihan transaksi tunai, serta kurang masifnya promosi produk. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan edukasi dan perluasan strategi pemasaran agar produk ini dapat menjangkau lebih luas dan menjadi sarana investasi syariah yang inklusif serta berkelanjutan di tengah dinamika kebutuhan masyarakat.

## REFERENSI

Afifah, A. & Ardyansyah, F. (2023). Analisis Minat Masyarakat Berinvestasi Emas Melalui Cicilan Emas Di Bank Syariah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2879–2900. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3709>

Antonio, M. S. (2011). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Gema Insani Press.

Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). *Statistik konsumsi logam mulia Indonesia 2024*. <https://www.bps.go.id/id/exim>

Bank Muamalat Indonesia. (2024). *Brosur Produk Solusi Emas Hijrah*.

https://www.bankmuamalat.co.id

Bank Muamalat Indonesia. (2025). *Solusi Emas Hijrah*. <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/pembiayaan-consumer/solusi-emas-hijrah>

Baur, D.G. & McDermott, T. K. (2018). Why is gold a safe haven? *Journal of Behavioral Finance*, 19(2), 141-156.

Customer Service. (2025). *Wawancara*. Bank Muamalat Indonesia KCP Lamongan.

Handayani, R. & Prasetyo, Y. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi emas pada masyarakat menengah. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 10(2), 110-124.

Hasan, Z. (2020). *Fiqh Muamalat dan Produk Perbankan Syariah*. Rajawali Pers.

Karim, R. A. A. & Hassan, M. K. (2015). Islamic banking and finance: recent empirical literature and directions for future research. *Journal of Economic Surveys*, 29(4), 637-670. <https://doi.org/10.1111/joes.12074>

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2019). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.

Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 1-3. <https://doi.org/10.1177/1609406917733847>

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022*.

Pratama, Y. H., & Wibowo, A. (2023). Peran Strategi Komunikasi Digital dalam Pemasaran Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(1), 50-62. <https://doi.org/10.21043/jki.v13i1.17358>

Ramadhan, M. & Nurdin, A. (2023). Peran perbankan syariah dalam inklusi keuangan Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(1), 50-68. <https://etd.uinsyahada.ac.id/10500/1/1940100144.pdf>

Reuters. (2025). *Gold prices hit new highs amid global uncertainties*.

Rika Nur Amelia. (2025). *Hasil observasi lapangan di Bank Muamalat KCP Lamongan, Mei 2025*. Data Primer, tidak diterbitkan.

Staff Marketing. (2025). *Wawancara*. Bank Muamalat Indonesia KCP Lamongan.