

Strategi Pengelolaan Produk Cicilan Emas Di Bank Muamalat Indonesia Dalam Perspektif Perbankan Syariah

Hindi Rihadatul Ais¹, M. Luqman Al Hakim², Hafifatul Fitria³, Suprianik⁴, Adi Tri Wibowo⁵

^{1,2,3,4}Universitas Kiai Achmad Shiddiq Jember, Indonesia

⁵Bank Muamalat Kantor Cabang Jember

E-mail: hindiais03@gmail.com¹, afifafitria205@gmail.com², luqmanhakim7514@gmail.com³, anniesuprianik84@gmail.com⁴, adi.wibowo@bankmuamalat.co.id⁵

Article History:

Received: 20 April 2026

Revised: 22 Juni 2026

Accepted: 08 Juli 2026

Keywords: Skema Cicilan Emas, Perbankan Syariah, strategi, Murabahah, Investasi

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan produk cicil emas di bank muamalat Indonesia dari prespektuif perbankan syariah. Produk cicilan emas merupakan inovasi pembiayaan berbasis syariah yang memudahkan Masyarakat untuk memiliki emas melalui mekanisme cicilan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan memanfaatkan sumber data seperti dokumen resmi, laporan keuangan, dan literatur akademis yang relevan. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan. Kesimpulan, dengan validitas dijamin melalui triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukan bahwa produk cicilan emas menggunakan kontrak murabahah dan rahn, yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Strategi manajemen diterapkan melalui pendekatan pemasaran 7P, yang meliputi produk, harga, promosi, tempat, orang, bukti fisik, dan proses. Selain itu, penggunaan teknologi digital dan transparansi margin merupakan faktor kunci dalam meningkatkan minat dan kepercayaan pelanggan. Namun, terdapat beberapa tantangan, seperti rendahnya literasi keuangan syariah dan risiko pembiayaan. Oleh karena itu, diperlukan strategi berkelanjutan melalui pendidikan, inovasi, dan penguatan regulasi agar produk cicilan emas dapat berkembang secara optimal dan mendukung pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia.

PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menunjukan tren kenaikan yang semakin kuat, sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap sistem keuangan yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah. Salah satu sektor yang mengalami perkembangan signifikan adalah perbankan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatannya, Pertumbuhan perbankan syariah menjadi indikator penting atas keberhasilan penerapan ekonomi syariah (Fitriani, 2023). Selain berfungsi sebagai perantara keuangan, bank syariah juga mematuhi prinsip-prinsip islam, seperti

larangan riba, gharar, dan maisir (Yulianti et al., 2025). Dalam konteks ini, inovasi produk memainkan peran penting dalam memperkuat daya saing industri perbankan syariah, terutama dalam menganggapi dinamika ekonomi terkini dan bersaing dengan lembaga keuangan konvensional. Salah satu inovasi produk keuangan yang sedang berkembang adalah skema pembiayaan cicil emas, yang memungkinkan masyarakat memperoleh kepemilikan emas secara bertahap melalui pendekatan pembiayaan berbasis syariah. Produk ini memanfaatkan kontrak murabahah dan rahn, di mana bank terlebih dahulu membeli emas tersebut, kemudian menjualnya kepada nasabah melalui sistem pembayaran cicilan. Penelitian membuktikan bahwa mekanisme ini sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, karena memenuhi unsur-unsur dan syarat-syarat transaksi jual beli sekaligus menghindari unsur riba dan gharar (Kharisma & Indarta, 2025).

Selain itu emas sebagai alat investasi menawarkan nilai yang relatif stabil dan berpotensi mengalami kenaikan dalam jangka panjang, menjadikannya opsi investasi yang menarik bagi masyarakat luas (Kharisma & Indarta, 2025). Produk cicil emas dianggap dapat memperluas akses terhadap investasi sekaligus memperkuat inklusi keuangan syariah. Pandangan ini diperkuat oleh penelitian yang menyebutkan bahwa cicilan emas merupakan solusi investasi yang aman, fleksibel, serta selaras dengan prinsip syariah.

Bank Muamalat Indonesia, sebagai pelopor perbankan syariah di Indonesia, terus mengembangkan produk pembiayaan inovatif, termasuk program cicil emas. Pengelolaan produk-produk ini tidak hanya harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, tetapi juga melakukan strategi yang tepat dalam pemasaran, layanan pelanggan, dan manajemen risiko agar tetap kompetitif di tengah dinamika industri keuangan yang semakin kompleks. Penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran untuk produk cicil emas melibatkan penerapan bauran pemasaran dan penyesuaian terhadap kebutuhan pelanggan (Hidayatullah et al., 2024).

Meskipun demikian, dalam praktiknya, pengelolaan produk cicil emas masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti rendahnya literasi keuangan syariah, pemahaman masyarakat terhadap kontrak, dan risiko pembiayaan. Selain itu, faktor-faktor promosi, pengetahuan tentang produk, dan kondisi ekonomi juga memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan produk cicil emas (Bengi et al., 2025).

Fenomena ini menyoroti pentingnya strategi pengelolaan yang optimal untuk membangun produk cicilan emas di bank muamalat Indonesia. Strategi ini mencakup integrasi kepatuhan dalam prinsip-prinsip syariah, inovasi produk, digitalisasi layanan, serta peningkatan literasi keuangan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan produk cicil emas bank muamalat dari perspektif perbankan syariah, dengan harapan dapat berkontribusi pada pengembangan produk keuangan syariah yang lebih inovatif dan berkelanjutan.

LANDASAN TEORI

1. Perbankan syariah

Perbankan syariah adalah sistem perbankan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, dengan menghindari unsur-unsur riba, gharar, dan maisir. Sistem ini mengutamakan nilai-nilai keadilan, transparansi, dan berkah dalam setiap kegiatan keuangan. Dalam praktiknya, perbankan syariah tidak hanya bertindak sebagai perantara keuangan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk mewujudkan perekonomian yang selaras dengan syariat Islam (A'yun & Aliyah, 2025). Selain itu, sistem perbankan syariah

menitikberatkan pada prinsip keadilan, keterbukaan, serta pembagian resiko dan keuangan secara adil di antara semua pihak yang terlibat dalam suatu transaksi (Rahayuningsih et al., 2024).

2. **Pembiayaan Syariah**

Pembiayaan syariah melibatkan penyediaan dana melalui perjanjian yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti murabahah dan rahn. Sistem ini menghindari penggunaan bunga, melainkan menerapkan margin atau skema bagi hasil yang telah disepakati sejak awal. Produk-produk pembiayaan syariah dirancang untuk memastikan transaksi yang adil, transparan, dan bebas dari riba (Bengi dkk., 2025).

3. **Akad Murabahah**

Akad murabahah adalah perjanjian jual beli yang menetapkan harga pokok dan margin keuntungan yang disepakati bersama oleh penjual dan pembeli. Dalam skema pembiayaan cicilan emas, kontrak murabahah diterapkan ketika bank terlebih dahulu membeli emas dan kemudian menjualnya kepada nasabah melalui sistem cicilan berdasarkan harga yang telah ditentukan sebelumnya (Nurjanah dkk., 2024). Kontrak ini menjamin kepastian harga dan mencegah adanya ketidakpastian (gharar) dalam proses transaksi.

4. **Akad Rahn (Gadai Syariah)**

Rahn adalah perjanjian jaminan di mana barang digunakan sebagai jaminan atas suatu utang. Dalam skema pembiayaan cicilan emas, emas yang dibeli biasanya digunakan sebagai jaminan hingga seluruh pembayaran dilunasi. Penerapan rahn dalam pembiayaan cicilan emas bertujuan untuk meminimalkan risiko pembiayaan sekaligus tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Damayanti dkk., 2025).

5. **Produk Cicilan Emas**

Produk cicilan emas hadir sebagai inovasi pembiayaan syariah yang memudahkan masyarakat untuk memiliki emas melalui mekanisme angsuran. Produk tersebut menggabungkan akad murabahah dan rahn, sehingga seluruh transaksi tetap selaras dengan prinsip syariah serta terbebas dari unsur riba (Pradana, 2025).

Di samping itu, cicilan emas juga dipandang sebagai instrumen investasi yang relatif aman dan stabil untuk jangka panjang.

6. **Strategi Pengelolaan Produk (7P Marketing)**

Strategi dalam mengelola produk perbankan syariah dapat dianalisis menggunakan bauran pemasaran 7P, yang mencakup produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, proses, dan bukti fisik. Strategi-strategi ini sangat penting untuk meningkatkan daya tarik produk cicilan emas dan memperkuat kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan syariah.

7. **Digitalisasi Perbankan Syariah**

Digitalisasi memainkan peran penting dalam memperluas akses terhadap layanan perbankan syariah. Pemanfaatan teknologi digital membuat proses pembiayaan menjadi lebih cepat, efisien, dan transparan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan nasabah (A'yun & Aliyah, 2025).

8. **Literasi Keuangan Syariah**

Digitalisasi memainkan peran penting dalam memperluas akses terhadap layanan perbankan syariah. Pemanfaatan teknologi digital membuat proses pembiayaan menjadi lebih cepat, efisien, dan transparan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan nasabah

(A'yun & Aliyah, 2025).

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dengan metode penelitian kualitatif, peneliti dapat mempelajari keadaan suatu objek secara alamiah dengan partisipasi peneliti sebagai alat utamanya mengenai strategi pengelolaan produk cicil emas di bank muamalat Indonesia. (Sugiyono, 2017). Pendekatan ini dipilih karena mampu mengembangkan fenomena tersebut secara komprehensif sesuai dengan kondisi actual di lapangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen perbankan resmi, laporan keuangan, serta literatur akademis, termasuk jurnal dan buku yang berkaitan dengan topik penelitian.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang mencakup tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan. Validitas data dijamin melalui penerapan Teknik triangulasi sumber dan metode.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk cicil emas yang ditawarkan oleh bank muamalat Indonesia merupakan inovasi pembiayaan syariah yang didasarkan pada kontrak murabahah dan rahn. Dalam skema ini, bank terlebih dahulu membeli emas tersebut, kemudian menjualnya kepada nasabah melalui pembayaran cicilan. Penelitian menunjukkan bahwa mekanisme ini sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, karena memenuhi unsur-unsur dan syarat-syarat transaksi jual beli sekaligus menghindari unsur riba, gharar, dan maisir. Selain itu, produk ini menyediakan Solusi investasi yang aman bagi masyarakat umum.

Dari sudut pandang kontrak syariah, pelaksanaan skema cicil emas dilakukan melalui kontrak murabahah yang sesuai dengan ketentuan DSN-MUI. Penelitian menunjukkan bahwa kontrak murabahah untuk produk cicil emas ini dianggap sah dan diperbolehkan, karena tidak mengandung unsur-unsur yang merugikan salah satu pihak menjamin kepastian harga sejak awal transaksi. Dalam hal penetapan harga, penetapan margin yang transparan dan kompetitif memegang peranan penting dalam membangun kepercayaan pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa kejelasan margin serta kesesuaiannya dengan kemampuan finansial pelanggan sangat memengaruhi Keputusan mereka untuk menggunakan produk cicil emas di bank syariah.

Dari sudut pandang pemasaran, pemanfaatan teknologi digital seperti perbankan seluler telah menjadi strategi utama untuk meningkatkan akses terhadap produk pembiayaan emas dengan sistem cicilan. Digitalisasi, yang didukung oleh pengawas seperti OJK dan bank Indonesia, dapat memperluas inklusi keuangan serta memperluas jangkauan layanan perbankan syariah. Dari segi proses, program cicil emas dilaksanakan secara terstruktur, mencakup tahap-tahap pengajuan, verifikasi, penandatanganan kontrak, dan pencairan dana. Penelitian menunjukkan bahwa proses yang transparan dan efisien meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap bank syariah.

Dari sudut pandang akuntansi syariah, pengelolaan pembiayaan cicil emas harus mematuhi standar PSAK102/402 mengenai murabahah. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Sebagian besar aspek pengakuan dan penyajian sudah sesuai dengan standar tersebut, meskipun masih diperlukan penyesuaian pada beberapa praktik tertentu. Keberlanjutan juga merupakan unsur penting dalam pengelolaan produk pembiayaan syariah. Penelitian menunjukkan bahwa

penyampaian laporan keberlanjutan, terutama dalam dimensi ekonomi, memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja keuangan sektor perbankan. Kecepatan dan kemudahan proses juga menunjukkan kualitas perusahaan jasa, serta memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan nasabah memilih bank (Suryani, 2017).

Meskipun demikian, pengelolaan produk cicil emas masih mengalami sejumlah tantangan, seperti rendahnya literasi keuangan syariah, pemahaman masyarakat terhadap kontrak, dan resiko pembiayaan. Penelitian menunjukkan bahwa hambatan-hambatan ini dapat diatasi melalui Pendidikan, digitalisasi pelayanan, dan inovasi produk yang berkelanjutan. Oleh karena itu, strategi bank muamalat Indonesia dalam mengelola produk cicil emasnya harus mengintegrasikan pendekatan pemasaran, kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, digitalisasi layanan, serta penguatan regulasi dan edukasi masyarakat. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan mendorong pertumbuhan industri perbankan syariah Indonesia. Bank yang menyediakan ruang tunggu yang nyaman, pegawai yang profesional, dan peralatan kantor yang modern dan lengkap dapat lebih meyakinkan nasabah (Suryani, 2017).

KESIMPULAN

Pengelolaan produk cicil emas di bank muamalat Indonesia telah menerapkan strategi yang selaras dengan prinsip perbankan syariah, terutama lewat penerapan akad murabahah dan rahn yang terbebas dari unsur riba, gharar, serta maisir. Produk tersebut tidak hanya mempermudah akses kepemilikan emas bagi masyarakat, tetapi juga menawarkan pilihan investasi syariah yang relatif stabil. Penerapan strategi bauran pemasaran 7P terbukti berhasil meningkatkan daya Tarik produk, didukung oleh transparansi harga, kemudahan proses, dan pemanfaatan teknologi digital. Digitalisasi layanan serta efisiensi proses pembiayaan merupakan factor kunci dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap produk cicil emas.

Meskipun demikian, pengelolaan produk ini masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya literasi keuangan syariah, pemahaman masyarakat terhadap penjaminan, serta resiko pembiayaan. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan berupa edukasi masyarakat, inovasi produk, serta penguatan regulasi dan pengawasan, terhadap produk cicil emas dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan industri perbankan syariah di Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- A'yun, Q., & Aliyah, S. (2025). Perkembangan dan Penerapan Prinsip Dasar Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 8(1), 45–58.
- Bengi, E. S., Balkis, Y. S., Dewi, R., Ananda, G. ., & Kamal, H. (2025). Prosedur Pembiayaan Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI) : Kajian Mekanisme dan Implementasinya. *Equivalent : Journal of Economic, Accounting and Management*, 3(2), 624-641.
- Bengi, E. S., Balkis, Y. S., Dewi, R., Ananda, G. ., & Kamal, H. (2025). Prosedur Pembiayaan Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI) : Kajian Mekanisme dan Implementasinya. *Equivalent : Journal of Economic, Accounting and Management*, 3(2), 624-641.
- Bengi, E. S., Balkis, Y. S., Dewi, R., Ananda, G., & Kamal, H. (2025). Prosedur Pembiayaan Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI): Kajian Mekanisme dan Implementasinya. *Equivalent: Journal of Economic, Accounting and Management*, 3(2), 624–641.

- Damayanti, R., Pratiwi, D., & Susanto, A. (2025). Penerapan Akad Rahn dalam Pembiayaan di Perbankan Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 12(1), 112–125.
- Hidayatullah, M. F., Indahwati, A., Setianingrum, N., & Ahmadio. (2024). Strategi Pemasaran Produk Mitraguna di Bank Syariah Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2836-2842.
- Hidayatullah, M. F., Indahwati, A., Setianingrum, N., & Ahmadio. (2024). Strategi Pemasaran Produk Mitraguna di Bank Syariah Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2836-2842.
- Kharisma, A. S., & Indarta, A. (2025). Analisis Implementasi Produk Cicil Emas (Cilem): Tinjauan Investasi Syariah Di Bank Syariah Indonesia KCP Karanganyar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(02).
- Kharisma, A. S., & Indarta, A. (2025). Analisis Implementasi Produk Cicil Emas (Cilem): Tinjauan Investasi Syariah Di Bank Syariah Indonesia KCP Karanganyar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(02).
- Kharisma, A. S., & Indarta, A. (2025). Analisis Implementasi Produk Cicil Emas (Cilem): Tinjauan Investasi Syariah Di Bank Syariah Indonesia KCP Karanganyar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(02).
- Nurjanah, S., Hidayat, R., & Wibowo, B. (2024). Analisis Penerapan Akad Murabahah pada Produk Pembiayaan Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 34–47.
- Pradana, A. (2025). Inovasi Produk Keuangan Syariah: Studi Kasus Produk Cicilan Emas. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Syariah*, 7(2), 89–102.
- Pratiwi, A., Laila, K. Z., & Anondo, D. (2022). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Di Indonesia. *Asersi: Jurnal Akuntansi Terapan dan Bisnis*, 2(1), 60-71.
- Pratiwi, A., Laila, K. Z., & Anondo, D. (2022). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Di Indonesia. *Asersi: Jurnal Akuntansi Terapan dan Bisnis*, 2(1), 60-71.
- Rahayuningsih, S., Al Khildina, I. W., Rusmiyanti, A. I., & Suprianik, S. (2024). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERKARIR MAHASISWA DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 2795-2803.
- Yulianti, D. I., Rosipudin, M. D., & Astuti, R. P. (2025). Analisis Kebijakan dan Regulasi Perencanaan Keuangan Syariah di Indonesia: Tinjauan Hukum Tiga Lembaga Pengawasan. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 20-25.