

Optimalisasi Brosur Gadai Emas Menggunakan Sistem Informasi Harga Real-Time Di BSI KCP Surabaya Manukan

Jeisica^{1*}, Cholid Fadil²

^{1,2} Ekonomi Pembangunan, FEB, UPN "VETERAN" Jawa Timur

22011010116@student.upnjatim.ac.id^{1*}

Abstract

A significant problem at Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Surabaya Manukan is the inaccuracy of gold price information on printed brochures for Islamic gold pawning financing, caused by rapid fluctuations in gold prices. The price information on printed brochures often becomes outdated quickly, leading to confusion, reduced trust, and potential losses for both customers and the bank. This study aims to analyze this issue using a SWOT approach and propose an innovative solution. The methods include primary data collection and direct observation of the existing gold pawn financing brochures. Additionally, a SWOT analysis was conducted on digital promotion models applied by other Islamic financial institutions as a reference for developing innovative solutions. The analysis results indicate the need to update the delivery of gold price information to be more accurate and efficient. The proposed solution is to add a QR code feature on the brochure, directly linked to a real-time gold price information system. This innovation is expected to enhance transparency, Islamic financial literacy, and public trust in Islamic gold pawnshop products. Furthermore, it can serve as a benchmark for other Islamic financial institutions in developing promotional media that are adaptive, responsive, and informative according to market needs.

Keywords: Bank Syariah Indonesia, Islamic Gold Pawn, QR Code

Abstrak

Ketidakakuratan informasi harga emas pada brosur pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Surabaya Manukan menjadi permasalahan utama akibat fluktuasi harga emas yang sangat cepat. Informasi harga pada brosur cetak sering kali tidak relevan dalam waktu singkat, sehingga menimbulkan kebingungan, menurunkan kepercayaan, dan merugikan nasabah maupun bank syariah. Penelitian ini bertujuan menganalisis permasalahan tersebut melalui pendekatan SWOT dan mengusulkan solusi inovatif. Metode yang digunakan meliputi pengumpulan data primer serta observasi langsung terhadap brosur gadai emas yang beredar. Selain itu, dilakukan analisis SWOT terhadap model promosi digital yang diterapkan di beberapa lembaga keuangan syariah lain sebagai referensi pengembangan solusi. Hasil analisis menunjukkan perlunya pembaruan dalam penyampaian informasi harga emas agar lebih akurat dan efisien. Solusi yang diusulkan adalah penambahan fitur QR code pada brosur, terhubung langsung ke sistem informasi harga emas secara real-time. Inovasi ini diharapkan meningkatkan transparansi, literasi keuangan syariah, dan kepercayaan masyarakat terhadap produk gadai emas. Selain itu, inovasi ini dapat menjadi acuan bagi lembaga keuangan syariah lain dalam mengembangkan media promosi yang adaptif, responsif, dan informatif sesuai kebutuhan pasar.

Kata Kunci: Bank Syariah Indonesia, Gadai Emas Syariah, QR Code

1. PENDAHULUAN

Permasalahan utama dalam pengembangan layanan keuangan syariah di Indonesia adalah rendahnya tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk gadai emas syariah (rahn). Produk ini sebenarnya telah memenuhi prinsip syariah sebagaimana diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002, yang menerangkan bahwa rahn

adalah menahan barang sebagai jaminan atas utang yang dapat digunakan sebagai pelunasan ketika peminjam tidak mampu melunasi kewajibannya. Namun, literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia masih berada pada tingkat yang rendah. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (2024), indeks literasi keuangan syariah tahun 2023 hanya mencapai 39,11% (OJK, 2023), jauh tertinggal dibandingkan indeks literasi keuangan secara umum. Kondisi ini berdampak pada rendahnya inklusi keuangan syariah yang hanya mencapai 12,12% pada tahun 2022. POJK Nomor 3 Tahun 2023 menegaskan pentingnya peningkatan literasi keuangan sebagai upaya untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku dalam pengambilan keputusan keuangan

Kurangnya pemahaman masyarakat tentang keuangan syariah, khususnya produk rahn, diperparah oleh minimnya sosialisasi dan edukasi yang maksimal dari lembaga keuangan syariah. Banyak masyarakat belum memahami manfaat dan mekanisme produk rahn, bahkan menganggapnya serupa dengan gadai konvensional (Hilma Fanniar Rohman, 2025). Padahal, terdapat perbedaan mendasar antara rahn syariah dan gadai konvensional, terutama pada aspek akad, pembebanan biaya, dan prinsip keadilan. Pada rahn syariah, biaya yang dikenakan hanya sebatas biaya pemeliharaan barang jaminan tanpa unsur riba, sedangkan pada gadai konvensional seringkali terdapat unsur bunga yang tidak sesuai syariah. Konsep rahn sejatinya menegakkan nilai keadilan dan transparansi, namun pemahaman ini belum sepenuhnya tersampaikan kepada masyarakat.

Upaya peningkatan literasi keuangan syariah membutuhkan keterlibatan aktif dari berbagai pihak, termasuk pendidik dan tokoh agama sebagai agen edukasi. Namun, mereka juga menghadapi tantangan berupa keterbatasan akses informasi yang aktual dan kurangnya media edukasi yang interaktif dan relevan dengan kebutuhan zaman (Lundeto, 2023). Oleh sebab itu, diperlukan inovasi dalam penyampaian informasi, baik melalui pelatihan khusus maupun pengembangan media edukasi digital yang mudah diakses.

Salah satu permasalahan nyata yang dihadapi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Surabaya Manukan, sebagai mitra pengabdian masyarakat ini, adalah ketidakakuratan informasi harga emas pada brosur pembiayaan gadai emas syariah akibat fluktuasi harga emas yang sangat dinamis. Informasi harga pada brosur cetak sering kali menjadi tidak relevan dalam waktu singkat, sehingga berpotensi menimbulkan kebingungan, menurunkan kepercayaan, dan bahkan merugikan nasabah maupun bank syariah.

Permasalahan ini juga diidentifikasi dalam berbagai literatur. Sahriana & Rokan (2023) merekomendasikan penambahan fitur QR Code pada brosur pembiayaan gadai emas sebagai solusi atas kelemahan brosur cetak yang statis dan cepat usang. QR Code tersebut memungkinkan nasabah memperoleh informasi harga emas terkini secara mandiri melalui smartphone, sehingga meningkatkan transparansi, kemudahan akses informasi, dan kepercayaan terhadap produk pembiayaan syariah. Optimalisasi brosur melalui integrasi teknologi digital sangat penting untuk menjawab perubahan perilaku konsumen yang kini menginginkan layanan cepat, aman, dan mudah diakses kapan saja.

Afifah & Mashudi (2022) menegaskan bahwa digital marketing lebih prospektif dalam menjangkau calon konsumen produk keuangan syariah karena mampu menembus batas geografis dan memberikan kemudahan akses informasi. Selain itu, Aljuned & Tambunan (2024) menemukan bahwa strategi pemasaran digital mampu memperluas jangkauan informasi, meningkatkan kepuasan nasabah, dan memperkuat daya saing produk gadai emas syariah di tengah persaingan industri keuangan yang semakin ketat.

Penelitian internasional mendukung bahwa interaksi eksternal seperti kebijakan, promosi, dan edukasi juga memberikan pengaruh kuat terhadap keputusan individu menggunakan pembayaran QR. Implikasi ini menguatkan bahwa sekadar menambahkan QR code pada brosur tidak cukup (Tu et al., 2022)

Berdasarkan permasalahan dan temuan literatur tersebut, solusi yang diusulkan dalam pengabdian masyarakat ini adalah optimalisasi brosur pembiayaan gadai emas syariah melalui penambahan fitur QR code yang terhubung ke sistem informasi harga emas real-time. Dengan demikian, nasabah dapat memperoleh informasi harga emas terkini dengan mudah dan akurat tanpa harus menunggu pencetakan ulang brosur. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangan syariah, transparansi, dan kepercayaan masyarakat terhadap produk gadai emas syariah. Selain itu, inovasi ini juga dapat menjadi acuan bagi lembaga keuangan syariah lain dalam mengembangkan media promosi yang adaptif dan informatif, sejalan dengan roadmap OJK 2023-2027 untuk peningkatan literasi dan inklusi keuangan syariah di Indonesia.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan pendekatan analisis dan konsultasi bersama mitra, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Surabaya Manukan. Kegiatan ini dilaksanakan secara mandiri selama periode Februari hingga Juni 2025, dengan fokus utama pada upaya memberikan solusi atas permasalahan internal yang dialami mitra terkait efektivitas brosur pembiayaan gadai emas syariah. Berikut tahapan metode pelaksanaan yang diterapkan :

- Identifikasi Masalah

Tahap awal dalam proses ini dilakukan melalui serangkaian diskusi mendalam dan wawancara informal bersama pihak dari BSI KCP Surabaya Manukan. Dalam pertemuan tersebut, terungkap masalah utama yang menjadi kendala dalam operasional mereka, yaitu terkait dengan brosur pembiayaan gadai emas. Brosur ini sering kali harus dicetak ulang setiap kali terjadi perubahan harga emas, yang memang sangat fluktuatif dan dapat berubah setiap hari. Kondisi ini menimbulkan berbagai dampak negatif, seperti ketidakefisienan dalam penggunaan waktu dan biaya karena proses pencetakan ulang yang berulang-ulang. Selain itu, ada risiko besar terkait keakuratan informasi yang disampaikan kepada nasabah, karena brosur yang beredar bisa saja sudah tidak sesuai dengan harga emas terbaru, sehingga bisa menimbulkan kebingungan atau ketidakpercayaan dari pihak nasabah terhadap produk yang ditawarkan.

- Pengumpulan dan Evaluasi Dokumen

Setelah mengidentifikasi masalah utama, langkah berikutnya adalah melakukan pengumpulan dokumen berupa brosur-brosur pembiayaan gadai emas yang pernah digunakan oleh BSI KCP Surabaya Manukan. Dokumen-dokumen ini kemudian dianalisis secara menyeluruh menggunakan metode analisis SWOT, yang bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan konten, desain visual, serta sistem penyajian informasi harga emas pada brosur tersebut. Evaluasi ini sangat penting untuk memahami aspek mana saja yang sudah efektif dan mana yang masih perlu diperbaiki, khususnya dalam hal kemudahan melakukan pembaruan informasi harga emas dan efektivitas brosur sebagai media komunikasi yang mampu menarik minat dan memberikan informasi yang jelas kepada calon nasabah.

- **Perancangan Solusi**

Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan, tim pengembang bersama mitra kerja merancang sebuah solusi inovatif yang bertujuan untuk mengatasi permasalahan utama tersebut. Solusi yang diusulkan adalah dengan menambahkan fitur QR code pada desain brosur pembiayaan gadai emas. QR code ini dirancang sedemikian rupa agar dapat menghubungkan pengguna langsung ke sebuah sistem informasi harga emas secara real-time yang dikelola oleh BSI. Dengan adanya fitur ini, proses pembaruan harga emas tidak lagi memerlukan pencetakan ulang brosur secara fisik. Cukup dengan mengupdate data pada sistem digital yang terintegrasi dengan QR code tersebut, maka setiap pengguna yang memindai QR code akan mendapatkan informasi harga emas terbaru secara langsung dan akurat. Dengan demikian, solusi ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya cetak ulang, serta memberikan kenyamanan dan kepercayaan lebih bagi nasabah dalam mengakses informasi produk gadai emas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

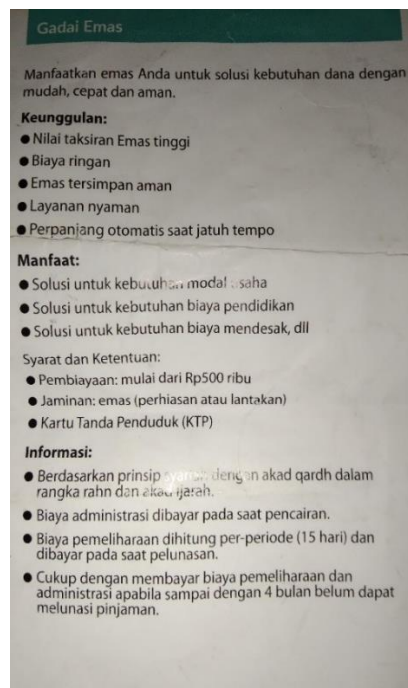
3.1 HASIL

3.1.1 DESKRIPSI BROSUR GADAI EMAS SYARIAH

Brosur pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Surabaya Manukan didesain dengan tampilan yang informatif dan menarik. Brosur gadai emas ini menggunakan kombinasi warna hijau dan emas, yang secara psikologis menciptakan persepsi stabilitas (hijau) dan kemewahan (emas), sesuai dengan positioning produk gadai emas.



Gambar 1. Tampilan Depan Brosur



Gambar 2. Tampilan Belakang Brosur

Pada bagian belakang brosur (Gambar 2), disajikan informasi utama secara ringkas mengenai keunggulan produk gadai emas syariah, seperti nilai taksiran, biaya pemeliharaan yang ringan, perpanjangan otomatis saat jatuh tempo serta jaminan keamanan barang. Brosur juga mencantumkan persyaratan pengajuan, yaitu membawa emas dan identitas diri (KTP), sehingga memudahkan calon konsumen memahami langkah-langkah yang harus dilakukan. Selain itu, terdapat penjelasan mengenai manfaat gadai emas syariah sebagai solusi kebutuhan modal usaha, biaya pendidikan, hingga dana mendesak. Informasi terkait akad yang digunakan, yaitu akad qardh dengan prinsip rahn, juga disampaikan untuk memberikan kepastian bahwa produk ini sesuai dengan prinsip syariah.

Berat LM	Harga Beli Emas	Uang Muka 5% & special adm 0,25%	Pembayaran	12	24	36	48	60
5	9.268.113	485.417	8.804.707	773.050	405.277	283.071	222.255	185.993
10	18.481.088	967.947	17.557.044	1.541.901	808.144	564.458	443.187	370.879
25	46.076.905	2.413.278	43.773.060	3.843.260	2.014.857	1.407.301	1.104.950	924.673
50	92.074.613	4.822.408	87.470.882	7.679.913	4.026.252	2.812.184	2.208.000	1.847.756

Update 21 Mei 2025
 Syarat pengajuan, cukup :
 1. KTP
 2. NPWP (utk nominal pembiayaan diatas 50 juta)

Gambar 3. Tampilan Brosur Simulasi Emas

Brosur yang ditampilkan pada Gambar 3 merupakan simulasi investasi emas yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI). Secara visual, brosur ini

mengusung desain yang profesional dan informatif dengan penggunaan warna-warna yang elegan dan konsisten, sehingga memberikan kesan kredibilitas dan kepercayaan. Pada brosur tersebut, terdapat logo-logo resmi dari BSI, BYOND, dan Antam yang menunjukkan adanya kolaborasi strategis antara ketiga pihak dalam menghadirkan produk investasi emas yang terpercaya dan sesuai dengan prinsip syariah. Tujuan utama dari brosur ini adalah memberikan edukasi yang komprehensif sekaligus simulasi yang mudah dipahami mengenai kemudahan berinvestasi emas melalui lembaga perbankan syariah, sehingga masyarakat dapat memperoleh gambaran jelas tentang keuntungan dan mekanisme investasi tersebut.

Di bagian utama brosur, terdapat sebuah tabel simulasi yang sangat informatif yang memuat berbagai komponen penting, seperti harga beli emas, premi pembiayaan, dan besaran angsuran bulanan. Tabel ini dirancang untuk berbagai pilihan berat emas mulai dari 5 gram hingga 100 gram, memberikan fleksibilitas kepada calon investor dalam menentukan jumlah investasi yang sesuai dengan kemampuan finansial mereka. Selain itu, tabel ini juga menampilkan opsi tenor angsuran yang beragam, yakni selama 12, 24, 36, 48, hingga 60 bulan, sehingga nasabah dapat memilih skema pembayaran yang paling nyaman dan sesuai dengan rencana keuangan mereka. Keberadaan tabel simulasi ini sangat membantu calon investor untuk memperkirakan biaya dan keuntungan investasi secara transparan dan terperinci.

Selain informasi mengenai simulasi pembiayaan, brosur juga mencantumkan harga buyback emas Antam sebagai referensi nilai jual kembali emas yang dimiliki nasabah. Informasi ini sangat penting karena memberikan gambaran potensi keuntungan di masa depan, sehingga nasabah bisa menilai secara realistis nilai investasi mereka dari waktu ke waktu. Dengan adanya data harga buyback yang jelas, brosur ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai media edukasi yang memberikan pemahaman mendalam tentang dinamika harga emas di pasar.

Pada bagian lain, brosur juga menampilkan persyaratan pengajuan pembiayaan yang sangat sederhana dan mudah dipenuhi oleh calon nasabah. Persyaratan tersebut hanya mencakup dokumen identitas seperti KTP dan NPWP, dengan ketentuan NPWP diperlukan khusus untuk pembiayaan dengan nilai di atas 50 juta rupiah. Penyederhanaan persyaratan ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses produk investasi emas tanpa harus menghadapi prosedur yang rumit atau berbelit-belit. Hal ini sekaligus menunjukkan komitmen BSI dalam memberikan layanan yang cepat, transparan, dan inklusif bagi seluruh lapisan masyarakat.

3.1.2 ANALISIS SWOT BROSUR GADAI EMAS SYARIAH

Analisis SWOT terhadap brosur pembiayaan gadai emas syariah di BSI KCP Surabaya dilakukan secara terstruktur untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi. Hasil analisis disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Analisis SWOT Brosur Pembiayaan Gadai Emas Syariah

ASPEK	TEMUAN ANALISIS
Strength (Kekuatan)	Salah satu kekuatan utama Bank Syariah Indonesia (BSI) terletak pada desain visualnya yang menarik dan konsisten menggunakan warna hijau dan emas, yang secara kuat mencerminkan identitas syariah. Penyajian informasi produk dilakukan dengan cara yang jelas dan mudah dipahami melalui penggunaan bahasa sederhana, sehingga memudahkan nasabah dari berbagai latar belakang untuk mengerti manfaat dan fitur produk tanpa mengalami kebingungan. Selain itu, penempatan logo BSI yang sarat makna dan filosofi syariah turut memperkuat kepercayaan nasabah.
Weakness (Kelemahan)	Ketergantungan pada informasi harga emas yang bersifat statis menjadi kendala signifikan karena harga emas dapat berubah setiap hari. Brosur cetak yang memuat harga tersebut cepat menjadi usang dan memerlukan pencetakan ulang secara berkala, yang tidak hanya menimbulkan biaya tambahan tetapi juga berpotensi menyebarkan informasi yang tidak akurat jika nasabah masih menggunakan brosur lama. Kondisi ini meningkatkan risiko kebingungan di kalangan nasabah akibat perbedaan harga aktual dengan informasi yang mereka terima.
Opportunity (Peluang)	Tren penggunaan smartphone di Indonesia, dimana 73% masyarakat Surabaya sudah terbiasa memindai QR Code untuk transaksi sehari-hari. Hal ini menunjukkan adopsi teknologi digital yang semakin meluas dan menjadi bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat Kondisi ini membuka potensi besar bagi pengembangan media edukasi keuangan syariah melalui kanal digital. Dengan semakin banyaknya pengguna smartphone dan kemudahan akses internet, distribusi informasi dan produk keuangan syariah dapat dilakukan secara efektif dan efisien, menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas, terutama generasi milenial dan pengguna aktif digita Selain itu, minat masyarakat Indonesia terhadap investasi emas dan produk keuangan syariah juga mengalami peningkatan. Kesadaran akan pentingnya produk halal dan syariah meningkat pasca pandemi, seiring dengan pertumbuhan ekonomi digital dan digital banking yang semakin masif. Investasi emas sebagai instrumen syariah menjadi pilihan menarik karena dianggap aman dan sesuai prinsip syariah, sehingga peluang distribusi produk ini melalui platform digital sangat menjanjikan
Threat (Ancaman)	Persaingan antara Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan bank konvensional yang telah mengadopsi platform digital dengan fitur update harga emas secara real-time menjadi tantangan signifikan,

karena nasabah berpotensi beralih jika merasa informasi harga dari BSI kurang akurat atau terlambat. Kondisi ini diperparah oleh fluktuasi harga emas yang tinggi, yang membuat data harga cepat usang dan berisiko menimbulkan kebingungan bagi nasabah.

Selain itu, persaingan juga datang dari produk gadai emas konvensional yang sudah lebih dulu dikenal dan mungkin menawarkan kemudahan serta kecepatan transaksi yang kompetitif. Oleh karena itu, BSI perlu terus mengembangkan inovasi digital dan meningkatkan kecepatan serta akurasi informasi harga emas untuk mempertahankan daya saing di pasar keuangan syariah dan investasi emas.

3.1.3 IDENTIFIKASI MASALAH DAN VALIDASI SOLUSI

Tahap identifikasi masalah dilakukan melalui serangkaian diskusi mendalam dan wawancara informal bersama pihak dari BSI KCP Surabaya Manukan. Dalam pertemuan tersebut, terungkap masalah utama yang menjadi kendala dalam operasional mereka, yaitu terkait dengan brosur pembiayaan gadai emas yang sering kali harus dicetak ulang setiap kali terjadi perubahan harga emas

Validasi solusi dilakukan melalui diskusi dan konsultasi bersama pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Surabaya Manukan. Hasil diskusi menunjukkan bahwa pihak BSI menyambut baik ide penambahan QR Code pada brosur sebagai inovasi untuk menyampaikan informasi harga emas secara real-time

Tabel 2. Perbandingan Kondisi Sebelum dan Sesudah menggunakan QR Code

ASPEK	SEBELUM QR CODE	SESUDAH QR CODE
Akurasi harga	Tidak real-time	Real time, selalu terkini
Waktu update	1 -2 hari untuk cetak ulang	Instant update online
Beban kerja staff	Tinggi (koordinasi cetak)	Rendah (otomatis)

Sumber: Data Estimasi

3.2 Pembahasan

3.2.1 Analisis Kelayakan Solusi dengan Pendekatan TAM

Dalam konteks pengembangan teknologi dan penerimaan pengguna, model Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) menjadi kerangka teoretis yang relevan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi QR code pada brosur gadai emas syariah. TAM menekankan dua faktor

utama, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), yang berperan penting dalam membentuk sikap dan niat pengguna untuk menerima teknologi baru

Perceived Usefulness (Persepsi Kemanfaatan)

Penerapan fitur QR Code pada brosur gadai emas syariah dinilai mampu meningkatkan kemanfaatan informasi bagi nasabah. Melalui teknologi ini, informasi harga emas dapat diakses secara *real-time* tanpa harus menunggu pembaruan brosur cetak, sehingga meningkatkan efisiensi dan akurasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wahyu & Fitriyani (2021) yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan layanan perbankan berbasis QR Code.

Namun demikian, hasil yang berbeda dilaporkan oleh Rohmah et al. (2022) dalam *Airlangga International Journal of Islamic Economics and Finance*, yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan *fintech* syariah. Perbedaan ini dapat dipahami karena konteks penelitian Rohmah lebih berfokus pada aplikasi perbankan digital secara umum, sedangkan dalam studi ini, QR Code berfungsi langsung untuk memberikan informasi harga emas yang sangat fluktuatif dan sensitif terhadap waktu. Dengan demikian, persepsi manfaat dalam konteks penelitian ini menjadi lebih nyata dan relevan bagi pengguna.

Secara keseluruhan, hasil ini memperkuat asumsi dasar dalam model TAM bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan dari suatu teknologi, semakin tinggi pula kecenderungan pengguna untuk menerimanya. Dalam konteks perbankan syariah, kemanfaatan yang bersifat informatif dan transparan seperti pada QR Code juga dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap prinsip keadilan dan keterbukaan informasi.

Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

Selain kemanfaatan, kemudahan penggunaan menjadi faktor penting yang turut menentukan tingkat penerimaan teknologi baru. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat kini telah terbiasa menggunakan teknologi berbasis QR Code, baik melalui aplikasi pembayaran seperti QRIS, GoPay, maupun LinkAja Syariah. Kondisi ini memudahkan proses adopsi karena tidak memerlukan pelatihan atau keterampilan khusus.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Hesniati & Limgestu (2023) yang menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap keputusan individu dalam menggunakan teknologi perbankan digital. Studi mereka menegaskan bahwa semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin tinggi pula kemungkinan pengguna untuk mengadopsinya.

Namun, hasil berbeda ditemukan oleh Mawadah & Darwanto (2023) dalam jurnal *Ekuitas (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*. Mereka menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan tidak selalu berdampak signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi LinkAja Syariah. Menurut mereka, literasi digital dan

kepercayaan terhadap keamanan sistem menjadi faktor yang lebih dominan dibandingkan kemudahan teknis semata.

Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa konteks dan karakteristik pengguna sangat memengaruhi bagaimana kemudahan penggunaan diterima. Dalam konteks brosur gadai emas, kemudahan yang ditawarkan QR Code menjadi lebih terasa karena teknologi ini secara langsung memudahkan nasabah dalam memperoleh informasi harga terkini tanpa hambatan waktu dan tempat.

3.2.2 Integrasi TAM dengan Faktor Kepercayaan dalam Konteks Syariah

Selain kemanfaatan dan kemudahan, keberhasilan penerimaan teknologi dalam sistem keuangan syariah sangat bergantung pada tingkat kepercayaan (*trust*) dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah (*sharia compliance*). Dalam hal ini, kepercayaan bukan hanya terkait pada keandalan sistem teknologi, melainkan juga pada keyakinan bahwa layanan tersebut dijalankan sesuai dengan hukum Islam.

Penelitian Yunita (2021) dalam *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia* menegaskan bahwa kepatuhan syariah memiliki peran penting dalam memperkuat hubungan antara *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dengan kepuasan serta kepercayaan nasabah. Penelitian ini mengindikasikan bahwa pengguna akan lebih mudah menerima inovasi digital apabila mereka yakin bahwa sistem tersebut beroperasi sesuai dengan prinsip syariah.

3.2.3 Perbandingan dengan Penelitian Serupa

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan QR Code pada brosur gadai emas syariah sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang menyoroti faktor kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan sebagai determinan utama dalam penerimaan teknologi keuangan berbasis syariah.

Hasil pengabdian ini sejalan dengan penelitian Wahyu & Fitriyani (2021) yang menyebutkan bahwa persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan QR Code di layanan perbankan syariah. Kemudahan penggunaan yang ditawarkan membuat masyarakat semakin terbuka terhadap inovasi digital, terlebih di tengah meningkatnya penetrasi teknologi *smartphone*.

Berbeda dengan Rohmah et al. (2022) yang menjelaskan bahwa kemanfaatan tidak selalu menjadi faktor penentu dalam penggunaan *fintech* syariah. Dalam penelitian mereka, variabel kepercayaan dan risiko justru memiliki pengaruh lebih besar. Perbedaan ini menegaskan bahwa konteks teknologi dan jenis layanan yang ditawarkan sangat menentukan seberapa besar peran masing-masing faktor dalam model TAM.

Sementara itu, penelitian Mawadah & Darwanto (2023) dalam *Ekuitas (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* menemukan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) tidak selalu signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja Syariah. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden serta tingkat literasi digital yang bervariasi. Dalam penelitian ini, kemudahan penggunaan justru

menjadi faktor penting karena QR Code merupakan teknologi yang telah familiar digunakan oleh masyarakat dalam berbagai aktivitas transaksi sehari-hari.

Selain dua konstruk utama dalam TAM, penelitian ini juga menekankan pentingnya faktor kepercayaan dan kepatuhan syariah sebagai unsur pelengkap model. Hasil ini sejalan dengan temuan Yunita (2021) yang sama-sama menegaskan bahwa kepercayaan terhadap kepatuhan syariah berpengaruh kuat terhadap niat menggunakan layanan digital di perbankan syariah. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperluas model TAM menjadi *Extended TAM* dengan memasukkan dimensi nilai-nilai syariah sebagai pembeda utama antara layanan keuangan syariah dan konvensional.

Perbandingan keseluruhan menunjukkan bahwa inovasi QR Code pada brosur gadai emas syariah memiliki karakteristik yang unik dibanding penelitian sebelumnya, karena selain meningkatkan efisiensi dan transparansi informasi, inovasi ini juga memperkuat nilai-nilai syariah melalui penyediaan informasi harga yang jujur, akurat, dan mudah diakses. Oleh sebab itu, hasil penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi teori-teori terdahulu, tetapi juga memberikan kontribusi baru dalam penerapan model TAM di konteks perbankan syariah berbasis informasi produk fisik yang didigitalisasi.

3.2.3 Perspektif Maqashid Syariah dalam Digitalisasi Brosur

Integrasi perspektif syariah dalam digitalisasi brosur pembiayaan gadai emas merupakan langkah strategis yang tidak hanya meningkatkan efektivitas komunikasi produk, tetapi juga secara langsung mendukung prinsip maqashid syariah, khususnya dalam aspek keadilan (al-‘adl), transparansi (wāḍiḥ), dan kemaslahatan (maslahah). Digitalisasi layanan gadai emas, seperti yang diterapkan oleh berbagai lembaga keuangan syariah, menuntut penyediaan informasi yang mudah diakses dan edukatif agar masyarakat dapat memahami mekanisme pembiayaan secara mendalam dan akurat. Salah satu inovasi yang dapat diadopsi adalah pemanfaatan teknologi QR code pada brosur digital yang terhubung ke platform informasi harga emas real-time serta edukasi akad rahn dan qardh. Dengan demikian, brosur tidak hanya menjadi media promosi, tetapi juga sarana edukasi yang transparan dan interaktif, sesuai dengan prinsip syariah yang menekankan pinjam-meminjam tanpa imbalan dalam akad qardh serta penahanan emas sebagai jaminan pinjaman dalam akad rahn. Pendekatan ini sejalan dengan Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 yang melarang unsur riba, gharar, dan spekulasi dalam transaksi gadai emas, sekaligus mendukung digitalisasi yang mempermudah akses dan meningkatkan literasi keuangan syariah di masyarakat (Mubarak Mubarak et al., 2025). Melalui QR code, nasabah dapat mengakses penjelasan visual dan interaktif mengenai akad tersebut, termasuk simulasi perhitungan angsuran dan biaya penyimpanan, yang secara langsung menghilangkan ketidakpastian dan ketidakjelasan informasi (gharar), sehingga menegakkan prinsip keadilan dan transparansi dalam transaksi.

Selain itu, digitalisasi ini memfasilitasi kemaslahatan dengan memberikan kemudahan akses informasi dan layanan pembayaran digital, seperti transfer melalui ATM, mobile banking, dan e-wallet, yang mempercepat proses pelunasan atau

perpanjangan masa gadai tanpa harus datang langsung ke bank (Marlina et al., 2021). Pendekatan ini sejalan dengan *maqashid syariah* yang mengutamakan perlindungan harta (*hifz al-mal*) dan kemudahan bagi masyarakat dalam bertransaksi secara adil dan aman. Edukasi yang disampaikan melalui platform digital juga meningkatkan literasi keuangan syariah, membantu masyarakat memahami perbedaan mendasar antara produk syariah dan konvensional, serta manfaat sosial ekonomi dari gadai emas syariah, sehingga memperkuat kepercayaan dan minat masyarakat terhadap produk ini. Dengan demikian, integrasi digitalisasi brosur melalui QR code tidak hanya memenuhi tuntutan modernisasi dan efisiensi, tetapi juga menjadi wujud nyata penerapan prinsip *maqashid syariah* dalam pengembangan produk keuangan syariah yang adaptif dan inklusif di era digital.

3.2.4 Implikasi Hasil Pengabdian

Implikasi Teoritis

Secara teoretis, hasil penelitian ini memperkuat relevansi *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam menjelaskan penerimaan inovasi digital di sektor perbankan syariah. Namun, temuan ini juga menegaskan bahwa model TAM klasik perlu diperluas menjadi *Extended TAM* dengan memasukkan dimensi kepercayaan (*trust*) dan kepatuhan syariah (*sharia compliance*).

Faktor-faktor tersebut terbukti penting dalam konteks lembaga keuangan Islam, di mana penerimaan teknologi tidak hanya bergantung pada manfaat dan kemudahan, tetapi juga pada kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah. Integrasi konsep *maqāṣid syariah* dalam model penerimaan teknologi juga memberikan kontribusi baru terhadap literatur akademik, khususnya dalam menjelaskan hubungan antara inovasi digital dan nilai-nilai etika Islam. Dengan demikian, hasil ini memberikan dasar konseptual bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan model penerimaan teknologi yang lebih kontekstual dan relevan bagi lembaga keuangan berbasis nilai-nilai keislaman.

Implikasi Praktis

Dari sisi praktis, hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa penerapan QR Code pada brosur gadai emas syariah memiliki dampak positif terhadap efisiensi dan efektivitas operasional bank. Melalui digitalisasi brosur, BSI tidak lagi harus melakukan pencetakan ulang setiap kali terjadi perubahan harga emas. Pembaruan data dapat dilakukan secara otomatis dan *real-time* oleh tim IT pusat, sementara cabang dapat fokus pada peningkatan pelayanan terhadap nasabah. Inovasi ini juga meningkatkan pengalaman pengguna (*customer experience*), karena nasabah dapat memperoleh informasi harga emas terkini, simulasi pembiayaan, serta penjelasan akad rahn dan qardh hanya melalui pemindaian satu QR Code. Selain efisiensi, pendekatan ini juga mendukung misi inklusi keuangan syariah, sebab mempermudah akses informasi bagi masyarakat luas, termasuk generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital. Dengan demikian, QR Code tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai media edukatif yang memperkuat literasi keuangan syariah di masyarakat.

Implikasi Kebijakan

Hasil pengabdian ini memberikan rekomendasi kebijakan untuk memperkuat adopsi teknologi QR code di kalangan lembaga keuangan syariah serta memastikan kesesuaian sistem pembayaran digital dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Regulasi yang jelas dan pengawasan ketat dari lembaga terkait sangat diperlukan untuk memastikan implementasi teknologi tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah

Digitalisasi brosur melalui QR code tidak hanya memenuhi tuntutan modernisasi dan efisiensi, tetapi juga menjadi wujud nyata penerapan prinsip *maqashid* syariah dalam pengembangan produk keuangan syariah yang adaptif dan inklusif di era digital. Pendekatan ini sejalan dengan visi BSI untuk memperkuat penetrasi inklusi keuangan syariah melalui digitalisasi layanan perbankan yang efektif, efisien, dan dapat diadopsi oleh seluruh kalangan

4. SIMPULAN

Penerapan teknologi QR Code pada brosur gadai emas syariah merupakan langkah strategis yang mengintegrasikan inovasi digital dengan prinsip-prinsip *maqāṣid syariah*. Melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperluas dengan unsur kepercayaan dan kepatuhan syariah, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan digitalisasi layanan keuangan syariah tidak hanya ditentukan oleh kemanfaatan dan kemudahan teknologi, tetapi juga oleh kejelasan nilai-nilai Islam yang mendasarinya. Inovasi ini memperkuat transparansi, efisiensi, dan literasi keuangan masyarakat, sekaligus mendorong transformasi perbankan syariah menuju sistem yang lebih inklusif, modern, dan berorientasi pada kemaslahatan.

5. REKOMENDASI

Berdasarkan hasil kajian dan analisis kelayakan solusi digitalisasi brosur pembiayaan gadai emas syariah dengan penambahan QR Code, beberapa rekomendasi untuk pengembangan pengabdian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Langkah berikutnya adalah mengembangkan prototipe brosur digital dengan fitur QR Code yang terintegrasi dengan sistem informasi harga emas real-time. Prototipe ini perlu diuji coba secara terbatas pada cabang Bank Syariah Indonesia untuk mengumpulkan data empiris terkait respons nasabah dan efektivitas operasional. Uji coba ini juga akan membantu mengidentifikasi kendala teknis dan kebutuhan pelatihan staf.
2. Mengingat sebagian nasabah mungkin belum familiar dengan teknologi QR Code, perlu diselenggarakan program edukasi dan sosialisasi yang menggabungkan literasi digital dan pemahaman prinsip syariah terkait pembiayaan gadai emas. Edukasi ini penting untuk meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan layanan digital.
3. Pengembangan solusi digital harus didukung dengan regulasi dan fatwa yang jelas mengenai penggunaan teknologi dalam akad gadai emas syariah. Oleh karena itu, perlu menjalin komunikasi dan kolaborasi dengan otoritas pengawas dan Dewan Syariah Nasional untuk memastikan bahwa implementasi teknologi QR Code sesuai dengan prinsip *fiqh muamalah* dan *maqashid* syariah.

4. Digitalisasi brosur dan transaksi harus didukung oleh sistem keamanan yang kuat untuk melindungi data nasabah dan mencegah risiko penyalahgunaan informasi. Pengembangan sistem keamanan yang sesuai standar industri dan kepatuhan pada regulasi perlindungan data pribadi menjadi prioritas utama.
5. Selain informasi harga emas real-time, pengembangan fitur notifikasi jatuh tempo, simulasi pembiayaan, dan e-receipt berbasis QR Code dapat meningkatkan nilai tambah layanan. Fitur-fitur ini akan memperkuat transparansi, kemudahan akses, dan kepuasan nasabah

Hambatan dan Tantangan yang Mungkin Dihadapi :

- Salah satu tantangan utama adalah memastikan bahwa proses digitalisasi brosur dan transaksi tetap memenuhi syarat sah akad rahn menurut fiqh muamalah. Hal ini membutuhkan pengawasan syariah yang ketat dan kemungkinan revisi fatwa terkait akad digital.
- Keterbatasan infrastruktur teknologi di beberapa cabang atau wilayah dapat menghambat implementasi sistem real-time yang andal. Selain itu, kebutuhan investasi awal untuk pengembangan sistem dan pelatihan staf perlu diperhitungkan secara matang.
- Hambatan sosial berupa resistensi atau ketidakpahaman nasabah terhadap teknologi baru dapat mengurangi tingkat adopsi. Oleh karena itu, pendekatan edukasi dan sosialisasi yang efektif sangat diperlukan.
- Ancaman keamanan siber seperti peretasan, pencurian data, dan manipulasi informasi menjadi risiko yang harus diantisipasi dengan pengembangan sistem keamanan yang komprehensif.
- Belum adanya regulasi dan fatwa yang spesifik dan komprehensif untuk akad gadai emas digital dapat menjadi hambatan legal dan operasional dalam implementasi solusi ini.

Dengan mempertimbangkan rekomendasi dan tantangan tersebut, pengabdian selanjutnya dapat dirancang secara lebih komprehensif dan terintegrasi, sehingga solusi digitalisasi brosur pembiayaan gadai emas syariah dapat diimplementasikan secara efektif, efisien, dan sesuai dengan prinsip syariah.

6. REFERENSI

- Afifah, & Mashudi. (2022). Analisis strategi pemasaran digital produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Surabaya Diponegoro.
- Aljuned, R. A., & Tambunan, K. (2024). Strategi pemasaran produk digital gadai emas dalam meningkatkan nasabah pada BSI KCP Padang Bulan.
- Dewan Syariah Nasional-MUI. (2002). Fatwa No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn.
- Hesniati, H., & Limgestu, R. (2023). DETERMINANTS OF INTENTION TO USE ISLAMIC FINTECH DURING COVID-19 PANDEMIC. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 7(4), 587–604. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2023.v7.i4.5860>

- Hilma Fanniar Rohman. (2025, February 18). Tantangan bank syariah. NewsUAD. <https://news.uad.ac.id/tantangan-bank-syariah/>
- Lundeto, A. (2023). Empowering Islamic religious teachers: Professional development and challenges. *International Journal of Science and Society*, 5(1). <http://ijsoc.goacademica.com>
- Marlina, A., Hanifan, M. Z., Bimo, W. A., & Khaldun, I. (2021). Prosedur gadai emas di era digitalisasi dengan akad qardh pada PT. BPRS Amanah Ummah Kantor Pusat Leuwiliang.
- Mawadah, Z., & Darwanto, D. (2023). Determinants of Interest in the Use of Islamic Digital Wallets. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(1), 97. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v11i1.19028>
- Mubarak, M., Al-Gifari, M. G., Afsar, M. A., & Kurniati, K. (2025). Reformasi hukum gadai di era digital: Tantangan dan manfaatnya mengenai gadai syariah digital. *Jurnal Relasi Publik*, 3(2), 1–13. <https://doi.org/10.59581/jrp-widyakarya.v3i2.4776>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024.
- Rohmah, L., Ross Pratiwi, E., & Mumtahanah, N. L. (2022). THE ACCEPTANCE FACTORS FOR ISLAMIC BANKING FINTECH SERVICES: EXTENDED TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) APPROACH. In *Airlangga International Journal of Islamic Economics and Finance* (Vol. 5, Issue 02).
- Rohmah, L., Ross Pratiwi, E., & Mumtahanah, N. L. (2022). THE ACCEPTANCE FACTORS FOR ISLAMIC BANKING FINTECH SERVICES: EXTENDED TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) APPROACH. In *Airlangga International Journal of Islamic Economics and Finance* (Vol. 5, Issue 02).
- Sahriana, A., & Rokan, M. K. (2023). Optimalisasi media promosi digital pada perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi Islam Kontemporer*, 15(2), 45–60.
- Tu, M., Wu, L., Wan, H., Ding, Z., Guo, Z., & Chen, J. (2022). The Adoption of QR Code Mobile Payment Technology During COVID-19: A Social Learning Perspective. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.798199>
- Wahyu, M. Z. El, & Fitriyani, M. N. (2021). *PENERAPAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL(TAM) DALAM MENGANALISIS MINAT MAHASISWA MENGGUNAKAN METODE PEMBAYARANQUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD(QRIS)PADA BANK SYARIAH* (Vol. 3). <https://jurnalglobalmulia.or.id/index.php/alfatih>
- Yunita, P. (2021). THE DIGITAL BANKING PROFITABILITY CHALLENGES: ARE THEY DIFFERENT BETWEEN CONVENTIONAL AND ISLAMIC BANKS? *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 18(1), 55–74. <https://doi.org/10.21002/jaki.2021.04>