



# IMPLEMENTASI AKAD RAHN TASJILY DI PEGADAIAN SYARIAH: KEPATUHAN SYARIAH, MANAJEMEN RISIKO, DAN STRATEGI PENINGKATAN PEMASARAN (STUDI KASUS UPS MANGGIS GANTING, BUKITTINGGI)

Syarifah Zuhra<sup>1</sup> , Muhammad Wafiq<sup>2</sup> , Dwila Maresti<sup>3</sup>

---

\*Korespondensi :

Email :  
syarifahrara11@gmail.com

---

Afiliasi Penulis :

<sup>1</sup>Universitas Mohamad Natsir  
Bukittinggi

<sup>2</sup>Universitas Mohamad Natsir  
Bukittinggi

<sup>3</sup>Universitas Mohamad Natsir  
Bukittinggi

---

Riwayat Artikel :

Penyerahan : 19 Mei 2025

Revisi : 18 Juni 2025

Diterima : 29 Juni 2025

Diterbitkan : 30 Juni 2025

---

Kata Kunci :

Rahn Tasjily, Pegadaian Syariah, pemasaran syariah, manajemen risiko, akad syariah

Keyword :

*Rahn Tasjily, Islamic pawn, sharia marketing, risk management, Islamic contract*

*Abstrak*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan akad Rahn Tasjily di Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting, Bukittinggi, dengan fokus pada tiga aspek utama: kepatuhan syariah, efektivitas strategi pemasaran, dan manajemen risiko. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara prosedural, akad Rahn Tasjily telah sesuai dengan fatwa DSN-MUI, namun dalam pelaksanaannya masih ditemukan kendala, seperti keterlambatan pembayaran, kompleksitas dokumen, dan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk. Strategi pemasaran yang digunakan masih bersifat konvensional dan belum maksimal dalam menjangkau masyarakat, terutama pelaku UMKM. Sementara itu, risiko utama dalam implementasi produk ini meliputi risiko informasi, risiko operasional, dan risiko reputasi yang disebabkan oleh keterbatasan tenaga pemasaran dan minimnya fasilitas promosi. Penelitian ini merekomendasikan penguatan edukasi publik, optimalisasi digital marketing, serta perbaikan sistem manajemen risiko untuk meningkatkan aksesibilitas dan keberlanjutan produk Rahn Tasjily sebagai alternatif pembiayaan syariah yang adil dan transparan. Temuan ini diharapkan dapat memperkaya kajian akademik dan praktik pengembangan produk keuangan syariah di daerah.

*This study aims to analyze the implementation of the Rahn Tasjily contract at Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting, Bukittinggi, by focusing on three key aspects: sharia compliance, marketing strategy effectiveness, and risk management. A descriptive qualitative approach was used, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The results indicate that while the Rahn Tasjily contract complies procedurally with the fatwas of the Indonesian National Sharia Council (DSN-MUI), its implementation still faces challenges, such as delayed payments, complex documentation, and a lack of public understanding of the product. The marketing strategy remains conventional and has not been effective in reaching wider communities, especially MSME actors. Key risks identified include informational, operational, and reputational risks due to*



---

*limited marketing personnel and insufficient promotional facilities. This study recommends enhancing public education, optimizing digital marketing, and improving risk management systems to increase accessibility and sustainability of Rahn Tasjily as a fair and transparent Islamic financing alternative. The findings are expected to contribute to academic literature and support the practical development of sharia financial products in local contexts.*

---

## Pendahuluan

Pertumbuhan Pegadaian Syariah di Indonesia tercermin dari peningkatan jumlah outlet, aset, dan nasabah, yang menunjukkan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap keuangan syariah dan kepercayaan terhadap layanannya (Hidayat and Saifuddin 2023; Nu'man 2018; Wulan and Aryatie 2023). Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, Pegadaian Syariah mengembangkan produk berbasis syariah, salah satunya Rahn Tasjily skema gadai berbasis dokumen kepemilikan seperti sertifikat tanah atau BPKB kendaraan yang menjadi solusi pembiayaan (Syafia, Kurniawan, and Istiqomah 2023). Implementasi akad ini di UPS Manggis Ganting Bukittinggi bertujuan memberikan akses pembiayaan mudah bagi pelaku UMKM, meskipun jumlah nasabahnya masih rendah (Hasil Observasi Lapangan, 2023). Rendahnya adopsi ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman masyarakat, strategi pemasaran yang belum efektif, dan keterbatasan fasilitas promosi (Ardiansyah and Zen 2025; Pangestu, Azzahra, and Aryanto 2024; Tawile 2019)

Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia menunjukkan tren yang positif, ditandai dengan semakin beragamnya produk dan layanan yang ditawarkan, termasuk oleh Pegadaian Syariah. Salah satu produk yang memiliki potensi besar dalam mendukung pembiayaan umat adalah *Rahn Tasjily*, yaitu pembiayaan dengan jaminan sertifikat kepemilikan aset tetap seperti rumah atau tanah. Produk ini dirancang untuk memberikan alternatif pembiayaan berbasis prinsip syariah, terutama bagi masyarakat yang memiliki aset namun belum mendapatkan akses pembiayaan formal (Apriyanti 2018; OJK 2023) Pegadaian syariah hadir sebagai solusi keuangan berbasis prinsip Islam yang menawarkan berbagai produk pembiayaan bebas dari riba, spekulasi (maysir), dan ketidakpastian (gharar) (Faristania, Ansori, and Utami 2024). Salah satu produk unggulan pegadaian syariah adalah akad Rahn Tasjily, yaitu skema gadai dengan jaminan aset berharga seperti sertifikat tanah atau kendaraan, di mana kepemilikan dokumen berpindah ke pegadaian, tetapi barang fisik tetap dikuasai pemilik (Hidayatullah et al. 2024; Kahfi, Sahria, and Majid 2025; Nadhiroh 2021) Implementasi akad Rahn Tasjily di UPS Manggis Ganting, Bukittinggi, menjadi studi kasus empiris untuk menguji penerapan prinsip syariah dalam praktik

pegadaian modern. Secara teoritis, Theory of Planned Behavior (TPB) (Ajzen 1991) menjelaskan bahwa adopsi suatu produk atau perilaku baru dipengaruhi oleh tiga faktor: attitude (sikap), subjective norm (norma subyektif), dan perceived behavioral control (kontrol perilaku yang dirasakan). Ditinjau dari teori ini, temuan di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara teori dan praktik. Attitude masyarakat cenderung negatif karena produk ini kurang dipahami dibandingkan gadai konvensional yang lebih dikenal. Subjective norm atau tekanan sosial untuk memilih produk syariah juga masih lemah. Yang paling krusial, perceived behavioral control masyarakat sangat rendah; survei awal menunjukkan 70% calon nasabah tidak mengetahui prosedur dan manfaat produk, sehingga mereka merasa tidak memiliki kemampuan dan sumber informasi untuk menggunakan Rahn Tasjily. Dengan demikian, rendahnya partisipasi masyarakat dapat dianalisis sebagai kegagalan dalam membentuk ketiga faktor kunci dalam TPB. Kondisi ini diperparah oleh kendala internal UPS Manggis Ganting seperti keterbatasan sumber daya pemasaran dan anggaran yang dalam perspektif Resource-Based View (RBV) merupakan kelemahan kapabilitas internal yang menghambat strategi komunikasi dan sosialisasi yang efektif untuk mengubah persepsi dan perilaku konsumen (Observasi dan Wawancara dengan Manajer UPS Manggis Ganting, 2024).

Perkembangan industri keuangan syariah Indonesia pasca-berdirinya Bank Muamalat Indonesia (1992) diwarnai oleh kontribusi signifikan Pegadaian Syariah. Hingga 2023, lembaga ini mengoperasikan 3.800+ outlet dan mencatatkan pembiayaan gadai syariah (rahn) sebesar Rp 32,63 triliun, sehingga benar-benar menjadi bagian integral dan pemain utama dalam mendorong inklusi keuangan syariah di tingkat grassroots (OJK 2023; Pegadaian 2024). Perkembangan ini didorong oleh meningkatnya permintaan masyarakat akan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, termasuk bebas dari riba dan gharar (Saifuddin 2019). Seiring dengan itu, Pegadaian Syariah hadir sebagai alternatif pembiayaan berbasis gadai syariah, termasuk dengan menerapkan akad Rahn Tasjily sebagai salah satu produk unggulannya (Kurniawati, Muhksin, and Najib 2024). Implementasi akad ini di UPS Manggis Ganting, Bukittinggi, menjadi contoh nyata bagaimana prinsip syariah dioperasionalkan dalam praktik pegadaian modern (Hasil Observasi Lapangan, 2024).

Eksistensi dan legalitas Pegadaian Syariah di Indonesia didukung oleh berbagai regulasi yang dikeluarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai otoritas pengawas sektor keuangan syariah (Utami, Yuhelson, and Marniati 2024). Landasan hukum utama operasional Pegadaian Syariah tercantum dalam Peraturan OJK Nomor 20/POJK.05/2014 tentang Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Syariah yang mengatur seluruh aktivitas lembaga keuangan syariah, termasuk produk gadai (Yasin 2010). Implementasi akad Rahn Tasjily dalam studi ini merujuk secara khusus pada Fatwa DSN-MUI No. 68/DSN-MUI/III/2008. Rahn Tasjily merupakan inovasi produk gadai syariah dimana dokumen (seperti

sertifikat tanah) menjadi objek jaminan, sementara biaya yang dikenakan kepada nasabah murni merupakan biaya sewa tempat (ijarah) untuk penyimpanan dan penjagaan dokumen tersebut, bukan biaya bunga. Pertimbangan utama fatwa ini adalah memberikan landasan syariah yang kuat dan melindungi kedua belah pihak dari praktik yang mengandung unsur riba, ketidakjelasan (gharar), dan ketidakadilan (Hidayatullah et al. 2024).

Studi empiris di UPS Manggis Ganting Bukittinggi menunjukkan bahwa penerapan akad ini telah berjalan sesuai dengan kerangka regulasi yang ada sekaligus memenuhi kebutuhan masyarakat akan pembiayaan syariah (Hasil Wawancara, 2024).

Selain itu, landasan hukum lain yang mendukung operasional Pegadaian Syariah meliputi:

1. Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), di antaranya:
  - a. Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn, yang menetapkan prinsip gadai syariah dalam praktik keuangan Islam.
  - b. Fatwa DSN-MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas, yang mengatur pembiayaan dengan jaminan emas sesuai syariah.
  - c. Fatwa DSN-MUI No. 68/DSN-MUI/III/2008 tentang Rahn Tasjily, yang mengatur gadai berbasis sertifikat atau dokumen kepemilikan.
2. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang menjadi dasar regulasi bagi semua layanan keuangan syariah di Indonesia, termasuk Pegadaian Syariah
3. Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 31/PMK.05/2016 tentang Pedoman Akuntansi bagi Lembaga Keuangan Syariah, yang mengatur sistem pencatatan dan pelaporan keuangan dalam industri keuangan syariah.

Perkembangan Pegadaian Syariah di Indonesia semakin pesat setelah adanya penguatan regulasi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang memberikan legitimasi kuat dalam ekosistem keuangan nasional (Wulan and Aryatie 2023). Data terbaru dari PT Pegadaian (Persero) tahun 2023 menunjukkan pertumbuhan signifikan dengan penambahan 45 outlet baru dan peningkatan aset sebesar 23% dibandingkan tahun sebelumnya (Nawangsari 2021; Pegadaian 2024; Pratiwi, Anggraini, and Yanti 2022; Savila, Hastriyana, and Hastriana 2025). Pertumbuhan ini tidak terlepas dari implementasi berbagai produk syariah inovatif, termasuk akad Rahn Tasjily yang menjadi unggulan (Kurniawati, Muhksin, and Najib 2024). Studi di UPS Manggis Ganting Bukittinggi membuktikan bahwa akad ini mampu meningkatkan akses pembiayaan syariah bagi masyarakat dengan tetap memenuhi prinsip-prinsip syariah (Hasil Observasi Lapangan, 2024).

Beberapa indikator pertumbuhan Pegadaian Syariah:

1. **Jumlah Outlet Pegadaian Syariah ; Tahun 2010: ± 500 outlet, Tahun 2015: ± 600 outlet, Tahun 2020: ± 1.000 outlet, Tahun 2023: ± 1.300 outlet.**
2. **Jumlah Nasabah Pegadaian Syariah ; Tahun 2015: ± 2,5 juta nasabah, Tahun 2018: ± 5 juta nasabah, Tahun 2023: ± 9 juta nasabah**
3. **Peningkatan Aset Pegadaian Syariah ; Tahun 2015: Rp 6 triliun' Tahun 2020: Rp 12 triliun, Tahun 2023: Rp 18 triliun**
4. **Kontribusi Pegadaian Syariah terhadap Total Pendapatan PT Pegadaian; Tahun 2015: 10%, Tahun 2018: 20%, Tahun 2023: 30%**

Meskipun secara normatif *Rahn Tasjily* telah sesuai dengan fatwa DSN-MUI, masih ditemukan tantangan dalam implementasinya, seperti keterlambatan pembayaran oleh nasabah, yang dapat mengganggu prinsip keadilan dalam akad syariah. Selain itu, nasabah juga mengeluhkan kompleksitas administrasi dan lamanya proses verifikasi sertifikat, padahal secara prosedur seharusnya dapat diselesaikan dalam 1–2 hari. Kondisi ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara teori dan praktik di lapangan.

Penelitian mengenai akad *Rahn Tasjily* telah banyak dilakukan sebelumnya, seperti kajian yang membahas implementasi gadai syariah pada Pegadaian Syariah di berbagai daerah di Indonesia. Penelitian ini bermaksud untuk memecahkan masalah rendahnya literasi dan adopsi produk *Rahn Tasjily* di kalangan masyarakat, khususnya pelaku UMKM, di Bukittinggi, yang berakar pada ketidakefektifan strategi pemasaran dan adanya kendala operasional di tingkat unit layanan. Masalah ini penting untuk diatasi karena rendahnya partisipasi masyarakat tidak hanya menghambat pertumbuhan bisnis Pegadaian Syariah tetapi juga mengurangi dampak sosial-ekonominya dalam memberdayakan UMMAK melalui pembiayaan syariah yang inklusif. Kajian literatur menunjukkan bahwa penelitian sebelumnya telah banyak mengkaji *Rahn Tasjily* dari perspektif hukum dan kepatuhan syariah (Nasional-MUI, 2020; Savila, Hastriyana, and Hastriana 2025), namun masih sangat sedikit yang menyentuh aspek pemasaran dan manajemen risiko di level implementor—yang justru menjadi penghambat utama perluasan pasar. Lebih lanjut, temuan dari konteks budaya yang berbeda, seperti studi Nawangsari (2021) di Bandung, belum tentu applicable di wilayah dengan karakteristik sosio-kultural yang unik seperti Minangkabau, menciptakan celah pengetahuan yang kritis. Observasi pendahuluan di UPS Manggis Ganting mengonfirmasi urgensi masalah ini: sekitar 60% nasabah *Rahn Tasjily* adalah pelaku UMMAK, namun tidak ada strategi pemasaran atau literasi yang menyasar segmen potensial ini secara spesifik. Akibatnya, potensi besar untuk memberdayakan UMMAK dan mengembangkan layanan keuangan syariah menjadi tidak optimal. Oleh karena itu, penelitian ini dirancang untuk mengisi celah tersebut dengan menyediakan

analisis komprehensif yang mengintegrasikan tiga aspek kunci: strategi pemasaran, kepatuhan syariah, dan manajemen risiko. Hasilnya diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis yang praktis dan kontekstual bagi UPS Manggis Ganting untuk mengoptimalkan layanan Rahn Tasjily, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan literasi keuangan syariah dan kontribusi lembaga terhadap perekonomian lokal.

## Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai penerapan akad *Rahn Tasjily*, termasuk proses pelaksanaannya, kendala operasional yang dihadapi, serta strategi pemasaran yang digunakan oleh Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting. Pendekatan ini dianggap tepat karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara holistik dari berbagai sudut pandang. Sebagaimana dijelaskan oleh (Sugiyono 2020), metode penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena dalam konteks aslinya melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga menghasilkan pemahaman yang utuh terhadap objek yang diteliti.

Penelitian studi kasus ini dilaksanakan di Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting, Bukittinggi, yang dipilih secara purposif berdasarkan kriteria bahwa unit ini aktif menawarkan produk Rahn Tasjily namun masih mengalami kendala dalam optimalisasi dan sosialisasinya. Untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif, data dikumpulkan dari berbagai sumber (triangulasi sumber). Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan manajemen, staf operasional, dan nasabah, serta observasi partisipatif terhadap proses layanan. Data sekunder meliputi dokumen internal (laporan tahunan, prosedur operasional standar) dan eksternal (Fatwa DSN-MUI, POJK).

Untuk menganalisis data tersebut, penelitian ini menerapkan metode analisis konten (content analysis) secara kualitatif. Teknik ini digunakan untuk menginterpretasi dan mengkoding data kualitatif dari transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumen tekstual. Tema-tema analisis difokuskan pada (1) pemahaman dan persepsi terhadap produk, (2) identifikasi kendala operasional dan pemasaran, serta (3) strategi yang diterapkan. Analisis konten terhadap materi promosi (seperti brosur dan konten media sosial) juga dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas dan kesesuaian pesan komunikasi pemasaran yang disampaikan kepada masyarakat. Dengan pendekatan ini, data tidak hanya dideskripsikan tetapi juga dianalisis secara mendalam untuk mengungkap makna, pola, dan rekomendasi strategis.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur agar tetap terarah namun tetap memberi ruang eksplorasi terhadap pandangan responden. Observasi dilakukan dengan mencermati aktivitas operasional di lokasi penelitian, terutama yang berkaitan dengan pelaksanaan akad, prosedur jaminan sertifikat, dan pelayanan terhadap nasabah. Dokumentasi meliputi pengumpulan data tertulis seperti SOP, laporan keuangan, serta publikasi internal yang relevan.

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode analisis tematik. Proses ini dimulai dari tahap reduksi data, di mana informasi yang tidak relevan disaring dan data yang relevan dikelompokkan ke dalam kategori seperti aspek kepatuhan syariah, risiko operasional, dan strategi pemasaran. Tahap selanjutnya adalah penyajian data dalam bentuk naratif atau tabel yang memudahkan pemahaman temuan. Terakhir, dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan temuan lapangan yang dikaitkan dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yang meliputi triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai pihak seperti pegawai, manajer, dan nasabah. Triangulasi teknik dilakukan dengan mengombinasikan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sementara itu, triangulasi waktu dilaksanakan dengan melakukan pengumpulan data pada waktu yang berbeda guna memastikan konsistensi hasil temuan. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang valid dan komprehensif tentang implementasi *Rahn Tasjily* di lokasi penelitian.

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

#### 1. Penerapan Akad Rahn Tasjily di Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer dan staf Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting, penerapan akad Rahn Tasjily telah berjalan sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No. 68/DSN-MUI/III/2008. Nasabah yang mengajukan Rahn Tasjily harus menyerahkan BPKB kendaraan, sertifikat tanah, atau barang elektronik sebagai jaminan, namun barang tersebut tetap bisa digunakan oleh nasabah. Dari data terlihat adanya penurunan jumlah nasabah pada tahun 2022 dan 2023, yang menunjukkan adanya kendala dalam menarik minat masyarakat terhadap produk ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam penerapan akad Rahn Tasjily di Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting, kegiatan pemasaran memang dilakukan melalui kombinasi cross-selling, up-selling, dan literasi produk. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh (Syafia, Kurniawan, and Istiqomah 2023) yang mendapati bahwa strategi serupa berhasil meningkatkan jangkauan produk, walau promosi masih kurang optimal. Namun, jika dipadankan dengan teori marketing mix (7P), ditemukan bahwa elemen promosi dan physical evidence terutama fasilitas penyimpanan dan dokumentasi sertifikat belum memenuhi ekspektasi nasabah, sebagaimana dipaparkan dalam (Safitri and Wati 2023) terkait perlunya dukungan infrastruktur yang memadai untuk mendukung persepsi keamanan dalam pembiayaan.

Dari sisi kepatuhan syariah, praktik akad Rahn Tasjily di UPS Manggis Ganting memang telah merujuk fatwa DSN-MUI No.68/2008, sesuai temuan (Hidayatullah et al. 2024) mengenai prinsip kaffah dalam akad ini. Namun, implementasi di lapangan masih menimbulkan tantangan seperti keterlambatan pembayaran nasabah dan celah dalam eksekusi jaminan fidusia, yang disorot juga oleh (Ascarya, 2020), menunjukkan bahwa akad belum sepenuhnya sesuai tata prosedur.

Adanya keluhan nasabah mengenai durasi verifikasi sertifikat dan kompleksitas administrasi memperlihatkan gap antara teori dan praktik. Ini sejalan dengan temuan (Pratiwi, Anggraini, and Yanti 2022) di Medan, yang menggunakan pendekatan tematik dan menemukan bahwa Rahn Tasjily efektif sebagai modal usaha namun prosedur operasional masih menjadi hambatan.

## 2. Manajemen Risiko Akad Rahn Tasjily

Manajemen risiko dalam akad Rahn Tasjily menjadi aspek penting yang menentukan keberlanjutan dan kepercayaan publik terhadap produk pembiayaan berbasis jaminan sertifikat. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan pihak Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting, ditemukan bahwa risiko utama yang muncul dalam implementasi akad ini berasal dari dua sisi, yaitu sisi internal (pengelola) dan sisi eksternal (nasabah).

Pertama, risiko dari sisi eksternal terutama terkait kurangnya pemahaman masyarakat terhadap karakteristik akad Rahn Tasjily. Banyak calon nasabah yang belum memahami bahwa produk ini merupakan alternatif pembiayaan syariah yang menggunakan prinsip titipan (wadi'ah) dan sewa tempat (ijarah) atas jaminan berupa sertifikat tanah atau bangunan, sehingga menimbulkan keraguan untuk menggunakan layanan ini. Ketidakpahaman ini berdampak pada rendahnya permintaan serta munculnya kesalahan interpretasi atas hak dan kewajiban dalam akad. Hal ini sejalan dengan penelitian (Nadhiroh 2021) yang

menyatakan bahwa literasi keuangan syariah menjadi faktor krusial dalam meningkatkan pemanfaatan produk gadai syariah.

Kedua, dari sisi internal, manajemen Pegadaian menghadapi tantangan berupa terbatasnya tenaga pemasaran yang hanya terdiri dari satu orang di unit tersebut. Akibatnya, proses edukasi dan promosi produk menjadi tidak maksimal, terutama dalam menjangkau segmen potensial seperti pelaku UMKM atau masyarakat pinggiran kota. Keterbatasan ini berdampak pada terhambatnya mitigasi risiko informasi (information asymmetry), di mana nasabah kurang mendapat pemahaman menyeluruh mengenai kewajiban pembayaran dan potensi konsekuensi hukum bila terjadi wanprestasi.

Ketiga, risiko promosi juga menjadi perhatian, karena fasilitas promosi dinilai kurang memadai, baik dari sisi media maupun strategi. Minimnya penggunaan media sosial dan promosi offline seperti spanduk, brosur interaktif, atau program loyalitas nasabah menyebabkan produk Rahn Tasjily tidak dikenal luas, terutama di kalangan muda dan pelaku usaha digital. Ini menguatkan temuan (Mawaddah 2019) yang menunjukkan bahwa strategi digital marketing terbukti efektif dalam meningkatkan penetrasi produk keuangan syariah, tetapi belum dioptimalkan oleh unit-unit di daerah.

Dari sisi teori, risiko-risiko tersebut masuk dalam kategori risiko operasional dan risiko reputasi, sebagaimana dijelaskan oleh IFSB (Islamic Financial Services Board), di mana kegagalan internal atau kurangnya strategi komunikasi dapat memengaruhi kepercayaan nasabah dan efisiensi operasional lembaga. Selain itu, keterlambatan pembayaran oleh nasabah juga masuk dalam kategori risiko pembiayaan (credit risk), meskipun Rahn Tasjily secara teknis bukan pembiayaan konsumtif penuh.

Untuk itu, strategi manajemen risiko yang direkomendasikan mencakup:

- a. Edukasi publik melalui kampanye literasi keuangan syariah berbasis komunitas.
- b. Penambahan sumber daya manusia yang fokus pada pemasaran dan edukasi produk.
- c. Penguatan sistem informasi dan promosi, termasuk integrasi media sosial dan mitra strategis (seperti koperasi atau masjid).
- d. Peningkatan monitoring dan kebijakan rescheduling yang sesuai prinsip keadilan syariah untuk nasabah yang mengalami keterlambatan.

Dengan langkah-langkah tersebut, manajemen risiko dalam akad Rahn Tasjily tidak hanya mampu mengurangi potensi kerugian, tetapi juga memperkuat posisi produk sebagai solusi pembiayaan berbasis prinsip syariah yang adil dan transparan.

### 3. Strategi Peningkatan Pemasaran Akad Rahn Tasjily

Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting menggunakan strategi pemasaran cross-selling, up-selling, dan literasi keuangan. Namun, hasil observasi menunjukkan bahwa kegiatan literasi belum maksimal karena terbatasnya sumber daya manusia dan fasilitas promosi.

Dari sisi efektivitas strategi pemasaran, penelitian et al. di Jepara (Faristania, Ansori, and Utami 2024) mengungkap bahwa penggunaan 7P marketing mix (produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, bukti fisik) cukup efektif untuk meningkatkan minat nasabah selama pandemi. Pendekatan ini, jika diadaptasi di Bukittinggi, mungkin harus dikombinasikan dengan strategi pemasaran lokal, mengingat karakter masyarakat Minangkabau yang sangat responsif terhadap metode pemberdayaan langsung melalui komunitas dan UMKM.

Selain itu, efektivitas produk juga terbukti dalam konteks permodalan usaha kecil (Faristania, Ansori, and Utami 2024; Savila, Hastriyana, and Hastriana 2025) sama-sama menunjukkan bahwa Rahn Tasjily tanah memberikan akses modal yang lebih mudah dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi nasabah. Temuan ini mendukung observasi awal bahwa 60% nasabah UPS Manggis Ganting adalah pelaku UMKM, meski belum ada program khusus untuk memanfaatkan potensi ini.

Secara logika dan berdasar teori, optimalisasi layanan Rahn Tasjily bukan hanya bergantung pada kecukupan literasi dan sosialisasi, tetapi juga penguatan kepatuhan syariah dan mitigasi risiko operasional. Triangulasi lintas data—wawancara, observasi, dan dokumen internal—menguatkan kesimpulan bahwa kendala utama adalah kombinasi faktor internal (sumberdaya terbatas, infrastruktur belum lengkap) dan eksternal (minimnya pemahaman pasar dan ketimpangan budaya terhadap media digital). Kombinasi pendekatan best practice pemasaran (7P + digital lokal) dan adaptasi operasional berbasis risiko dapat menjadi strategi mitigatif yang efektif.

### Pembahasan

#### Penerapan Akad Rahn Tasjily di Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting: Antara Prinsip Syariah dan Tantangan Praktis

Penerapan akad Rahn Tasjily di Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting menunjukkan adanya kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah sebagaimana yang tercantum dalam Fatwa DSN-MUI No. 68/DSN-MUI/III/2008. Secara administratif, prosedur yang dilakukan telah mencerminkan pelaksanaan akad secara sah, dengan tahapan dimulai dari verifikasi dokumen, penandatanganan akad fidusia, hingga penyimpanan jaminan sertifikat. Akan tetapi, hasil observasi dan wawancara mendalam mengindikasikan bahwa penerapan di lapangan tidak

sepenuhnya bebas dari kendala. Hal ini menjadi penting karena menjawab rumusan masalah tentang bagaimana akad ini dijalankan secara riil dan seberapa besar tantangan yang dihadapi dalam mempertahankan prinsip keadilan dan kemudahan akses.

Dari wawancara dengan pihak pegawai dan manajer, ditemukan bahwa verifikasi keabsahan dokumen jaminan sertifikat masih membutuhkan waktu cukup panjang karena belum adanya integrasi langsung dengan BPN. Prosedur manual ini berdampak pada lamanya waktu pelayanan, sehingga menciptakan persepsi bahwa produk Rahn Tasjily tidak sepraktis pembiayaan berbasis emas. Kondisi ini diperkuat oleh penelitian (Hidayat and Saifuddin 2023) yang menunjukkan bahwa kecepatan proses verifikasi berpengaruh terhadap minat masyarakat terhadap produk gadai syariah berbasis tanah atau rumah.

Temuan lain mengungkap bahwa tingkat pemahaman nasabah terhadap akad Rahn Tasjily masih rendah. Hal ini terlihat dari keluhan nasabah terkait biaya penyimpanan (ujrah), risiko keterlambatan, dan prosedur eksekusi barang jaminan. Dalam beberapa kasus, nasabah menyangka bahwa akad ini bersifat seperti simpan-pinjam biasa tanpa memahami konsekuensi hukum syariahnya. Fenomena ini konsisten dengan temuan (Hidayatullah et al. 2024; Kahfi, Sahria, and Majid 2025; Syafia, Kurniawan, and Istiqomah 2023) yang menyatakan bahwa keberhasilan akad syariah sangat dipengaruhi oleh literasi syariah nasabah, terutama dalam akad berbasis jaminan.

Interpretasi terhadap hasil ini menunjukkan adanya kesenjangan antara idealitas syariah dan realitas operasional di lapangan. Secara normatif, Rahn Tasjily seharusnya menjadi alternatif pembiayaan yang adil, transparan, dan terjangkau, namun praktiknya masih menyimpan kelemahan dari sisi waktu layanan, literasi syariah, dan keamanan jaminan. Keamanan barang jaminan masih menjadi isu yang cukup penting, karena fasilitas penyimpanan di unit tersebut belum sepenuhnya meyakinkan nasabah. Penelitian (Syafia, Kurniawan, and Istiqomah 2023) menegaskan bahwa kepercayaan nasabah sangat ditentukan oleh profesionalisme dan jaminan keamanan atas barang gadai.

Sebagai bentuk kontribusi teoretik, temuan ini menguatkan pandangan bahwa akad Rahn Tasjily bukan sekadar instrumen gadai, melainkan juga bagian dari sistem pembiayaan mikro syariah yang seharusnya inklusif. Temuan ini membuka peluang modifikasi teori penerapan Rahn dalam konteks lokal, yaitu bahwa keberhasilan akad tidak hanya bergantung pada kepatuhan terhadap fatwa, tetapi juga pada kesiapan infrastruktur pelayanan, literasi syariah masyarakat, dan pendekatan sosialisasi berbasis budaya lokal. Berbeda dengan studi (Hidayah and Muar 2025) di Bandung yang menekankan keberhasilan digital marketing, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan interpersonal dan edukatif mungkin lebih relevan untuk masyarakat

Minangkabau yang memiliki nilai sosial kuat terhadap kepercayaan dan kehati-hatian dalam mengambil utang.

Dengan demikian, pembahasan ini tidak hanya menjawab rumusan masalah terkait bagaimana akad Rahn Tasjily dijalankan, tetapi juga menjelaskan bagaimana temuan diperoleh, ditafsirkan, dan dihubungkan dengan teori serta penelitian sebelumnya. Temuan ini berkontribusi dalam memperkaya kajian akad Rahn Tasjily dengan menambahkan konteks lokal, tantangan praktis, serta pentingnya integrasi antara aspek syariah, manajemen risiko, dan komunikasi pemasaran dalam pelaksanaannya.

### **Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Rahn Tasjily di Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting**

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting terhadap produk Rahn Tasjily cenderung masih bersifat pasif dan konvensional. Temuan lapangan menunjukkan bahwa pendekatan promosi masih terbatas pada distribusi brosur, pemasangan spanduk, dan penyampaian informasi melalui percakapan langsung kepada nasabah yang datang. Keterbatasan sumber daya, baik dari sisi tenaga pemasaran maupun alokasi anggaran promosi, menjadi salah satu penyebab mengapa strategi ini belum mampu menjangkau masyarakat secara luas, terutama kalangan yang sebenarnya potensial menjadi pengguna produk ini seperti pelaku UMKM dan masyarakat menengah ke bawah.

Hasil wawancara dengan pihak pegadaian menunjukkan bahwa tidak adanya program sosialisasi khusus yang menyasar kelompok strategis seperti komunitas UMKM atau kelompok keagamaan di Bukittinggi menyebabkan tingkat literasi masyarakat terhadap Rahn Tasjily masih rendah. Hal ini diperkuat oleh observasi peneliti bahwa sebagian besar nasabah masih menggunakan produk gadai emas konvensional karena lebih dikenal dan dianggap lebih praktis. Temuan ini selaras dengan penelitian Putri dan Irwandi (2021), yang menunjukkan bahwa keterbatasan promosi dan edukasi menjadi hambatan utama dalam pengembangan produk keuangan syariah non-emas di daerah.

Secara teoritis, pemasaran dalam lembaga keuangan syariah harus mengintegrasikan pendekatan nilai (value-driven marketing) yang tidak hanya menekankan keuntungan produk, tetapi juga mendorong pemahaman akan keunggulan akad syariah dari sisi keadilan, transparansi, dan keberkahan (Apriyanti 2018). Namun strategi ini belum sepenuhnya terimplementasi di UPS Manggis Ganting. Selain tidak adanya kampanye berbasis nilai, penggunaan media digital untuk promosi juga belum optimal. Padahal studi (Pratiwi, Anggraini, and Yanti 2022) di Kota Bandung menemukan bahwa pemanfaatan

media sosial oleh pegadaian syariah secara signifikan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk baru, termasuk Rahn Tasjily.

Walaupun konteks budaya antara Bandung dan Bukittinggi berbeda, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pendekatan digital belum diterapkan secara maksimal, dan belum dilakukan pengujian efektivitasnya di lingkungan masyarakat Minangkabau yang cenderung mengedepankan pendekatan lisan dan kolektif. Oleh karena itu, model pemasaran yang bersifat edukatif melalui pengajian, kegiatan komunitas, atau kerja sama dengan tokoh masyarakat justru lebih potensial diterapkan. Pendekatan ini relevan dengan teori komunikasi pemasaran interaktif dalam konteks lokal (Utami, Yuhelson, and Marniati 2024), yang menyarankan adaptasi pesan promosi berdasarkan karakteristik sosial-budaya target audiens.

Selain itu, strategi pemasaran juga tidak memiliki segmentasi pasar yang terstruktur. Hasil observasi pendahuluan menunjukkan bahwa lebih dari 60% pengguna Rahn Tasjily merupakan pelaku UMKM, namun tidak ada program pemasaran yang secara khusus menyangkai mereka. Ini menciptakan gap antara potensi pasar dan pendekatan promosi yang digunakan. Sebagaimana dinyatakan oleh (Nadhiroh 2021), pendekatan segmentatif dalam pemasaran jasa keuangan syariah menjadi krusial untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi promosi.

Dari hasil interpretasi di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran Rahn Tasjily di Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting masih belum efektif, karena belum berbasis segmentasi pasar, belum berbasis nilai, serta belum mengoptimalkan potensi pendekatan komunitas dan digital. Temuan ini tidak hanya menjawab rumusan masalah penelitian, tetapi juga memperkuat argumen bahwa keberhasilan produk syariah sangat ditentukan oleh strategi promosi yang adaptif terhadap nilai budaya lokal dan pendekatan edukatif yang terarah. Penelitian ini memberikan kontribusi dengan menyarankan perlunya pengembangan strategi pemasaran berbasis budaya dan komunitas sebagai modifikasi dari model pemasaran konvensional yang cenderung transaksional.

### Kendala dalam Penerapan Akad Rahn Tasjily di Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting

Meskipun secara formal akad Rahn Tasjily telah merujuk pada fatwa DSN-MUI No. 92/DSN-MUI/IV/2014 tentang pembiayaan berdasarkan prinsip rahn dengan jaminan sertifikat, penerapan di lapangan masih menghadapi sejumlah kendala yang mempengaruhi efektivitas dan prinsip keadilan dalam transaksi. Kendala-kendala tersebut dapat dikategorikan ke dalam aspek administratif, teknis operasional, serta sosial dan psikologis nasabah.

Salah satu kendala utama yang ditemukan adalah kompleksitas dokumen yang harus dipenuhi oleh nasabah dalam proses pengajuan Rahn Tasjily.

Prosedur ini meliputi verifikasi legalitas sertifikat, penilaian jaminan oleh pihak appraisal, hingga pencocokan identitas kepemilikan aset. Banyak nasabah merasa kesulitan dalam memenuhi syarat-syarat ini, terutama mereka yang berasal dari kalangan UMKM dengan tingkat literasi administrasi yang rendah. Temuan ini sejalan dengan studi oleh (Nu'man 2018), yang menyebutkan bahwa hambatan administratif sering menjadi penghalang utama bagi masyarakat ekonomi lemah dalam mengakses pembiayaan syariah.

Di samping itu, keterlambatan pembayaran cicilan oleh nasabah menjadi kendala serius yang dihadapi pihak Pegadaian. Meskipun skema Rahn Tasjily menekankan prinsip keadilan, dalam praktiknya keterlambatan pembayaran menimbulkan ketidakseimbangan antara hak dan kewajiban kedua pihak. Nasabah merasa keberatan ketika barang jaminannya harus disita atau dikenakan biaya tambahan, sementara pegadaian berusaha menjaga prinsip kehati-hatian dan menjaga kelangsungan operasional. Dalam konteks ini, muncul dilema antara fleksibilitas sosial dan kepatuhan syariah (Ardiansyah and Zen 2025).

Dari sisi operasional, keterbatasan kapasitas penyimpanan dokumen jaminan juga menjadi masalah. Walaupun barang jaminan berupa sertifikat tidak memerlukan ruang fisik sebesar emas atau barang berwujud lainnya, keamanan fisik dan legal atas dokumen tersebut menuntut sistem penyimpanan yang terstandar dan sistem asuransi yang memadai. Di UPS Manggis Ganting, fasilitas penyimpanan belum sepenuhnya didukung oleh sistem digitalisasi dokumen dan belum seluruh nasabah memahami bahwa sertifikat mereka diasuransikan. Ketidaktahuan ini menimbulkan kekhawatiran dan potensi ketidakpercayaan, sebagaimana juga ditemukan dalam riset oleh (Tawile 2019) bahwa keterbukaan informasi asuransi dan pengelolaan jaminan sangat memengaruhi tingkat kepercayaan nasabah pada lembaga syariah.

Dari sisi sumber daya manusia, terbatasnya jumlah petugas dengan pemahaman mendalam tentang akad syariah juga mempengaruhi kualitas pelayanan. Beberapa pegawai masih berfokus pada aspek teknis operasional dan belum maksimal dalam menjelaskan nilai-nilai keislaman yang menjadi pembeda utama antara Rahn Tasjily dan gadai konvensional. Hal ini mengakibatkan kurangnya pemahaman nasabah terhadap keunggulan akad syariah. Menurut teori komunikasi bisnis Islam (Pangestu, Azzahra, and Aryanto 2024), keberhasilan interaksi dalam transaksi keuangan syariah sangat tergantung pada kemampuan petugas menyampaikan nilai religius dan kemanfaatan sosial produk yang ditawarkan.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kendala penerapan Rahn Tasjily di Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting tidak hanya bersifat teknis dan administratif, tetapi juga menyentuh dimensi edukatif dan sosial. Implikasi

dari temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan akad syariah di lapangan memerlukan sinergi antara sistem pelayanan yang efisien, literasi yang kuat pada nasabah, serta kapasitas sumber daya manusia yang tidak hanya kompeten secara administratif tetapi juga paham nilai-nilai syariah. Penelitian ini berkontribusi pada penguatan literatur tentang implementasi keuangan syariah berbasis akad rahn dan membuka peluang perbaikan dari sisi regulasi, pelatihan SDM, dan penyederhanaan prosedur bagi kelompok masyarakat akar rumput.

### Implikasi Penelitian

Temuan dalam penelitian ini memiliki sejumlah implikasi baik secara teoritis maupun praktis dalam konteks pengembangan akad Rahn Tasjily di lembaga keuangan syariah, khususnya di daerah dengan karakteristik sosial budaya yang kuat seperti Bukittinggi.

Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai penerapan akad Rahn Tasjily dengan mengintegrasikan tiga perspektif sekaligus, yaitu kepatuhan syariah, efektivitas strategi pemasaran, dan manajemen risiko operasional. Sebelumnya, studi-studi terkait (Apriliani, Yanti, and Harahap 2023; Ardiansyah and Zen 2025) lebih menitikberatkan pada aspek fiqh atau hukum semata. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan akad tidak hanya ditentukan oleh kesesuaian terhadap fatwa DSN-MUI, tetapi juga sangat tergantung pada pendekatan pemasaran yang kontekstual dan sistem mitigasi risiko yang kuat.

Temuan juga menegaskan pentingnya menyesuaikan strategi promosi dengan karakter lokal. Strategi digital marketing yang efektif di wilayah urban seperti Bandung (Hidayah and Muar 2025), belum tentu berhasil diterapkan di daerah seperti Bukittinggi, di mana komunikasi interpersonal, pendekatan kekeluargaan, dan nilai kepercayaan sosial lebih dominan. Ini memperkuat argumen dalam teori pemasaran sosial (Hidayatullah et al. 2024) bahwa konteks budaya sangat berpengaruh terhadap efektivitas pesan dan penerimaan produk.

Dari sisi praktis, penelitian ini memberikan masukan penting bagi Pegadaian Syariah, khususnya unit UPS Manggis Ganting, dalam memperbaiki kualitas layanan dan strategi sosialisasi produk Rahn Tasjily. Diperlukan pelatihan berkelanjutan bagi petugas frontliner agar mampu mengedukasi nasabah secara efektif mengenai manfaat dan prosedur Rahn Tasjily, tidak hanya dari sisi teknis tetapi juga dari nilai-nilai syariah yang melekat. Selain itu, proses administrasi perlu disederhanakan dan disesuaikan dengan kemampuan literasi masyarakat lokal agar tidak menjadi hambatan partisipasi.

Penelitian ini juga menyarankan pentingnya penguatan sistem manajemen risiko, khususnya dalam menghadapi keterlambatan pembayaran dan perlindungan jaminan. Langkah mitigasi dapat mencakup sistem pengingat digital, opsi restrukturisasi pembayaran, serta transparansi informasi terkait asuransi jaminan yang selama ini belum tersampaikan secara optimal.

Lebih jauh, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi regulator seperti OJK Syariah maupun Dewan Syariah Nasional untuk melakukan evaluasi atas implementasi akad Rahn Tasjily di daerah dengan penetrasi produk yang masih rendah. Ini menciptakan peluang untuk merumuskan kebijakan berbasis lokalitas, baik dari sisi literasi keuangan syariah, regulasi produk, maupun pemberdayaan nasabah UMKM.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjawab kebutuhan akademik tetapi juga memberikan kontribusi langsung dalam peningkatan tata kelola dan daya saing produk pembiayaan syariah di tingkat daerah.

## Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa penerapan akad Rahn Tasjily di Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting telah mengikuti prinsip-prinsip syariah sebagaimana diatur dalam fatwa DSN-MUI. Namun, pelaksanaannya di lapangan masih menghadapi sejumlah tantangan, terutama terkait keterlambatan pembayaran oleh nasabah dan persepsi masyarakat mengenai kompleksitas prosedur.

Dari sisi strategi pemasaran, Pegadaian Syariah UPS Manggis Ganting masih mengandalkan pendekatan konvensional berupa edukasi langsung dan distribusi brosur, yang kurang menjangkau kelompok muda atau pelaku UMKM digital. Minimnya literasi masyarakat terhadap produk ini menjadi hambatan utama dalam ekspansi pasar Rahn Tasjily, meskipun produk ini sangat potensial sebagai alternatif pembiayaan syariah berbasis jaminan sertifikat tanah.

Kendala utama dalam implementasi meliputi keterbatasan sumber daya manusia dan promosi, kurangnya informasi publik terkait fasilitas penyimpanan dan asuransi barang jaminan, serta belum optimalnya sinergi dengan pihak eksternal seperti notaris atau PPAT. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara idealitas akad secara teori dan praktik di lapangan.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkaya literatur tentang akad Rahn Tasjily dengan menyajikan pendekatan holistik yang mengintegrasikan aspek syariah, risiko, dan pemasaran. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya strategi komunikasi yang kontekstual terhadap budaya lokal dan perilaku ekonomi masyarakat.

## Referensi

- Ajzen, Icek. 1991. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2): 179–211. doi:[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Apriliani, Susi, Nursantri Yanti, and Muhammad Ikhsan Harahap. 2023. "Analisis

- Pencapaian Produk Rahn Tasjily Tanah Dalam Kemudahan Permodalan Dan Peningkatan Perekonomian Pada PT Pegadaian Syariah Gunungtua." *MSEJ: Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(6): 9784–93. <https://www.yrpipku.com/journal/index.php/msej/article/view/3892%0Ahttps://www.yrpipku.com/journal/index.php/msej/article/download/3892/2182>.**
- Apriyanti, Hani Werdi. 2018. "Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia: Analisis Peluang Dan Tantangan." *Maksimum* 8(1): 16. doi:10.26714/mki.8.1.2018.16-23.**
- Ardiansyah, Muhammad Yudha, and Muhamad Zen. 2025. "Strategi Dan Distribusi Harga Produk Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Ekonomi Umat." 3: 57–73.**
- Faristania, Reza Anida, Miswan Ansori, and Cahyaning Budi Utami. 2024. "Analisis Peran Pegadaian Syariah Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Jepara." *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 9(02): 255–68. doi:10.37366/jesp.v9i02.1793.**
- Hidayah, Anisa Nurul, and Muhammad Romli Muar. 2025. "Analisis Efektivitas Pembiayaan Dan Implementasi Akad." 2.**
- Hidayat, Subhan, and Saifuddin. 2023. "Tinjauan Efektifitas Pembiayaan Dan Implementasi Akad Rohn Tasjily Di Bmt Ugt Nusantara Capem Paiton Probolinggo." *Sibatik Journal / Volume* 2(7): 1907–18. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK>.**
- Hidayatullah, Muhammad Wifqi, Putri Indah Lestari, Hawa Azzah Fauziah, Kirana Mahardhika Rahma, and Muhammad Taufiq Abadi. 2024. "Implementasi Akad Rahn Di Pegadaian Syari'ah Untuk Meningkatkan Kesadaran Tentang Keuangan Syari'ah." *Jurnal Ilmiah Research and Development Student* 2(1): 81–90. doi:10.59024/jis.v2i1.568.**
- Kahfi, Muhammad, Sahria, and Jamaluddin Majid. 2025. "Landscape Peluang Dan Tantangan Keuangan Syariah Di Indonesia." *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah* 3(1): 146–58. doi:10.61132/nuansa.v3i1.1560.**
- Kurniawati, Ani, Moh. Muhksin, and M. Ainun Najib. 2024. "Pengaruh Pembiayaan Ar-Rahn, Pembiayaan Ar-Rum, Harga Emas, Dan Covid-19 Terhadap Laba PT Pegadaian Syariah Indonesia Periode 2020-2022." *Jurnal Masharif Al- Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 9(4): 1–18.**
- Mawaddah. 2019. "Peluang Dan Tantangan Akad Rahn Pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh."**
- Nadhiroh, Sifaun. 2021. "Implementasi Rahn Tasjily Pada Produk Pembiayaan Modal Usaha Barokah Dan Perannya Terhadap Peningkatan Usaha Pedagang Pasar (Studi Di Bmt-Ugt Nusantara Cabang Larangan Sidoarjo)."**
- Nawangsari, A D. 2021. "Perspektif Hukum Akad Rahn Tanah Dengan Jaminan Hak Tanggungan Di Pt Pegadaian Syariah." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum* ... 1: 1–13. <http://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimhum/article/view/757>.**
- Nu'man, Mohamad Hilal. 2018. "Implementasi Akad Rahn Tasjily Dalam Lembaga Pembiayaan Syari'Ah (Analisis Yuridis)." *Aktualita (Jurnal Hukum)* 1(2): 609–**

30. doi:10.29313/aktualita.v1i2.4045.
- OJK. 2023. Otoritas Jasa Keuangan *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia*.
- Pangestu, R Ali, Siti Nurhaliza Azzahra, and Syahrul Aryanto. 2024. "Sejarah Berdirinya, Fungsi Dan Tujuan Koprasi Syariah Sebagai Penggerak Perekonomian Di Indonesia." *Karimah Tauhid* 3(7): 7424–35. doi:10.30997/karimahtauhid.v3i7.14077.
- Pegadaian. 2024. *Laporan Tahunan 2024 Annual Report Pegadaian*.
- Pratiwi, Atika, Tuti Anggraini, and Nusantri Yanti. 2022. "Analisis Efektivitas Produk Rahn Tasjily Tanah Dalam Kemudahan Permodalan Dan Peningkatan Perekonomian Nasabah Pada PT Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan." *MES Management Journal* 2(2): 153–65. doi:10.56709/mesman.v2i2.78.
- Safitri, Novita Dwi, and Asiah Wati. 2023. "Analisis Perkembangan Pegadaian Syariah Di Indonesia." *Muasarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 5(1): 22–32. doi:10.18592/msr.v5i1.9375.
- Saifuddin. 2019. "Analisis Kewenangan Gadai Syariah Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/ Pojk.05/2016 Tentang Usaha Pegadaian." *Az-Zarqa'* 1: 1–20.
- Savila, Evi, Anna Zakiyah Hastriyana, and Anna Zakiyah Hastriana. 2025. "Implementasi Akad Rahn Dalam Sistem Pembiayaan Perbankan Syariah Implementation of the Rahn Contract in the Sharia Banking Financing System." *Margin: Journal Of Islamic Banking* 5(1): 103–21.
- Sugiyono. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Syafia, Nursyafni, Bambang Kurniawan, and Khusnul Istiqomah. 2023. "Analisis Penerapan AKAD Rahn Tasjily Pada Pegadaian Syariah Bukittinggi (Studi: Pegadaian UPS Manggis Ganting, Bukittinggi)." *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset* 1(6): 309–31. doi:10.61132/lokawati.v1i6.368.
- Tawile, Ibrahim Samsidar dan Muh Yusuf. 2019. "Analisis Produk Tabungan Dan Produk Pembiayaan Pada PT. Bank Muamalat Kolaka, Sulawesi Tenggara." *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah* 2(1): 39–52. doi:10.5281/zenodo.2649811.
- Utami, Mianisa, Yuhelson, and Felicitas Sri Marniati. 2024. "Jaminan Fidusia Sebagai Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Dalam Akad Murabahah." *Jurnal Kritis Studi Hukum* 9(2): 14–27.
- Wulan, Dewi Nawang, and Indira Retno Aryatie. 2023. "Prinsip Kaffah Pada Rahn Tasjily Di Pegadaian Syariah." *Notaire* 6(3): 345–62. doi:10.20473/ntr.v6i3.51348.
- Yasin, Mohamad Nur. 2010. "Argumen Eksistensi Bank Muamalat Di Indonesia Sebagai Perbankan Syariah." *De Jure: Jurnal Hukum dan Syar'iah* 2(1). doi:10.18860/j-fsh.v2i1.48.