BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi dan Implementasi Pemasaran Produk Ar-Rum (*Ar-rahn Untuk Usaha Mikro Kecil)* di Unit Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang untuk menarik minat Nasabah

Pegadaian Syariah memiliki produk yang diminati oleh masyarakat produk pegadaian syariah itu sendiri adalah produk Ar-Rum. Dimana Produk AR-RUM menjadi salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan usaha, dengan sistem pengembalian secara angsur tiap bulan dengan jumlah tetap. Di Pegadaian Syariah Nasabah tidak memerlukan persyaratan yang sulit seperti dibank, dimana nasabah hanya perlu membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis serta fotocopy KTP ,KK, Rekening Listrik, dan Surat Izin Usaha (SIU). Saat mengajukan permohonan Kredit dianjurkan membawa barang jaminan berupa : BPKP Kendaraan bermotor (mobil atau motor), mempunyai usaha yang masih aktif yang telah berianjalan lebih dari satu tahun, memiliki kriteria kelayakan usaha. Di samping itu Pegadaian juga harus memastikan apakah usaha nasabah tersebut memiliki kelayakan untuk diberikan pinjaman atau tidak.

Semua hal diatas itu diketahui dari jenis usahanya dan penghasilan rata-rata tiap bulannya. Tujuan ARRUM dari Pegadaian Syariah sendiri memiliki maksud untuk pengembangan usaha mikro dan kecil yang membutuhkan pembiayaan modal kerja atau investasi secara syariah.

Produk-produk Pegadaian seperti, *Ar-Rahn (* Gadai Syariah), *Ar-Rum (*Ar-Rahan Untuk Usaha Mikro), Mulia, KUCICA dan Jasa Taksiran semuanya berasal dari LITBANG (Penelitian dan Pengembangan) Pegadaian Syariah. Strategi yang digunakan sama seperti produk lainya yakni dengan membuat spanduk, pampflet, melalui media elektronik lainya seperti tv, Koran. Selain itu Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang melihat potensi pasar di wilayah ini cukup besar karena mayoritas masyarakat memiliki usaha-usaha kecil dan mikro yang selama ini menjadi sasaran Bank. Memahami keadaan tersebut devisi syariah bagian LITABANG membuat suatu produk baru yaitu ARRUM, tentu dengan jaminan *Fidusia* yang sangat membantu masyarakat yang ingin memperoleh dana cepat dan persyarataan yang tidak rumit.

Pegadaian Syariah mempunyai pesaing yakni Bank-bank syariah yang membuka layanan Gadai. Untuk saat ini baru Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat dan Bank BNI Syariah yang sudah membuka ayanan Gadai. Dan agar menjaga pegadaian syariah agar tetap aksis maka strategi yang

dilakukan pegadaian syariah adalah dengan membuka unit-unit dikampung-kampung agar lebih dekat dengan masyarakat, selain itu tariff kompetitifnya tidak begitu besar,

Mekanisme peminjaman produk Arrum di pegadaian syariah ini terbilang sangat mudah hal pertama yang harus dilakukan oleh calon nasabah adalan mengisi formuir/aplikasi yang telah disediakan lalu melengkapi persyaratan kredit yang telah di tentukan. Kedua, petugas pegadaian akan menganalisa permohonan kredit dan melakukan peninjauan/*survey* ke lokasi usaha dan rumah calon nasabah. Ketiga setelah di survey dan dianggap layak untuk diberikan pinjaman, maka dilakukan proses kesepakatan dan perjanjian kredit. Keempat , adalah pencairan dana.

Di dalam Pegadaian Syariah tidak ada istilah bunga, melainkan adalah *Ijaroh* yang berarti denda. Hal inilah yang membedakan antara Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah, jika nasabah telat membayar angsuran maka nasabah tersebut tidak terkena bunga seperti di pegadaian konvensional melainkan dikenakan ijaroh sebesar 1% dari angsuran perbulanya, 1% dikenakan selama sepuluh hari. Maksimal 1% perbulan. Dan apabila selama empat bulan ada kemacetan dalam pembayaran angsuran maka nasabah akan diberikan surat somasi sebanyak 3x dengan tempo per sepuluh hari, berbarenagan dengan diberikanya surat somasi pihak

pegadaian juga mengajukan klaim ke pihak asuransi JAPRINDO (Jaminan Asuransi Kredit Indonesia) atau Asuransi Fidusia. Apabila belum lunas juga, maka pihak pegadaian akan melelang barang jaminan dan hasil lelangannya akan dikurangi jumlah kewajibannya yang harus dibayar ke pegadaian dan sisanya menjadi hak nasabah.

Segmentasi produk Arrum ini adalah masyarakat yang mempunyai usaha mikro yang ingin mengembangkan usahanya agar menjadi lebih berkembang.

Pegadaian Syariah khususnya Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang tidak menargetkan berapa nasabah yang harus dicapai dari produk Ar-rum, hal ini di karnakan faktor sumber daya manusia yang kurang memadai untuk secara khusus menangani produk Arru atau kredit Fidusia.

Jika penulis lihat pegadaian merupakan pemimpin pasar atau *Market Leader*, karena pegadaian merupakan lembaga yang pertama kali mengoperasikan jasa simpan pinjam atau bisa disebut dengan Gadai yakni sejak tahun 1746 yakni dengan nama *Bank Van Leening* yaitu lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai. Lembaga ini didirikan di Batavia tanggal 2 Agustus 1746. Baru setelah itu keluar Undang-Undang No 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan Syariah yang isinya menyatakan perbankan syariah boleh mendirikan usaha Rahn (Gadai).

Untuk mencapai sasaran yang sudah ditentukan strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang meliputi 4 variabel dalam bauran pemasaran, yaitu :

1. **Strategi dalam Bidang Produk ARRUM**

   ARRUM merupakan hasil pengembangan produk (Ar-Rahn untuk usaha mikro kecil**)**. ARRUM adalah skim pembiayaan berprinsip syariah Islam bagi para pengusaha mikro untuk keperluan pengembangan usaha dennagan sistem pengembalian secara angsur tiap bulan dengan jumlah tetap, namun pelunasan sekaligus juga dapat dilakukan sewaktu-waktu denagan pemberian diskon ijaroh dan jaminan atau angunan berupa BPKB kendaraan bermotor (mobil atau motor**)**. Tujuan ARRUM dari Pegadaian Syariah sendiri memiliki maksud untuk pengembangan usaha mikro dan kecil yang membutuhkan pembiayaan modal kerja atau investasi secara syariah.

2. **Strategi dalam Bidang Harga**

   Harga yang ditawarkan pada sektor jasa sangat memiliki kompleksitas yang lebih ketimbang pada sektor barang, ini dikarnakan pada penciptaan margin laba pada sektor jasa yang terlihat sederhana namun memiliki tingkat pertimbangan margin yang membutuhkan kematangan kebijakan yang tepat. Pada dasarnya harga

akan sangat mempengaruhi persepsi dan dan permintaan oleh nasabah maupun pencapaian target dan penawaran oleh perusahaan, sehingga dalam menentukan harga jual ada beberapa tujuan yang ingin dicapai antara lain:[1]

a. Mendapatkan laba maksimum
b. Pencapaian target pengembalian investasi
c. Mempertahankan *market share*

Penetapan strategi harga produk gadai syariah pada Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang dengan cara memotong tarif ijaroh, apabila pinjaman pegadaian yang diperoleh nasabah tidak mencapai batas maksimum prosentase peminjaman (yakni 80%). Dari harga kendaraan /taksiran barang jaminan, maka kepada nasabah tersebut akan diberikan diskon ijaroh yang besarnya akan ditetapkan sesuai dengan uang pinjaman.

Menurut SE. No. 19/US.100/2008 tentang Petunjuk Pelaksanaan SK 07/US.1.00/2008 perihal pengelolaan *Marhun Bih* dan Tarif Biaya Administrasi pada kantor cabang Pegadaian Syariah.

3. Strategi dalam Bidang Distribusi

Mengenai saluran distribusi Pegadaian Syariah telah membuka UPC (Unit Pelayanan Cabang) kecil agar

---

[1] Basu Swasta, *Asas asas maret*ing, (yogyakarta: 2002) , cet. 5, h. 148

mudah dijangkau oleh nasabah yang membutuhkan dana cepat untuk kebutuhan produktif maupun konsumtif.

Strategi distribusi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Semarang adalah dengan membuka UPC-UPC kecil yang mudah dijangkau oleh nasabah yang membutuhkan dana cepat. Sampai saat ini Pegadaian Syariah Semarang memiliki 5 buah UPC. UPC-UPC tersebut dibangun di tempat-tempat dekat dengan pasar, permukiman dan jalan-jalan besar yang mudah dijangkau oleh nasabah dan perumahan yang mayoritas memiliki usaha. Sehingga mendukung pendapatan Pegadaian Syariah Pasar Johar semarang.

Dalam strategi distribusi ini tidak ada kerja sama yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah dengan Bank Mandiri. Kerjasama yang dilakukan dengan Bank Syariah Mandiri hanya sebagai penambah modal awal. Saat ini Pegadaian Syariah menggunakan modal sendiri. Strategi ini juga ampuh dalam menarik minat nasabah.[2]

---

[2] Agustina Rahayu, Pengelola Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang, Wawancara Pribadi, Semarang, 7 Desember 2016, pukul 13.20 wib.

4. Strategi dalam Bidang Promosi

Promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang dalam memasarkan produk gadai syariah adalah dengan cara:[3]

a. Kantor Pusat PERUM Pegadaian (KPPP), melalui lembaga elektronik seperti tv, radio, surat kabar dan lain-lain yang sifatnya mencakup wilayah seluruh Indonesia dan dalam bentuk kata-kata atau gambar yang tertuang dalam buku atau majalah pegadaian, spanduk, brosur, dan lain-lain.
b. Kantor Wilayah (KANWIL), kegiatnya mencakup kantor wilayah operasional sewilayahnya dengan media kegiatan-kegiatan yang bersifat wilayah. Seperti seminar, jalan sehat bersama.
c. Melalui penjualan Pribadi (*personal selling)*, yaitu promosi yang dilakukan oleh karyawan pegadaian syariah pasar johar semarang dalam melayani, mensosialkan atau menjalankan keleihan produk-produk gadai syariah kepada nasabah yang datang langsung kepegadaian syariah.

---

[3] Agustina Rahayu, Pengelola Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang, Wawancara Pribadi, Semarang, 7 Desember 2016, pukul 13.20 wib.

d. Melalui publisitas (*publicity),* yaitu promosi dengan cara menjadi sponsor untuk kegiatan-kegiatan yang membutuhkan dana, dan membuka stand dikegiatan tersebut. Dengan menerima mahasiswa magang dan observasi juga merupakan salah satu cara mempromosikan pegadaian syariah pasar johar semarang.

e. Pihak Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang melalui periklanan baik majalah, brosur, spanduk, dan media lainya melakukan berbagai upaya, agar menarik minat nasabah untuk menggunakan produk gadai syariah yang ditawarkan oleh pegadaian syariah pasar johar semarang dengan memberitahukan manfaat ataupun keuntungan yang dapat diperoleh dari produk-produk Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang.

Promosi yang dilakukan dengan cara publisitas melalui kegiatan amal yang dilakukan, diharapkan agar masyarakat dapat melihat bahwa pegadaian syariah peduli akan masyarakat yang kurang mampu, dan peduli akan kegiatan positif yang dilakukan oleh masyarakat.

Didalam perkembangannya Pegadaian Syariah Semarang memiliki perkembangan yang cukup pesat dan memiliki citra yang baik dimata masyarakat karena dengan adanya Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang ini dapat membantu likuiditas masyarakat ketika mereka membutuhkan uang dengan cepat maka mereka bisa datang langsung ke Pegadaian karena prosesnya sangat mudah dan cepat bila dibandingkan dengan Bank yang prosesnya membutuhkan waktu cukup lama dengan persyaratan yang lumayan sulit, selain itu juga untuk menghindari Riba agar masyarakat tidak beralih ke Rentenir karena bunga nya besar. Jika ditanya apakah Pegdaian Syariah bisa mensejahterakan masyarakat ? Pegadaian belum bisa mensejahterakan masyarakat, karena bukan untuk bisnis akan tetapi untuk kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan strategi yang digunakan Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang, maka dapat dibuat kesimpulan: produk, distribusi, promosi, dan harga. Keempat strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang sudah diatur dalam Pedoman Oprasional Gadai Syariah yang berlaku umum, tetapi tergantung cabang yang

berbeda-beda. Yang terkait dalam strategi pemasaran ini adalah dewan direksi perum pegadaian yang membuat strategi secara umum dan seluruh pegawai pegadaian syariah bertanggung jawab dalam melakkan pemasaran atas produk gadai syariah tersebut. Dan dari empat strategi tersebut yang paling berjalan adalah strategi produk dan strategi distribusi dimana Pegadaian Syariah khususnya Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang yang selalu menghadirkan produk-produk baru yang sangat membantu masyarakat baik untuk keperluan sehari-hari maupun modal usaha. Sedangkan dari segi distribusi Pegadaian Syariah Semarang sudah memiliki 5 UPC (Unit Pelayanan Cabang) agar mudah dijangkau oleh nasabah yang membutuhkan dana cepat untuk kebutuhan konsumtif dan produktif. Untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang maka diadakan evaluasi setiap bulanya. Jika slah satu strategi ada yang tidak mengenai sasaran dan target maka strategi tersebut dirubah dan dicari strategi baru.

Strategi yang paling berjalan adalah strategi produk dan strategi distribusi.

Berikut ini akan disajikan tabel-tabel perkembangan pada Pegadaian Syariah.

Dan untuk lebih jelasnya untuk melihat perkembangan Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang dapat dilihat melalui data sbb:

Tabel 1
Perkembangan Uang Pinjaman/Omzet Rahn
Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang
Bulan Juli- Oktober 2016

Bulan	Uang Pinjaman/Omzet
Juli	853.780.000
Agustus	963.630.000
September	915.330.000
Oktober	958.440.000

Sumber Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang

Berdasarkan tabel 1 diatas strategi yang pegadaian lakukan telah mampu menarik minat nasabah, ini terbukti dengan peningkatan jumlah omzet, pada periode Juli-Agustus 2016 yakni dari Rp.853.780.000 menjadi Rp.963.630.000 dan mengalami penurunan yang tidak terlalu besar dibulan Agustus-September 2016 yakni dari Rp.963.630.000 menjadi Rp.915.330.000 akan tetapi kembali mengalami peningkatan di bulan September-Oktober 2016 yakni dari Rp.915.330.000 menjadi Rp.958.440.000 .

Peningkatan omzet yang terjadi di Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang, selain karna faktor pemasaran yang dilakukan juga terjadi karna musim pendaftaran ulang siswa sekolah sebagai salah satu pemicu meningkatnya omzet *Rahn*, karna para orang tua banyak yang membutuhkan uang secara cepat untuk mendaftar ulang anak-anaknya dan mereka memilih untuk mengadaiakan barang berharga miliknya. Jadi hal ini menjadi salah satu pilihan masyarakat untuk menitipkan barang-barang berharga mereka sebagai langka aman.

Tabel 2
Pertumbuhan Jumlah Nasabah Rahn
Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang
Bulan Juli-Oktober 2016

Bulan	**Jumlah Nasabah**	**Pertumbuhan**	
		(+/-)	**(%)**
Juli	341	-	-
Agustus	398	57	16,70%
September	363	-35	-8,70%
Oktober	370	7	1,90%

Sumber Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang

Berdasarkan table 2 yang sudah dilampirkan diatas, maka dapat diketahui pertumbuhan jumlah nasabah produk gadai syariah mengalami peningkatan di bulan Juli ke bulan Agustus mengalami peningkatan sebesar 16,7% dari 341 nasabah dibulan Juli menjadi 398 nasabah dibulan Agustus. Tetapi dibulan September nasabah mengalami penurunan sebesar 8,7% dari 398 nasbah menjadi 363 akan tetapi tidak menjadi masalah karena pada bulan Oktober mengalami peningkatan sebesar 1,9% dari 363 nasabah menjadi 37 nasbah. Hal ini dikarnakan, karena tuntutan hidup yang harus ditanggung oleh masyarakat seperti biaya makan sehari-hari, biaya masuk sekolah atau kampus, ataupun untuk modal usaha dan masih banyak lagi alasan-alasan masyarakat untuk mengadaiakan barangnya.

Tabel 3
Data Nasabah ARRUM BPKP
Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang
Bulan Juli-Oktober 2016

Bulan	Jumlah Nasbah	Besar Pinjaman
Juli	2	22.100.000
Agustus	10	71.300.000
September	7	33.350.000
Oktober	6	342.300.000

Sumber Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang

Lalu berdasarkan tabel 3 yakni jumlah nasabah ARRUM BPKP mengalami peningkatan signifikan, pada bulan Juli-Agustus dari 2 nasabah dengan jumlah pinjaman Rp.22.100.000 menjadi 10 nasabah dengan besar pinjaman meningkat menjadi Rp.71.300.000, semua itu dikarnakan masyrakat tertarik dengan manfaat produk arrum ini. Selin itu, masyarakaat juga ingin mengembangkan usahanya menjadi lebih baik dan berkembang tentunya dengan kredit yang diberikan produk *Arrum* ini. Akan tetapi, pada bulan Sempember mengalami penurunan menjadi 7 nasabah degan total pinjaman sebesar Rp.33.350.000, penurunan ini tidak mempengaruhi karna dibulan Oktober mengalami peningkatan walaupun menjadi 5 nasabah dengan total pinjaman sebesar Rp.342.300.000. peningkatan nasabah ini dikarnakan karna bagi hasil yang diberikan oleh pegadaian syariah lumayan ringan dan syarat yang mudah sehingga nasabah tidak keberatan dan terbebani.

Tabel 4
Data Nasabah ARRUM MULIA
Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang
Bulan Juli-Oktober 2016

Bulan	Jumlah Nasbah	Besar Pinjaman
Juli	-	-
Agustus	1	2.463.378
September	10	41.730.803
Oktober	5	10.768.864

Sumber Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang

Berdasarkan tabel 4 yakni jumlah nasabah ARRUM MULIA mengalami peningkatan Agustus dari 1 nasabah dengan jumlah pinjaman Rp.2.463.378 menjadi 10 nasabah dengan besar pinjaman meningkat menjadi Rp.41.730.803, ini dikarnkan nasabah ingin mendapatkan modal dengan bunga yang sedikit dan bisa diangsur per bulan. Akan tetapi, pada bulan Oktober mengalami penurunan menjadi 5 nasabah degan total pinjaman sebesar Rp.10.768.864. hal ini disebabkan karna nasabah lebih memilih mengadaikan nya secara biasa tanpa diangsur.

B. Faktor Pendukung dan Penghambat Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang melalui pendekatan SWOT

Pegadaian syariah semarang khususnya pegadaian syariah pasar johar semarang, memberikan pelayanan kepada nasabah yang membutuhkan pembiayaan yang cepat dan praktis. Ada beberapa hal yang mempengaruhi perkembangan pegadaian syariah pasar johar ini mulai dari awal berdirinya sampai saat ini. Di tengah pesaingan bisnis yang kuat maka perlu memahami apa sajakah yang sebenarnya membuat Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang mampu bertahan dan memposisikan diri dihadapan pasar sasaranya, yang akan lebih jauh di analisa dengan analisa lingkungan internal dan eksternal melalui SWOT.

Dalam pemahaman akan kondisi lingkungan internal dan eksternal yang melingkupinya akan sangat bermanfaat dalam rangka menjelaskan beberapa latar belakang, tujuan serta faktor-faktor pendukung dan penghambat gerak usaha itu sendiri. Melalui anaslisis SWOT yang terdiri atas kekuatan dan kelemahan sebagai faktor eksternalnya, ditambah dengan peluang dan ancaman sebagai faktor lingkungan eksternalnya, maka analisa mengenai pendukung maupun penghambat perkembangan usaha akan lebih mudah tergambarkan sehingga didapatkan latar yang akan dijelsakan sebagai berikut:

1. **Kekuatan** *(Strange)*

Bahwasanya Pegadaian akan diketahui terlebih dahulu apa saja kekuatan yang dimiliki pegadaian itu sendiri, dalam aspek bersaing dipasar pegadaian tentu menyiapkan berbagai macam keungulan yang akan mencakup lingkungan mikro dan makro dalam pesaingannya sehingga mampu menghadapi pesaing yang dituju. Kekuatan disini dapat terlihat dari penunjang usaha perusahaan seperti fasilitas utama dan pelengkap, tingkat kesederhanaan mekanisme produk, daya saing produk, dan tentunya optimalisasi pendayagunaan SDM-nya.

Hingga perkembangan terakhir Pegadaian Syariah Pasar johar Semarang telah memberikan informasinya mengenai kekuatan dari pada bisnis yang dijalankannya selama ini, yang diantaranya adalah:

a) Dekat dengan Pasar dan Permukinan Warga
b) Pegadaian Syariah prosesnya cepat bila dibandingkan dengan Bank, yakni dari 0-5 menit dana bisa langsung cair. Beda halnya di bank yang memerlukan waktu dari 45 s/d 1 jam untuk mencairkan dananya, selain itu prosesnya rumit.
c) Masyarakat yang mayoritas muslim, begitu juga dengan 90% nasabah beragama islam baik berstatus konsumtif dan produktif. Dimana pembentukan

Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang ini berlandasan survey atas hasil survey Pegadaian, yang menitiberatkan bahwasanya daerah ini memiliki psikoreligi yang kuat antar sesama muslim sebagai mayoritas penduduknya. Sehingga hal tersebut dinilai potensial untuk menghadirkan produk gadai syariah kepada masyarakat, yang dalam usahanya ternyata tidak mudah lantaran masih banyak persepsi sebagian masyarakat yang memandang sebelah mata terhadap praktik gadai, untuk itu komitmen Pegadaian Syariah selalu berupaya untuk membuktikan praktik gadai yang syariah, modern dan efektif.

d) Pemberian pinjaman *mudharabah* dengan system bagi hasil pada Pegadaian Syariah sangat sesuai dengan kebutuhan pembangunan.

e) Semakin banyak membuka unit-unit di perkampungan semakin mendekatkan Pegadaian Syariah kepada nasabah.

2. Kelemahan *(Weakness)*

Selain Pegadaian memiliki keunggulan kompetitif yang dipersiapakan, tentunya Pegadaian juga memiliki titik kelemahan yang melingkupi lingkungan usahanya, dengan menganalisa Pegadaian akan lebih mudah

meminimalisir kerugian serendah mungkin. Sehingga Pegadaian memiliki kelemahan yang diantaranya:

a) Kurangnya pemasaran (promosi) karna kurangnya muncul dimedia elektronik.
b) Karena menggunkan system bagi hasil, maka Pegadaian Syariah perlu banyak tenaga-tenaga yang yang handal.
c) Dekat dengan Pegadaian Konvensional dimana pegadaian ini lebih dulu dikenal oleh masyarakat di bandingkan dengan Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang.
d) Berprasangka baik kepada semua nasabah dan berasumsi bahwa semua orang yang terlibat dalam perjanjian bagi hasil adalah jujur. Namun hal ini dapat menjadi boomerang.
e) Memerlukan perhitungan yang rumit terutama dalam menghitung biaya yang dibolehkan dan pembagian bagi hasil untuk nasabah-nasabah yang kecil.

3. Peluang *(Opportunity)*

Setelah Pegadaian telah mampu saling melengkapi antara keunggulan dan kelemahan yang dimilikinya, maka akan dilihat berbagai peluang yang tersebar luas dilapangan. Hal ini nantinya yang akan menjadi target dan sasaran keberhasilan yang dapat dipilih

dan diperdayakan oleh Pegadaian, tentunya sesuai dengan kemampuaan nasabah dengan penuh pertimbangan dan perhitungan yang matang. Melihat adanya peluang eksternal yang potensial untuk menjadi kesempatan bagi kemajuan Pegadaian Syariah Pasar Johar Semarang diantaranya:

a) Khususnya di Semarang terdapat Pasar Johar dan Pemukiman yang banyak membuka usaha kecil dan jika dilihat banyak nasabah terutama pedagang banyak yang mengadaiakan barangnya.
b) Nasabah yang sudah jenuh dengan Pegadaian Konvensional atau Lembaga Konvensional lainya mereka berpindah ke Syariah.
c) Adanya peluang ekonomi bagi perkembangan Pegadaian Syariah.
d) Munculnya berbagai lembaga bisnis syariah (Lembaga Keuangan Syariah).

4. Ancaman *(Treathment)*

Pada ahkirnya Pegadaian mengetahui akan berbagai hambatan dan kendala untuk mencapai keberhasialan yang telah ditargetkan, hal ini berkaitan dengan kerugian dan resiko yang mesti dihadapi Pegadaian sehingga mampu diperhitungkan lebih awal.

Adapun beberapa ancaman yang menghambat laju perkembangan yakni diantaranya:

a) Sulit untuk menghilangkan mekanisme bunga yang sudah mengakar dan menguntungkan bagi sebagian kecil golongan.
b) Dianggap adanya fanatisme agama.
c) Dekat dengan pegadaian konvensional dan pegadaian syariah lainya.
d) Masih banyak rentenir dan bank keliling untuk menjangkau masyarakat, sedangkan misi utama Pegadaian adalah menyelamatkan masyarakat dari kerugian akibat praktik perkreditan yang illegal.
e) Banyak Perbankan Syariah yang membuka layanan gadai syariah, seperti Bank BNI syariah. Denagn begitu relativitas pelayanan UPS semakin tidak terelakan untuk diperbandingkan oleh konsumen karena banyaknya pelayanan yang diberikan dan tingkat persaingan tariff yang dibebankan kepada nasabah, dan banyak produk yang sejenis dengan produk arum.