



Optimalisasi Strategi Pemasaran Produk Portofolio Di BPRS Bina

Amanah Satria, Melalui Pendekatan *General Electric*

M. Irwan Farouki

224110202160@mhs.uinsaizu.ac.id

UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Risma Nur Hazizah

224110202168@mhs.uinsaizu.ac.id

UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Siti Aisaturohmaniyah

224110202173@mhs.uinsaizu.ac.id

UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Yoiz Shofwa Shafrani

shafraniy@uinsaizu.ac.id

UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Alamat: Jl. Ahmad Yani No.40A, Karanganjing, Purwanegara, Kec.Purwokerto Utara,
Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53126

Korespondensi penulis: 224110202160@mhs.uinsaizu.ac.id

Abstrak. *This study aims to optimize the marketing of portfolio products at BPRS BAS through the General Electric (GE) Matrix approach. This approach combines the analysis of industry attractiveness and business unit strength, allowing for the mapping of each product's strategic position within the portfolio. The method used in this research is quantitative descriptive through in-depth interviews and secondary data. The results show that BPRS BAS has significant opportunities in the Islamic finance industry, particularly in the small business segment, with key strengths in construction financing and deposits. The 'proactive' marketing strategy and product diversification are key to enhancing competitiveness and customer loyalty. Being in the growth quadrant of the GE Matrix, it is recommended that BPRS BAS continue to expand its products and strengthen educational campaigns to increase market penetration.*

Keywords: *industry attractiveness; business strength; GE matrix; marketing strategy*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemasaran produk portofolio di BPRS BAS melalui pendekatan *Matrix General Electric (GE)*. Pendekatan ini mengombinasikan analisis daya tarik industri dan kekuatan unit bisnis, sehingga dapat memetakan posisi strategis setiap produk dalam portofolio. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif melalui wawancara mendalam dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPRS BAS memiliki peluang besar dalam industri keuangan syariah, khususnya di segmen usaha kecil, dengan kekuatan utama pada produk pembiayaan konstruksi dan deposito. Strategi pemasaran “jemput bola” serta diversifikasi produk menjadi kunci peningkatan daya saing dan loyalitas nasabah. Dengan berada di kuadran pertumbuhan pada *Matriks GE*, direkomendasikan agar BPRS BAS terus melakukan ekspansi produk dan memperkuat kampanye edukatif untuk meningkatkan penetrasi pasar.

Kata Kunci: *Daya Tarik Industri, Kekuatan Bisnis, Matriks GE, Strategi Pemasaran*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan di bidang sosial, budaya, ekonomi, politik, dan teknologi di era globalisasi saat ini berdampak pada dinamika dan kondisi pasar. Untuk menghadapi kondisi pasar yang berubah, perusahaan dapat mengembangkan kualitas layanan untuk beradaptasi dengan lingkungan. Hal ini juga berlaku dalam sektor perbankan yang kini mengalami pertumbuhan

pesat. Selain itu, perubahan dalam aspek teknologi dan regulasi hukum juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap operasional perbankan secara keseluruhan (Widyawati, Fasa & Suharto, 2022).

Di Indonesia, terdapat lembaga keuangan yang tidak hanya beroperasi secara konvensional, juga menerapkan prinsip-prinsip Islam. Institusi ini berbeda secara fundamental dari lembaga keuangan konvensional, baik dari segi tujuan, mekanisme kerja, kewenangan, dan jenis layanan. Institusi keuangan syariah merupakan badan usaha berlandaskan hukum Islam yang memiliki fokus utama dalam sistem bagi hasil. Sebagai perantara keuangan, lembaga syariah memiliki peran penting dalam menyalurkan dana, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta memberikan peluang pembiayaan bagi pelaku usaha (Afrianty, Isnaini, & Oktarina, 2020).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan aktivitas usahanya dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Bank syariah sendiri terdiri dari dua jenis, yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Kedua jenis bank ini memiliki peran sebagai perantara keuangan yang bertujuan untuk mendukung pengembangan usaha kecil sesuai dengan ajaran Islam. Keberadaan BPRS turut melengkapi sistem perbankan syariah di Indonesia, dengan perannya sebagai lembaga keuangan yang menyediakan layanan pembiayaan kepada masyarakat tanpa menggunakan sistem bunga atau riba (Abdul Aziiz Ahmad Fauzi, dkk., 2024).

Penelitian ini menjadi penting karena bertujuan untuk menilai kondisi portofolio sebagai langkah untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dalam memasuki pasar keuangan syariah. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan analisis *General Electric* (GE) *Matrix*, yang menggabungkan penilaian terhadap daya tarik industri dan kekuatan unit bisnis. Dengan metode ini, dapat diketahui apakah posisi portofolio saat ini cukup baik untuk dijadikan dasar dalam merumuskan strategi pengembangan yang lebih tepat sasaran dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah masih rendahnya pemahaman masyarakat mengenai keberadaan BPRS serta kurangnya penetrasi pasar di wilayah Purwokerto. Hal ini membutuhkan pendekatan pemasaran yang lebih inovatif dan edukatif untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat.

Pertumbuhan lembaga keuangan yang terus meningkat menjadi salah satu solusi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya dalam hal pengelolaan keuangan seperti kegiatan menabung. Oleh karena itu, lembaga keuangan perlu mengedepankan produk-produk unggulan yang dapat membantu masyarakat mengatur keuangannya secara efektif, salah satunya melalui pendirian bank untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan berbasis syariah. Seiring berkembangnya tren keuangan syariah, semakin banyak lembaga di Purwokerto yang menawarkan layanan keuangan sesuai dengan ajaran Islam.

Pendirian BPRS BAS adalah wujud dari komitmen dan inisiatif para tokoh intelektual local seperti notaris, dokter, pengusaha, dan pendidik di wilayah tertentu. Mereka berupaya menghadirkan alternatif layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang menjunjung tinggi nilai transparansi, keadilan, keseimbangan, serta etika dalam setiap transaksi. Langkah ini juga merupakan bagian dari dakwah di bidang ekonomi, dengan tujuan memberdayakan masyarakat kecil dan mikro di Kabupaten Banyumas. Kesadaran akan pentingnya layanan perbankan syariah di kalangan Muslim Purwokerto semakin tumbuh, terlebih pada tahun 2005 hanya terdapat satu bank syariah di daerah tersebut, yakni Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto. Kondisi ini terjadi di tengah dominasi bank konvensional dan Bank Perkreditan Rakyat. Dengan hadirnya BPRS Bina Amanah Satria, diharapkan masyarakat

memiliki lebih banyak pilihan dalam menggunakan layanan perbankan yang berbasis syariah (BAS, 2023).

Diharapkan kehadiran PT BPRS BAS dapat memperluas jangkauan layanan perbankan syariah dan menjadi pelengkap bagi sistem transaksi keuangan syariah, terutama bagi masyarakat yang belum terlayani oleh bank umum syariah. Fokus utamanya adalah pada pelaku usaha kecil dan mikro (UMKM), sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, serta ketentuan dari Bank Indonesia yang secara khusus mengatur tentang operasional Bank Perkreditan Rakyat Syariah.

Tujuan utama didirikannya BPRS BAS bukan semata-mata untuk mengejar keuntungan finansial di sektor perbankan, tetapi lebih mengedepankan misi dakwah dalam bidang ekonomi (maaliyah) yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Fokusnya adalah membantu masyarakat kecil agar memiliki kesempatan untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan kondisi ekonomi mereka sesuai dengan nilai-nilai Islam.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1 Konsep Dasar BPRS

Berdasarkan Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992, Bank Perkreditan Rakyat adalah lembaga keuangan yang diberi wewenang untuk menghimpun dana dari masyarakat melalui produk seperti deposito berjangka, tabungan, atau bentuk lainnya, dan kemudian menyalurkannya dalam bentuk pinjaman sebagai bagian dari kegiatan usahanya. Selanjutnya, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 menyebutkan bahwa BPR dapat menjalankan operasionalnya secara konvensional maupun berdasarkan prinsip syariah.

Pelaksanaan BPR yang berbasis syariah diatur melalui Surat Keputusan Direktur Bank Indonesia No. 32/36/KEP/DIR/1999 tertanggal 12 Mei 1999. Dalam konteks ini, BPR syariah memiliki fungsi yang serupa dengan BPR konvensional, namun seluruh aktivitas operasionalnya mengikuti ketentuan dan prinsip-prinsip syariah (Sudarsono, 2003:83).

Menurut Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang telah diperbarui melalui Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan bank yang menjalankan aktivitas usahanya berdasarkan prinsip syariah Islam. Namun, BPRS tidak menyediakan layanan yang berkaitan dengan lalu lintas pembayaran. Selain itu, BPRS juga tidak diperbolehkan menerima simpanan dalam bentuk giro, terlibat dalam sistem pembayaran, melakukan transaksi dalam mata uang asing, menanamkan modal dalam bentuk penyertaan, menjalankan usaha di bidang asuransi, serta melakukan kegiatan lain di luar yang diatur oleh undang-undang.

2.2 Analisis Lingkungan Bisnis

Analisis lingkungan bisnis mencakup evaluasi terhadap berbagai faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi keberhasilan strategi suatu organisasi. Faktor internal meliputi aset, kemampuan, dan keunggulan yang dimiliki organisasi. Aset ini mencakup hal-hal seperti fasilitas fisik, modal, tenaga kerja, dan teknologi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan lembaga. Sementara itu, kemampuan organisasi mencerminkan sejauh mana lembaga tersebut dapat mengelola dan memanfaatkan asetnya secara efektif. Keunggulan kompetitif tercipta ketika organisasi memiliki kemampuan atau aset yang unik dan sulit ditiru oleh pesaing, sehingga mampu mempertahankan posisinya di pasar (Harahap & Nawawi, 2022).

Faktor eksternal mencakup berbagai hal di luar kendali organisasi yang dapat memengaruhi kinerjanya, seperti kondisi pasar, perkembangan industri, dan persaingan.

Kondisi pasar meliputi kebutuhan dan keinginan konsumen, pembagian segmen pasar, serta lokasi usaha yang strategis, yang semuanya berdampak pada kemudahan akses dan pelayanan kepada nasabah. Perubahan dalam industri, seperti kemajuan teknologi digital dan meningkatnya minat terhadap keuangan syariah, memberikan peluang baru sekaligus tantangan bagi lembaga keuangan mikro untuk berinovasi dan memperluas layanan. Sementara itu, tekanan persaingan muncul dari semakin banyaknya pemain di sektor keuangan, baik konvensional maupun syariah, yang memaksa lembaga mikro untuk terus meningkatkan mutu layanan dan efisiensi operasional. Sebagai contoh, kecepatan dalam mengadopsi teknologi digital dan sistem transfer online menjadi hal penting yang harus segera dilakukan oleh Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) agar tetap bersaing dan relevan di tengah perubahan pasar (Dedik Irawan et al., 2013).

2.3 Analisis Optimalisasi Portofolio

Portofolio adalah kumpulan investasi yang mencakup identifikasi berbagai sekuritas yang dimiliki oleh investor individu maupun institusi. Dalam penyusunan portofolio, penting untuk memilih kombinasi investasi yang mampu memberikan keuntungan maksimal sesuai dengan tingkat risiko yang dapat diterima. Proses pemilihan portofolio berkaitan dengan bagaimana cara mengalokasikan dana agar menghasilkan keuntungan sebesar mungkin dengan risiko yang telah diperhitungkan. Untuk mempermudah hal ini, *Markowitz* mengembangkan indeks modal sebagai bentuk penyederhanaan dari model rata-rata-varian (mean-variance), yang bertujuan menjawab tantangan dalam perencanaan dan pengelolaan portofolio (Erong et al., 2024).

Tujuan utama dari analisis portofolio produk adalah untuk memahami strategi yang diterapkan pada masing-masing produk serta mengetahui posisi produk tersebut di pasar sejak awal. Dengan demikian, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya secara lebih efektif (Žic, 2009). Beberapa penelitian terdahulu telah menggunakan pendekatan analisis SWOT yang kemudian dilanjutkan dengan analisis portofolio. Contohnya, Bayu (2012) meneliti portofolio produk tabungan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk menggunakan Matriks GE. Sumarno (2011) melakukan penelitian di PT Bank Bukopin dengan menggunakan Matriks BCG untuk membandingkan produk dengan para pesaing, serta menggunakan Matriks GE dan analisis daur hidup produk (PLC) untuk masing-masing produk tabungan. Poniran (2013) menganalisis produk-produk PT Gudang Garam Tbk dengan kombinasi Matriks BCG, Matriks GE, dan analisis PLC.

Dalam investasi, terdapat dua jenis portofolio, yaitu portofolio efisien dan portofolio optimal. Portofolio efisien adalah kumpulan aset investasi yang mampu memberikan keuntungan maksimal untuk tingkat risiko tertentu, atau sebaliknya, menekan risiko seminimal mungkin untuk tingkat keuntungan yang diharapkan. Sementara itu, portofolio optimal merupakan keputusan akhir investor dalam memilih satu kombinasi terbaik dari berbagai alternatif portofolio efisien. Di antara keduanya, portofolio optimal dianggap sebagai pilihan terbaik. Tantangan utamanya adalah bagaimana investor dapat menyeimbangkan antara risiko dan keuntungan untuk membentuk portofolio yang benar-benar ideal (Ermis et al., 2020).

2.4 Optimalisasi Strategi Pemasaran

BPRS BAS Purwokerto menggunakan strategi *Personal Selling* atau dikenal dengan istilah "jemput bola". Strategi ini sangat memudahkan nasabah, karena mereka tidak perlu datang ke kantor bank cukup menunggu di rumah atau tempat usahanya, dan petugas bank akan datang langsung untuk membantu melakukan transaksi. Kegiatan yang biasa dilakukan melalui metode ini mencakup penarikan, pembayaran, dan layanan yang ditawarkan.

2.5 Matrix General Electric (GE)

Matrix General Electric (GE) merupakan sebuah alat analisis portofolio bisnis yang dikembangkan oleh perusahaan *General Electric* bersama konsultan manajemen *McKinsey & Company*. Tujuan dari alat ini adalah untuk membantu perusahaan yang memiliki berbagai unit usaha dalam menetapkan prioritas investasi, khususnya pada unit-unit bisnis yang dianggap strategis (*Strategic Business Unit/SBU*) (Amatulli et al., 2011).

Matrix ini berfokus pada dua aspek utama meliputi daya tarik industri yang menilai seberapa menarik suatu industri atau pasar berdasarkan sejumlah indikator, seperti besarnya pasar, laju pertumbuhan, potensi keuntungan, tingkat persaingan, serta risiko dan peluang untuk membedakan produk. Di sisi lain, kekuatan bisnis menunjukkan seberapa kuat posisi unit bisnis dalam bersaing, dengan memperhitungkan hal-hal seperti pangsa pasar, reputasi merek, loyalitas konsumen, efisiensi biaya, kemampuan berinovasi, serta akses terhadap sumber daya dan modal.

Penilaian terhadap kedua dimensi ini menggunakan berbagai faktor yang luas dan menyeluruh. Untuk mengukur Daya Tarik Industri, sejumlah aspek yang dipertimbangkan mencakup besarnya industri, tingkat pertumbuhannya, margin keuntungan, pergerakan harga, hambatan masuk pasar, sistem distribusi, serta risiko dan potensi imbal hasil investasi. Sementara itu, Kekuatan Bisnis dianalisis melalui faktor seperti pangsa pasar relatif, tingkat keuntungan, kekuatan merek, loyalitas pelanggan, efisiensi operasional, kemampuan distribusi, inovasi teknologi, dan keahlian manajerial dalam mengelola sumber daya perusahaan. Umumnya, proses penilaian ini dilakukan dengan menetapkan bobot dan skor untuk tiap faktor guna menentukan posisi unit bisnis dalam matriks sembilan sel.

Strategi yang disarankan berdasarkan posisi unit bisnis dalam matrix GE terbagi menjadi tiga pendekatan utama: mengembangkan (*grow*), mempertahankan (*hold*), dan melepas (*divest*). Unit bisnis yang berada di sektor dengan prospek industri tinggi dan kekuatan internal yang kuat sebaiknya mendapatkan tambahan investasi untuk mendorong pertumbuhan lebih lanjut. Sementara itu, unit yang memiliki kinerja cukup baik di industri dengan daya tarik sedang dianjurkan untuk dipertahankan dan dikelola secara efisien. Sebaliknya, unit bisnis yang lemah secara kompetitif dan berada di industri yang kurang menjanjikan sebaiknya dipertimbangkan untuk dilepas atau dikurangi investasinya, agar sumber daya bisa dialihkan ke unit lain yang memiliki peluang lebih besar. Dengan pendekatan ini, *matrix GE* memberikan kerangka kerja yang lebih detail dan fleksibel dibandingkan matriks *BCG* dalam mengelola portofolio bisnis dan mendukung pengambilan keputusan strategis perusahaan (ikhshan, 2015)

3. METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif merupakan jenis penelitian yang diperoleh dari data yang telah dikumpulkan dan diolah untuk menghasilkan temuan baru atau karya ilmiah. Pengukuran data dilakukan dengan menggunakan alat bantu statistik serta mengikuti prosedur tertentu yang sesuai dengan prinsip-prinsip perhitungan kuantitatif. Pendekatan ini memiliki ciri khas, yaitu fokus pada hubungan antara berbagai gejala atau peristiwa dalam kehidupan manusia yang dikenal sebagai variabel. Hubungan antar variabel tersebut kemudian dianalisis secara objektif dengan menggunakan teori yang relevan sebagai dasar penelitiannya.

Menurut Kasiram (2008), metode penelitian kuantitatif merupakan proses yang digunakan untuk memperoleh pemahaman atau pengetahuan dengan memanfaatkan angka sebagai data utama. Angka-angka tersebut selain berfungsi untuk hasil pengukuran, juga digunakan untuk menganalisis dan mengkaji informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

Bryman (2005) menjelaskan bahwa langkah-langkah dalam penelitian kuantitatif dimulai dari penyusunan teori yang menjadi dasar berpikir, lalu dilanjutkan dengan merumuskan hipotesis. Setelah itu, peneliti menentukan metode yang akan digunakan, menetapkan objek dan

subjek penelitian, kemudian mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis secara sistematis untuk membuat kesimpulan serta memberikan saran yang relevan dengan temuan penelitian.

Penelitian ini memakai pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan gambaran yang rinci dan menyeluruh mengenai kondisi portofolio BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto, khususnya dalam upaya menjangkau pasar baru di wilayah Purwokerto. Data utama diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak internal kunci dari BPRS. Pemilihan narasumber dilakukan secara purposif, yaitu memilih individu yang dinilai memiliki wawasan dan informasi yang relevan terhadap topik penelitian. Dalam hal ini, narasumber yang dipilih mencakup perwakilan dari manajemen cabang Purwokerto serta pihak yang terlibat langsung dalam penyusunan strategi BPRS, dengan Manajer Pemasaran sebagai informan utama. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi pengelolaan portofolio yang optimal dengan memanfaatkan data nyata dari berbagai sumber ekonomi dan keuangan. Metode kuantitatif digunakan untuk memahami bagaimana investor dan manajer portofolio memandang risiko serta ketidakpastian ekonomi, sekaligus mengevaluasi langkah-langkah mitigasi yang mereka terapkan (K dkk., 2024).

Sebelum memulai sebuah penelitian, penting untuk mengetahui terlebih dahulu estimasi biaya yang akan dikeluarkan selama proses penelitian berlangsung. Perencanaan penelitian ini mencakup beberapa aspek, antara lain:

No	Sumber data yang diperlukan	Data awal, Data sekunder
1.	Metode Penelitian	Observasi, investigasi.
2.	Fasilitas Penelitian	Kuesioner alat pendukung
3.	Rencana Pemilihan Sampel	Unit sampel, ukuran sampel, pengambilan sampel prosedur.
4.	Pendekatan	Telepon, Ada kontak langsung dengan responden.

Kami membutuhkan sejumlah informasi penting yang mencakup:

+ Data sekunder – Merupakan data yang sebelumnya telah dikumpulkan untuk keperluan lain, baik berasal dari dalam perusahaan maupun dari sumber eksternal. Meskipun data sekunder biasanya mampu memenuhi sekitar 80% kebutuhan informasi dalam sebuah penelitian, namun perlu dipastikan bahwa data tersebut akurat dan relevan. Apabila data sekunder tidak mencukupi, maka diperlukan pencarian data tambahan.

+ Data primer – Merupakan data khusus untuk menjawab tujuan penelitian tertentu dalam perusahaan. Data primer sangat dibutuhkan terutama ketika sedang menyelidiki persoalan bisnis yang spesifik dan tidak bisa dijawab hanya dengan data sekunder.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 BPRS Bina Amanah Satria

BPRS BAS merupakan badan keuangan berbasis islam dalam bentuk Bank Perkreditan Rakyat Syariah yang mulai beroperasi di Purwokerto, Kabupaten Banyumas, sejak tahun 2005. Pendirian bank ini lahir dari inisiatif para profesional yang memiliki

visi untuk menghadirkan alternatif layanan perbankan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah Islam.

Keberadaan BPRS ini mencerminkan semangat dakwah melalui kegiatan ekonomi (dakwah maaliyah), yang ada di wilayah Banyumas. Dengan menjunjung nilai-nilai syariah, PT BPRS BAS berkomitmen memberikan layanan perbankan yang tidak hanya amanah, tetapi juga berpihak pada kepentingan masyarakat.

Pada saat berdirinya, kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan syariah di wilayah Purwokerto mengalami pertumbuhan yang signifikan. Namun, saat itu hanya terdapat satu bank syariah, yaitu Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto. Di tengah dominasi bank-bank konvensional baik bank umum maupun BPR konvensional kehadiran PT BPRS Bina Amanah Satria menjadi jawaban atas kebutuhan masyarakat muslim terhadap sistem keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

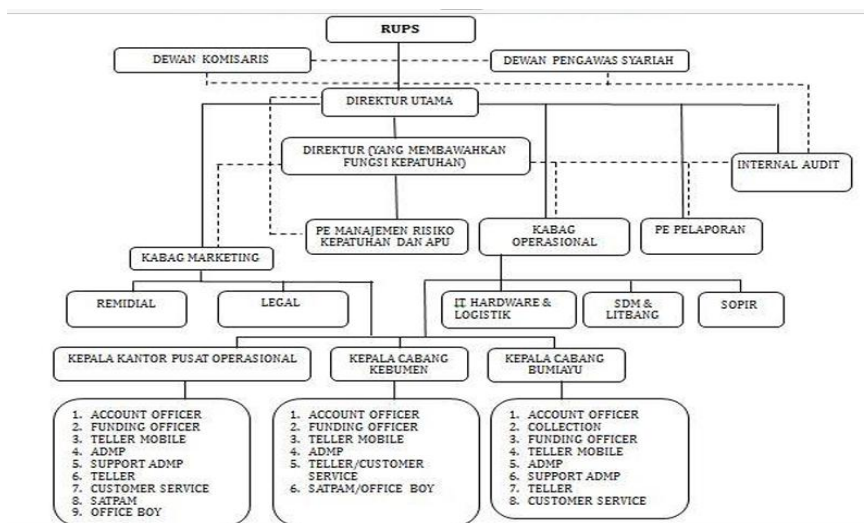
Adapun beberapa aktivitas usaha utama BPRS BAS antara lain :

- a. Menghimpun dana simpanan dan investasi berupa tabungan dan giro.
- b. Penyaluran dana pembiayaan yang mencakup berbagai jenis pembiayaan sesuai tujuan.

4.2 Struktur Organisasi dan Posisi Strategis

Struktur kelembagaan BPRS Bina Amanah Satria terdiri dari sejumlah fungsi utama, antara lain Kepala Cabang, Kepala Bagian Funding (tabungan), Kepala Bagian Lending (pembiayaan), serta staff operasional dan tim pemasaran. Pembinaan sumber daya manusia dilakukan secara berkala. Komitmen terhadap kualitas SDM diperkuat dengan rutinitas pelatihan internal yang bertujuan meningkatkan kompetensi, pelayanan, serta pencapaian target unit kerja.

Struktur Organisasi BPRS BAS



4.3 Jenis Produk dan Jasa

Dalam BPRS Bina Amanah Satria terdapat berbagai macam produk tabungan dan deposito. Adapun jenis tabungan dibagi menjadi dua yaitu tabungan umum dan tabungan khusus. Tabungan umum terdiri dari tabungan satria iB dan tabunganKu sedangkan tabungan khusus terdiri dari tabungan pendidikan iB, tabungan haji dan umroh iB, tabungan kurban iB, tabungan THR, tabungan basirah, tabungan ukhuwah, tabungan hari depan (tahapan), tabungan pendidikan plus (tapplus), serta terdapat produk Deposito Satria iB.

4.4 Analisis *Matrix General Electric (GE)*

BPRS Bina Amanah Satria adalah badan keuangan syariah yang memiliki peran strategis untuk mendukung sektor usaha kecil. Namun, untuk menghadapi persaingan dan dinamika pasar yang cepat berubah, BPRS perlu melakukan optimalisasi strategi pemasarannya. *Matrix General Electric (GE)* adalah alat analisis portofolio bisnis yang mempertimbangkan dua dimensi utama yaitu :

a. Daya Tarik Industri

Daya tarik pasar BPRS Bina Amanah Satria terletak pada kemampuannya untuk melayani segmen usaha kecil dengan tingkat pertumbuhan tinggi yang belum sepenuhnya terjangkau oleh lembaga keuangan konvensional. Selain itu, preferensi masyarakat terhadap produk keuangan berbasis prinsip syariah juga terus meningkat, menjadikan pasar BPRS semakin relevan dan potensial.

Dalam matriks GE, daya tarik industri biasanya diplot pada salah satu sumbu (horizontal atau vertikal) dan dikombinasikan dengan kekuatan bisnis unit (posisi kompetitif) pada sumbu lainnya untuk menentukan strategi yang tepat bagi unit bisnis atau produk tersebut. Penilaian daya tarik industri dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor relevan, memberikan bobot sesuai kepentingan, dan mengalikan dengan nilai penilaian untuk menghasilkan skor daya tarik industri yang kuantitatif. Skor ini kemudian digunakan untuk memetakan posisi unit bisnis dalam matriks GE dan menentukan apakah perusahaan harus berinvestasi, mempertahankan, atau melepas unit bisnis tersebut.

Dalam konteks BPRS BAS, daya tarik industri mencakup beberapa aspek berikut:

- **Pertumbuhan dan Potensi Pasar Syariah:** BPRS BAS beroperasi dalam industri perbankan syariah yang menunjukkan pertumbuhan signifikan, didukung oleh meningkatnya minat masyarakat terhadap layanan keuangan yang sesuai prinsip syariah. Hal ini menciptakan daya tarik tinggi untuk pengembangan produk dan layanan seperti tabungan iB Satria.

- Segmentasi Pasar dan Target UMKM: Daya tarik industri juga dilihat dari segmen pasar yang dilayani, yaitu kalangan menengah ke bawah dan pelaku UMKM yang menjadi fokus BPRS BAS. Segmen ini memiliki potensi besar karena kebutuhan layanan keuangan syariah yang terus meningkat.
- Persaingan dan Posisi Kompetitif: Dalam analisis GE, BPRS BAS menilai kekuatan bisnisnya relatif kuat, terutama dalam produk tabungan yang lebih unggul dibanding pesaing lokal. Posisi ini menunjukkan daya tarik industri yang cukup tinggi dengan peluang mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasar melalui strategi pemasaran yang tepat.
- Faktor-faktor Pendukung Lain: Keberadaan BPRS BAS sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang berorientasi pada dakwah ekonomi dan pengembangan usaha kecil-mikro menambah nilai daya tarik industri, karena memiliki nilai sosial dan ekonomi yang kuat di komunitas lokal.

b. Kekuatan Produk Pada Portofolio

Kekuatan produk portofolio dalam strategi pemasaran dengan analisis *General Electric (GE)* di BPRS BAS untuk mengetahui bagaimana bank ini mengelola dan memposisikan produk-produknya untuk meningkatkan daya saing dan jumlah nasabah. Kekuatan Produk Portofolio di BPRS BAS diantaranya:

Diversifikasi Produk: BPRS BAS memiliki produk beragam seperti pembiayaan sektor konstruksi, perdagangan, tabungan iB Satria, dan produk tabungan BASIRAH yang merupakan produk unggulan investasi multiguna. Diversifikasi ini memungkinkan bank untuk menjangkau berbagai segmen pasar, terutama kalangan menengah ke bawah dan UMKM. Untuk produk unggulan dari BPRS BAS Purwokerto sendiri ialah Pembiayaan sektor konstruksi dan Deposito.

Strategi Pemasaran Terpadu: Penerapan bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi secara efektif. Produk dirancang sesuai kebutuhan nasabah, harga kompetitif sesuai regulasi, lokasi strategis, serta promosi melalui media cetak, online, dan personal selling yang melibatkan seluruh karyawan sebagai marketing.

Posisi Produk yang Kuat: Berdasarkan analisis menggunakan matriks *General Electric* untuk produk tabungan iB Satria, produk ini berada di kuadran "bintang" dengan pangsa pasar relatif tinggi dan pertumbuhan pasar yang signifikan. Hal ini menunjukkan kekuatan produk dalam portofolio yang dapat dipertahankan dan dikembangkan lebih lanjut.

Relevansi Analisis General Electric (GE)

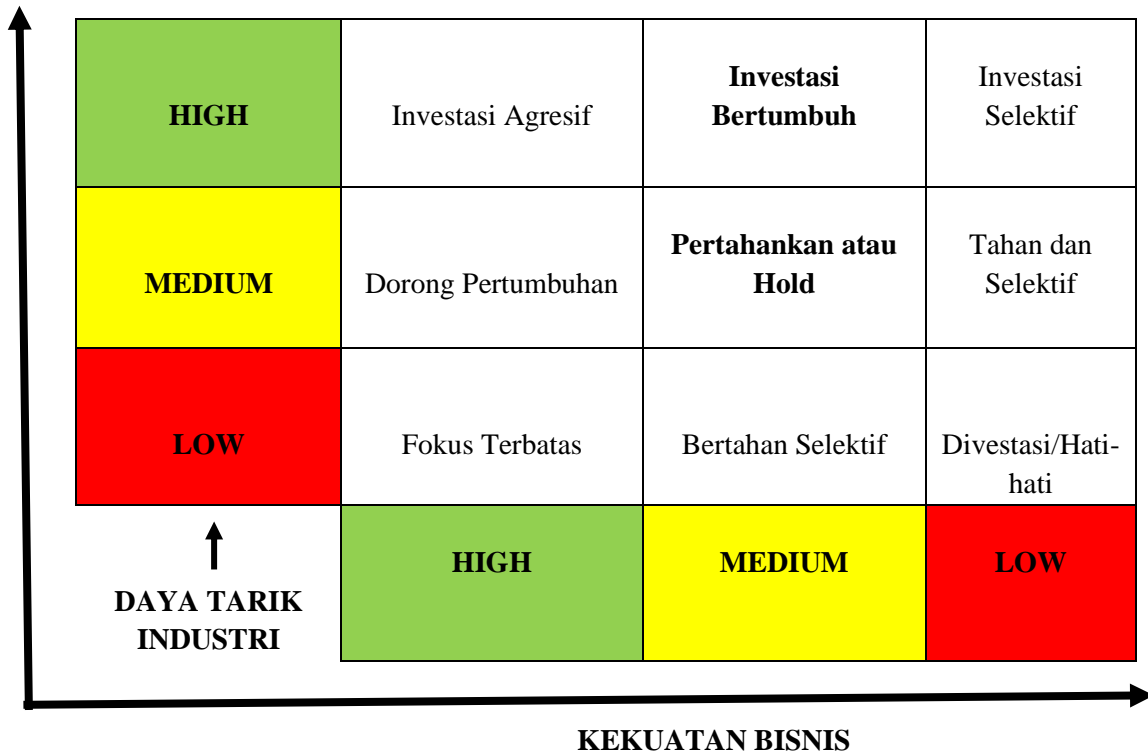
- Analisis GE biasanya mengkaji posisi produk berdasarkan daya tarik pasar dan kekuatan bisnis, mirip dengan BCG namun lebih komprehensif. Dalam konteks BPRS Bina Amanah Satria, kekuatan produk portofolio dapat diartikan sebagai kemampuan produk untuk bersaing di pasar yang diminati dan didukung oleh kekuatan internal bank seperti inovasi produk, pelayanan, dan strategi pemasaran yang efektif.
- Dengan kekuatan produk yang beragam dan strategi pemasaran yang menyeluruh, BPRS Bina Amanah Satria dapat mengelola portofolio produknya

secara optimal untuk meningkatkan pangsa pasar dan loyalitas nasabah, yang merupakan inti dari kekuatan produk dalam analisis GE.

Penilaian dan Pemberian Skor :

Faktor Daya Tarik Industri	Skor (1-10)	Faktor Kekuatan Unit Bisnis	Skor (1-10)
Ukuran pasar pembiayaan syariah	7	Pangsa pasar BPRS	6
Pertumbuhan pasar	8	Kualitas dan inovasi produk	7
Profitabilitas industri	6	Kompetensi SDM	7
Persaingan pasar	5	Efisiensi operasional dan digitalisasi	6
Regulasi dan dukungan pemerintah	7	Loyalitas dan kepuasan nasabah	7
Tren digitalisasi dan inovasi	6	Kemampuan manajemen dan pemasaran	6
Rata-rata Daya Tarik Industri	6.5	Rata-rata Kekuatan Unit Bisnis	6.5

Matrix General Electric



Berdasarkan skor daya tarik industri 6,5 dan kekuatan unit bisnis 6,5, posisi BPRS Bina Amanah Satria berada di kuadran tengah atas (investasi bertumbuh/grow selectively) yang menunjukkan bahwa :

- Industri ini cukup menarik (syariah, UMKM, pertumbuhan tinggi).
- Kekuatan internal BPRS berada pada level sedang hingga kuat (produk unggulan, strategi pemasaran personal selling, digitalisasi).
- Strategi yang disarankan adalah pengembangan produk, penetrasi pasar, dan peningkatan efisiensi pemasaran.

4.5 Strategi Pemasaran dan Pengembangan Portofolio

Strategi yang digunakan BPRS BAS dalam meningkatkan pemasaran produk portofolio:

- a. Menyusun Rencana Bisnis Bank (RBB) yang realistis sebagai dasar acuan kegiatan usaha Bank yang terukur.
- b. Membuat kebijakan dalam penghimpunan dana dengan stimulasi bonus bagi semua pegawai.
- c. Membuat kebijakan penyaluran dana yang sehat dengan prinsip kehati-hatian.
- d. *Listing* calon nasabah pembiayaan potensial dan sektor usaha yang menguntungkan dan aman.
- e. Optimalisasi penyelesaian pembiayaan bermasalah melalui cara litigasi maupun non litigasi secara lebih masif.
- f. Melakukan kampanye marketing terhadap calon nasabah penyimpan dana dengan memberikan direct gift.
- g. Segmen pasar difokuskan pada pasar produktif dan investasi, dengan target utama kalangan menengah ke bawah dan UMKM sebagai fokus pengembangan nasabah.
- h. Positioning dilakukan melalui *marketing mix 4P (Product, Price, Place, Promotion)*.
- i. Menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada.

Pengembangan dan Target Pasar:

- a. Target pasar penghimpunan dana dari PT BPRS Bina Amanah Satria selain masih mengakses kepada emosional market baik dari perorangan, perusahaan-perusahaan, Takmir Masjid, Majelis Ta'lim, Lembaga-lembaga pendidikan umum dan agama.
- b. Untuk penyaluran dana target pasar utamanya adalah para usahawan (UMKM) meliputi, pedagang eceran, kontraktor kecil yang memiliki proyek pekerjaan dari pemerintah daerah atau swasta yang dikenal baik, pengusaha jasa, karyawan swasta. Layanan gadai emas Syariah diharapkan akan menjadi komplemen dalam memberikan layanan yang mudah dan cepat bagi masyarakat yang membutuhkan dana secara mendadak.
- c. Pengembangan pembiayaan untuk karyawan yang mempunyai penghasilan tetap dengan Kerjasama bendahara potong gaji.

- d. Solisit pengusaha jasa pemborongan (konstruksi) berskala kecil lebih diintensifkan karena memiliki potensi penggunaan dana yang cukup baik dan mitigasi risiko relatif lebih mudah.
- e. Pengembangan pembiayaan untuk pembebasan lahan kepada pengembang perumahan untuk program perumahan subsidi bagi masyarakat berpenghasilan rendah.
- f. Pengembangan pembiayaan untuk pekerja magang Indonesia bekerjasama dengan Sending Organization (SO).
- g. Pengembangan pembiayaan haji dan umroh.

4.6 Analisis SWOT BPRS BAS

1. Kekuatan Internal

BPRS BAS memiliki keunggulan dalam menyediakan berbagai produk simpanan dan pembiayaan yang kreatif dan beragam, seperti deposito, tabungan khusus untuk umroh dan haji, serta pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Produk-produk ini sangat menarik bagi pelaku UMKM dan keluarga muslim. Tingkat kesetiaan anggota juga tinggi karena layanan yang proaktif, sistem bagi hasil yang bersaing, serta adanya bonus dan insentif yang menarik. Dari sisi operasional, penggunaan teknologi seperti mobile banking, QRIS, dan transaksi online membuat pelayanan menjadi lebih cepat, efisien, dan dapat menjangkau lebih banyak anggota.

2. Kelemahan

Namun, di purwokerto BPRS BAS segmen pasarnya kalah sama Bank plecit, yang selalu konsisten mencari atau mendatangi nasabah secara konsisten. BPRS BAS fokus pada segmen ekonomi mikro kecil menengah

3. Peluang

Perkembangan UMKM di Indonesia memberikan kesempatan besar bagi BPRS BAS untuk menjadi pilihan utama sebagai lembaga keuangan syariah. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga memberikan peluang bagi BPRS BAS untuk menarik minat generasi muda dan para pelaku usaha yang menginginkan layanan keuangan yang cepat dan praktis (Restu et al., 2023).

4. Ancaman

BPRS BAS menghadapi tantangan besar karena harus bersaing dengan bank syariah, koperasi, dan lembaga keuangan mikro lain yang juga menawarkan produk sejenis. Selain itu, kehadiran fintech syariah yang memberikan layanan lebih cepat dan biaya lebih murah menambah tekanan bagi BPRS BAS. Oleh karena itu, BPRS BAS perlu terus melakukan inovasi agar tetap kompetitif.

5. Strategi Mengatasi Kendala

Menurut (Suharto, 2024), untuk menghadapi tantangan yang ada, BPRS BAS aktif melakukan promosi secara langsung ke berbagai komunitas, sekolah, dan lingkungan warga. Mereka juga fokus meningkatkan pemahaman masyarakat tentang keuangan syariah guna membangun kepercayaan. Selain itu, BPRS BAS terus mempererat kerja sama dengan bank syariah, pemerintah, penyedia teknologi, serta pelaku UMKM lokal agar jaringan semakin luas dan posisi mereka di pasar semakin kuat.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menekankan pentingnya pengoptimalan produk portofolio di BPRS Bina Amanah Satria menggunakan pendekatan *Matrix General Electric*. Dengan adanya persaingan yang sengit, BPRS BAS perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap portofolio produknya untuk menentukan posisi dan potensi pengembangan masing-masing produk. Melalui analisis GE Matrix, BPRS BAS dapat mengidentifikasi daya tarik industri serta kekuatan bisnis dari setiap produk, sehingga dapat merancang strategi pemasaran yang lebih tepat dan efektif. Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah personal selling atau pendekatan "jemput bola", yang terbukti efektif dalam meningkatkan akses dan pelayanan kepada nasabah, khususnya pada segmen usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Secara keseluruhan, pengoptimalan strategi pemasaran berdasarkan analisis portofolio dan GE Matrix menjadi kunci bagi BPRS Bina Amanah Satria untuk meningkatkan daya saing, memperkuat loyalitas nasabah, serta mewujudkan tujuan dakwah ekonomi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul A., Daedah J., & Yulia F. (2024). *Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dalam Mengembangkan Ekonomi Masyarakat*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, Vol. 04, No. 01 Januari 2024, hlm. 34-51.
- Afrianty, Nonie, Isnaini, Desi, & Oktarina, Amimah. (2020). *Lembaga Keuangan Syariah*. In Penerbit Cv Zigie Utama.
- Bayu TA. 2012. Analisis portofolio portofolio produk tabungan dan strategi pengembangannya (Studi Kasus pada PT Bank mandiri (Persero) Tbk Area Banjarmasin) [tesis]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Bumiayu, K., & Lestari, D. A. T. *Pengaruh Penanganan Keluhan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bprs Bina Amanah Satria*.
- Dedik Irawan, M., Affandi, U., & Kalsum. (2013). Analisis Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Lkms) Pedesaan (Studi Kasus Bmt Al Hasanah Sekampung). *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 1(1), 13395.
- Ermis, M., Rasuli, M., & Rokhmawati, A. (2020). Analisis Perbandingan Kinerja Portofolio Optimal Markowitz Model dan Treynor Black Model pada Saham LQ45 di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi* <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>.
- Erong, E. A. E., Rudeng, R., Seleman, K. A., & Pandin, M. Y. R. (2024). Analisis Metode Markowitz Dalam Pemilihan Portofolio Efisien Pada Industri Otomotif Yang Terdaftar Di BEI. 2, 35–42.
- Harahap, F. H., & Nawawi, Z. M. (2022). Karakteristik Dan Bentuk Kelembagaan Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Indonesia. *Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2),
- Ikhsan. (2015). Analisis portofolio dengan matriks GE-Mc.Kimsey diperusahaan plastik "keris." In teknik industri ITAT Surabaya (hal. 16).

- K, G. M., Fatwa, M. N., P, M. A., & Pandin, M. Y. R. (2024). Optimalisasi Manajemen Portofolio Dalam Menghadapi Ketidakpastian Ekonomi: Pendekatan Empiris. *Business and Investment Review*, 2(6). <https://doi.org/10.61292/birev.145>
- Poniran. 2013. Strategi the boston consulting group untuk memastikan kesinambungan produk PT Gudang Garam Tbk. Kediri. Wacana 16(1):1 14.
- Rohanah, A., Azahra, D. F., Sendy, D. L., & Shafrani, Y. S. (2025). *Analisis Kondisi Bisnis BMT Bahtera Dalam Memasuki Pasar Industri Jasa Keuangan Syariah : Pendekatan General Electric.*
- Restu, R., Ramadhan, R., & Rosa, S. (2023). Analisis Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Cakemyday Dalam Perspektif Syariah. *Amkop Manajemen Accounting Review (AMAR)*,3(1), 1-8. <https://doi.org/10.37531/amar.v3i1.461>.
- Sudarsono, Heri. 2003. Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi. Yogyakarta. Ekonosia.
- Suharto, T. (2024). Peran Strategis Bank Syariah Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah: Studi Kasus Di Kabupaten Dan Kota Cirebon. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 6(1), 112–123. <https://doi.org/10.54783/jin.v6i1.908>.
- Sumarno. 2011. Analisis portofolio produk tabungan dan strategi pengembangan (Studi Kasus pada PT Bank Bukopin. Tbk) [tesis]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Tien, N. H., Anh, D. B. H., & Ngoc, N. M. (2021). Business Analysis for Nguyen Hoang Group in Vietnam Using BCG Matrix. *Himalayan Economics and Business Management*, 2(4), 24–30.
- Wawancara dengan Ibu Erna Damayanti, selaku Direksi BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto pada hari Selasa, 22 April 2025 secara tatap muka.
- Widyawati, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022, November). *Analisis Strategi Promosi Terhadap Pengembangan Produk Perbankan Syariah.* Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi, 1, 356. Retrieved Februari 23, 2023.
- Žic S, Hadzic H, Ikonc M. 2009. Portfolio analysis– a useful management tool. *Technical Gazette*. 16(4): 101–105.