

## **Analisis Kinerja Produk Pembiayaan BPRS BAS Purwokerto Dengan Pendekatan Matriks BCG**

**Rifki Nika Yuniar<sup>1\*</sup>, Fatkhurohman Nur Ari Saputra<sup>2</sup>, Sinta Bella Yulia Puspita Triwardani<sup>3</sup>, Yoiz Shofwa Shafrani<sup>4</sup>**

<sup>1-4</sup>Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

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

\*Korespondensi penulis: 224110202167@mhs.ac.id

**Abstract.** *This study aims to analyze the performance of financing products at BPRS BAS Purwokerto using the Boston Consulting Group (BCG) Matrix approach. The products analyzed include Murabahah, Multijasa, Qardh, Sewa, Mudharabah, and Musyarakah. The analysis results show that Murabahah and Multijasa are positioned in the Stars quadrant, indicating high market share and growth. The Sewa product is in the Cash Cows quadrant with a large market share but low growth. Meanwhile, Istishna, Qardh, Mudharabah, and Musyarakah are categorized in the Dogs quadrant, reflecting low market share and growth. The recommended strategies include market expansion for Stars, operational optimization for Cash Cows, and evaluation as well as product innovation for Dogs.*

**Keywords:** : BCG Matrix, Islamic Financing, BPRS BAS, Product Strategy.

**Abstrak.** Studi ini bertujuan untuk menelaah kinerja produk pembiayaan di BPRS BAS Purwokerto menggunakan pendekatan Matriks Boston Consulting Group (BCG). Produk yang dianalisis meliputi Murabahah, Multijasa, Qardh, Sewa, Mudharabah, dan Musyarakah. Berdasarkan hasil analisis, produk Murabahah dan Multijasa berada pada kuadran *Stars*, menandakan pangsa pasar besar dan pertumbuhan tinggi. Produk Sewa menempati kuadran *Cash Cows* dengan pangsa pasar besar namun pertumbuhan rendah. Sementara itu, produk Istishna, Qardh, Mudharabah, dan Musyarakah terletak di kuadran *Dogs*, yang mengindikasikan mempunyai pangsa pasar terbatas serta laju pertumbuhan yang rendah.. Strategi untuk diusulkan meliputi perluasan pasar untuk *Stars*, optimalisasi operasional untuk *Cash Cows*, serta evaluasi dan inovasi produk pada *Dogs*.

**Kata kunci:** BCG Matriks, Pembiayaan Syariah, BPRS BAS, Strategi Produk.

### **1. LATAR BELAKANG**

Peran lembaga keuangan, baik konvensional maupun syariah, sangat penting sebagai intermediasi keuangan dalam perekonomian nasional. Sebagai lembaga intermediasi, institusi ini berfungsi menghubungkan pihak yang memiliki surplus dana dengan pihak yang membutuhkan dana untuk keperluan produktif (Dalimunthe & Lubis, 2023; Rosana, 2023). Perbedaan utama antara lembaga keuangan konvensional dan syariah terletak pada prinsip dasar operasionalnya. Lembaga keuangan syariah dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, termasuk larangan riba, spekulasi, dan transaksi yang tidak jelas (Setiawan, Yahya, Yahya, & Sukendar, 2024).

Salah satu institusi keuangan yang fokus menjalankan prinsip tersebut adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Sebagai bagian dari industri perbankan syariah, BPRS

memiliki peran signifikan dalam mendukung pemberdayaan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama di daerah yang belum terjangkau bank umum syariah. BPRS secara konsisten mendorong inklusi keuangan syariah dengan menawarkan berbagai produk pembiayaan berbasis akad seperti murabahah, mudharabah, musyarakah, ijarah, hingga qardh (Masdiana, Kadriati, Ishak, & Kamaruddin, 2025). Peran BPRS semakin penting seiring dengan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menunjukkan bahwa porsi pembiayaan BPRS terhadap UMKM mencapai lebih dari 70% dari total portofolio pembiayaan (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Di Kota Purwokerto, BPRS BAS (Bina Amanah Satria) menjadi salah satu institusi keuangan syariah yang cukup aktif dalam membiayai sektor produktif masyarakat, khususnya UMKM. Keberadaan BPRS BAS turut mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan memperluas akses masyarakat terhadap pembiayaan syariah. Namun, dalam menghadapi kompetisi pasar yang semakin ketat dan dinamika kebutuhan masyarakat yang terus berkembang, evaluasi terhadap kinerja produk pembiayaan menjadi hal yang sangat penting. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap produk memiliki daya saing yang berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Salah satu alat analisis yang relevan untuk mengevaluasi kinerja produk secara strategis adalah Matriks Boston Consulting Group (BCG). Matriks ini memetakan posisi produk berdasarkan dua indikator utama, yaitu pangsa pasar relatif dan tingkat pertumbuhan pasar (Dewi, 2025). Dengan mengklasifikasikan produk ke dalam empat kuadran—Stars, *Cash Cows*, Question Marks, dan Dogs—perusahaan dapat merumuskan strategi yang tepat untuk masing-masing produk (Sanjaya & Mulyanti, 2023).

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Matriks BCG merupakan pendekatan yang efektif dalam menganalisis dan merancang strategi pengembangan produk di sektor keuangan syariah. Shafrani, Pradini, Utami, dan Kiky (2023) menemukan bahwa penerapan analisis BCG dapat membantu KSPPS dalam memprioritaskan alokasi sumber daya untuk produk yang memiliki potensi pasar tinggi. Rahayu dan Adha (2024) juga menegaskan bahwa Matriks BCG dapat digunakan untuk memperjelas arah strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih terarah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kinerja produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BPRS BAS di Kota Purwokerto dengan menggunakan pendekatan Matriks BCG. Melalui analisis ini, diharapkan diperoleh gambaran mengenai posisi strategis masing-masing produk pembiayaan serta rekomendasi strategi pengembangan yang tepat, sehingga BPRS BAS dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan

daya saing produknya di tengah kompetisi yang dinamis.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Bank Pembiayaan Rakyat Syariah**

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah institusi keuangan yang beroperasi secara resmi atas dasar regulasi Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, yang kemudian direvisi melalui Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 (Korengkeng, Tumbuan, and Kawet, 2022). Undang-undang tersebut mengklasifikasikan BPR menjadi dua jenis, baik BPR yang operasionalnya berlandaskan prinsip syariah maupun berlandaskan prinsip konvensional. BPRS termasuk dalam kategori BPR yang kegiatan operasionalnya berbasis syariah. Pelaksanaan operasional BPR berbasis syariah kemudian diatur lebih detail melalui Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia Nomor 32/36/KEP/DIR mengenai Bank Perkreditan Rakyat berlandaskan ketentuan syariah (Lis Nur'aisyah, 2020).

Sebagai institusi keuangan syariah, BPRS beroperasi dengan berlandaskan kepada ketentuan-ketentuan syariah dimana mengutamakan keadilan dan kemitraan dalam setiap aktivitas keuangan serta menghindari praktik seperti riba atau suku bunga (Abdul Aziiz Ahmad Fauzi et al., 2024). Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dibentuk berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Keberadaan BPRS kemudian diperjelas dan diatur lebih lanjut melalui Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992, yang menetapkan bahwa operasional BPRS dijalankan berdasarkan prinsip bagi hasil. (Nurul Musyasaroh, 2022). Selanjutnya, pada Pasal 1 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang menggantikan regulasi sebelumnya, BPRS diartikan sebagai lembaga perbankan yang kegiatan operasionalnya berlandaskan ketentuan syariah serta tidak menyediakan jasa terkait lalu lintas pembayaran.

### **Pembiayaan**

Secara fundamental, istilah pembiayaan berasal dari makna *I believe, I trust*, yang berarti saya percaya dan menaruh kepercayaan (Muhammad Wandisyah R Hutagalung, 2021). Dalam hal ini berarti pihak lembaga keuangan selaku pihak *shahibul maal* menaruh kepercayaannya kepada *mudharib* (nasabah) untuk dapat mengelola hartanya dengan penuh amanah dan tanggung jawab. Dalam regulasi UU No 10 Tahun 1998 Pasal 1 tentang Perbankan, penyaluran dana berlandaskan pada ketentuan syariah merupakan kegiatan pengadaan dana yang dilakukan oleh pihak bank untuk kemudian uang tersebut disalurkan pada nasabah berdasarkan kesepakatan untuk selanjutnya pihak nasabah wajib mengembalikan uang tersebut selama

periode waktu yang telah ditentukan beserta dengan keuntungan pihak bank. Menurut Undang- Undang-Undang No. 21 Tahun 2008, penghimpunan dana atau pembiayaan dapat dilakukan melalui berbagai jenis akad, antara lain akad bagi hasil seperti mudharabah dan musyarakah, akad jual beli seperti murabahah, istishna, dan salam, akad sewa menyewa seperti ijarah dan ijarah muntahiyah bit tamlik, serta akad pinjaman seperti qardh. Selain itu, transaksi penyediaan jasa juga dapat dilakukan melalui mekanisme ijarah sebagai bentuk sewa terhadap layanan tertentu. (Anggraini, 2021). Kinerja Produk

Kinerja Produk merupakan performa yang menunjukkan baik atau tidaknya kualitas produk saat di pakai pada periode tertentu. Kinerja produk merupakan hasil, nilai atau fungsi yang didapatkan dari menggunakan barang atau jasa pada produk tersebut (Saparso and Jesfer 2010). Menurut Kotler (2005), produk dibangun berdasarkan empat tingkatan kinerja yaitu rendah, rata-rata, tinggi, dan unggul. Masing-masing dari tingkatan itu menggambarkan bagaimana kualitas produk dalam melayani kebutuhan-kebutuhan pengguna. Kinerja produk yang baik dapat dilihat dari total pemakai produk tersebut. Dalam konteks BPRS khususnya produk pembiayaan. Produk yang memiliki kinerja yang baik yaitu produk yang paling banyak digunakan. Jika produk banyak digunakan artinya produk tersebut memang banyak diminati.

### **Matriks BCG**

Matriks BCG adalah matriks yang digunakan untuk mengidentifikasi posisi produk dengan melihat pangsa pasar relative (*market share relative*) dan tingkat pertumbuhan pasar (*growth rate market*) (Ongki Sanjaya and Dety Mulyanti 2023). Matriks ini dibesarkan oleh Henderson pada tahun 1970-an. Beliau berasal dari grup BCG. Matriks BCG terdiri dari dua sumbu utama, yaitu sumbu X (horizontal) dan sumbu Y (vertikal). Sumbu X merepresentasikan pangsa pasar relatif (*relative market share*), yang mengukur kekuatan produk dibandingkan dengan pesaing utamanya di pasar, sedangkan sumbu Y mengidentifikasi produk berdasarkan Tingkat pertumbuhan pasar (*growth rate market*). Pangsa pasar relative dan tingkat pertumbuhan pasar dapat diukur dengan melihat nilai skala- nya, pangsa pasar relative berada pada skala 0,0 – 1 (semakin mendekati 1 menunjukkan memiliki pangsa pasar tinggi), kemudian tingkat pertumbuhan pasar berada pada skala -20 sampai 20 dengan 0,0 sebagai pusat titik (Putri Nur Azizah., DKK, 2024). Menurut Astrid Dwi Marsetyorini., DKK, 2024, pada matriks BCG memiliki empat pembagian kuadran yang berbeda, kuadran tersebut meliputi *Question Mark*, *Stars*, *Cash Cow*, *Dog*.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan tujuan untuk

menggambarkan kondisi dan kinerja produk pembiayaan BPRS BAS di Kota Purwokerto melalui analisis Matriks BCG. Pendekatan kuantitatif dipilih karena data yang digunakan bersifat numerik, berupa laporan keuangan triwulan bulan Desember tahun 2023 dan 2024 dari BPRS BAS dan BPRS HIK, yang didapatkan resmi di situs Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi, dengan fokus pada informasi terkait total piutang berdasarkan jenis akad seperti Murabahah, Musyarakah, Multijasa, Qardh, Mudharabah, Sewa, dan Istishna serta tingkat pertumbuhan masing-masing produk dari tahun ke tahun. Data dianalisis menggunakan pendekatan Matriks BCG melalui beberapa tahapan, yaitu perhitungan pangsa pasar relatif (dengan membandingkan volume pembiayaan BPRS BAS terhadap BPRS HIK), perhitungan tingkat pertumbuhan pasar tiap produk, pemetaan posisi produk dalam empat kuadran Matriks BCG (Stars, Question Marks, *Cash Cows*, dan *Dogs*), serta pemberian rekomendasi strategi berdasarkan hasil analisis tersebut.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Sejarah BPRS BAS Purwokerto**

PT BPRS Bina Amanah Satria berdiri di Purwokerto, Kabupaten Banyumas, pada tahun 2005 sebagai sebuah badan yang bergerak pada bidang perbankan yang kegiatan operasionalnya berdasarkan ketentuan syariah. Pembentukan BPRS ini merupakan hasil aspirasi dari sejumlah profesional, termasuk notaris, dokter, pengusaha, pendidik, serta putra daerah, yang menginginkan adanya substitusi perbankan syariah di wilayah tersebut. Kehadirannya bertujuan untuk menerapkan prinsip transparansi, keadilan, keseimbangan, serta etika dalam setiap transaksi keuangan, sekaligus menjadi media dakwah dalam bidang ekonomi (*maaliyah*) yang fokus pada pengembangan usaha kecil dan mikro di Kabupaten Banyumas.

Kebutuhan masyarakat Muslim di Purwokerto terhadap layanan perbankan syariah mengalami peningkatan yang signifikan pada masa itu. Di tengah dominasi perbankan konvensional, baik bank umum maupun Bank Perkreditan Rakyat (BPR), hanya terdapat satu bank syariah yang beroperasi di wilayah tersebut, yaitu Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto. Kondisi ini mendorong pendirian BPRS Bina Amanah Satria, yang tidak hanya bertujuan untuk meraih keuntungan finansial, tetapi juga berkomitmen menjalankan peran dakwah dalam sektor ekonomi syariah. Fokus utama BPRS Bina Amanah Satria adalah membantu pengembangan usaha kecil agar dapat tumbuh secara berkelanjutan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Secara legalitas, BPRS Bina Amanah Satria didirikan dalam bentuk badan hukum Perseroan Terbatas (PT) melalui Akta Notaris Bambang W. Sudrajat, SH, dengan Akta Nomor 19 pada 23 Desember 2003. Akta tersebut mengalami beberapa perubahan, yaitu melalui Akta Nomor 29 pada 21 Februari 2005 dan disempurnakan kembali melalui Akta Nomor 14 pada 14 Maret 2005.

### **Produk Pembiayaan BPRS BAS Purwokerto**

Dalam melakukan tugasnya sebagai lembaga penyedia pembiayaan, terdapat produk-produk yang ditawarkan BPRS BAS Purwokerto, produk-produk tersebut yaitu :

**Tabel 1. Produk Pembiayaan BPRS BAS Purwokerto**

<b>Nama Produk</b>	<b>Keterangan Produk</b>
Pembiayaan Talangan	Pembiayaan modal kerja dengan jangka waktu terbatas
Pembiayaan IB Multi Jasa	berkisar 1-12 bulan. Pembiayaan multi guna untuk kebutuhan jasa berbasis sewa. Seperti sewa gedung, biaya pendidikan, biaya pernikahan dll.
Pembiayaan IB Modal Kerja	Pembiayaan yang diberikan oleh Bank kepada nasabah sebagai mitra, untuk keperluan menambah modal kerja yang digunakan sebagai usaha produktif.
Pembiayaan IB Investasi	Pembiayaan ini merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank kepada nasabah, di mana bank bertindak sebagai pihak yang membelikan barang sesuai kebutuhan nasabah dengan harga yang telah disepakati. Pembiayaan ini dapat digunakan untuk pembiayaan investasi maupun konsumtif.

Sumber : Website BPRS BAS Purwokerto

### **Pemetaan Produk Pembiayaan BPRS BAS dengan Matriks BCG**

Analisis dari Matriks BCG pada produk pembiayaan BPRS BAS Purwokerto menggunakan perhitungan PPR (Pangsa Pasar Relatif) dan TPP (Tingkat Pertumbuhan Produk). Dalam hal ini, data yang akan digunakan untuk menghitung Pangsa pasar relatif menggunakan data *Outstanding* piutang masing-masing produk pembiayaan BPRS BAS dan BPRS pesaing pada laporan keuangan bulan Desember tahun 2024. Data *Outsatnding* piutang merujuk pada total piutang yang belum diselesaikan atau dibayarkan. Sedangkan untuk menghitung Tingkat pertumbuhan produk BPRS BAS menggunakan data *Outstanding* bulan

Desember pada tahun 2023-2024.

**Tabel 1. Data Laporan Keuangan *Outstanding* Bulan Desember Tahun 2024**

Produk Pembiayaan	BPRS			
	BAS		HIK	
Murabahah	Rp	65.670.312.727	Rp	23.415.626.898
Istishna	Rp	-	Rp	-
Multijasa	Rp	5.560.892.385	Rp	6.591.622.237
Qardh	Rp	350.863.491	Rp	1.248.296.000
Sewa	Rp	68.983.709	Rp	-
Mudharabah	Rp	-	Rp	-
Musyarakah	Rp	1.571.517.505	Rp	5.151.242.839

Sumber : Laporan Keuangan Tri Wulan OJK setelah diolah

### 1. Perhitungan PPR (Pangsa Pasar Relatif)

a. Murabahah

$$PPR = \frac{Rp\ 65.670.312.727}{Rp\ 23.415.626.898}$$

$$PPR = 2,804551 > 1$$

b. Istishna

$$PPR = \frac{Rp\ 0}{Rp\ 0}$$

$$PPR = 0 < 1$$

c. Multijasa

$$PPR = \frac{Rp\ 5.560.892.385}{Rp\ 6.591.622.237}$$

$$PPR = 0,84363 < 1$$

d. Qardh

$$PPR = \frac{Rp\ 350.863.491}{Rp\ 1.248.296.000}$$

$$PPR = 0,281074 < 1$$

e. Sewa

$$PPR = \frac{Rp\ 68.983.709}{Rp\ 0}$$

$$PPR = 68.983.709 > 1$$

f. Mudharabah  $PPR = \frac{0}{0}$

$$PPR = 0 < 1$$

g. Musyarakah

$$PPR = \frac{Rp\ 1.571.517.505}{Rp\ 5.151.242.839} \quad PPR = 0,305075 < 1$$

### 2. Perhitungan TPP (Tingkat Pertumbuhan Produk)

**Tabel 2. Data Laporan Keuangan *Outstanding* Bulan Desember tahun 2023-2024**

Produk Pembiayaan BPRS	Tahun			
	2023		2024	
Murabahah	Rp	61.886.130.000	Rp	65.670.312.727
Istishna	Rp	-	Rp	-
Multijasa	Rp	2.950.897.000	Rp	5.560.892.385
Qardh	Rp	367.740.000	Rp	350.863.491
Sewa	Rp	78.576.000	Rp	68.983.709
Mudharabah	Rp	-	Rp	-
Musyarakah	Rp	1.871.417.000	Rp	1.571.517.505



Sumber : Laporan Keuangan Tri Wulan OJK setelah diolah

a. Murabahah

$$TPP = \frac{Rp\ 65.670.312.727 - Rp\ 61.886.130.000}{Rp\ 61.886.130.000} \times 100\%$$

$$TPP = 6,11 \%$$

b. Istishna  $TPP = \frac{0-0}{0}$

$$TPP = 0$$

c. Multijasa

$$TPP = \frac{Rp\ 5.560.892.385 - Rp\ 2.950.897.000}{Rp\ 2.950.897.000} \times 100\%$$

$$TPP = 88\%$$

d. Qardh

$$TPP = \frac{Rp\ 350.863.491 - Rp\ 367.740.000}{Rp\ 367.740.000} \times 100\%$$

$$TPP = -4,59 \%$$

e. Sewa

$$TPP = \frac{Rp\ 68.983.709 - Rp\ 78.576.000}{Rp\ 78.576.000} \times 100\%$$

$$TPP = -1,2 \%$$

f. Mudharabah  $TPP = \frac{0}{0}$

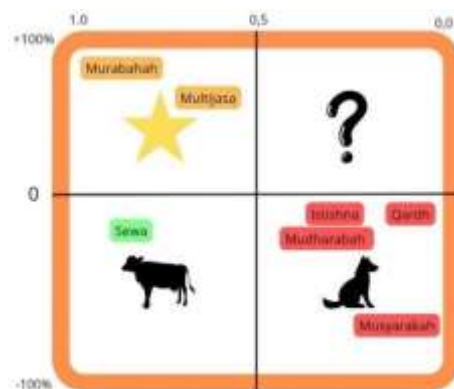
$$TPP = 0$$

g. Musyarakah

$$TPP = \frac{Rp\ 1.571.517.505 - Rp\ 1.571.517.505}{Rp\ 1.571.517.505} \times 100\%$$

$$TPP = -1,6 \%$$

Dari hasil perhitungan diatas, jika perhitungan tersebut diklasifikasikan kedalam matriks BCG maka menjadi :



Gambar 1. Posisi produk pembiayaan BPRS BAS

## 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis menggunakan Matriks Boston Consulting Group (BCG), kinerja produk pembiayaan di BPRS BAS Purwokerto diklasifikasikan ke dalam beberapa kuadran strategis. Pemetaan ini dilakukan berdasarkan dua indikator utama, yakni pangsa pasar

relatif dan tingkat pertumbuhan pasar, yang kemudian menjadi dasar penyusunan strategi pengembangan produk secara terarah.

Produk pembiayaan Murabahah menempati posisi kuadran Stars dalam Matriks BCG, yang mencerminkan pangsa pasar besar serta tingkat pertumbuhan yang tinggi. Keunggulan produk ini terletak pada kesederhanaan akad dan kemudahan dalam pemahaman syarat-syaratnya oleh nasabah, yang menjadikannya sebagai produk favorit di kalangan pelaku usaha kecil (Nasution, Hardana, & Damisa, 2022). Strategi pengembangan yang relevan untuk produk ini antara lain memperluas jaringan kemitraan dengan lembaga keuangan mikro dan koperasi syariah, memanfaatkan promosi digital berbasis media sosial, serta mengembangkan varian produk berbasis akad murabahah yang inovatif. Selain itu, pengawasan terhadap kualitas pembiayaan perlu ditingkatkan guna memitigasi risiko pembiayaan bermasalah (*non-performing finance*).

Sementara itu, produk Istishna berada di kuadran Dogs, menunjukkan bahwa produk ini memiliki pertumbuhan dan pangsa pasar yang rendah. Hal ini dapat dikaitkan dengan sifat khas akad Istishna yang digunakan pada proyek manufaktur atau konstruksi, yang menuntut waktu pelaksanaan lama, modal besar, serta risiko operasional yang tinggi (Riani, Efiza, & Fitri, 2023). Strategi yang dapat diambil meliputi penyederhanaan prosedur akad, fokus pada proyek-proyek skala kecil seperti renovasi rumah, serta kolaborasi dengan kontraktor lokal. Jika dalam jangka tertentu produk ini tetap stagnan, pengalihan alokasi dana ke produk yang lebih potensial merupakan langkah strategis yang layak dipertimbangkan.

Produk pembiayaan Multijasa juga menempati posisi Stars, mencerminkan performa kuat dengan pangsa pasar tinggi dan pertumbuhan cepat. Produk ini banyak dimanfaatkan untuk kebutuhan pembiayaan jasa, seperti pendidikan, kesehatan, dan perjalanan ibadah. Tren peningkatan kebutuhan layanan sosial, terutama pendidikan dan kesehatan, turut mendorong permintaan terhadap produk ini. Strategi yang tepat mencakup promosi khusus kepada segmen akademik dan tenaga medis, serta digitalisasi sistem pembiayaan agar proses pengajuan dan verifikasi menjadi lebih efisien (Rahayu & Adha, 2024). Pengembangan platform digital khusus pembiayaan multiguna juga dapat menjadi keunggulan kompetitif BPRS BAS.

Berbeda halnya dengan pembiayaan Qardh, yang berada pada kuadran Dogs. Produk ini tidak memberikan keuntungan finansial langsung bagi bank, karena bersifat pinjaman sosial tanpa imbal hasil. Namun, Qardh tetap penting sebagai instrumen inklusi keuangan dan sosial,

terutama bagi masyarakat rentan. Lemahnya pangsa pasar disebabkan rendahnya literasi terhadap produk ini serta minimnya sosialisasi kepada masyarakat (Shafrani, Pradini, Utami, & Kiky, 2023). Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah memperkuat edukasi publik, menyederhanakan proses pengajuan, serta memastikan seleksi ketat untuk menyalurkan dana secara tepat sasaran dan produktif.

Produk Sewa (Ijarah) berada pada kuadran *Cash Cows*, menunjukkan bahwa produk ini memiliki pangsa pasar besar tetapi tingkat pertumbuhannya rendah. Penurunan pertumbuhan ini dipicu oleh meningkatnya persaingan antar lembaga keuangan syariah dalam menawarkan produk serupa. Namun demikian, sebagai produk dengan arus kas yang stabil, Ijarah tetap memiliki nilai strategis (Marsetyorini & Keisha, 2024). Strategi yang dapat diterapkan meliputi peningkatan loyalitas nasabah melalui skema diskon atau reward, inovasi dalam sistem pelacakan aset sewa secara digital, serta penguatan pengawasan dan perawatan aset yang disewakan untuk mempertahankan kepercayaan nasabah.

Selanjutnya, produk Mudharabah juga dikategorikan dalam kuadran *Dogs*. Akad ini memang ideal untuk membiayai usaha, namun realitanya di lapangan menghadapi tantangan besar. Banyak nasabah kesulitan dalam menyusun laporan keuangan, sehingga menyulitkan proses bagi hasil dan kontrol risiko oleh pihak bank. Tingginya risiko gagal bayar juga menjadikan produk ini kurang diminati (Fauzi, Jubaedah, & Rahmah, 2024). Dalam mengembangkan produk ini, BPRS BAS perlu melakukan pendampingan usaha, pelatihan literasi keuangan, serta menyediakan sistem digital pencatatan laporan keuangan sederhana agar lebih mudah diakses oleh pelaku usaha mikro.

Terakhir, produk Musyarakah juga berada dalam kuadran *Dogs*. Meski secara teoritis menawarkan keunggulan kolaboratif antara bank dan nasabah, implementasinya tergolong kompleks. Pengelolaan usaha bersama dan pembagian risiko menjadi tantangan utama, apalagi jika terjadi fluktuasi ekonomi yang berdampak pada hasil usaha (Shafrani et al., 2023). Strategi yang layak dilakukan adalah menyederhanakan alur administratif, fokus pada pembiayaan proyek kecil menengah (seperti usaha kuliner atau kerajinan), serta menjalin kolaborasi dengan komunitas UMKM dan koperasi lokal. Penerapan sistem pemantauan usaha secara berkala juga dapat mengurangi risiko moral hazard.

Hasil pemetaan ini menunjukkan bahwa BPRS BAS perlu fokus pada ekspansi dan

penguatan produk Stars (Murabahah dan Multijasa), menjaga efisiensi produk *Cash Cows* (Sewa), serta mengevaluasi dan melakukan inovasi atau restrukturisasi pada produk Dogs (Istishna, Qardh, Mudharabah, dan Musyarakah). Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing institusi dan mendorong pertumbuhan kinerja pembiayaan secara berkelanjutan.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis menggunakan pendekatan Matriks Boston Consulting Group (BCG), kinerja produk pembiayaan di BPRS BAS Purwokerto terbagi ke dalam tiga kuadran utama: Stars, Cash Cows, dan Dogs. Produk Murabahah dan Multijasa menempati kuadran Stars, mencerminkan pangsa pasar besar dan pertumbuhan tinggi, sehingga layak dijadikan fokus ekspansi dan inovasi. Produk Sewa berada pada kuadran Cash Cows, dengan kontribusi stabil namun pertumbuhan yang melambat, sehingga memerlukan strategi efisiensi operasional dan penguatan loyalitas nasabah. Sementara itu, produk Istishna, Qardh, Mudharabah, dan Musyarakah masuk ke kuadran Dogs, dengan performa lemah akibat kompleksitas akad dan tingginya risiko. Untuk itu, dibutuhkan strategi restrukturisasi, edukasi, serta realokasi dana ke produk yang lebih potensial secara pasar.

Secara teoritis, penelitian ini mengonfirmasi efektivitas Matriks BCG sebagai alat analisis strategis dalam mengevaluasi portofolio produk pembiayaan syariah berbasis data kuantitatif. Kontribusi praktisnya terletak pada penyediaan dasar bagi manajemen BPRS dalam pengambilan keputusan pengembangan produk, perencanaan pemasaran, dan alokasi sumber daya secara lebih terarah. Dengan pendekatan yang adaptif dan strategis, BPRS BAS diharapkan mampu meningkatkan kinerja bisnis secara berkelanjutan serta memperkuat perannya dalam pemberdayaan ekonomi syariah di tingkat lokal.

## DAFTAR REFERENSI

- Adha, M. A. & Niken, K. R. (2024). Analisis Strategi Marketing Produk Pembiayaan BSI Griya, BSI Mitraguna Dan BSI OTO Di BSI Yogyakarta Dengan Metode Matriks Boston Consulting Group (BCG). *Jesya* 7(2): 1887–96. doi:10.36778/jesya.v7i2.1692.
- Anggraini, T. (2021). *Buku Ajar Desain Akad Perbankan Syariah*. Medan : CV. Merdeka Kreasi Group.
- Azizah, P. N. Nuringwahyu, S. & Widayawati, E. (2024). Analisis Matriks Boston Consulting Group (BCG) Sebagai Dasar Perencanaan Strategi Dalam Bersaing (Studi Kasus PT. FKS Food Sejahtera TBK). *Jiagabi* 13(1): 259-270.

- BPRS BAS. (2005). Sejarah BPRS BAS Purwokerto. Available at: <https://www.bprsbas.co.id/tentang-sejarah/>. diakses tanggal 10 Mei 2025.
- Dalimunthe, N. & Lubis, N. K. (2023). Peran Lembaga Perbankan Terhadap Pembangunan Ekonomi: Fungsi Dan Tujuannya Dalam Menyokong Ketenagakerjaan. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 8(30): 956–63. <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/20997%0Ahttps://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/download/20997/7132>.
- Dewi, E. R. (2025). Analisis Manajemen Strategi Dan Pengembangan Olshop Siti Munira Dengan Pendekatan BCG Martix. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2(1): 1795–1805. doi.org/10.62710/egqfxm33
- Fauzi, A. A. A. Jubaedah, D. & Rahmah, Y. F. (2024). Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dalam Mengembangkan Ekonomi Masyarakat. *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 4(01): 34-51. <https://jurnal.unsur.ac.id/elecosy/index>
- Hutagalung, M. W. R. (2021). Analisis Pembiayaan Bank Syariah. Edisi 1 Cetakan 1. Medan : Media Kreasi.
- Iis Nur'aisyah, L. S. (2020). Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Dalam Pengembangan UMKM Di Indonesia. *Inklusif : Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi Dan Hukum Islam*, 115.
- Korengkeng, M. S. M. Tumbuan, W.J.F.A. & Kawet, R. CH. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Pada Bank Perkreditan Rakyat (Bpr) Kartika Matuari Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah. *Ekonomi Dan Bisnis* 10(1): 1497–1505.
- Kotler, P. (2005). Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium 1. Jakarta : Prenhallindo.
- Marsetyorini, A. D. & Keisha, D. S. (2024). Analisis Perencanaan Manajemen Strategi PT Japfa Comfeed Indonesia Menggunakan Matriks SWOT Dan Matriks BCG ( Studi Kasus Penurunan Laba Perusahaan Tahun 2022 ). *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship* 6(2): 59–70.
- Masdiana, S. Kadriati. Ishak. & Kamaruddin. (2025). Peran Bank Syariah Dalam Pemberdayaan Lokal Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Naratif* 6(1): 96–115. <https://ijurnal.com/1/index.php/jipn>.
- Musyaroh, N. (2022). Eksistensi Bank Syariah dalm Perspektif Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5(2) : 12-31.

- Nasution, J. Hardana, A. & Damisa, A. (2022). Implementasi Akad Murabahah untuk Pembiayaan Modal Usaha di Bank Syariah Sipirok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat : Pemberdayaan, Inovasi, dan Perubahan* 2(4) : 140-149. <https://doi.org/10.59818/jpm>.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). Laporan Keuangan BPRS Triwulan 2023-2024. <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/laporan-keuangan-perbankan/default.aspx>.
- Riani, Y. Efiza, H. F. & Fitri, R. (2023). Penerapan Akad Istishna pada Bank Syariah. *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 2(6) : 896-903. <https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp>.
- Rosana, M. (2023). Urgensi Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Lunggi : Jurnal Literasi Unggulan* 1(2) : 289-300.
- Sanjaya, O. & Mulyanti, D. (2023). Analisis Matrik Boston Consulting Group (Bcg). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen* 2(1): 246–53. doi:10.58192/ebismen.v2i1.681.
- Saparso & Jesfer. (2010). Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Kinerja Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Ukrida* 10(1): 97542.
- Setiawan, I. Yahya, M. Yahya, I. & Sukendar. (2024). Konsep Bunga Anti Riba Dalam Persepektif Prinsip Ekonomi Islam Pada Bank Syariah Anti-Riba Interest Concept in the Perspective of Islamic Economic Principles at Sharia Banking. *Lisyabab Jurnal Studi Islam dan Sosial* 5(1): 159-173. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v5i1.251>.
- Shafrani, Y. S. Pradini, N. Y. Utami, H. T. & Kiky, N. E. (2023). Performance Assessment Strategy of Financing Products at KSPPS ‘Bangku Elpena’ with the Boston Consulting Group Approach. *International Conference on Finance Bussiness and Banking* 3: 35–46. <http://proceeding.uinmataram.ac.id>.