

Analisis Strategi Bersaing Pada KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen Menggunakan *Competitive Profile Matrix* (CPM)

Safira Aulia Rahmawati^{1*}, Khofifah Nurazizah², Muhammad Ihza Maula³, Yoiz Shofwa Shafrani⁴

¹⁻⁴UIN 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: 224110202086@mhs.uinsaizu.ac.id

Abstract. *This study examines the competitive strategy of KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen amidst intense competition in the microfinance sector, particularly against BPR Bank Surya Yudha Patikraja and PNM Mekar Sampang, which have advantages in technology and service coverage. This theme is chosen due to the importance of understanding the competitive position of community-based Islamic cooperatives to remain viable in the local market. This research employs a case study method with a qualitative descriptive approach. Data collection is conducted through interviews, observations, and documentation, which are then analyzed using the Competitive Profile Matrix (CPM) tool to assess the strengths and weaknesses of KSPPS Hanada relative to its main competitors, based on key factors such as market reputation, service quality, territorial coverage, product innovation, and technology utilization. The research findings indicate that KSPPS Hanada Quwais Sembada has advantages in market reputation, personalized service quality, and closeness to its members, but still lacks in territorial coverage and digital technology adoption. In conclusion, KSPPS Hanada Quwais Sembada needs to enhance innovation and service digitalization to compete better in the increasingly dynamic microfinance sector..*

Keywords: *Competitive Profile Matrix, Competitive Strategy, KSPPS, BPR, PNM.*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji strategi bersaing dari KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen di tengah kompetisi yang ketat dalam sektor keuangan mikro, khususnya menghadapi BPR Bank Surya Yudha Patikraja dan PNM Mekar Sampang yang memiliki keunggulan dalam teknologi serta cakupan layanan. Tema ini dipilih karena pentingnya memahami posisi kompetitif dari koperasi syariah yang berbasis komunitas agar tetap eksis di pasar lokal. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis memakai alat Competitive Profile Matrix (CPM) untuk menilai kekuatan dan kelemahan relatif KSPPS Hanada dibandingkan dengan pesaing utama, berdasarkan faktor-faktor kunci seperti reputasi pasar, kualitas layanan, cakupan wilayah, inovasi produk, dan penggunaan teknologi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa KSPPS Hanada Quwais Sembada memiliki keunggulan dalam hal reputasi pasar, kualitas layanan yang personal, dan kedekatan dengan anggotanya, tetapi masih kurang dalam cakupan wilayah dan penerapan teknologi digital. Sebagai kesimpulan, KSPPS Hanada Quwais Sembada perlu meningkatkan inovasi serta digitalisasi layanan agar dapat bersaing lebih baik dalam menghadapi perkembangan sektor keuangan mikro yang semakin dinamis.

Kata kunci: Competitive Profile Matrix, Strategi Bersaing, KSPPS, BPR, PNM.

1. LATAR BELAKANG

Di tengah meningkatnya permintaan masyarakat akan layanan keuangan yang cepat, terjangkau, dan dapat dipercaya, lembaga keuangan mikro seperti KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah) berfungsi sebagai alternatif yang penting, terutama bagi usaha kecil dan rumah tangga di daerah pedesaan. Salah satu lembaga yang berperan dalam hal

ini adalah KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen, yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah serta mengedepankan rasa kekeluargaan dan pelayanan yang berbasis komunitas.

Namun, dengan intensitas persaingan yang semakin meningkat dalam sektor keuangan mikro, KSPPS Hanada Quwais Sembada menghadapi tantangan dari lembaga keuangan lain yang unggul dalam aspek teknologi, skala operasional, dan reputasi. Dua pesaing utama yang menonjol di wilayah operasi KSPPS Hanada Quwais Sembada adalah BPR Bank Surya Yudha Patikraja dan PNM Mekar Sampang. BPR Bank Surya Yudha adalah bank konvensional lokal dengan jaringan luas serta layanan yang semakin terintegrasi dalam dunia digital. Sementara itu, PNM Mekar muncul sebagai lembaga pembiayaan mikro yang mengandalkan teknologi, menawarkan layanan yang cepat dan mudah, yang menjadi daya tarik utama bagi nasabah dari segmen mikro.

Untuk meraih keberhasilan dalam persaingan, lembaga keuangan seperti KSPPS Hanada Quwais Sembada perlu mengembangkan langkah-langkah strategis yang tepat. Dalam upaya untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, koperasi diharuskan untuk memahami dengan baik kondisi internal dan eksternal lembaganya. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah analisis pesaing, yang bertujuan untuk membandingkan performa KSPPS Hanada Sembada Quwais dengan lembaga lain di sektor yang sama. Melalui analisis ini, koperasi dapat menemukan area yang perlu dikembangkan dan faktor yang perlu diperkuat untuk meningkatkan daya saingnya dalam kondisi persaingan yang semakin ketat.

Salah satu alat analisis strategis yang relevan untuk tujuan ini adalah Competitive Profile Matrix (CPM). Dengan menggunakan CPM, koperasi dapat mengevaluasi kekuatan relatifnya dibandingkan dengan pesaing utama berdasarkan faktor-faktor keberhasilan kunci dalam industri, seperti kualitas layanan, cakupan pasar, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi. Dengan menerapkan CPM, KSPPS Hanada Quwais Sembada bisa mendapatkan pandangan yang objektif mengenai posisinya di pasar dan merumuskan strategi yang lebih terarah dalam menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan lain seperti BPR Bank Surya Yudha Patikraja dan PNM Mekar Sampang.

Berbagai penelitian sebelumnya telah memberikan sumbangan signifikan dalam pemahaman strategi bersaing di sektor lembaga keuangan, baik dalam level makro maupun mikro. Penelitian (Matrix, 2023) menunjukkan bahwa penerapan alat analisis Competitive Profile Matrix (CPM) dapat memberikan wawasan yang jelas mengenai posisi strategis Kecap Manis Bango dibandingkan dengan pesaing utamanya. Penelitian ini berhasil mengidentifikasi keunggulan kompetitif terkait rasa, harga, distribusi, dan brand awareness yang dapat

digunakan sebagai dasar untuk merumuskan strategi diferensiasi serta memperkuat posisi merek dalam industri makanan dan minuman.

Meski sudah banyak penelitian dilakukan, masih ada keterbatasan dalam penggunaan alat analisis strategis seperti Competitive Profile Matrix (CPM) dalam konteks koperasi simpan pinjam syariah. Oleh karena itu, studi ini bertujuan untuk mengisi kekurangan tersebut dengan menganalisis strategi bersaing KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen menggunakan CPM, serta membandingkannya dengan strategi yang diterapkan oleh PNM Mekar Sampang dan BPR Bank Surya Yudha Patikraja.

2. KAJIAN TEORITIS

Strategi Bersaing

Menurut (Yusuf & Sukma, 2021), strategi bersaing didefinisikan sebagai upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memenangkan pasar sasaran melalui penyediaan keunggulan-keunggulan dalam kompetisi. Tujuan akhir dari strategi bersaing adalah untuk mengatasi kekuatan lingkungan demi kepentingan perusahaan. (Matrix, 2023) menekankan bahwa strategi bersaing memainkan peran kunci dalam menentukan keberhasilan dan daya saing perusahaan dalam industri.

Competitive Profile Matrix (CPM)

Menurut (Fred R . David, 2011), CPM adalah alat manajemen strategi yang efektif untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing utama terkait posisi strategis produk atau jasa yang ditawarkan. Analisis ini diterapkan pada tahap awal proses, yaitu tahap masukan. CPM memberikan gambaran yang jelas mengenai keunggulan dan kekurangan produk atau jasa kita dibandingkan dengan pesaing. Penilaian dalam CPM dilakukan berdasarkan faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kesuksesan, yang diperhatikan oleh konsumen. Setiap faktor kunci tersebut diukur dengan skala yang sama, sehingga memungkinkan untuk melakukan perbandingan yang tepat di antara semua faktor yang dinilai.

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)

Menurut (Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Al-Hasan Mitra Ummat Lenek Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat et al., 2023), Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, dan juga sebagai bantuan modal untuk dimanfaatkan dalam mengembangkan usaha pertanian, perdagangan dan lain sebagainya yang

sifatnya pembiayaan produktif. Sesuai dengan Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor: 16/Per/M. KUKM/IX/2015, diuraikan bahwa Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya mencakup simpanan, pinjaman, dan pembiayaan yang dilaksanakan sesuai dengan prinsip syariah. Koperasi ini juga mengelola zakat, infaq/sedekah, dan wakaf. (Asmita, 2020)

Bank Pengkreditan Rakyat (BPR)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 1998 tentang Perbankan, Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan Prinsip Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) merupakan lembaga keuangan yang berstatus bank yang hanya mengumpulkan simpanan dalam bentuk tabungan, deposito berjangka, dan jenis simpanan lain yang sejenis, serta menyalurkan dana untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang menjalankan usaha, baik dengan cara konvensional maupun berdasarkan prinsip syariah, di mana dalam operasionalnya tidak menyediakan layanan dalam transaksi pembayaran. (Yunitasari & Prijanto, 2021)

Permodalan Nasional Madani (PNM) Membina Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekar)

PNM Mekar merupakan organisasi yang menyediakan layanan pinjaman atau modal usaha yang berada dalam kondisi prasejahtera dan berwirausaha di sektor ultra mikro. Tujuan dari program ini adalah untuk memperbaiki manajemen keuangan agar dapat merealisasikan impian serta meningkatkan kesejahteraan keluarga, memberikan pinjaman usaha tanpa memerlukan jaminan, membudayakan kebiasaan menabung, meningkatkan keterampilan kewirausahaan, serta membantu dalam pengembangan usaha (Sunarsa, 2022). Program yang dikelola oleh PNM Mekaar ini lebih fokus kepada perempuan yang menjalankan usaha mikro dengan sistem kelompok, sehingga dapat menjadi solusi ketika menghadapi kendala dalam mengelola usaha mikro mereka. Diharapkan, para nasabah dapat mengembangkan, memajukan, dan meningkatkan kondisi ekonomi keluarga mereka. (Ulfa, 2022)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis studi kasus, yang bertujuan untuk mengevaluasi strategi kompetitif KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen menggunakan alat analisis Competitive Profile Matrix (CPM). Proses penelitian dilakukan melalui beberapa langkah utama, yang dimulai dengan pengumpulan data, penentuan faktor-faktor kunci keberhasilan, perbandingan terhadap pesaing, hingga penyusunan strategi bersaing berdasarkan hasil analisis CPM.

Ruang lingkup penelitian ini terfokus pada industri koperasi simpan pinjam syariah, khususnya KSPPS Hanada Quwais Sembada sebagai subjek utama. Penelitian ini juga mengkaji posisi strategis koperasi tersebut dengan dua lembaga keuangan pesaing di daerah Kebasen, yaitu PNM Mekar Sampang dan BPR Bank Surya Yudha Patikraja. Pemilihan kedua lembaga ini didasarkan pada karakteristik pasar yang serupa serta keduanya sebagai pesaing dalam sektor layanan keuangan mikro di lokasi yang sama.

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap KSPPS Hanada Quwais Sembada, sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui dokumentasi seperti profil lembaga, laporan kinerja, serta publikasi resmi dari PNM Mekar Sampang dan Bank Surya Yudha Patikraja. Alat utama yang digunakan terdiri dari pedoman wawancara, lembar observasi, untuk menilai faktor-faktor keberhasilan kunci. Analisis data dilakukan dengan memanfaatkan perangkat lunak, seperti Microsoft Excel, untuk memudahkan perhitungan skor CPM.

Teknik pengumpulan data yang diterapkan melibatkan wawancara dengan pengurus dan staf KSPPS Hanada Quwais Sembada, observasi langsung terhadap layanan dan aktivitas koperasi. Selain itu, studi dokumentasi dilakukan untuk memperoleh informasi tambahan mengenai kinerja, visi dan misi, serta keunggulan kompetitif dari masing-masing lembaga. Dalam penelitian ini, variabel-variabel tidak dinyatakan secara kuantitatif, melainkan dioperasionalkan melalui faktor-faktor strategis utama yang berperan dalam daya saing koperasi.

Faktor-faktor tersebut meliputi reputasi di pasar, kualitas layanan, jangkauan wilayah, teknologi digital dan layanan mobile, biaya administrasi dan margin, kecepatan serta kemudahan proses pembiayaan, hubungan personal serta kedekatan dengan nasabah, dan inovasi produk. Setiap faktor akan diberikan bobot sesuai dengan tingkat kepentingannya, kemudian diberi penilaian berdasarkan kinerja relatif masing-masing lembaga, yang selanjutnya dilanjutkan dengan perhitungan untuk mendapatkan skor total.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil KSPPS Hanada Quwais Sembada

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Hanada Quwais Sembada merupakan lembaga keuangan mikro yang berlandaskan syariah dan terletak di Kebasen, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Didirikan dengan tujuan mengembangkan kemandirian ekonomi masyarakat, KSPPS Hanada Quwais Sembada berupaya memberikan layanan keuangan sesuai dengan prinsip syariah, dengan penekanan pada pemberdayaan anggota dan komunitas sekitarnya.

KSPPS Hanada Quwais Sembada mengedepankan nilai-nilai keadilan, keterbukaan, dan kolaborasi dalam setiap kegiatan yang dilakukan. Sebagai sebuah koperasi, lembaga ini tidak hanya fokus pada pencarian profit, tetapi lebih pada prinsip memberikan manfaat dan pelayanan kepada anggotanya. Aktivitas utama yang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada mencakup produk simpanan yang berlandaskan syariah, pembiayaan untuk usaha mikro dan kecil, serta pendampingan ekonomi berbasis komunitas.

Dalam menjalankan operasionalnya, KSPPS Hanada Quwais Sembada menggunakan akad-akad syariah seperti murabahah, mudharabah, dan qardhul hasan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi produktif maupun konsumtif anggotanya. Keunggulan utama dari KSPPS Hanada Quwais Sembada terletak pada hubungan dekat dengan anggotanya, kecepatan dalam memberikan layanan, dan struktur biaya yang lebih bersaing dibandingkan lembaga keuangan konvensional.

Faktor Keberhasilan Utama Strategi Bersaing KSPPS Hanada Quwais Sembada

Ada delapan elemen utama yang mendukung keberhasilan KSPPS Hanada Quwais Sembada, yaitu reputasi di pasar, mutu layanan, luasnya wilayah operasional, teknologi digital serta layanan seluler, biaya administrasi dan keuntungan, kecepatan dan kemudahan dalam proses pembiayaan, hubungan personal dan kedekatan dengan nasabah, dan inovasi produk.

1. Reputasi Pasar

Reputasi dalam (Citra & Reputasi, 2025) merupakan pandangan masyarakat yang mendalam dan terus-menerus mengenai kepercayaan, kejujuran, serta kinerja dalam jangka panjang dari suatu lembaga atau pribadi. Untuk KSPPS Hanada Quwais Sembada, reputasi ini dibangun berdasarkan kredibilitas koperasi, tingkat kepuasan anggota, dan cara pandang masyarakat terhadap stabilitas serta kepatuhan prinsip syariah. Reputasi yang positif sangat membantu dalam menarik anggota baru serta

mempertahankan loyalitas anggota yang sudah ada. Dalam CPM, KSPPS Hanada Quwais Sembada memiliki posisi yang cukup kuat dalam aspek ini karena konsistensinya dalam memberikan layanan kepada masyarakat sejak awal berdiri.

2. Kualitas Layanan

Menurut (Apriliana & Sukaris, 2022) Kualitas layanan dapat diukur dengan cara membandingkan apa yang dirasakan pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima dengan layanan yang sebenarnya mereka inginkan. Di KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen, pelayanan diberikan dengan pendekatan yang lebih personal dan kekeluargaan, di mana petugas koperasi mengenal anggota secara langsung dan menjalin komunikasi yang akrab serta terbuka. Cara ini membuat anggota merasa dihargai dan diperhatikan, sehingga meningkatkan kenyamanan saat bertransaksi. Nilai keakraban ini menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih positif dan membangun hubungan jangka panjang antara koperasi dan anggotanya, yang pada akhirnya memperkuat mutu layanan secara keseluruhan.

3. Jangkauan Wilayah Operasi

Sampai kini, area layanan KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen masih terbatas pada komunitas tertentu di Desa Kebasen dan desa-desa sekitar. Koperasi ini fokus pada memberikan pelayanan kepada anggota dari lingkungan setempat, termasuk pelaku usaha kecil, petani, pedagang pasar, dan masyarakat yang tinggal di dekat kantor koperasi. KSPPS Hanada Quwais Sembada belum memiliki cabang atau unit tambahan yang bisa memperluas kesempatan bagi masyarakat dari luar agar menjadi anggota koperasi. Sementara itu, PNM Mekar dan BPR Bank Surya Yudha telah berhasil menjalin jaringan yang lebih luas dengan membuka banyak cabang dan unit layanan di berbagai kecamatan, kabupaten, bahkan antarprovinsi. Kelebihan jaringan ini membolehkan mereka menjangkau lebih banyak nasabah dari berbagai latar belakang dan area, serta memperluas cakupan layanan secara lebih cepat dan efisien.

4. Penggunaan Teknologi & Layanan Digital

Dalam hal ini, KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen masih tertinggal dalam adopsi teknologi digital, seperti ketiadaan aplikasi mobile untuk koperasi, layanan online berbasis web, atau sistem informasi keuangan digital yang terintegrasi. Kondisi ini membuat akses layanan koperasi masih bersifat manual dan tradisional, sehingga menjadi kurang efisien dan kurang menarik bagi masyarakat yang telah akrab dengan teknologi. Di sisi lain, pesaing utama PNM Mekar dan BPR Bank Surya Yudha telah lebih dahulu menghadirkan beragam layanan berbasis teknologi, seperti mobile

banking untuk transaksi cepat, fitur auto-debit untuk pembayaran angsuran otomatis, dan simulasi pinjaman daring yang membantu calon nasabah merencanakan keuangan tanpa harus datang langsung ke cabang.

5. Biaya Administrasi dan Margin

Efisiensi biaya sangatlah penting, terutama untuk masyarakat berpenghasilan rendah atau pelaku usaha kecil, karena biaya tambahan yang terlalu tinggi bisa menjadi beban dan mengurangi minat mereka menggunakan layanan keuangan. KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen memiliki kelebihan yang cukup signifikan dibandingkan bank-bank umum. Koperasi ini memberikan margin keuntungan yang lebih rendah dan biaya administrasi yang juga lebih terjangkau, sehingga lebih cocok untuk masyarakat kecil yang menjadi target utama layanannya. Kelebihan ini menjadikan KSPPS Hanada Quwais Sembada lebih kompetitif dan menarik bagi calon anggota yang mencari layanan pembiayaan dengan biaya yang minimal. Sementara itu, PNM Mekar dan Bank Surya Yudha meskipun memiliki fasilitas yang lebih lengkap dan teknologi yang lebih maju, sering kali menetapkan biaya administrasi dan margin yang lebih tinggi karena mengikuti standar lembaga perbankan umum.

6. Kecepatan dan Kemudahan Proses Pembiayaan

KSPPS Hanada Quwais Sembada memiliki ciri khas tersendiri, karena koperasi ini dapat memberikan kemudahan yang cukup signifikan dalam pengajuan pembiayaan, terutama bagi anggota yang telah lama bergabung dan memiliki catatan transaksi yang baik serta hubungan yang erat dengan koperasi. Proses pengajuannya yang mudah dan tidak rumit, serta waktu tunggu pencairan dana yang relatif singkat, membuat anggota merasa terbantu dan nyaman saat menggunakan layanan koperasi. Ini berbeda dengan PNM Mekar dan BPR Bank Surya Yudha yang biasanya menerapkan prosedur administrasi yang lebih rumit dan birokratis, seperti pengumpulan dokumen jaminan yang lengkap, analisis kredit yang memakan waktu, serta proses persetujuan yang berlapis. Oleh karena itu, KSPPS Hanada Quwais Sembada menjadi pilihan yang lebih cepat dan mudah bagi masyarakat yang memerlukan pembiayaan dalam waktu yang singkat.

7. Hubungan Personal dan Kedekatan Dengan Nasabah

Salah satu kekuatan unik dari koperasi syariah seperti KSPPS Hanada Quwais Sembada adalah adanya keterikatan sosial dan emosional yang kuat antara pengurus, pengelola, dan anggota. Hubungan ini tidak hanya sekadar formal sebagai lembaga keuangan,

tetapi juga melibatkan rasa kekeluargaan dan saling memiliki yang muncul dari interaksi rutin, kedekatan geografis, dan latar belakang sosial yang hampir serupa. Partisipasi anggota dalam aktivitas koperasi, baik dalam rapat tahunan, musyawarah, atau komunikasi sehari-hari, membangun kepercayaan yang tinggi terhadap pengurus serta kesetiaan yang kuat terhadap koperasi. Selain itu, kedekatan ini memungkinkan pengurus untuk lebih memahami kebutuhan dan masalah anggota secara langsung dan personal, sehingga kebijakan dan produk koperasi dapat disesuaikan dengan realitas yang dihadapi oleh anggota. Ini membuka ruang yang luas untuk dialog, memberikan fleksibilitas dalam pengambilan keputusan, serta penerapan nilai-nilai kekeluargaan dalam operasional koperasi.

8. Inovasi Produk

Inovasi yang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada termasuk pengembangan berbagai produk pembiayaan dan simpanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan spesifik anggota, seperti produk pembiayaan multiguna syariah yang memungkinkan anggota untuk mendapatkan dana untuk berbagai keperluan, serta simpanan pendidikan yang menawarkan solusi untuk perencanaan dana pendidikan di masa depan. Walaupun dibandingkan dengan bank pesaing, inovasi yang dihadirkan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada saat ini terbilang cukup sederhana dan belum sepenuhnya terorganisir dalam sistem yang lebih terstruktur, akan tetapi terdapat potensi besar untuk mengembangkan produk-produk yang lebih spesifik dan berbasis komunitas serta ekonomi lokal yang masih minim digarap oleh lembaga keuangan besar. Hal ini memberikan peluang bagi KSPPS Hanada Quwais Sembada untuk mengeksplorasi pasar yang lebih luas dengan memenuhi kebutuhan yang lebih spesifik dan relevan dengan kondisi lokal.

Analisis Competitive Profile Matrix (CPM)

Hasil analisis Competitive Profile Matrix adalah perbandingan persaingan antara produk dan produk pesaing. Perbandingan berbasis pada faktor penentu keberhasilan yang terdiri dari reputasi pasar, kualitas layanan, jangkauan wilayah operasi, teknologi digital & layanan mobile, biaya administrasi dan margin, kecepatan dan kemudahan proses pembiayaan, hubungan personal dan kedekatan dengan nasabah, inovasi produk.

Tabel 1. CPM KSPPS Hanada Quwais Sembada dengan Dua Pesaing

Faktor Keberhasilan Utama	Bobot	KSPPS Hanada		PNM Mekar		Bank Surya Yudha	
		Rating	Nilai	Rating	Nilai	Rating	Nilai
Reputasi Pasar	0.12	4	0.48	4	0.48	3	0.36
Kualitas Layanan	0.15	4	0.60	3	0.45	3	0.45
Jangkauan Wilayah Operasi	0.10	2	0.20	4	0.40	4	0.40
Teknologi Digital & Layanan Mobile	0.13	2	0.26	4	0.52	3	0.39
Biaya Administrasi dan Margin	0.10	4	0.40	3	0.30	3	0.30
Kecepatan & Kemudahan Proses Pembiayaan	0.15	4	0.60	3	0.45	3	0.45
Hubungan Personal & Kedekatan dengan Nasabah	0.15	4	0.60	2	0.30	2	0.30
Inovasi Produk	0.10	3	0.30	4	0.40	3	0.30
Total Skor	1.00		3.44		3.30		2.95

Sumber : KSPPS Hanada Quwais Sembada (2025)

Bobot Faktor Keberhasilan Utama Strategi Bersaing

Faktor-faktor yang berperan krusial dalam strategi bersaing KSPPS Hanada Quwais Sembada jika dibandingkan dengan dua pesaing utamanya, yaitu PNM Mekar dan BPR Bank Surya Yudha, menunjukkan bahwa elemen yang paling berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif adalah pelayanan yang berkualitas, kecepatan serta kemudahan dalam proses pembiayaan, dan hubungan yang dekat dengan nasabah. Masing-masing dari faktor ini mendapatkan bobot 0. 15. Ketiga elemen ini dianggap sangat signifikan karena berdampak langsung pada pengalaman dan kepuasan anggota saat berkomunikasi dengan lembaga. Selain itu, reputasi di pasar dan layanan digital serta mobile juga memiliki dampak yang cukup besar, dengan bobot masing-masing sebesar 0. 12 dan 0. 13, yang menunjukkan tingkat kepercayaan publik serta kemampuan beradaptasi dalam era digital. Faktor-faktor lain seperti biaya administrasi, margin, inovasi produk, dan luasnya jangkauan operasional memperoleh bobot sedang antara 0. 10 hingga 0. 13, mewakili pentingnya efisiensi biaya, variasi produk, dan aksesibilitas layanan bagi para nasabah.

Kualitas layanan menjadi faktor paling signifikan karena pelayanan yang cepat, ramah, dan sesuai dengan prinsip syariah memberikan kepuasan bagi anggota dan membangun loyalitas jangka panjang. Kecepatan serta kemudahan dalam proses pembiayaan juga berperan penting, karena nasabah lebih memilih lembaga yang memberikan solusi cepat tanpa banyak birokrasi. Hubungan personal yang terjalin erat dan pendekatan kekeluargaan yang diterapkan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada memberikan keuntungan unik dibandingkan lembaga keuangan besar, karena menciptakan rasa nyaman dan kepercayaan yang lebih tinggi. Di sisi

lain, meskipun teknologi digital dan luas jangkauan operasional belum menjadi kekuatan utama KSPPS Hanada Quwais Sembada saat ini, keduanya memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan daya saing di masa depan.

Penilaian Peringkat Faktor Keberhasilan Strategi Bersaing

Mengulas peringkat faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan strategi bersaing memungkinkan kita memahami posisi relatif daya saing masing-masing lembaga, serta mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan utama yang dapat dimanfaatkan sebagai variabel strategis untuk meningkatkan performa organisasi. Dalam Competitive Profile Matrix (CPM), penilaian dilaksanakan pada skala 1 hingga 4, di mana angka 1 mencerminkan respon yang sangat lemah terhadap faktor keberhasilan (kelemahan utama), angka 2 mencerminkan respon yang lemah (kelemahan minor), angka 3 mencerminkan respon di atas rata-rata (kekuatan minor), dan angka 4 mencerminkan respon yang sangat kuat terhadap faktor keberhasilan tersebut (kekuatan utama).

Dalam konteks KSPPS Hanada Quwais Sembada dan dua pesaingnya, yaitu PNM Mekar dan BPR Bank Surya Yudha, penilaian dilakukan berdasarkan delapan faktor strategis, yaitu: reputasi pasar, kualitas layanan, jangkauan operasional, teknologi digital dan layanan mobile, biaya administrasi dan margin, kecepatan dan kemudahan proses pembiayaan, hubungan personal dan kedekatan dengan nasabah, serta inovasi produk. Dari hasil evaluasi, KSPPS Hanada Quwais Sembada memperoleh peringkat tertinggi (4) dalam faktor kualitas layanan, kecepatan proses pembiayaan, biaya administrasi dan margin, serta hubungan personal, yang menjadi kekuatan utama koperasi tersebut. Di sisi lain, KSPPS Hanada Quwais Sembada masih terlihat lemah dalam hal jangkauan wilayah dan teknologi digital, yang diberikan peringkat 2, menunjukkan bahwa aspek ini perlu diperbaiki.

Sementara itu, PNM Mekar memiliki keunggulan dalam hal teknologi digital dan inovasi produk dengan nilai 4, tetapi kurang kuat dalam menjalin hubungan pribadi dengan pelanggannya. Di sisi yang lain, BPR Bank Surya Yudha mempunyai kekuatan dalam area operasionalnya, namun kurang cepat dalam memberikan pelayanan dan kurang dekat dengan nasabah. Dengan membandingkan nilai dan skor yang dihasilkan dari kombinasi bobot dan peringkat tersebut, terlihat bahwa KSPPS Hanada Quwais Sembada meraih total skor tertinggi yaitu 3.44, mengungguli PNM Mekar yang mendapatkan 3.30 dan BPR Bank Surya Yudha dengan nilai 2.95. Hal ini menunjukkan bahwa KSPPS Hanada Quwais Sembada memiliki keunggulan kompetitif yang lebih baik dalam aspek layanan dan hubungan sosial, meskipun masih terdapat kesempatan untuk meningkatkan penguasaan di bidang teknologi dan area operasional.

Perumusan Strategi Bersaing KSPPS Hanada Quwais Sembada

Berdasarkan analisis yang dilakukan menggunakan Competitive Profile Matrix (CPM), strategi yang tepat untuk KSPPS Hanada Quwais Sembada adalah diferensiasi yang mengedepankan kekuatan utama koperasi, termasuk kualitas layanan, kecepatan dalam proses pembiayaan, serta hubungan personal yang erat dengan anggotanya. Ketiga elemen ini menjadi keunggulan kompetitif yang memisahkan Hanada dari lembaga keuangan besar seperti PNM Mekar dan Bank Surya Yudha, terutama karena cara layanan koperasi yang lebih bersifat kekeluargaan dan berbasis komunitas. Oleh karena itu, KSPPS Hanada Quwais Sembada perlu menguatkan layanan yang bersifat personal, solutif, dan mendekati kebutuhan sehari-hari anggota. Cara untuk mencapainya adalah dengan meningkatkan pelatihan layanan bagi anggota, memperluas sistem jemput bola, dan membangun tim layanan yang berorientasi pada komunitas.

Namun, KSPPS Hanada Quwais Sembada juga harus menghadapi kelemahannya, terutama dalam hal penggunaan teknologi digital dan luasnya wilayah operasional. Strategi yang bisa diterapkan adalah melakukan penguatan digital secara bertahap, mulai dari sistem internal seperti pencatatan neraca dan pengelolaan data anggota, hingga mengembangkan aplikasi mobile sederhana yang dapat memudahkan anggota dalam memeriksa saldo, mengajukan pembiayaan, atau mengingatkan pembayaran. Langkah digitalisasi ini penting untuk meningkatkan efisiensi serta menjangkau generasi muda yang lebih terbiasa menggunakan teknologi. Dalam hal perluasan wilayah, Hanada bisa mengadopsi model pos layanan atau cabang mini yang lebih terjangkau, namun tetap mampu menjangkau komunitas baru, terutama di area yang belum mendapatkan layanan dari bank konvensional.

Selain itu, penting juga untuk memperkuat strategi inovasi produk. Meskipun saat ini inovasi di KSPPS Hanada Quwais Sembada masih tergolong sederhana, ada peluang besar untuk mengembangkan produk yang berorientasi pada komunitas dan kebutuhan musiman. KSPPS Hanada Quwais Sembada bisa mengembangkan produk seperti pembiayaan pendidikan, simpanan arisan, pembiayaan menjelang hari raya, dan pembiayaan untuk usaha kecil yang bersifat lokal. Inovasi ini tidak hanya membantu memperkaya pilihan produk, tetapi juga memperkuat posisi sebagai lembaga keuangan yang peka terhadap kebutuhan nyata anggotanya.

Di sisi lain, KSPPS Hanada Quwais Sembada perlu menjaga efisiensi dalam biaya administrasi dan margin yang sudah kompetitif. Keterbukaan dalam penentuan margin serta penyampaian manfaat sosial dari skema syariah dapat meningkatkan kepercayaan serta

loyalitas anggota. Terakhir, penguatan reputasi pasar melalui branding yang berbasis nilai, seperti “Syariah, Dekat, dan Solutif”, serta publikasi kisah sukses anggota di komunitas dan media sosial, akan berkontribusi pada pembentukan citra positif dan meningkatkan daya saing Hanada dalam persaingan yang semakin ketat. Dengan memanfaatkan kekuatan internal dan secara bertahap mengatasi kelemahan, KSPPS Hanada Quwais Sembada memiliki peluang besar untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan dan khas, yang sulit untuk ditiru oleh lembaga keuangan besar yang tidak memiliki kedekatan sosial dan fleksibilitas dalam komunitas seperti koperasi syariah.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan temuan dari penelitian yang menggunakan Matriks Profil Kompetitif (CPM), dapat disimpulkan bahwa KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen memiliki beberapa kelebihan dalam bersaing, terutama dalam hal reputasi di pasar, kualitas layanan yang bersifat pribadi dan berbasis keluarga, serta hubungan dekat dengan anggotanya. Koperasi ini mampu menjaga loyalitas anggotanya melalui pendekatan pelayanan yang bersahabat dan transparan, serta tarif administrasi yang bersaing. Di sisi lain, KSPPS Hanada menghadapi beberapa tantangan yang cukup besar terkait dengan sebaran wilayah operasional dan penggunaan teknologi digital. Jika dibandingkan dengan pesaing utamanya, yaitu PNM Mekar dan Bank Surya Yudha, KSPPS Hanada masih kesulitan dalam memperluas jaringan layanannya dan masih jauh tertinggal dalam penerapan sistem digital serta layanan yang berbasis teknologi. Situasi ini mengakibatkan keterbatasan akses bagi calon anggota di luar area inti dan mengurangi daya tarik koperasi bagi nasabah yang membutuhkan kemudahan layanan digital.

Dengan demikian, untuk meningkatkan daya saing di tengah kompetisi yang semakin ketat dalam industri keuangan mikro, KSPPS Hanada Quwais Sembada perlu fokus pada inovasi produk, memperluas area layanan, dan segera mengadopsi teknologi digital dalam operasionalnya. Tindakan ini sangat penting agar koperasi dapat mempertahankan kelebihan yang telah ada dan sekaligus mengatasi kelemahan yang ditimbulkan, sehingga mampu bersaing dengan lebih efektif dengan lembaga keuangan lainnya di Kebasen dan daerah sekitarnya.

DAFTAR REFERENSI

Apriliana, A., & Sukaris, S. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho

- Nusantara. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 498–504. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>
- Asmita, N. (2020). Peran Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi pada BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru. *Jurnal An-Nahl*, 7(2), 171–176. <https://doi.org/10.54576/annahl.v6i2.49>
- Citra, M., & Reputasi, D. A. N. (2025). *Buana komunikasi*. April, 1–8.
- Fred R . David. (2011). Competitive Profile Matrix. *Strategic Management*, 7(2), 1–6.
- Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Al-Hasan Mitra Ummat Lenek Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat, P., Ariadi Muslim, M., Widia Wati, V., Hadiyani, B., Wahyu Astuti, R., Mulyana Dewi, H., & Hamzar Lombok Timur, S. (2023). *K A S T A Jurnal Ilmu Sosial, Agama, Budaya, dan Terapan Website*: <http://ejournal.baleliterasi.org/index.php/kasta>. 3(1), 1–9.
<http://ejournal.baleliterasi.org/index.php/kasta>
- Matrix, C. P. (2023). *Analisis Strategi Bersaing Kecap Manis Bango Menggunakan Competitive Profile Matrix (CPM) di Kota Surakarta*. 2(1), 30–39.
- Sunarsa, S. (2022). Tinjauan Hukum Islam Dalam Praktik Pinjaman Uang (Penelitian di PT Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekar Syariah Cabang Singajaya Kab. Garut Jawa Barat). *Al-Afkar, Journal for Islamic Studies*, 5(3), 216–233.
- Ulfa, C. M. (2022). *Peran Pt Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Terhadap Peningkatan Umkm Masyarakat Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada PT Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Cabang Kecamatan Pujud)*.
- Yunitasari, A., & Prijanto, T. (2021). PERAN KREDIT BANK PERKREDIITAN RAKYAT BAGI PENDAPATAN USAHA KECIL (Studi Kasus Pada PD. BPR BKK Wonogiri Kantor Cabang Jatiroto). *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi*, 10(2), 951–952.
<https://jurnal.stas.ac.id/index.php/jabe/article/view/42>
- Yusuf, D., & Sukma, A. D. (2021). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Di Apotek Ben Do Sehat Pahonjean. *Respati*, 16(1), 24.
<https://doi.org/10.35842/jtir.v16i1.385>