

**ANALISIS EVALUASI KINERJA PRODUK DEPOSITO IB PT.
BPRS GUNUNG SLAMET CABANG AJIBARANG DENGAN
PENDEKATAN *BOSTON CONSULTING GROUP* (BCG)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:
RIZQI NUR UTAMI
NIM. 2017202273

**PROGAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2025**

**ANALISIS EVALUASI KINERJA PRODUK DEPOSITO IB PT.
BPRS GUNUNG SLAMET CABANG AJIBARANG DENGAN
PENDEKATAN *BOSTON CONSULTING GROUP* (BCG)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

RIZQI NUR UTAMI

NIM. 2017202273

**PROGAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizqi Nur Utami
NIM : 2017202273
Jenjang : S 1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Evaluasi Kinerja Produk Deposito iB PT. BPRS
Gunung Slamet Cabang Ajibarang Dengan Pendekatan
Boston Consulting Group (BCG)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 29 Desember 2024

Saya yang menyatakan,



Rizqi Nur Utami

NIM. 2017202273



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS EVALUASI KINERJA PRODUK DEPOSITO IB
PT. BPRS GUNUNG SLAMET CABANG AJIBARANG
DENGAN PENDEKATAN BOSTON CONSULTING GROUP
(BCG)**

Yang disusun oleh Saudara Rizqi Nur Utami NIM 2017202273 Program Studi S-1 Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Rabu, 08 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dani Kusumastuti, S.E., M.Si.
NIP. 19750420 200604 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Miftaakhyul Amri, S.Sy., M.H.
NIP. 19920912 202012 1 012

Pembimbing/Penguji

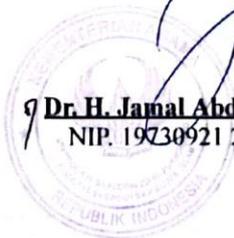
Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

Purwokerto, 9 Januari 2025

Mengesahkan

Dekan,

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004



NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Rizqi Nur Utami NIM 2017202273 yang berjudul :

**Analisis Evaluasi Kinerja Produk Deposito iB PT. BPRS Gunung Slamet
Cabang Ajibarang Dengan Pendekatan *Boston Consulting Group* (BCG)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 29 Desember 2024

Pembimbing,



Dewi Laela Hilvatin, S.E., M.S.I.

NIP. 19851112 200912 2 007

MOTTO

“Kesuksesan tidak diukur oleh seberapa tinggi kamu naik, tetapi seberapa sering kamu jatuh dan bangkit”

-Nelson Mandela

“Setiap orang mempunyai rute hidupnya masing-masing, kita tidak tertinggal oleh siapapun, dan kita tidak mendahului siapapun. Dan jangan pernah jadikan nikmat orang lain sebagai tolak ukur utama”



**ANALISIS EVALUASI KINERJA PRODUK DEPOSITO IB PT. BPRS
GUNUNG SLAMET CABANG AJIBARANG DENGAN PENDEKATAN
BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)**

Rizqi Nur Utami
NIM. 2017202273

Email: rzqinurutami@gmail.com

**Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRAK

Kinerja portofolio produk deposito bank merupakan faktor penting dalam kesehatan keuangan dan daya saingnya secara keseluruhan. Produk deposito tidak hanya menghasilkan pendapatan tetapi juga berfungsi sebagai sumber pendanaan yang stabil untuk kegiatan pinjaman dan operasi bank lainnya. Inovasi dalam pengelolaan portofolio deposito bank telah menjadi fokus utama, karena lembaga keuangan berusaha mengoptimalkan struktur dan efisiensi basis deposito nasabah mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi kinerja produk deposito iB pada BPRS dalam rangka mengidentifikasi pertumbuhan produk dan pangsa pasar relatif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis matriks BCG (*Boston Consulting Group*) untuk menentukan posisi produk deposito iB dalam peta persaingan pasar. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga memberikan Gambaran mengenai kinerja produk deposito pada PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang. Setelah data dikumpulkan, proses menganalisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan Kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan, produk deposito iB berada pada posisi *Star*, yang mengindikasikan potensi pertumbuhan dan kontribusi signifikan terhadap kinerja BPRS. Namun, terdapat ketimpangan performa pada produk deposito dengan jangka waktu 6 dan 12 bulan yang memiliki jumlah nasabah dan pendapatan lebih rendah dibandingkan dengan deposito jangka waktu 3 bulan. Faktor eksternal juga menunjukkan bahwa BPRS masih kalah bersaing dengan lembaga keuangan lain seperti koperasi dan BMT, yang memiliki kedekatan lebih kuat dengan masyarakat. Penelitian ini merekomendasikan upaya peningkatan daya saing melalui diversifikasi produk, insentif menarik untuk deposito jangka panjang, penguatan pemasaran berbasis komunitas, dan inovasi layanan digital. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan bagi BPRS dalam mengoptimalkan kinerja produk deposito iB untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

Kata Kunci: Evaluasi Kinerja, Deposito iB, matriks BCG

ANALYSIS OF THE PERFORMANCE EVALUATION OF iB DEPOSIT PRODUCTS AT PT. BPRS GUNUNG SLAMET AJIBARANG BRANCH USING THE BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) APPROACH

Rizqi Nur Utami
NIM. 2017202273

Email: rzqinurutami@gmail.com

Sharia Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

The performance of the bank's deposit product portfolio is an important factor in its financial health and overall competitiveness. Deposit products not only generate income but also serve as a stable funding source for lending activities and other bank operations. Innovation in managing the bank's deposit portfolio has become a primary focus, as financial institutions strive to optimize the structure and efficiency of their customer deposit base.

This study aims to analyze and evaluate the performance of iB deposit products at BPRS to identify product growth and relative market share. The research uses a descriptive qualitative method with a BCG (Boston Consulting Group) matrix analysis approach to determine the position of iB deposit products in the market competition map. Data collection is done through interviews, observations, and documentation to provide an overview of the performance of deposit products at PT. BPRS Gunung Slamet Ajibarang Branch. After the data is collected, the data analysis process is carried out through data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results show that overall, iB deposit products are in the Star position, indicating growth potential and significant contribution to BPRS performance. However, there is a performance disparity in deposit products with 6 and 12-month terms, which have fewer customers and lower income compared to 3-month deposits. External factors also indicate that BPRS is still struggling to compete with other financial institutions such as cooperatives and BMT, which have stronger connections with the community. This study recommends efforts to enhance competitiveness through product diversification, attractive incentives for long-term deposits, strengthening community-based marketing, and digital service innovation. The research results are expected to serve as a reference for BPRS in optimizing the performance of iB deposit products to support sustainability and overall business growth.

Keywords: Performance Evaluation, iB Deposit, BCG Matrix.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṡad	ṡ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṡa	ṡ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain ‘....	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

C. Ta'marbutah di Akhir Kata Bila Dimatikan Ditulis h

جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karāmah al auliyā'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Apabila ta'marbutah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah dan dhammah ditulis *t*.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-fiṭri</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

ـَـ	Fathah	Ditulis	A
-----	--------	---------	---

-ِ	Kasrah	Ditulis	I
-ُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	Jāhiliyah
2.	Fathah + ya'mati	Ditulis	A
	تنس	Ditulis	Tansā
3.	Kasrah + ya'mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	Karim
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	Furūd

F. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaulun

G. Vokal Pendek Yang Berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang alif + lam

- a. Apabila diikuti huruf qamariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”

القرآن	Ditulis	Al-Qur'an
القياس	Ditulis	Al-Qiyas

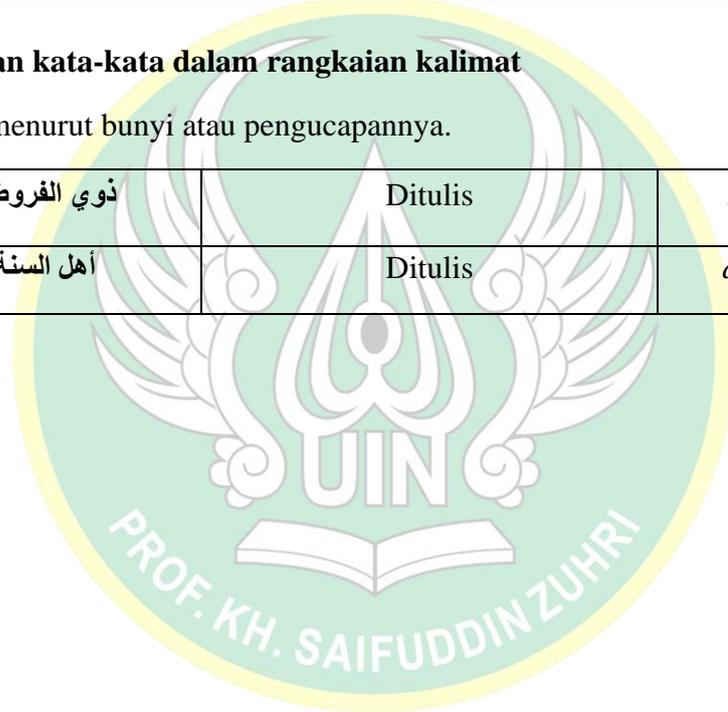
- b. Apabila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya dengan menghilangkan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	<i>zawī alfurūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl asSunnah</i>



KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabat dan *tabi'i*. Semoga kita senantiasa mengikuti semua ajaran-nya dan semoga kelak kita mendapatkan syafaatnya di hari akhir.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan kontribusi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Pihak-pihak tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing, penulis mengucapkan terimakasih atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, waktu serta kesabaran beliau demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan membalas kebbaikannya.

8. Segenap Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Orang tua dan Nenek tercinta, Bapak Supriyono, Ibu Tri Sugiarti, dan Nenek Baisem Chotidjah. Terima kasih atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang selalu diberikan. Serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan memberikan doa kepada penulis, semoga segala pengorbanan dibalas oleh Allah SWT.
10. Kepada BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang atas kerjasama dan ilmu, pengalaman yang diberikan untuk membantu proses penyusunan skripsi ini. Semoga sukses selalu untuk BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang dan kebaikan yang diberikan dibalas oleh Allah SWT. Kemudian terima kasih kepada narasumber sudah menyempatkan waktu untuk memberikan informasi kepada saya.
11. Ratna Dewi Anggraeni, Dwi Cahya Amalia, dan Ma'rifatul Nurmalia yang selama ini selalu memberikan dukungan, motivasi dalam menempuh studi di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Terima kasih sudah menghibur dan mendengarkan keluh kesah saya selama ini. Semoga kebaikan selalu berada di sekitar kalian dan dibalas oleh Allah SWT.
12. Teman-teman Perbankan Syariah F Angkatan 2020, terima kasih atas kebersamaan yang telah terjalin selama perkuliahan. Semoga kalian diberikan kelancaran dalam segala hal.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Purwokerto, 29 Desember 2024

Penulis,

Rizqi Nur Utami

NIM. 2017202043



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Kajian Pustaka.....	8
E. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Kajian Teori	15
B. Landasan Teologis	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Tempat dan Waktu Penelitian	42

C. Subjek dan Objek Penelitian	42
D. Sumber Data.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Teknik Analisis Data.....	45
G. Uji Keabsahan Data.....	46
BAB IV PEMBAHASAN DAN PENELITIAN.....	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
1. Sejarah dan Perkembangan PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang	48
2. Visi dan Misi PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang	49
3. Struktur Organisasi PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang.....	50
4. Produk-Produk PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang.....	55
B. Analisis Matriks Boston Consulting Group (BCG)	59
1. Pertumbuhan Pasar (<i>Market Growth Rate</i>)	60
2. Pangsa Pasar Relative (<i>Relative Market Share</i>).....	62
3. Posisi Matriks <i>Boston Consulting Group</i> (BCG) Produk Simpanan Deposito PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang	63
4. Hasil Evaluasi Kinerja Produk Simpanan Deposito PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang	65
BAB V PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	83
Lampiran 1: Hasil Wawancara Penelitian	83
Lampiran. 2 Dokumentasi Penelitian	87

Lampiran. 3 Surat Keterangan Penelitian.....	88
Lampiran. 4 Hasil Observasi	89
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	90



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Deposito iB Tahun 2022-2023 PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang	4
Tabel 1.2 Jumlah Pendapatan Deposito Tahun 2022-2023	4
Tabel 1.3 Bagi Hasil Produk Simpanan Deposito Tahun 2023	5
Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 4.1 Data Nasabah Produk Deposito BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang Tahun 2022-2023	60
Tabel 4.2 Data Nasabah Produk Deposito Pesaing Tahun 2022-2023	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Matriks <i>Boston Consulting Group</i> (BCG)	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang	50
Gambar 4.2 Skema Deposito Mudharabah	58
Gambar 4.3 Posisi Matrik BCG Produk Deposito iB PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang	64



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri perbankan di Indonesia mengalami modernisasi dengan cepat, menghasilkan barang dan jasa yang lebih berkualitas, dan menggunakan teknologi mutakhir, yang semuanya berkontribusi pada perluasan ekonomi negara. Hal ini dikarenakan perbankan membantu kehidupan masyarakat dan memainkan peran penting dalam kegiatan transaksi masyarakat. Bank dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis sesuai dengan prinsip-prinsip operasi yang digariskan dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yaitu bank konvensional yang berdasarkan prinsip bunga dan bank syariah yang berdasarkan prinsip syariah (Ubaidillah, 2022). Kehadiran bank-bank syariah di Indonesia merupakan cerminan dari keinginan negara ini untuk memiliki sistem perbankan yang dapat membantu menjaga kestabilan keuangannya (Lestari, 2020).

Penggunaan ilmu ekonomi yang lebih umum, khususnya dalam masalah moneter, dikenal sebagai perbankan Islam. Inti dari masalah perbankan syariah adalah adanya perbedaan yang sangat besar antara biaya yang keluar dan uang yang masuk yang seharusnya disimpan. Meningkatnya biaya hidup dalam masyarakat modern telah membuat banyak orang bertanya-tanya dari mana uang mereka akan datang. Ketika keinginan masyarakat tidak terbatas, begitu pula dengan pengeluaran mereka. Oleh karena itu, bank-bank Islam menawarkan berbagai layanan yang nyaman untuk membantu nasabah mengelola keuangan mereka. Hal ini memastikan bahwa pembiayaan dialokasikan secara tepat, yang menguntungkan kedua belah pihak dan menjaga perekonomian tetap berjalan dengan lancar (Suganda et al., 2023).

Fungsi utama bank syariah adalah sebagai mediator antara penabung, deposan dan pemberi pinjaman dengan menerima berbagai bentuk simpanan dan pendanaan, lalu meminjamkannya kepada masyarakat (Hidayat et al., 2023). Prinsip *wadi'ah*, yang berlaku untuk tabungan, dan prinsip *mudharabah*,

yang berlaku untuk deposito adalah prinsip operasional syariah yang digunakan dalam menghimpun dana masyarakat. Penabung dan bank telah menyepakati jadwal penarikan deposito yang membatasi jumlah yang dapat ditarik dari rekening. Deposito yang dikelola sesuai dengan hukum syariah dikenal sebagai deposito syariah. Fatwa yang dimaksud dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI sesuai dengan konsep *mudharabah* (Cahyaa & Nurul Jannah, 2022).

Mereka yang memiliki ekonomi lemah, terutama usaha kecil di Indonesia, dapat memperoleh layanan perbankan yang mereka butuhkan dari Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Menurut pasal 1 ketentuan umum UU No. 21 tahun 2008, BPRS diklasifikasikan sebagai bank syariah karena tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran (Maulina et al., 2020). BPRS Gunung Slamet yang berlokasi di Kota Cilacap merupakan salah satu BPR yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah (Luthfitah, 2019). Sejak hanya ada dua BPR Syariah di tahun 2010 yaitu BPRS Suriyah dan BPRS Bumi Artha Sampang, penduduk muslim di wilayah Cilacap semakin sadar akan kebutuhan akan layanan transaksi perbankan syariah. Kemudian mereka mendirikan kantor cabang pembantu di wilayah Ajibarang.

PT BPRS Gunung Slamet cabang Ajibarang Kulon terletak di jalan raya Ajibarang No. 10 Pejalakan, Kecamatan Ajibarang. BPRS Gunung Slamet ini memiliki produk pendanaan (simpanan) dan pembiayaan. Produk pendanaan terdiri dari tabungan dan deposito. Berbeda dengan tabungan, produk deposito memiliki jangka waktu tertentu dalam penggunaannya seperti berjangka tiga, enam, dan dua belas bulan. Sedangkan produk pembiayaan terdiri dari pembiayaan investasi, manfaat, modal bersama, dan pembiayaan kepemilikan.

Dari tahun ketahun, semakin banyak Lembaga keuangan yang berkembang baik bank maupun non bank. Dimana setiap Lembaga keuangan seperti bank umum syariah, bank swasta, koperasi, dan BMT memiliki produk simpanan berupa deposito. Secara umum, sulit untuk memprediksi bagaimana lembaga keuangan akan menghadapi persaingan dan berkinerja melawan

pesaing, sehingga jarang untuk memprediksi strategi yang tepat (Bose, 2020). Saat bank berusaha untuk mempertahankan profitabilitas dan pangsa pasar, evaluasi kinerja produk menjadi semakin penting. Oleh karena itu, persaingan yang ketat untuk menjadikan produk deposito ini menjadi unggul dan banyak diminati masyarakat, memerlukan kinerja produk yang ditawarkan lembaga keuangan. Selain itu, produk BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk perusahaan lain, yang sangat penting untuk kelangsungan hidup dan penguasaan pasar, yang pada gilirannya akan menghasilkan keuntungan yang signifikan (Ramadani, 2020).

Menurut Moeheriono (2012:95), kinerja didefinisikan sebagai sejauh mana rencana strategis organisasi telah terwujud menjadi hasil yang diinginkan. Hasil yang dimaksud meliputi sasaran, visi, maksud, dan tujuan organisasi. Harapan dan persepsi masyarakat terhadap fungsi suatu produk adalah hal yang menentukan kinerjanya. Loyalitas masyarakat dipengaruhi secara positif oleh kinerja produk, seperti yang dinyatakan oleh Souter dan Sweeney (2008). Pelanggan lebih cenderung untuk terus membeli produk dari suatu merek jika mereka puas dengan kinerja dan kualitasnya (Ambon, 2020).

Jadi, jelaslah bahwa pendekatan PT BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang harus sesuai dengan keinginan masyarakat Ajibarang, khususnya umat Islam. Tabel berikut ini menunjukkan bahwa jumlah nasabah yang menggunakan produk deposito juga mengalami peningkatan, namun terdapat faktor yang berasal dari luar dapat mempengaruhi pertumbuhan produk deposito ini seperti perekonomian Masyarakat yang sedang stabil atau tidak. Sebagai contoh Ketika transisi pemilihan presiden akan berpengaruh terhadap para nasabah deposito. Dikarenakan nasabah deposito berasal dari kelas menengah keatas maka mereka biasanya lebih kritis melihat situasi dan lebih selektif dalam mengambil produk deposito. Berikut jumlah nasabah deposito pada dua tahun terakhir mengalami peningkatan sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Deposito iB Tahun 2022-2023
PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang

Jangka Waktu	2022	2023
3 bulan	69	85
6 bulan	11	6
12 bulan	24	23
Jumlah	104	114

Sumber: Data BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang

Meskipun jumlah nasabah mengalami penurunan pada kolom 6 dan 12 bulan, jumlah pendapatan bank terus bertambah, sesuai dengan data di atas, yang menunjukkan bahwa jumlah nasabah meningkat dari tahun ke tahun. Jumlah uang yang dihasilkan bank adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Jumlah Pendapatan Deposito Tahun 2022-2023 (Dalam Ribuan Rupiah)

Jangka Waktu	2022	2023
3 bulan	2.023.000	2.622.000
6 bulan	193.000	128.000
12 bulan	1.172.000	2.132.000
Jumlah	3.988.000	4.882.000

Sumber : Data Sekunder BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang

Berdasarkan dari data di atas, deposito sangat berpengaruh terhadap pendapatan bank. Namun menurut Kepala Cabang BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang, Bapak Jefri Rahardian dalam wawancara observasi pendahuluan pada tanggal 18 Juli 2024, kenaikan nasabah yang mengambil deposito belum secepat dengan naiknya nasabah yang mengambil deposito di lembaga keuangan lain. Masyarakat cenderung lebih percaya pada bank-bank

umum dalam mengambil deposito walaupun bagi hasil pada bank umum tergolong lebih kecil daripada bank swasta syariah.

Tabel 1.3
Bagi Hasil Produk Simpanan Deposito Tahun 2023

Jangka Waktu	Nisbah BPRS Gunung Slamet		Nisbah BMT Dana Mentari	
	Nasabah	Bank	Nasabah	Bank
3 Bulan	74,56%	53,70%	18,33%	12,50%
6 Bulan	5,26%	2,62%	15,00%	14,75%
12 Bulan	20,17%	43,67%	50,78%	50,00%

Sumber: Data Sekunder Perusahaan Pesaing dan BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang (2023)

Selain itu, dilihat dari pangsa pasar, PT BPRS Gunung Slamet masih kalah bersaing dengan BMT dan Koperasi karena produk deposito yang mereka tawarkan memiliki bagi hasil yang tinggi, terlihat pada table diatas, pada produk deposito jangka waktu 12 tingkat bagi hasil terhadap nasabah perusahaan pesaing lebih tinggi dibandingkan dengan BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang, hal ini menyebabkan masyarakat akan lebih tertarik mengambil dengan jangka waktu yang lama karena mendapat keuntungan bagi hasil yang besar. Namun tidak semua BMT dan Koperasi dijamin oleh LPS.

Pengetahuan tentang pentingnya posisi dan pertumbuhan pasar akan memudahkan pihak manajemen dalam pengambilan keputusan mengenai penentuan strategi. Untuk mengetahui posisi dan pertumbuhan pasar suatu produk, maka perusahaan dapat menggunakan pendekatan BCG *Growht-share* oleh Bruce Henderson. Landasan teori ini adalah temuan bahwa pangsa pertumbuhan yang merupakan ukuran pangsa pasar dibandingkan dengan pesaing terbesar, terdapat unit bisnis yang berbeda yang membentuk sebuah perusahaan. Posisi relatif divisi yang berbeda dalam hal pangsa pasar dan tingkat pertumbuhan industri ditunjukkan secara visual dalam matriks BCG (Sanjaya & Mulyanti, 2023).

Dalam menganalisis produk unggulan, dapat dituangkan kedalam bagan yaitu matriks *Boston Consulting Group*. Menurut Firda, Sri, dan dadang (2019), salah satu cara untuk mengetahui posisi produk dan menyiapkan strategi yang tepat pada perusahaan yaitu menggunakan matriks *Boston Consulting Group* (BCG) karena matriks ini merupakan alat analisis yang mudah digunakan untuk pengambilan keputusan, hasilnya dapat terlihat dari bagan sehingga mudah untuk mengetahui posisi produk (Suci, 2015). Bagan dalam *Boston Consulting Group* (BCG) memiliki empat kuadran yaitu *Question Mark*, *Star*, *Cash Cow*, dan *Dog* (Shkromada et al., 2023).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa dalam menentukan posisi produk dan merumuskan strategi, penelitian lebih banyak menggunakan metode analisis SWOT yang hanya menganalisis kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan ancaman dari luar perusahaan. Penelitian menggunakan pendekatan *Boston Consulting Group* (BCG) belum banyak diteliti, ini menciptakan kesenjangan dan kebaruan yang memungkinkan terciptanya strategi baru yang lebih efektif untuk meningkatkan pertumbuhan produk dalam suatu perusahaan terutama produk simpanan deposito di BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang. Selain itu, studi penerapan matriks BCG lebih sering digunakan untuk produk pembiayaan pada Lembaga keuangan. Penggunaan BCG matriks dapat diterapkan secara efektif untuk evaluasi kinerja produk deposito, sehingga lebih mudah untuk mengetahui posisi produk tersebut dapat bertahan di pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan bank.

Sejauh ini, BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang belum pernah melakukan evaluasi terhadap kinerja produk deposito maupun menginformasikan posisi dan kondisi produk tersebut secara jelas. Padahal mengevaluasi kinerja produk deposito dalam suatu BPRS. merupakan sesuatu yang penting karena deposito tidak hanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan bank, tetapi juga menyediakan sumber pendanaan yang stabil untuk aktivitas pembiayaan nasabah. Sehingga analisis ini perlu segera dilakukan

untuk memastikan bahwa produk deposito ini dapat berjalan dengan optimal dan memberikan manfaat yang maksimal.

Dengan mengetahui posisi produk, maka pihak BPRS dapat melihat apakah produk ini layak dipertahankan atau berada pada posisi yang merugikan sehingga dapat merencanakan strategi berdasarkan posisi produk deposito pada bagan matriks BCG. Berdasarkan dari latar belakang di atas, penulis ingin meneliti kinerja produk dari BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang terutama pada deposito, maka penulis mengajukan penelitian dengan judul, “**Analisis Evaluasi Kinerja Produk Deposito iB PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang Dengan Pendekatan *Boston Consulting Group* (BCG)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya yaitu

Bagaimana kinerja produk deposito iB PT BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang menggunakan pendekatan *Boston Consulting Group* (BCG) pada tahun 2022-2023?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui kinerja posisi produk deposito iB dengan pendekatan *Boston Consulting Group* (BCG) serta memberikan saran dan masukan mengenai strategi yang akan dilakukan oleh PT BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian tentang studi dan penilaian produk pendanaan, khususnya deposito di lembaga keuangan, telah mendapat manfaat dari kontribusi ini.
- 2) Para peneliti dan mahasiswa di masa depan dapat menggunakan karya ini sebagai referensi.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi peneliti, adalah sumber yang tepat untuk mempelajari tema-tema penilaian kinerja produk BPRS Gunung Slamet, yang dapat membantu meningkatkan jumlah nasabah dan pendapatan bank.
- 2) Bagi Akademik, berpartisipasi dalam program studi perbankan syariah di UIN KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto dari jurusan ekonomi dan bisnis Islam.
- 3) Bagi BPRS Gunung Slamet, penelitian ini diharapkan akan berguna pada saat perusahaan terutama BPRS Gunung Slamet dalam menentukan strategi yang tepat dan mempertahankan posisi produk di pangsa pasar perbankan.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka sangat diperlukan untuk membandingkan hasil-hasil penelitian yang didapat oleh peneliti terdahulu, dan yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dalam penulisan skripsi, peneliti menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang sudah ada. Selain itu, juga menggali informasi dari buku-buku maupun skripsi dalam rangka mendapatkan informasi yang ada sebelumnya mengenai teori yang berkaitan dengan judul penelitian. Berikut penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini:

Tabel 1.4

Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian dan Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Roberta Ribka & Haris Maupa. <i>Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan</i> (2022). Berjudul:	Menurut Matriks BCG, BNI Taplus Bisnis termasuk dalam kelompok Dog. Karena biaya produk terkadang melebihi	Persamaan: Metode yang digunakan sama. Membahas mengenai posisi produk simpanan

	<p>Strategi Bersaing Produk BNI Taplus Bisnis Dengan Pendekatan BCG Matrix Pada Bank BNI KC Harmoni (Gosal, R. R. P., & Maupa, H. 2022).</p>	<p>pendapatannya, BNI Taplus Bisnis menghasilkan pendapatan yang cukup untuk menutupi biaya operasionalnya. Oleh karena itu, tujuannya adalah untuk mengurangi biaya pemasaran atau produksi produk. Anda dapat membuang produk jika sudah tidak dapat dipertahankan lagi.</p>	<p>dan strategi yang dilakukan.</p> <p>Perbedaan: Produk yang diteliti yaitu tabungan.</p>
2	<p>Niken Kanti, Mufti & Akhmad, <i>Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah</i> (2024). Berjudul: Analisis Strategi Marketing Produk Pembiayaan BSI Griya, BSI Mitraguna, dan BSI OTO di BSI Yogyakarta dengan Metode Matriks <i>Boston Consulting Group</i> (BCG) (Adha & Rahayu, 2024).</p>	<p>Hasil penelitian ini yaitu strategi yang diterapkan meliputi bauran pemasaran dengan focus ke produk, harga, tempat, dan promosi. Produk BSI Griya berada di posisi “<i>Star</i>” dengan strategi pengembangan kualitas produk dan layanan. BSI Mitraguna diposisi “<i>Cash Cow</i>” dengan strategi peningkatan promosi dan diversifikasi produk. BSI OTO di posisi “<i>Question Mark</i>” membutuhkan inovasi produk dan margin.</p>	<p>Persamaan: Menganalisis strategi dengan menggunakan metode yang sama. Objek penelitian di perbankan.</p> <p>Perbedaan: Subjek penelitiannya mengenai produk pembiayaan</p>
3	<p>Ananda Dwi Cahya & Nurul Jannah, <i>Jurnal Ilmu</i></p>	<p>Strategi bauran pemasaran ini menjelaskan pendekatan yang digunakan oleh Bank</p>	<p>Persamaan: Membahas mengenai produk deposito.</p>

	<p><i>Komputer, Ekonomi Dan Manajemen, 2(1), 1313. (2022).</i></p> <p>Berjudul: Analisis Strategi Pemasaran Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Deposito iB Ibadah di PT. Bank Sumut Syariah KCPSy HM Yamin (Cahyaa & Nurul Jannah, 2022).</p>	<p>Sumut Kcpsy HM Yamin untuk mempromosikan barang dan jasanya.</p> <p>Tantangan yang dihadapi oleh Bank Sumut Kcpsy HM Yamin ketika mempromosikan produk Tabungan Amanah iB adalah dari dalam, khususnya untuk barang simpanan yang belum dapat diprioritaskan oleh bank saat ini dan anggota staf yang terkadang kurang tanggap dan inventif dalam mengidentifikasi nasabah yang potensial. Di luar, ada banyak faktor yang tidak stabil, seperti meningkatnya jumlah saingan, kurangnya antusiasme, meningkatnya kehati-hatian, dan komunitas keuangan (nasabah) yang tidak stabil.</p>	<p>Perbedaan:</p> <p>Terletak pada Lokasi penelitian.</p> <p>Metode yang digunakan dalam menganalisis strategi pemasaran menggunakan metode bauran pemasaran.</p>
4	<p>Yogi Wahyu, Edy Yulianto, Sunarti.</p> <p><i>Jurnal Administrasi Bsinis 40(1). (2016).</i></p> <p>Berjudul: Perumusan Strategi Bisnis Perusahaan Menggunakan</p>	<p>PT Bank Muamalat Tbk. Termasuk dalam kuadran <i>star</i> karena memiliki tingkat pertumbuhan pasar yang tinggi (20,32%) dan pangsa pasar relative yang tinggi (0,94x).</p>	<p>Persamaan:</p> <p>Alat analisis yang digunakan memakai BCG matrix.</p> <p>Perbedaan:</p> <p>Membahas strategi bersaing secara umum,</p>

	<p>Matriks BCG dan matriks TOWS-K (Studi Pada PT Bank Muamalat Tbk.) (Prasetyo et al., 2016).</p>	<p>Kemudian pada tahun setelahnya, PT Bank Muamalat Tbk. Mengalami penurunan dari segi volume penjualan. Memiliki tingkat pertumbuhan pasar sebesar - 5,09% dan pangsa pasar relative sebesar 0,83x, sehingga termasuk kedalam kuadran <i>Cash Cow</i>.</p>	<p>tidak spesifik pada suatu produk yang ada di perbankan tersebut.</p>
5	<p>Indranil BOSE, <i>The USV Annals Of Economics and Public Administration</i> (2020). Berjudul: <i>Strategic Competitive Analysis of a Banking Organiation in UAE: A Study on Dubai Islamic Bank, UAE</i> (Bose, 2020).</p>	<p>Dengan menerapkan analisis strategi internal dan eksternal, <i>Dubai Islamic Bank</i> berada pada posisi <i>Stars</i> dalam matriks BCG. Menggambarkan bahwa DIB memiliki pertumbuhan pasar dan pangsa pasar yang tinggi. Meskipun pertumbuhan awalnya lambat pada tahun 2012, manajemen telah bekerja keras pada strategi mereka untuk menjadi merek yang lebih menantang. Sebagai hasilnya, Dubai Islamic Bank kini memegang posisi yang kuat di pasar dan memimpin industri perbankan dengan memegang keunggulan</p>	<p>Persamaan: Menggunakan metode yang sama yaitu matriks BCG. Membahas mengenai strategi bersaing dengan lembaga keuangan lain.</p> <p>Perbedaan: Membahas strategi bersaing secara umum, tidak spesifik pada suatu produk yang ada di perbankan tersebut.</p>

		<p>kompetitif yang berkelanjutan. Perusahaan perlu menerapkan berbagai strategi dan terus bekerja pada strategi yang efektif untuk memastikan momentum keberhasilan tetap terjaga.</p>	
6	<p>M. Eko Ariwibowo & Adi Sofyana Latif. <i>Jurnal AKRAB JUARA (2021)</i>. Berjudul: Analisis Strategi Bersaing Dalam Pemasaran Produk KPR Griya Monas Pada PT. Bank DKI Cabang Bumi Serpong Damai Tahun 2021 (Ariwibowo, M. E., & Latif, A. S., 2021).</p>	<p>Hasil penelitian ini adalah daya saing produk KPR Griya Monas di Bank DKI Cabang BSD, jika dibandingkan dengan produk KPR dari Bank BTN sebagai pesaing utama di wilayah Tangerang Selatan, terdapat pertumbuhan sebesar 20,09% pada tahun 2018 dan 18,04% pada tahun 2019 dengan pasar relative sebesar 0,00093% di 2018 meningkat menjadi 0,0022% pada tahun 2019. Berdasarkan analisis BCG, produk KPR Griya Monas berada pada kuadran <i>Question Marks</i> yang mengindikasikan adanya peluang besar bagi Bank DKI Cabang BSD untuk melakukan penetrasi pasar</p>	<p>Persamaan: Alat analisis yang digunakan memakai BCG matrix. Membahas strategi bersaing.</p> <p>Perbedaan: Membahas produk pembiayaan yaitu KPR.</p>

		guna memperluas pangsa pasar dan meningkatkan pertumbuhan.	
7	Rahayu Puji Suci. Buku Esensi Manajemen Strategi (2015) (Suci, 2015).	Berbagai pendekatan analitis untuk menentukan strategi bisnis dibahas dalam buku ini, yang juga memberikan studi tentang manajemen strategis. Menurut buku ini, matriks BCG mewakili penelitian tentang “produk heterogen”, yang berarti bahwa bisnis dapat berinvestasi pada barang dan jasa yang berbeda namun saling melengkapi.	Persamaan: Topik yang sama mengenai alat analisis strategi. Perbedaan: Tidak hanya membahas strategi, namun konsep, teori, dan implementasinya juga dibahas secara detail.

E. Sistematika Pembahasan

Penting bagi para peneliti untuk mengorganisir temuan mereka dengan cara yang mudah dipahami jika mereka ingin memiliki diskusi yang sistematis. Berikut ini adalah sistematika penulisan yang akan dijelaskan oleh peneliti:

BAB I Pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penelitian.

BAB II Landasan Teori menjabarkan mengenai tinjauan pustaka yang berisi landasan teori yang digunakan untuk dasar penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB III Metode Penelitian berisi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data,

uji keabsahan data dan teknik analisis data yang digunakan dalam melakukan penelitian.

BAB IV Pembahasan Hasil Penelitian berisi hasil penelitian dan pembahasan tentang evaluasi kinerja produk deposito menggunakan alat analisis matriks *Boston Consulting Group* (BCG) dan upaya yang akan dilakukan pada PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang.

BAB V Penutup Berisi kesimpulan, saran, daftar pustaka, dan lampiran-lampiran yang mendukung penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Evaluasi Kinerja

Menilai, mempersiapkan, dan mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk membuat penilaian yang baik adalah inti dari evaluasi. Tujuan utama dari setiap penilaian adalah untuk menentukan apakah program tersebut telah disajikan secara efektif dan tepat kepada khalayak sasaran untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Karena temuan-temuannya digunakan untuk mengukur program dan proses pengambilan keputusan, maka evaluasi pada dasarnya terkait dengan pengambilan keputusan (Novalinda et al., 2020).

Menurut Moehariono (2012:95) kinerja didefinisikan sebagai sejauh mana rencana strategis organisasi telah terwujud menjadi hasil yang diinginkan. Demi perkembangan perusahaan dan tercapainya kepuasan public yang dilayani, maka perusahaan harus menghasilkan kinerja yang baik. Kinerja sangat diperhatikan oleh sebuah perusahaan karena menyangkut akan kepentingan maupun kepuasan dari public. Dapat disimpulkan bahwa evaluasi kinerja merupakan suatu kegiatan yang dilakukan manajemen untuk menilai kinerja karyawan dalam suatu organisasi atau perusahaan dengan membandingkan uraian pekerjaan yang telah ditetapkan sebelumnya.

(Mangkunegara, 2005:9) mengungkapkan bahwa evaluasi kinerja merupakan suatu proses yang digunakan pimpinan untuk menentukan apakah seseorang karyawan melakukan pekerjaannya sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya. Evaluasi kinerja memberikan pemahaman kepada pihak penerima tentang nilai atau hasil kinerja suatu organisasi. Kinerja ini dapat dievaluasi menggunakan alat ukur tertentu. Hasil dari penilaian tersebut bisa digunakan sebagai dasar umpan balik, pemberian penghargaan atau hukuman, pengukuran kemajuan organisasi, serta dasar dalam meningkatkan kualitas keputusan dan akuntabilitas. Sedangkan evaluasi

kinerja produk adalah proses untuk mengukur sejauh mana sebuah produk dapat berfungsi sesuai harapan dan memenuhi kebutuhan pengguna. Proses ini mencakup pengumpulan data tentang berbagai elemen produk, seperti fungsi, mutu, kepuasan pelanggan, serta tingkat efisiensi biaya (Ratih, 2018).

a. Tujuan Evaluasi Kinerja

Menurut Amstrong (2006), tujuan evaluasi kinerja terdiri dari:

- 1) Mengidentifikasi kekuatan dan area pengembangan.
- 2) Meningkatkan produktivitas dan kinerja individu.
- 3) Mendukung pengambilan keputusan terkait penghargaan, promosi, dan pelatihan.
- 4) Menyelaraskan tujuan individu dengan tujuan organisasi.

b. Syarat Evaluasi Kinerja

Terdapat tiga syarat penting dalam mengevaluasi kinerja yang objektif, antara lain:

- 1) Relevansi, kriteria penilaian harus sesuai dengan tujuan evaluasi kinerja. Misalnya pada kecepatan produksi dianggap lebih relevan sebagai ukuran kinerja dibandingkan dengan penampilan fisik dalam bekerja.
- 2) Reliabilitas, kriteria harus mampu memberikan hasil yang konsisten. Kriteria yang bersifat kuantitatif seperti kriteria jumlah produksi dan volume penjualan cenderung menghasilkan hasil yang stabil, sebaliknya kriteria subjektif seperti sikap dan kreativitas sering tidak konsisten karena bergantung pada pandangan evaluator. Namun, evaluator yang berpengalaman dapat memberikan penilaian yang baik.
- 3) Diskriminasi, kriteria penilaian harus mampu membedakan perbedaan kinerja. Artinya, penilaian harus dapat menunjukkan aspek positif dan negatif sehingga dapat menggambarkan perbedaan kinerja. Penilaian yang hanya menunjukkan semua baik atau buruk

akan kehilangan kemampuan membedakan kinerja (Tambunan, 2023).

c. Proses Evaluasi Kinerja

Proses evaluasi kinerja menurut Amstrong, dimulai dengan mengidentifikasi aspek yang akan diukur, menetapkan standar kinerja, melakukan pengukuran, dan jika hasil tidak sesuai dengan yang diharapkan maka dilakukan koreksi. Tahapan evaluasi kinerja meliputi:

- 1) Menentukan apa yang harus diukur, seperti sejak awal proses dan implementasi, penting untuk memikirkan bagian-bagian yang perlu dievaluasi, dengan fokus pada area yang memiliki masalah kinerja paling signifikan.
- 2) Melakukan evaluasi kinerja aktual, pengukuran dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, misalnya dengan mengadakan rapat evaluasi setiap tiga bulan sekali.
- 3) Membandingkan kinerja aktual dengan standar yang telah ditetapkan, jika kinerja aktual berada diluar batas toleransi maka tindakan koreksi diambil untuk mencegah terulangnya kesalahan dimasa mendatang (Gunawan Aji et al., 2023).

Evaluasi kinerja memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja produk. Evaluasi kinerja yang terstruktur membantu mengidentifikasi produk mana yang memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut, yang perlu diperbaiki, atau bahkan sebaliknya ditarik dari pasar. Dengan begitu perusahaan dapat mengambil keputusan strategis yang lebih akurat dan berkelanjutan, memastikan bahwa setiap produk berkontribusi secara optimal terhadap pencapaian keseluruhan tujuan bisnis perusahaan.

2. Kinerja Produk

Kotler dan Keller mendefinisikan kinerja produk sebagai tingkat dimana produk memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Kinerja produk tidak hanya diukur dari kualitas fisiknya, tapi juga dari seberapa baik produk tersebut memenuhi tujuan yang diinginkan. Kinerja produk diukur

dengan empat cara, memenuhi permintaan peserta, menjadi kompetitif, menghindari kekurangan inventaris, dan mengurangi kesalahan produk atau layanan. Faktor-faktor ini semuanya dipengaruhi oleh kualitas produk. Umpan balik, sistem penghargaan dan hukuman, evaluasi kemajuan produk, dan landasan untuk pengambilan keputusan dan akuntabilitas yang lebih baik, semuanya dapat dibangun berdasarkan informasi tentang pencapaian kinerja. Performa produk, di sisi lain, mengacu pada seberapa baik sebuah produk bekerja. Oleh karena itu, produk yang berkualitas lebih tinggi akan memiliki harga yang lebih tinggi dan performa yang lebih baik. Oleh karena itu, diperlukan pertimbangan segmentasi produk agar dapat terjual secara efektif dan efisien serta dapat bertahan di pasaran (Kristiyanti, 2012).

a. Dimensi Kinerja Produk

1) Kualitas produk

Pada dasarnya produk dapat diklasifikasikan berdasarkan daya tahan dan penggunaannya. Produk terdiri dari serangkaian atribut yang bisa berupa sesuatu yang berwujud atau tidak berwujud. Tidak hanya dalam bentuk barang fisik, tapi juga mencakup hal-hal yang tidak berwujud seperti layanan, produk, dan lainnya yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk merupakan sifat dan karakteristik suatu barang atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun tersembunyi.

2) Nilai

Nilai merupakan kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya atau memberi manfaat langsung kepada konsumen. Produk yang mempunyai kualitas tinggi, daya tahan yang baik dan kinerja yang andal cenderung memberikan nilai fungsional yang tinggi. Begitupun jika produk mampu memberikan manfaat lebih banyak daripada produk pesaing dengan harga yang sama atau lebih rendah, dianggap punya kinerja yang lebih baik.

3) Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan perasaan sukacita ataupun frustrasi pada diri seseorang setelah membandingkan harapan dengan kenyataan yang diterima. Kepuasan atau rasa suka akan menciptakan emosional menggunakan merek ataupun perusahaan yang berkepentingan. Loyalitas masyarakat dipengaruhi secara positif oleh kinerja produk, seperti yang dinyatakan oleh Souter dan Sweeney (2008). Pelanggan lebih cenderung untuk terus membeli produk dari suatu merek jika mereka puas dengan kinerja dan kualitasnya.

4) Inovasi dan Diferensiasi

Crawford (2011) mengungkapkan bahwa inovasi produk merupakan inovasi yang diterapkan dalam keseluruhan operasional perusahaan, dimana produk baru diciptakan dan dipasarkan termasuk inovasi dalam semua proses fungsionalnya. Menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk menemukan solusi baru dalam strategi bisnis mereka. Inovasi produk mencakup berbagai aktivitas seperti pengembangan, perbaikan produk, penciptaan produk baru sepenuhnya, serta perluasan yang menambah jangkauan atau jumlah lini produk yang dapat ditawarkan oleh perusahaan.

Diferensiasi produk (Kartajaya, 2004) merupakan semua upaya perusahaan untuk menciptakan perbedaan diantara para pesaing dalam rangka membentuk value terbaik kepada konsumen. Atau dapat diartikan sebagai strategi yang digunakan perusahaan untuk membuat produk layanannya terlihat berbeda dari kompetitor. Diferensiasi produk berfokus pada cara produk dipersepsikan berbeda oleh konsumen, sementara inovasi berfokus pada menciptakan produk baru atau memperbarui produk yang ada (Mahanani, 2018).

b. Persepsi Konsumen

Persepsi merupakan suatu proses memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi mengenai suatu objek seperti barang atau jasa oleh konsumen. Kinerja produk sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen. Produk yang berkinerja baik dimata konsumen tidak hanya dilihat dari spesifikasi teknisnya, melainkan dari pengalaman yang mereka dapatkan selama menggunakan produk tersebut. Umpan balik dari konsumen menjadi penting dalam menilai kinerja produk (Susanti & Sari, 2021).

c. Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Produk

- 1) Inovasi teknologi, ide-ide dan metode baru yang diciptakan oleh sumber daya manusia melalui pemanfaatan teknologi. Perkembangan teknologi dapat mengubah dan meningkatkan kinerja produk.
- 2) Kebutuhan dan preferensi konsumen, proses pemberian peringkat pada seluruh hal yang dapat dikonsumsi dengan tujuan memperoleh kesenangan atas suatu produk barang maupun jasa (Frank,2009).
- 3) Lingkungan kompetitif, kondisi pasar dimana produk bersaing dengan produk lain yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Lingkungan ini ditandai oleh berbagai faktor eksternal yang mempengaruhi kemampuan suatu produk untuk bertahan, berkembang, dan sukses di pasar (Pratiwi & Rosyid, 2022).
- 4) Regulasi dan standar industri, regulasi merupakan aturan yang diterapkan oleh pemerintah atau badan pengatur yang wajib dipatuhi oleh perusahaan. Standar industri diartikan sebagai pedoman atau spesifikasi teknis yang ditetapkan oleh asosiasi industri, lembaga standar nasional atau organisasi internasional seperti ISO. Regulasi dan standar industri memegang peranan penting dalam kinerja produk dengan menetapkan kriteria yang harus dipatuhi. Produk yang memenuhi regulasi dan standar industri cenderung memiliki

kinerja yang lebih baik karena dianggap lebih andal, aman, dan berkualitas.

d. Dampak Kinerja Produk

Dampak dari kinerja produk berkaitan dengan pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip yang mendasari bagaimana produk seharusnya berfungsi, bagaimana performanya diukur, dan bagaimana persepsi kinerja mempengaruhi keberhasilan di pasar. Beberapa dampak dari kinerja produk yaitu:

1) Pengembangan produk yang lebih tepat sasaran

Kinerja produk memberikan kerangka kerja untuk mengidentifikasi kebutuhan dan harapan konsumen, sehingga perusahaan dapat merancang dan mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan pasar. Berfokus pada performa dan kualitas produk untuk memenuhi ekspektasi.

2) Peningkatan proses inovasi

Perusahaan dapat mendorong inovasi yang berorientasi pada perbaikan kinerja produk. Tidak hanya fokus pada fitur-fitur baru, tapi juga pada peningkatan kualitas, efisiensi, dan daya tahan produk.

3) Perbaikan pengukuran kinerja

Membantu perusahaan menetapkan matrik yang jelas dan relevan untuk menilai performa produk. Pengukuran yang tepat memungkinkan identifikasi area perbaikan dan pengembangan produk yang lebih baik.

4) Keunggulan kompetitif

Kinerja produk dapat membantu perusahaan dalam hal mengembangkan produk dengan nilai tambah yang lebih besar dibandingkan pesaing. Berupa keandalan produk, pengalaman pengguna yang lebih baik, atau inovasi yang signifikan sehingga membantu membedakan produk di pasar.

5) Manajemen risiko

Perusahaan bisa lebih cepat mengidentifikasi risiko terkait produk yang mungkin gagal memenuhi standar. Memungkinkan tindakan korektif yang cepat sebelum produk tersebut dirilis ke pasar serta mengurangi kerugian finansial dan reputasi.

6) Meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen

Produk yang sesuai dengan kebutuhan dan berkinerja baik menciptakan hubungan yang kuat antara merek dan konsumen yang berdampak pada loyalitas jangka panjang.

7) Optimalisasi daur hidup produk

Kinerja produk berkontribusi pada perencanaan daur hidup produk yang baik, mulai dari pengembangan hingga penarikan produk di pasar. Sehingga dapat membantu perusahaan memaksimalkan keuntungan selama masa hidup produk dan merencanakan perbaikan atau penggantian produk yang diperlukan.

e. Tantangan kinerja produk

1) Perubahan kebutuhan pelanggan

Kebutuhan dan preferensi konsumen dapat berubah dengan cepat sehingga perusahaan harus terus menyesuaikan kinerja produk agar tetap relevan. Mengantisipasi dan memenuhi ekspektasi konsumen menjadi tantangan yang signifikan.

2) Kesulitan dalam mengevaluasi kinerja

Setiap produk memiliki atribut kinerja yang berbeda. Selain itu, beberapa aspek kinerja seperti pengalaman konsumen atau keandalan jangka panjang sulit untuk diukur secara kuantitatif.

3) Keterbatasan teknologi

Pengembangan produk dengan kinerja yang diinginkan sering kali dibatasi oleh teknologi yang ada.

4) Persaingan pasar

Pasar yang kompetitif menciptakan tekanan untuk merilis produk secepat mungkin. Namun percepatan siklus pengembangan

bisa mengorbankan pengujian dan evaluasi kinerja yang mendalam, pada akhirnya berisiko menurunkan kualitas produk.

5) Standar dan regulasi yang berubah

Perusahaan sering kali harus menghadapi tantangan dari regulasi pemerintah atau standar industri yang berubah, seperti standar keselamatan atau efisiensi energi. Memastikan produk tetap sesuai dengan standar ini sambil mempertahankan kinerjanya.

Pentingnya mengukur kinerja produk tidak hanya dari segi kualitas teknis, tetapi juga dari sudut pandang konsumen. Dalam konteks pemasaran, perusahaan harus terus memantau dan mengevaluasi kinerja produk mereka untuk memenuhi harapan konsumen dan bersaing di pasar. Penerapan kinerja produk memberikan panduan penting bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing, kepuasan konsumen, dan profitabilitas melalui pengelolaan dan peningkatan kinerja produk yang efektif.

3. Matriks *Boston Consulting Group* (BCG)

Boston Consulting Group (BCG) mengklasifikasikan lini produk perusahaan ke dalam kelompok-kelompok yang berbeda menurut pangsa pasar dan tingkat pertumbuhannya sehingga prioritas investasi dapat ditentukan dengan tepat. Ketika mengevaluasi strategi perusahaan yang potensial, matriks ini dapat menjadi dasar yang kuat. Dengan asumsi manajemen memiliki pemahaman yang kuat tentang posisi perusahaan seperti yang ditunjukkan dalam matriks, mereka seharusnya dapat membuat penilaian yang solid tentang taktik pemasaran (Shkromada et al., 2023). Sebuah organisasi dapat mempersiapkan diri dengan lebih baik untuk menghadapi perubahan dalam lingkungan eksternalnya jika organisasi tersebut melakukan penilaian objektif terhadap keadaan internal dan eksternalnya sebagai bagian dari proses perencanaan strategisnya. Dengan menggunakan dua matrik pertumbuhan pasar dan pangsa pasar. Teknik analisis ini membagi perusahaan ke dalam empat kuadran, yang masing-masing mewakili area aktivitas atau produk strategis yang berbeda.

Tujuannya adalah untuk mengoptimalkan alokasi sumber daya di semua sektor ini.

Matriks *Boston Consulting Group* pertama kali diusulkan oleh Bruce D Henderson pada tahun 1970. Upaya pertama matriks ini digunakan untuk merumuskan konsep kurva pengalaman yang menjelaskan perilaku biaya seiring waktu dalam industri. Pengurangan biaya yang berhasil dilakukan dalam jangka waktu yang lama hanya mengakibatkan perusahaannya bertahan sebagai pesaing marginal. Sebuah perusahaan harus memiliki portofolio produk dengan tingkat pertumbuhan dan pangsa pasar yang berbeda. Produk dengan pertumbuhan tinggi memerlukan pemasukan kas untuk tumbuh, produk dengan pertumbuhan rendah seharusnya menghasilkan kas berlebih. Keduanya dibutuhkan secara bersamaan. Ada empat aturan yang menentukan arus kas sebuah produk. Pertama, margin dan kas yang dihasilkan merupakan fungsi dari pangsa pasar. Margin tinggi dan pangsa pasar tinggi berjalan beriringan merupakan hal umum yang diamati. Kedua, pertumbuhan memerlukan pemasukkan kas untuk membiayai penambahan asset. Kas tambahan yang dibutuhkan untuk mempertahankan pangsa pasar adalah fungsi dari tingkat pertumbuhan. Ketiga pangsa pasar tinggi harus diperoleh atau dibeli. Membeli pangsa pasar memerlukan tambahan investasi. Dan keempat, tidak ada pasar produk yang dapat tumbuh selamanya. Hasil dari pertumbuhan harus datang ketika pertumbuhan melambat, atau tidak akan pernah ada. Hasil tersebut adalah kas yang tidak dapat diinvestasikan kembali dalam produk tersebut (Stern, C. W., & Deimler, M. S., 2012: 35).

Keunggulan dari matriks *Boston Consulting Group* (BCG) antara lain menjadi salah satu alat pembuat keputusan yang paling mudah digunakan, cukup dengan melihat grafik maka dapat menentukan posisi suatu produk atau perusahaan. Matriks BCG merupakan alat yang cukup valid untuk dasar pengambilan keputusan di perusahaan karena grafiknya mudah dipahami oleh pebisnis pemula maupun yang berpengalaman.

Perusahaan menerapkan matriks BCG karena dapat membantu mengalokasikan sumber daya agar mampu mencapai target pangsa pasar. Dengan alokasi yang efektif, perusahaan dapat mengambil keputusan strategis berdasarkan posisi kompetitif dan peluang pasar. Matriks ini juga menitikberatkan pada arus kas, karakteristik investasi, dan kebutuhan berbagai divisi dalam suatu organisasi. Meskipun memiliki banyak kelebihan, matriks BCG memiliki beberapa keterbatasan yaitu matriks ini tidak memperhitungkan faktor waktu karena tidak menggambarkan apakah suatu divisi atau industri berkembang seiring waktu. Matriks ini hanya mempertimbangkan dua dimensi, yaitu pangsa pasar relative dan tingkat pertumbuhan pasar, sehingga dapat menyulitkan dalam memperoleh data terkait kedua aspek tersebut.

Empat kuadran matriks *Boston Consulting Group* (BCG) antara lain:

a. *Cash Cow* (Sapi Perah)

Cash Cow merupakan kondisi dimana unit bisnis berada pada pangsa pasar tinggi namun tingkat pertumbuhan pasarnya rendah. Karakteristiknya, mereka menghasilkan banyak kas lebih dari yang dibutuhkan untuk investasi ulang untuk mempertahankan pangsa. Ketika keunggulan kompetitif tercapai, *Cash Cow* memberikan margin keuntungan yang tinggi dan menghasilkan arus kas yang besar. Karena pertumbuhan pasar yang rendah. Maka investasi promosi dan distribusi juga minim. Produk dalam kondisi ini biasanya dipertahankan oleh perusahaan. Strategi yang optimal untuk produk yang berada pada kuadran ini adalah pengembangan produk atau diversifikasi. Namun jika kondisi melemah, alternated strategi lainnya yaitu penciptaan atau divestasi.

b. *Star* (Bintang)

Star merupakan kondisi unit bisnis memiliki pangsa pasar yang tinggi dan pertumbuhan yang tinggi. Produk ini selalu menunjukkan keuntungan yang dilaporkan, tetapi mungkin tidak menghasilkan

seluruh kas mereka sendiri. Namun, jika produk tetap menjadi pemimpin maka akan menjadi penghasil kas terbesar ketika pertumbuhan melambat dan kebutuhan investasi berkurang. Investasi dalam pangsa pasar selama fase pertumbuhan bisa sangat menarik. Pertumbuhan di pasar diperkuat oleh pertumbuhan dalam pangsa. Peningkatan pangsa meningkatkan margin. Dan margin yang tinggi memungkinkan *leverage* yang lebih tinggi dengan tingkat keamanan yang sama. Strategi yang dapat dilakukan meliputi integrasi ke belakang, integrasi ke depan, integrasi horizontal, penetrasi pasar, pengembangan produk, atau diversifikasi.

c. *Question Marks* (Tanda Tanya)

Question marks merupakan kondisi unit bisnis yang memiliki pangsa pasar rendah namun pertumbuhannya tinggi. Mereka hampir selalu memerlukan kas yang jauh lebih banyak daripada yang dapat mereka hasilkan. Jika kas tidak tersedia, mereka akan tertinggal. Biasanya terjadi pada produk baru yang belum banyak dikenal. Meski permintaannya tinggi, produk ini memberikan keuntungan yang rendah karena pangsa pasar kecil. Bahkan ketika kas disediakan namun tetap bertahan dipangsa pasar maka mereka tetap menjadi kuadran *dog* saat pertumbuhannya berhenti. Strategi yang bisa diterapkan termasuk penetrasi pasar, pengembangan pasar, atau pengembangan produk.

d. *Dog* (Anjing)

Dog merupakan kondisi dimana unit bisnis memiliki pangsa pasar rendah dan pertumbuhannya lambat. Produk ini mungkin menunjukkan keuntungan secara akuntansi, tetapi keuntungan tersebut harus diinvestasikan ulang untuk mempertahankan pangsa, sehingga tidak ada kas yang dilebihkan. Situasi tersebut sering membuat unit bisnis perlu dilikuidasi, didivestasi, atau di restrukturisasi melalui penciptaan.

Setiap perusahaan membutuhkan produk untuk diinvestasikan dengan kas. Setiap perusahaan membutuhkan produk yang menghasilkan kas. Dan setiap produk pada akhirnya harus menjadi penghasil kas. Jika

tidak, maka tidak berharga. Hanya perusahaan yang terdiversifikasi dengan portofolio seimbang yang dapat menggunakan kekuatannya untuk benar-benar memanfaatkan peluang pertumbuhannya. Portofolio yang seimbang memiliki *Star* yang pangsa tinggi dan pertumbuhannya tinggi akan menjamin masa depan. *Cash cow* yang menyediakan dana untuk pertumbuhan dimasa depan. *Question marks* yang dapat diubah menjadi *Star* dengan tambahan dana. *Dog* tidak diperlukan karena mereka bukti kegagalan, baik untuk mendapatkan posisi kepemimpinan selama fase pertumbuhan atau untuk keluar dan mengurangi kerugian.

Berdasarkan teori BCG *Growht-share* oleh Bruce D Henderson, terdapat dua indikator yaitu:

a. Tingkat Pertumbuhan Pasar (*Market Growth Rate*)

Sumbu vertikal (sumbu Y) menunjukkan persentase kenaikan nilai atau volume penjualan setiap tahun. Tingkat pertumbuhan pasar dibagi menjadi dua bagian: lebih besar dari 10% per tahun dan kurang dari 10% per tahun. Pasar dengan tingkat pertumbuhan melebihi 10% lebih baik karena mengindikasikan pertumbuhan yang substansial (Suci, 2015). Bertujuan untuk mengukur seberapa cepat pasar atau tingkat pertumbuhan tahunan suatu pasar atau industri di mana produk atau unit bisnis beroperasi. Indikator ini menggambarkan dinamika pasar dan potensi pertumbuhannya, dan sering diukur dengan melihat data persentase pertumbuhan tahunan dan tingkat pertumbuhan pasar. Rumus berikut ini dapat digunakan untuk memastikan tingkat pertumbuhan pasar:

$$TTP = \frac{VP N - VP (N-1)}{VP (N-1)} \times 100\%$$

Keterangan :

TTP : Tingkat Pertumbuhan Pasar

VP N : Volume Penjualan Tahun Terakhir

VP N-1 : Volume Penjualan Tahun Sebelumnya

Mengukur dan menganalisis pertumbuhan pasar membantu perusahaan menentukan posisi produk mereka di dalam matriks dan merencanakan strategi yang tepat untuk setiap kategori produk (*Stars, Question Marks, Cash Cows, Dogs*).

b. Pangsa Pasar Relatif (*Relative Market Share*)

Seperti yang ditunjukkan pada sumbu horizontal (sumbu X), pangsa pasar relatif adalah persentase pendapatan industri yang dimiliki oleh unit bisnis utama dalam kaitannya dengan pesaing utamanya. Semakin besar persentase pasar yang dikuasai perusahaan, semakin tinggi nilai pangsa pasarnya. Berusaha mengukur sejauh mana posisi suatu produk atau unit bisnis dibandingkan dengan pesaing utamanya dalam hal pangsa pasar. Ini adalah dimensi kunci yang digunakan untuk menilai posisi produk dalam portofolio perusahaan (Maulida et al., 2021). Rumus berikut ini dapat digunakan untuk menghitung pangsa pasar relatif:

$$PPR = \frac{VP N}{VPP N}$$

Keterangan :

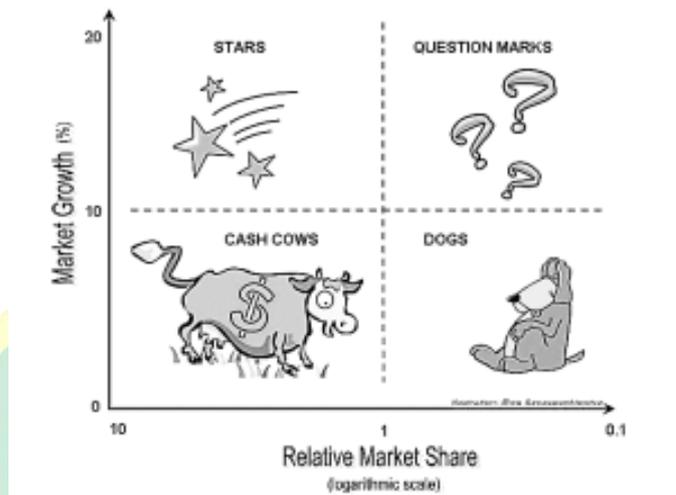
PPR : Pangsa Pasar Relatif

VP N : Volume Penjualan Tahun Terakhir

VPP N : Volume Penjualan Pesaing Tahun Sebelumnya

Indikator pangsa pasar relatif akan membantu perusahaan menilai kekuatan kompetitif produk mereka dan memutuskan strategi yang sesuai dalam portofolio mereka (Birafane et al., 2020).

Gambar 2.1
Bagan Matriks *Boston Consulting Group (BCG)*



4. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS)

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan lembaga keuangan yang berada di bawah pengawasan dewan kebijakan moneter, yang menjalankan kegiatan ekonomi sesuai prinsip-prinsip syariah tanpa melibatkan riba atau bunga. BPRS ini berfokus pada layanan keuangan untuk masyarakat ditingkat desa atau kecamatan. BPRS didirikan berdasarkan UU No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil kemudian diganti menjadi UU No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan, Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran.

Bank merupakan lembaga keuangan yang berperan sebagai perantara. Biasanya, bank memiliki wewenang untuk menerima simpanan dan memberikan pinjaman. Saat ini, peran bank sangat penting bagi perekonomian masyarakat di Indonesia. Hampir semua aktivitas bank atau lembaga keuangan lain. Dalam operasionalnya, bank menawarkan berbagai produk yang mendukung kegiatan ekonomi seperti layanan tabungan,

pengiriman uang, dan berbagai jasa lainnya yang memudahkan aktivitas bisnis dan ekonomi sehari-hari. Karena memiliki peran yang penting bagi seluruh lapisan masyarakat, bank syariah hadir dengan prinsip syariah yang terbagi menjadi Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Bank umum dan BPR yang beroperasi dengan sistem konvensional tidak diizinkan untuk melakukan transaksi dengan prinsip bagi hasil. Oleh karena itu, bank konvensional tidak dapat membuka “*Islamic Window*” atau kantor cabang syariah yang khusus melayani transaksi berdasarkan sistem syariah (Meriyati, 2021).

a. Tujuan berdirinya Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yaitu:

- 1) Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat islam khususnya masyarakat dengan ekonomi lemah.
- 2) Menyediakan lapangan pekerjaan ditingkat kecamatan sehingga dapat mengurangi arus urbanisasi.
- 3) Membina semangat ukhuwah islamiyyah melalui kegiatan ekonomi.
- 4) Meningkatkan pendapatan perkapita untuk mencapai kualitas hidup yang layak.

b. Produk-Produk Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) antara lain:

1) Penghimpunan Dana (*Funding*)

a) Tabungan *Wadi'ah*

Bank menerima simpanan (*saving account*) dari individu maupun badan usaha dalam bentuk tabungan bebas. Akad penerimaan dana ini menggunakan prinsip *wadi'ah* yaitu titipan yang tidak menanggung risiko kerugian. Bank bertanggung jawab untuk menjaga dan mengembangkan dana tersebut kapanpun nasabah membutuhkannya.

b) Deposito *Mudharabah*

Deposito *mudharabah* merupakan simpanan berjangka (*Time and Investment*) dimana pihak Bank dan nasabah menggunakan akad *mudharabah* untuk pengelolaan dana. Dalam akad *mudharabah*, nasabah bertindak sebagai pemilik

modal (*shahibul maal*) sedangkan BPRS berperan sebagai pengelola modal (*mudharib*). Dana yang disimpan akan dikelola oleh bank dalam berbagai kegiatan investasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Nirwana et al., 2015).

c) Simpanan Amanah

BPRS menerima titipan amanah (*Trustee Account*) berupa dana infak, sedekah, dan zakat karena bank dapat berperan sebagai perpanjangan tangan baitul maal untuk menyimpan dan menyalurkan dana umat sehingga dimanfaatkan secara optimal.

2) Penyaluran Dana (*Financing*)

a) Pembiayaan *Musyarakah*

Pembiayaan *musyarakah* merupakan perjanjian pembiayaan antara bank dan pengusaha dimana kedua pihak secara bersama-sama mendanai suatu usaha atau proyek dan mengelola bersama dengan penyertaan masing-masing. Bank dan nasabah berperan sebagai mitra usaha yang sama-sama menyertakan modal. Keuntungan dibagi sesuai dengan proses penyertaan modal yang sudah disepakati, sedangkan kerugian ditanggung bersama.

b) Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan *mudharabah* merupakan akad kerja sama usaha antara kedua belah pihak. Pihak bank sebagai *shahibul maal* yang menyediakan seluruh modal dan nasabah sebagai pihak pengelola (*mudharib*). Keuntungan usaha dari pembiayaan tersebut dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan ke dalam perjanjian. Kerugian yang terjadi (jika bukan karena kelalaian) akan ditanggung oleh *shahibul maal*.

c) Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* terjadi ketika bank membeli barang yang dibutuhkan nasabah kemudian menjualnya kepada nasabah dengan harga yang sudah ditambah margin keuntungan. Nasabah membayar harga dengan cara diangsur atau sesuai

kesepakatan. Bank menyediakan pembiayaan untuk pembelian bahan baku atau modal kerja lainnya yang dibutuhkan nasabah.

d) *Pembiayaan Qardhul Hasan*

Pembiayaan *Qardhul Hasan* merupakan pembiayaan kebajikan tanpa imbalan atau keuntungan bagi bank (BPRS). Pembiayaan tanpa bunga yang diberikan kepada nasabah yang membutuhkan terutama bagi mereka yang mempunyai keterbatasan ekonomi. Nasabah hanya diwajibkan mengembalikan pokok pinjaman sesuai perjanjian waktu tanpa tambahan biaya atau bunga.

BPRS tidak hanya menekankan pada penyediaan layanan pembiayaan. Terkait dengan simpanan, BPRS menawarkan produk yang berlandaskan prinsip syariah dengan menghindari riba dan menekankan pada keadilan dan transparansi. BPRS berfungsi sebagai pengelola dana yang bertanggung jawab untuk menginvestasikan dana tersebut dalam sektor-sektor usaha halal. Dengan demikian, produk simpanan BPRS tidak hanya menawarkan kepatuhan finansial tapi juga kepatuhan pada prinsip syariah yang penting bagi nasabah muslim. Kaitannya dengan evaluasi kinerja, produk simpanan yang ada di BPRS menitikberatkan pada kesesuaian dengan prinsip syariah. Kinerja akan dianggap baik apabila bagi hasil kompetitif dan sesuai harapan nasabah tanpa adanya praktek-praktek yang dilarang dalam syariah seperti ketidakpastian (*gharar*) atau unsur penipuan (*Maysir*) (Manan & Azizah, 2021).

5. Produk Deposito

Deposito merupakan produk simpanan di bank di mana pihak ketiga dapat menaruh uang di rekening bank dan kemudian menariknya dalam jangka waktu tertentu (seperti tiga, enam, dan dua belas bulan). Deposito biasanya dikeluarkan oleh pihak yang membutuhkan dana tambahan dari pihak luar yang memiliki dana lebih. Pihak luar yang menyetorkan dana

untuk mendapatkan deposito nantinya akan mendapat balas jasa berupa tingkat pengembalian dengan jumlah tertentu.

Deposito syariah menurut Karim (2010 : 351) merupakan deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Bank syariah bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*) sedangkan nasabah sebagai pemilik modal (*shahibul maal*). Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, bank syariah dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad *mudharabah* dengan pihak ketiga. Keuntungan yang diperoleh dari pengelolaan dana tersebut akan dibagi sesuai rasio bagi hasil yang telah disepakati di awal antara bank dan nasabah, bukan dengan sistem bunga seperti dalam deposito konvensional. Selain itu, deposito syariah harus diinvestasikan dalam bisnis yang halal dan tidak bertentangan dengan hukum Islam, sehingga memberikan ketenangan bagi nasabah akan keberkahan dari hasil simpanan mereka.

Menurut UU Nomor 21 Tahun 2008, deposito didefinisikan sebagai investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan Bank Syariah, dan/atau UUS. Penarikan dana tunduk pada syarat dan ketentuan perjanjian nasabah dengan bank. Jika ingin mencairkan dana sebelum jatuh tempo, maka dapat menemukan institusi yang tidak mengenakan biaya penalti (Efendi & Mansur, 2022). Peserta dalam deposito *mudharabah* berperan sebagai *shahibul maal*. Karena kontrak *mudharabah* membutuhkan periode tunggu antara deposito dan penarikan untuk memastikan pengelolaan uang yang efektif, penggunaannya dalam deposito didasarkan pada kompatibilitas keduanya (Zuhrotunisa et al., 2022).

Durasi penyimpanan dan persentase bagi hasil secara langsung dipengaruhi oleh variasi jangka waktu simpanan berjangka. Secara umum, bank Islam menawarkan rasio bagi hasil yang lebih tinggi untuk simpanan

berjangka yang lebih panjang (Afifah et al., 2013). Pendekatan ini sejalan dengan prinsip keadilan dan saling menguntungkan yang menjadi inti keuangan Islam. Akad *mudharabah*, yang melibatkan kemitraan antara investor (*shahibul maal*) dan manajer perdagangan (*mudharib*), diperbolehkan menurut hukum Islam karena adanya keuntungan timbal balik.

Menurut ulama Maliki terkemuka Ibnu Rusyd (w. 595/1198), keabsahan akad ini dianggap sebagai konsesi hukum yang unik, meskipun tidak disebutkan secara langsung dalam Al-Qur'an atau Sunnah. Akan tetapi, praktiknya memiliki akar yang dalam dalam tradisi Islam, karena merupakan mekanisme penting untuk kolaborasi ekonomi selama periode awal Islam. Secara historis, *mudharabah* berfungsi sebagai landasan aktivitas komersial, yang memfasilitasi perdagangan berbasis karavan dan jarak jauh. Pengaturan ini menyediakan cara yang fleksibel dan efisien untuk menyatukan sumber daya dan mengelola risiko, yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi masyarakat Muslim. Ketahanan *mudharabah* sebagai praktik keuangan menggarisbawahi kemampuan adaptasinya dan relevansinya yang langgeng dalam sistem ekonomi Islam (Sapei Ekonomi Syariah & Tinggi Agama Islam Miftahul Huda Subang, 2023).

a. Manfaat Deposito

- 1) Bagi bank, sebagai bentuk usaha bank dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat atau badan hukum. Upaya tersebut sebagai penambah modal untuk menunjang usaha perbankan, khususnya dibidang pembiayaan.
- 2) Bagi nasabah, deposito yang menawarkan suku bunga tinggi dibandingkan simpanan lain, selain itu dapat memperoleh jaminan kredit dan dapat mengelola keuangan lebih terencana sesuai dengan kebutuhan dan jangka waktu deposito.

3) Bagi perkembangan ekonomi, dana deposito yang terhimpun oleh bank akan disalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan yang digunakan secara maksimal dalam rangka keperluan yang produktif, secara otomatis akan meningkatkan pendapatan nasional dan kesejahteraan masyarakat.

b. Akad-Akad dalam Deposito

1) Akad *Mudharabah*

Akad *mudharabah* pada pengelolaan deposito yaitu nasabah bertindak sebagai pemilik modal (*shahibul maal*) sedangkan BPRS berperan sebagai pengelola modal (*mudharib*). Deposito *mudharabah* terbagi menjadi dua jenis yaitu *mudharabah mutlaqah* (*Unrestricted Investment Account, URIA*) atau biasa disebut investasi umum, merupakan produk investasi ketika nasabah (*shahibul maal*) tidak memberikan batas terhadap bank syariah menginvestasikan dananya, sehingga bank memiliki keleluasaan penuh untuk menginvestasikan dana tersebut ke berbagai sektor yang dianggap menguntungkan dan sesuai prinsip syariah.

Yang kedua, *mudharabah muqayyadah* (*Restricted Investment Account, RIA*) atau investasi khusus merupakan simpanan berjangka dengan pihak nasabah (*shahibul maal*) memberikan batasan-batasan terhadap dana yang akan diinvestasikan oleh bank syariah, sehingga investasi hanya dilakukan pada sektor yang disetujui oleh nasabah (Nursiah., et.al., 2022).

2) Akad *Wadi'ah*

Deposito menggunakan akad *wadi'ah* yaitu bank hanya menyimpan dana tanpa kewajiban membagi keuntungan meskipun ada kemungkinan pemberian bonus.

c. Jenis-Jenis Deposito

Jenis-jenis deposito menurut Kasmir (2002:80) sebagai berikut:

1) Deposito Berjangka

Deposito berjangka merupakan deposito yang diterbitkan menurut jangka waktu tertentu. Deposito berjangka diterbitkan atas nama perorangan maupun lembaga. Artinya didalam bilyet deposito tercantum nama seseorang atau lembaga. Jangka waktu deposan bervariasi mulai dari 1, 2, 3, 12, 18 sampai dengan 24 bulan.

2) Sertifikat Deposito

Sertifikat deposito merupakan deposito yang diterbitkan dengan jangka waktu 2, 3, 6, dan 12 bulan. Penerbitan nilai sertifikat deposito sudah tercetak dalam bentuk nominal dan biasanya dalam jumlah bulat. Sehingga nasabah dapat membeli dalam lembaran banyak untuk jumlah nominal yang sama. Sertifikat deposito diterbitkan atas unjuk dalam bentuk sertifikat dan dapat diperjualbelikan atau dipindahtangankan kepada pihak lain.

3) Deposito *On Call*

Merupakan deposito yang berjangka waktu minimal tujuh hari dan paling lama kurang dari satu bulan. Diterbitkan atas naman dan biasanya dalam jumlah yang besar misalnya 50 juta rupiah. Pencairan bunga dilakukan pada saat pencairan deposito *on call* sebelum deposito *on call* dicairkan terlebih dahulu tiga hari sebelumnya nasabah sudah memberitahukan bank penerbit.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penghimpunan Deposito

- 1) Tingkat Suku Bunga, Tingkat suku bunga yang lebih tinggi menghasilkan pendapatan yang lebih besar dari tabungan, sehingga deposito menjadi lebih menarik bagi nasabah.
- 2) Tingkat Inflasi, Ketika inflasi meningkat, minat masyarakat untuk menyimpan dana dalam bentuk deposito menurun karena nilai riil uang dianggap menurun selama periode tersebut.
- 3) Tingkat Pendapatan, Ketika pendapatan masyarakat meningkat, mereka cenderung lebih banyak menyimpan dana dalam bentuk deposito di bank, didorong oleh kemampuan finansial mereka yang lebih baik.

- 4) Penggunaan sebagai Agunan, Deposito dapat digunakan sebagai agunan untuk pembiayaan, yang membuatnya menarik bagi para deposan. Fungsi tambahan ini mendorong individu untuk menyimpan dana mereka dalam rekening deposito di bank (Abbas et al., 2022).

Secara keseluruhan, deposito dalam konsep islam tidak hanya sekedar menyimpan dana, tapi juga merupakan instrument yang dirancang untuk menciptakan kebermanfaatan, mendukung kegiatan ekonomi yang halal, dan memberikan imbal hasil yang adil bagi semua pihak yang terlibat. Selain itu, deposito syariah menghindari investasi dalam bisnis yang bertentangan dengan prinsip islam, sehingga memberikan pilihan investasi yang aman dan sesuai dengan nilai-nilai keislaman.

6. Manajemen Strategi

Dalam organisasi perlunya pengelolaan secara menyeluruh dan efektif sesuai dengan tujuan dari organisasi tersebut. Dimana semua itu memerlukan langkah dan strategi yang tepat sehingga proses atau langkah dapat dijalankan dengan selektif dan seefisien mungkin. Manajemen strategi sebagai ilmu pengetahuan yang terus berkembang, seiring dengan berkembangnya teknologi, alam, sosial, dan budaya. Manajemen strategis dikemukakan oleh David, 2005 merupakan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan dan juga mengevaluasi keputusan yang membuat organisasi dapat mencapai tujuannya.

Menurut Michael Porter, manajemen strategis merupakan proses untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan memahami, merumuskan, dan mengimplementasikan strategi yang berfokus pada posisi unit suatu perusahaan. Porter menekankan bahwa manajemen strategi melibatkan pemilihan dan pelaksanaan strategi yang memungkinkan perusahaan mencapai posisi yang lebih baik menguntungkan dibandingkan dengan pesaing. Dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah ilmu yang berkaitan dengan pengambilan keputusan oleh manajemen puncak, yang kemudian diterapkan oleh seluruh tingkat dalam organisasi untuk mencapai

tujuan yang ditetapkan. Proses ini menghasilkan strategi yang menentukan arah dan langkah-langkah yang akan diambil untuk kemajuan perusahaan.

Unit analisis dasar dari sebuah strategi harus menjelaskan tujuan akhir bisnis. Nilai kompetitif dari tindakan tersebut dapat diukur melalui produk atau layanan yang ditawarkan kepada konsumen. Penentu keunggulan kompetitif adalah strategi perusahaan, struktur dan para pesaing. Kehadiran pesaing juga berpengaruh terhadap pengembangan inovasi, pesaing lokal memiliki rangsangan lebih besar daripada pesaing asing untuk melakukan *upgrade*.

Manajemen strategis dapat memberikan kerangka yang komprehensif untuk menganalisis dan mengevaluasi kinerja produk deposito dengan menggunakan salah satu alat analisis. Dalam konteks evaluasi kinerja produk difokuskan untuk memastikan produk tersebut terus menghasilkan keuntungan yang stabil, mengurangi risiko, dan memberikan pendanaan untuk produk lain yang berpotensi tumbuh tinggi. Secara keseluruhan, manajemen strategi membantu BPRS menetapkan prioritas, mengoptimalkan kinerja dan mempertahankan daya saing produk dengan cara yang terstruktur dan berbasis data. Evaluasi produk yang sesuai dengan prinsip manajemen strategi memungkinkan BPRS untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di pasar keuangan.

B. Landasan Teologis

Setiap aktivitas *muamalah* (transaksi) harus dilakukan dengan niat yang jujur dan transparansi. Prinsip ini sangat ditekankan dalam transaksi ekonomi termasuk perbankan syariah seperti yang dilakukan di BPRS, dalam islam keberkahan sebuah transaksi tidak hanya diukur dari keuntungan materi, tetapi juga dari kejujuran, keadilan, dan keterbukaan yang menjamin ridha Allah seperti pada QS. An-Nisa (4) : 29 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (النساء/4: 29)

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (An-Nisa'/4:29)

Evaluasi terhadap produk deposito tidak hanya menilai dari segi finansial atau keuntungan yang diperoleh dari nasabah, namun juga harus melihat apakah produk tersebut dijalankan sesuai prinsip kejujuran, transparansi, dan halal. Semua kontribusi dan kesepakatan harus disusun dengan jelas agar nasabah merasa aman dan nyaman serta yakin bahwa uang yang diinvestasikan dikelola dengan cara yang sesuai syariat. Jika BPRS menjalankan semua transaksi dengan jujur, transparan, menghindari gharar, serta memenuhi aturan syariah, baik bagi bank, nasabah, maupun ekonomi secara keseluruhan.

Kinerja merupakan keseluruhan hasil yang dicapai dari pelaksanaan tugas dan dalam pandangan islam, kinerja merupakan wujud atau metode seseorang dalam mewujudkan potensi dirinya. Untuk menentukan apakah kinerja atau hasil yang dicapai dalam suatu tugas sesuai dengan tujuan dan harapan yang diinginkan, penting untuk melakukan evaluasi atau penilaian secara menyeluruh. Proses ini membantu mengidentifikasi kekuatan, area yang perlu ditingkatkan, dan apakah upaya yang dilakukan telah memenuhi tujuan yang dimaksud. Dalam ajaran Islam, pentingnya akuntabilitas dan evaluasi sangat ditekankan, sebagaimana Allah SWT telah berfirman dalam QS. At-Taubah (9) : 105

وَقُلْ اْعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا

كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ (التوبة/9: 105)

Artinya: “Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.” (At-Taubah/9:105)

Dalam ayat tersebut, menekankan pentingnya bekerja dengan penuh tanggung jawab, integritas, dan niat yang ikhlas karena pekerjaan kita dilihat Allah, Rasul-Nya, dan sesama orang beriman. Ayat ini mengajarkan bahwa kinerja produk deposito harus didasarkan pada prinsip kejujuran, transparansi, dan amanah. Pengelolaan produk deposito harus memperhatikan kepatuhan terhadap syariat islam, termasuk dalam hal akad, pembagian keuntungan, dan investasi yang dilakukan. BPRS harus menjaga integritas dan memastikan bahwa produk-produk yang ditawarkan tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tapi juga dapat memberikan manfaat spiritual dan sosial.

Pelaksanaan produk deposito menggunakan sistem yang sesuai dengan syariat islam, tidak berhubungan dengan bisnis yang mengandung unsur-unsur dilarang menurut syariat seperti bisnis judi, riba, dan produk-produk haram. Seperti yang tertera pada QS. Al-Baqarah (2): 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا
الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ
إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ (البقرة/2: 275)

Artinya: "Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya." (Al-Baqarah/2:275)

QS. Al-Baqarah ayat 275 menegaskan larangan riba dan mendukung transaksi yang halal seperti bagi hasil dalam akad mudharabah. Deposito syariah bertujuan untuk menghindari riba yang mengganti sistem bunga tetap (yang mengandung riba) menjadi sistem bagi hasil yang adil dan sesuai dengan prinsip syariat islam. Melalui akad *mudharabah*, deposito memungkinkan nasabah mendapat keuntungan secara halal. Berdasarkan hasil usaha yang nyata sehingga selaras dengan ajaran islam yang melarang riba, namun membolehkan transaksi keuangan yang berdasarkan usaha dan risiko.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, yaitu mengumpulkan informasi tentang suatu topik dengan mengunjungi lokasi penelitian dan berbicara dengan penduduk setempat atau informan lain yang relevan. Menggunakan penelitian kualitatif karena metode penelitian kualitatif yang berusaha memberikan gambaran lengkap dari sudut pandang topik yang diteliti. Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2017:6) (Ma'ruf, 2017). Penelitian ini bersifat deskriptif, artinya bertujuan untuk memberikan gambaran tentang keadaan yang sebenarnya melalui pengumpulan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan melakukan observasi terhadap nasabah PT BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang yang memiliki produk simpanan deposito iB.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian berada pada PT BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang, Ajibarang Kulon, Kecamatan Ajibarang, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia.

2. Waktu Penelitian

Periode penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Juli 2024 hingga Oktober 2024.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Menurut M. Amirin (1995), subjek penelitian merupakan komponen penting dari sumber penelitian untuk mengumpulkan informasi penelitian

yang relevan. PT BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang yang menawarkan produk deposito menjadi fokus dalam penelitian ini. Kepala Cabang Lembaga keuangan ini merupakan informan yang diperlukan guna mendapatkan data. Teknik yang digunakan yaitu *Purposive Sampling* karena peneliti hanya memilih informan dan data sesuai yang diinginkan. Adapun kriteria informan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, antara lain:

- a. Memiliki pengalaman yang cukup dalam perbankan Syariah khususnya terkait pengelolaan dan pengembangan produk deposito.
 - b. Memiliki jabatan strategis di BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang terutama terkait dengan manajemen produk dan kebijakan finansial.
 - c. Informan terlibat langsung dalam perumusan kebijakan produk deposito seperti penetapan nisbah bagi hasil, target pemasaran, dan penentuan segmen nasabah.
 - d. Memiliki pemahaman tentang kinerja produk deposito, termasuk indikator keberhasilan, profitabilitas, serta tantangan yang dihadapi oleh produk.
 - e. Memahami profil nasabah, segmen pasar, serta dinamika kompetisi di sector perbankan Syariah.
2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan isu atau masalah yang akan diteliti untuk mengumpulkan data yang dapat dipercaya dan menemukan jawaban atas pertanyaan penelitian (Sugiyono, 2019). Dalam hal ini, objek penelitian dalam penelitian ini adalah kinerja produk deposito dengan pendekatan *Boston Consulting Group* (BCG) pada tahun 2022-2023 di PT BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2019), Data primer merupakan data yang diambil langsung dari sumbernya, tanpa memerlukan media apa pun dalam

prosesnya. Metode seperti observasi langsung, wawancara, dan data yang dikumpulkan dari lapangan merupakan contoh dari data primer. Wawancara dengan Bapak Jefri Rahardian selaku Kepala Cabang dan Mas Irhad Wiryono *Admin* dari PT BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang akan memberikan sebagian besar informasi yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data dalam berbagai format yang saat ini dapat diakses (Sugiyono, 2019). Mayoritas sumber sekunder mengandalkan fakta, dokumen, atau catatan sejarah yang tersimpan dalam arsip, baik publik maupun pribadi. Sumber sekunder yang didapat dari laporan keuangan dan daftar nasabah yang memiliki simpanan deposito.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah teknik untuk memperoleh data melalui observasi dan perekaman. Perilaku atau proses kegiatan dapat diukur dengan observasi baik dalam lingkungan nyata maupun simulasi. Jenis observasi pada penelitian ini yaitu observasi partisipan. Menurut Julmi (2020), observasi partisipan diartikan saat peneliti turut serta menjadi bagian dari kelompok yang diteliti sehingga dapat belajar melalui pengalaman langsung. Observasi bertujuan untuk mengumpulkan informasi dan menggambarkan aktivitas, individu, serta kejadian dari sudut pandang individu yang terlibat. Observasi Pengamatan langsung di BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang baik terhadap pekerja maupun nasabah yang melakukan penyetoran sampai dengan penginputan data informasi nasabah ke dalam database pemilik produk deposito merupakan pendekatan observasi.

2. Wawancara / *Interview*

Wawancara menurut Mardawani (2020:50-52) adalah interaksi langsung antara peneliti dan subjek penelitian ketika kedua belah pihak hadir secara fisik. Jenis wawancara ini tergolong terstruktur karena peneliti

telah menyediakan pedoman wawancara yang berkaitan dengan evaluasi kinerja produk deposito. Bapak Jefri Rahardian, Kepala Cabang PT BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang, diwawancarai untuk penelitian ini (Hadi, 2016).

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah dokumen yang membuktikan berlalunya waktu selama proses penyelidikan (Sugiyono, 2019). Dokumen resmi berfungsi sebagai dokumentasi, yang merupakan sarana untuk mengumpulkan fakta melalui sumber tekstual. Dokumen yang sudah ada dapat dilihat atau direkam untuk mengumpulkan data. Data yang digunakan untuk penelitian ini berasal dari catatan yang ada di PT BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang dari tahun 2022 sampai dengan tahun 2023, yaitu jumlah dana yang diperoleh dari simpanan nasabah dan jumlah nasabah. Kemudian data jumlah nasabah deposito dan pendapatan bank pesaing pada tahun 2022 sampai 2023.

F. Teknik Analisis Data

Para peneliti mencari dan mengatur secara metodis dokumen-dokumen seperti transkrip wawancara, catatan lapangan, dan materi-materi lain yang diperoleh sebagai bagian dari analisis data, menurut Bogdan dan Biken. Menelaah data, mengorganisasikannya ke dalam satuan-satuan yang dapat dipelajari, menemukan informasi yang signifikan, dan dengan hati-hati meneliti dan melaporkannya adalah langkah-langkah dalam analisis data. Reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan/verifikasi data adalah bagian dari proses analisis data (Urohmah, 2023).

1. Data *Reduction* (Reduksi Data)

Mengurangi atau menyederhanakan data untuk memenuhi persyaratan dan membuat informasi mudah diakses dikenal sebagai reduksi data. Mengelompokkan data yang terkumpul dari sumber-sumber seperti wawancara dan observasi lapangan ke dalam kategori yang lebih penting, kurang penting, dan tidak relevan adalah langkah selanjutnya. Jika kita

dapat menghilangkan data yang tidak diperlukan dan hanya menyimpan data yang diperlukan, kita dapat menyederhanakan data dan membuatnya lebih mudah untuk diproses dengan beralih ke langkah berikutnya. Pada reduksi data ini, peneliti mencoba untuk merangkum yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan, memusatkan perhatian pada penyederhanaan, mengabstraksikan, dan mentransformasikan data.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Tahap penyajian data mengikuti tahap reduksi. Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam bentuk ringkasan singkat, diagram, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan bentuk lainnya. Melalui penyajian data ini, informasi menjadi lebih terstruktur dan terorganisir sehingga lebih mudah dipahami. Dalam proses ini, peneliti akan menguraikan data berdasarkan metode *Boston Consulting Group* (BCG) yaitu dengan melihat tingkat pertumbuhan pasar (*Market Growth Rate*) dan pangsa pasar relative (*Relative Market Share*) pada produk simpanan deposito di BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang. Selain itu, dari hasil penelitian bersama informan terkait dengan kinerja produk deposito pada BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang.

3. *Conclusion Drawing* (Penarikan Kesimpulan)

Satu-satunya cara untuk menarik kesimpulan dari semua data yang beragam ini adalah dengan menyederhanakannya, mengaturnya menggunakan media tertentu, dan membuatnya mudah dipahami. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

G. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data menggunakan triangulasi adalah salah satu pendekatan untuk memastikan bahwa data penelitian kualitatif dapat dipercaya.

Menurut Sugiyono (2015:83) triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada.

Triangulasi data pada penelitian ini terdiri dari:

1. Triangulasi Sumber

Dalam triangulasi sumber, data dari setiap sumber seperti hasil wawancara, arsip, maupun dokumen lain diperiksa ulang sebelum dilakukan analisis dan diperoleh hasil akhir. Informasi mengenai nasabah BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang yang memiliki deposito iB digunakan untuk pengumpulan dan pengujian data dalam penelitian ini (Hadi, 2016).

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas suatu data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari sumber yang sama menggunakan teknik yang berbeda. Peneliti menggunakan metode triangulasi untuk memverifikasi data dari beberapa sumber, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi, untuk meningkatkan kepercayaan terhadap hasil.

3. Triangulasi Waktu

Waktu dapat mempengaruhi kredibilitas suatu data. Pengujian kredibilitas suatu data harus dilakukan pengecekan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi pada waktu atau situasi yang berbeda sampai mendapatkan data yang kredibel. Data yang diperoleh dengan teknik wawancara dipagi hari dapat memberikan hasil yang lebih dapat diandalkan karena keadaan narasumber lebih baru (Rijali, 2019).

BAB IV

PEMBAHASAN DAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah dan Perkembangan PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Gunung Slamet adalah salah satu bank perkreditan rakyat di Indonesia yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Bank ini merupakan BPRS kedua yang didirikan di Kota Cilacap. Gagasan pendiriannya berasal dari seorang tokoh lokal yang memiliki visi untuk memberdayakan usaha kecil dan mikro di wilayah Cilacap melalui sistem perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Pada saat pendiriannya pada tahun 2010, kebutuhan akan layanan perbankan syariah di kalangan masyarakat Muslim di wilayah tersebut semakin dirasakan. Namun, pilihan yang tersedia saat itu hanya terbatas pada dua bank syariah umum yaitu Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri serta dua BPRS, yaitu BPRS Suriyah dan BPRS Bumi Artha Sampang. Keterbatasan ini sangat kontras dengan banyaknya layanan perbankan konvensional yang ditawarkan oleh Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat.

Setelah melalui diskusi dan kajian yang mendalam oleh pengagasnya, diputuskan bahwa pendirian sebuah lembaga pembiayaan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah adalah langkah strategis. Hal ini kemudian melahirkan BPRS Gunung Slamet, yang bertujuan untuk melengkapi layanan perbankan syariah yang sudah ada dengan menjangkau kelompok masyarakat yang kurang terlayani, terutama pelaku usaha kecil dan mikro. Visi ini sejalan dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan dan Peraturan Bank Indonesia No. 21 Tahun 2008 yang secara khusus mengatur tentang Perbankan Syariah.

Pendirian BPR Syariah Gunung Slamet bertujuan tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan finansial di sektor perbankan, tetapi juga sebagai sarana dakwah ekonomi Islam untuk mendukung dan memberdayakan usaha kecil serta masyarakat secara luas. Dengan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berlandaskan nilai-nilai Islam, bank ini bertujuan untuk memperkuat kemampuan finansial masyarakat yang dilayaninya. Permodalan Nasional Madani (PNM), sebuah lembaga konsultasi yang berbasis di Semarang, memainkan peran penting dalam memfasilitasi pendirian BPRS Gunung Slamet. PNM memberikan berbagai dukungan, termasuk pelatihan dasar tentang perbankan syariah untuk calon pemegang saham, pelatihan teknis bagi calon manajer, bantuan dalam penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP), serta pengadaan perangkat keras dan perangkat lunak.

Manajemen BPRS Gunung Slamet berkomitmen untuk menjaga visi para pendirinya. Bank ini dikelola oleh tim administrator profesional yang dikenal dengan integritas, kejujuran, dan dedikasi mereka terhadap keunggulan (ihsan). Tujuan mereka adalah menjadikan BPRS Gunung Slamet sebagai lembaga mikro syariah terkemuka yang memberikan manfaat bagi masyarakat dan berkontribusi pada perkembangan ekonomi di wilayah tersebut (Suryalfihra, 2023).

2. Visi dan Misi PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang

Adapun visi dan misi yang menjadi landasan bagi PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang sebagai berikut:

Visi : Menjadi BPR syariah yang sehat, amanah, dan bermanfaat.

Misi :

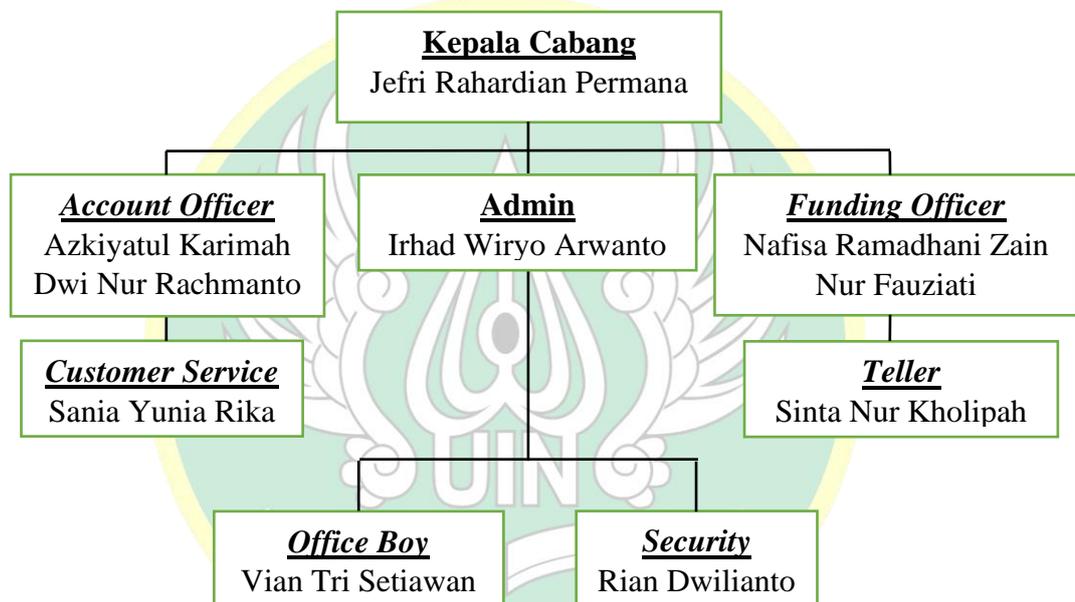
- a. Menjalankan kegiatan operasional perbankan syariah secara professional.
- b. Menjalani kerja sama kemitraan atas dasar kemaslahatan.

3. Struktur Organisasi PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang

Struktur organisasi merupakan susunan yang menggambarkan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab diantara anggota atau komponen yang terlibat dalam suatu organisasi. Struktur ini menunjukkan bagaimana hubungan antara anggota organisasi terjalin, baik secara *horizontal* (antar departemen) maupun *vertical* (antara atasan dan bawahan).

Gambar 4.1

Struktur Organisasi PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang



Sumber: Dokumen BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang, 2024

Dari struktur organisasi diatas, terdapat fungsi dan tugasnya sebagai berikut:

- a. Kepala Cabang
 - 1) Fungsi Utama

Melakukan pengawasan, pemeriksaan, pengarahan, dan pengembangan sistem pengawasan/control atas kegiatan-kegiatan bidang operasional, pembiayaan dan dana serta administrasinya sesuai yang telah ditetapkan manajemen serta memberikan saran-saran perbaikan ke manajemen guna tertib dan lancar perusahaan.

2) Tugas Pokok

- a) Memimpin kegiatan pemasaran produk-produk yang ada di perusahaan. Hal ini untuk memaksimalkan pendapatan bank.
- b) Melakukan pemeriksaan secara berkala guna memastikan setiap kegiatan operasional bank berjalan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang telah disepakati internal maupun eksternal.
- c) Melakukan koordinasi dan komunikasi dengan semua unit kerja guna meningkatkan kelancaran dalam menerapkan ketentuan-ketentuan yang berlaku.
- d) Melakukan pemeriksaan sewaktu-waktu bila diindikasikan terjadi penyimpangan-penyimpangan terhadap ketentuan yang telah ditetapkan terhadap semua unit kerja.
- e) Melakukan *on the spot* secara berkala maupun sewaktu-waktu guna memastikan setiap ketentuan telah dijalankan dengan baik.

b. Admin

1) Fungsi Utama

Fungsi utama admin adalah melayani nasabah dalam hal transaksi perbankan syariah seperti pembukaan rekening, setoran, dan transfer dana. Selain itu admin juga mengelola data nasabah dengan cermat, termasuk verifikasi identitas, pembaruan informasi, dan menjaga kerahasiaan informasi nasabah.

2) Tugas Pokok

- a) Verifikasi Dokumen, Melakukan verifikasi dokumen yang diperlukan untuk membuka rekening, memberikan pembiayaan, atau transaksi lainnya sesuai dengan prinsip syariah.
- b) Pemrosesan Transaksi, Memproses transaksi perbankan syariah seperti pembiayaan, penyetoran, dan transfer dana sesuai dengan prinsip syariah yang berlaku.

- c) Pemeliharaan Data, Memastikan keakuratan dan kerahasiaan data nasabah, serta melakukan pembaruan data jika diperlukan.
- d) Pelayanan Nasabah, Melayani nasabah dengan baik, menjawab pertanyaan mereka, dan memberikan bantuan dalam proses perbankan syariah.
- e) Pelaporan, Menyusun laporan transaksi dan keuangan secara berkala sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- f) Kepatuhan Syariah, Memastikan bahwa semua tindakan dan transaksi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang dipegang oleh bank syariah tersebut.

c. *Account Officer*

1) Fungsi Utama

Account Officer adalah seorang profesional perbankan yang bertanggungjawab atas manajemen dan pengembangan portofolio nasabah bank.

2) Tugas Pokok

- a) Mendatangkan Nasabah, *Account Officer* mencari pelanggan baru untuk bank dengan cara menjalankan pemasaran dan promosi produk perbankan kepada calon nasabah potensial.
- b) Melayani Nasabah, Mereka juga berperan dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah yang sudah ada. Ini mencakup menjawab pertanyaan, memberikan informasi tentang produk dan layanan, serta membantu nasabah dalam pemrosesan transaksi dan permintaan pembiayaan.
- c) Analisis Pembiayaan, *Account Officer* juga terlibat dalam menganalisis aplikasi pembiayaan dari nasabah dan menilai risiko pembiayaan yang terkait dengan pemberian pinjaman.
- d) Membangun Hubungan, Mereka membangun hubungan yang kuat dengan nasabah untuk memastikan retensi dan pertumbuhan bisnis jangka panjang.
- e) Pencapaian Target, *Account Officer* memiliki target penjualan

dan pertumbuhan portofolio yang harus dicapai sesuai dengan kebijakan bank. *Account Officer* memiliki peran penting dalam menghubungkan bank dengan nasabahnya dan memastikan kesejahteraan keuangan kedua belah pihak.

d. *Funding Officer*

1) Fungsi Utama

Funding Officer menghimpun dana dari nasabah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Ini melibatkan berbagai taktik dan pendekatan untuk mengedukasi, meyakinkan, dan memikat nasabah agar mereka mau menempatkan dana mereka dalam produk dan layanan perbankan syariah.

2) Tugas Pokok

- a) Pendidikan Nasabah, Membantu nasabah memahami prinsip-prinsip perbankan syariah dan manfaat dari produk-produk syariah, seperti investasi yang sesuai dengan prinsip bagi hasil (*mudharabah*) dan *profit-and-loss sharing* (*musharakah*).
- b) Penawaran Produk yang Sesuai, Mengembangkan produk-produk perbankan syariah yang menarik, seperti deposito berjangka syariah, sertifikat investasi syariah, atau reksadana syariah, yang sesuai dengan nilai-nilai syariah dan kebutuhan nasabah.
- c) Pemasaran, Merancang kampanye pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk dan layanan perbankan syariah, yang dapat mencakup iklan, promosi, acara, dan strategi media sosial.
- d) Pelayanan Pelanggan, Memastikan bahwa pelayanan pelanggan yang berkualitas tinggi tersedia untuk menjawab pertanyaan dan memberikan panduan kepada nasabah potensial.
- e) Kemitraan, Bekerja sama dengan lembaga-lembaga syariah dan komunitas Islam untuk membangun kemitraan yang dapat membantu dalam mencapai target penghimpunan dana.
- f) Edukasi Masyarakat, Mengadakan seminar, *workshop*, atau

program edukasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk dan prinsip perbankan syariah.

e. *Customer Service*

1) Fungsi Utama

Memberikan pelayanan kepada nasabah, mulai dari penyediaan informasi hingga terjadinya transaksi, serta menjaga hubungan baik dengan nasabah. Tujuannya adalah membangun dan memelihara hubungan jangka panjang dengan nasabah eksternal.

2) Tugas Pokok

- a) Memberikan informasi terkait semua produk pembiayaan, tabungan, dan deposito, serta menjelaskan syarat dan ketentuan dari produk tersebut.
- b) Memberikan saran dan informasi kepada nasabah mengenai aktivitas perbankan yang berkaitan dengan produk pembiayaan, tabungan, dan deposito.
- c) Melaksanakan kegiatan khusus untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah, seperti melayani pembukaan atau penutupan rekening tabungan dan deposito, melayani pengajuan pembiayaan nasabah yang datang ke kantor, melayani transaksi penyetoran pembiayaan, tabungan dan deposito.
- d) Menginput data nasabah (CIF) sesuai dengan peraturan anti pencucian uang (APU/PPT) yang berlaku.
- e) Menangani dan menindaklanjuti keluhan, masukan, dan harapan nasabah secara responsif dan proaktif.

f. *Teller*

1) Fungsi Utama

Melayani nasabah dalam aktivitas penyetoran dan penarikan dana, baik tunai maupun non-tunai, serta menjalankan

tugas terkait pengelolaan kas, termasuk penukaran mata uang asing.

2) Tugas Pokok

- a) Melayani berbagai transaksi tunai, seperti penyetoran, penarikan, dan pencairan dana untuk semua produk.
- b) Melakukan pemeriksaan kas harian (*cash count*) dan memastikan keaslian uang pada setiap transaksi.
- c) Memverifikasi keabsahan dokumen yang digunakan oleh nasabah, seperti KTP dan buku tabungan, untuk keperluan transaksi penarikan dan pencairan dana.
- d) Memastikan transaksi dilakukan dengan benar dan memiliki bukti validasi yang sah.
- e) Mencocokkan saldo kas dengan rekapitulasi dan rincian uang tunai pada saat tutup kas.

g. *Security*

Tugas utama *security* adalah Menjaga keamanan dan ketertiban di lingkungan tempat kerja, termasuk pengamanan personel, fasilitas fisik, informasi, dan aspek teknis lainnya.

h. *Office Boy*

Tugas utama *office boy* adalah membantu dan memenuhi semua kebutuhan teknis karyawan di kantor dengan baik, menjaga kebersihan ruang kerja karyawan, peralatan kantor dan lingkungan perusahaan, melakukan tugas yang dibebankan dapat terlaksana dengan baik.

4. Produk-Produk PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang

Produk-produk yang ada di BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang terdapat berbagai macam dan memiliki fungsi yang berbeda-beda diantaranya:

a. **Produk Simpanan**

- 1) Tabungan IB Insani

Tabungan IB Insani adalah titipan dana (*Wadiah*) dari nasabah yang harus dijaga oleh Bank, dan nasabah berhak mengambilnya kapanpun bila dikehendaki.

2) Tabungan IB Pendidikan

Tabungan untuk Siswa dan Santri sebagai sarana pengenalan Bank dan melatih mengatur secara cermat keuangannya sejak dini. Setoran awal minimal Rp.10.000,00 dan selanjutnya minimal Rp.5.000,00.

3) Tabungan IB Qurban

Tabungan Qurban diperuntukan bagi umat Islam yang merencanakan Sunnah Nabi untuk berbagi dengan sesama melalui Ibadah Qurban. Setoran awal Rp.100.000,00 selanjutnya Rp.20.000,00 biaya admin Rp.1.000,00/bulan.

4) Tabungan IB Simpel

Tabungan untuk pelajar sebagai sarana pengenalan Bank dan melatih mengatur secara cermat keuangan sejak dini, yang akan diambil oleh petugas melalui sekolah masing-masing. Bebas Biaya Bulanan, Setoran awal Rp.5.000,00 dan setoran selanjutnya Rp.1.000,00.

5) Tabungan IB Haji & Umrah

Tabungan untuk umat Islam yang mempunyai rencana menunaikan Ibadah Haji & Umroh. Tabungan ini menggunakan prinsip *Mudharabah Mutlaqah*, dengan bagi hasil yang menarik.

b. Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan IB Investasi

Merupakan kerjasama usaha antara pemilik dana (*shahibul maal*) dalam hal ini adalah Bank dengan pihak pengelola dana (*mudharib*) dalam hal ini adalah nasabah. Keuntungan dibagi sesuai nisbah/pola bagi yang disepakati sebelumnya.

2) Pembiayaan IB Manfaat

Merupakan perjanjian sewa menyewa atas manfaat suatu

barang atau jasa antara pemilik objek sewa dengan penyewa untuk mendapatkan imbalan berupa sewa atau upah bagi pemilik objek sewa.

3) Pembiayaan IB Modal Bersama

Merupakan kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan usaha, dimana masing-masing pihak memiliki modal dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan.

4) Pembiayaan IB Dana Talangan

Merupakan pinjaman untuk kebutuhan yang mendesak dalam jangka pendek dengan kewajiban mengembalikan pokok pinjaman sesuai kesepakatan.

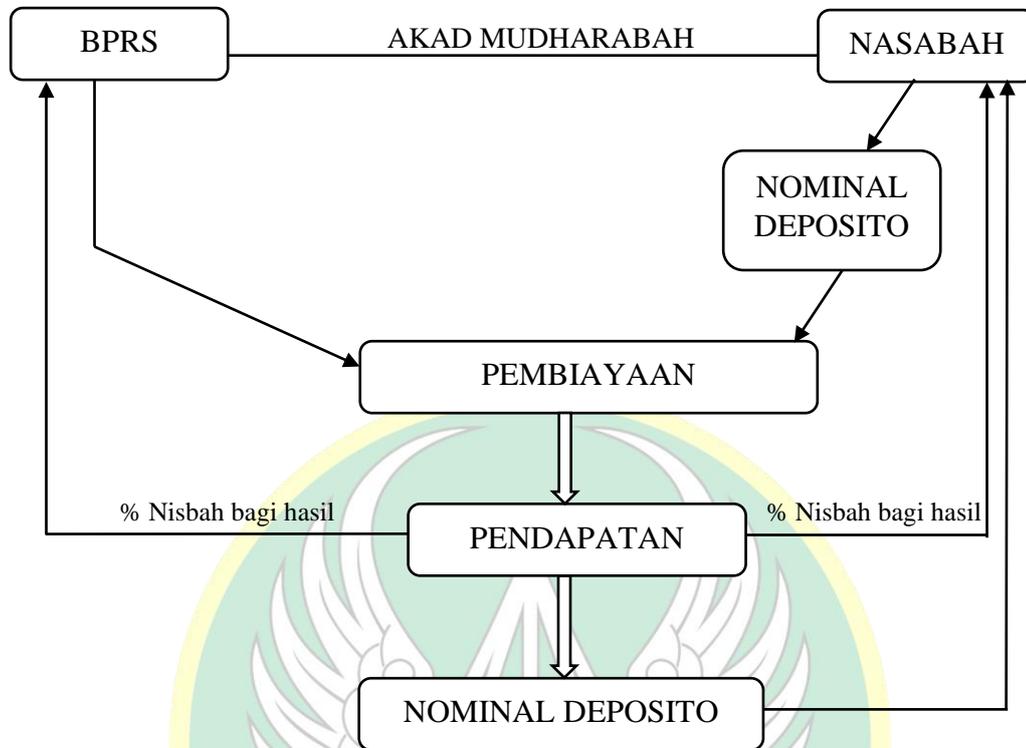
5) Pembiayaan IB Kepemilikan

Bank memberikan fasilitas pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang ingin memiliki satu jenis barang.

c. Deposito

Deposito IB Merupakan produk investasi yang sesuai dengan prinsip Syariah, yang disusun berdasarkan perjanjian bagi hasil yang dikenal sebagai *Mudharabah*. Dalam pengaturan ini, nasabah (*Shahibul maal*) mempercayakan dananya kepada bank (*Mudharib*) untuk jangka waktu tertentu. Penarikan dana dari IB Deposit dibatasi dan hanya dapat dilakukan pada waktu-waktu yang telah disepakati sebelumnya antara nasabah dan bank. Dalam skema di bawah ini, akad *mudharabah* menjadi dasar utama di mana nisbah bagi hasil disepakati di awal dan hasil investasi dikelola secara transparan sesuai dengan ketentuan syariah. Salah satu pengelolaan dana deposito yaitu untuk pembiayaan. Hal ini memastikan kepatuhan terhadap prinsip keuangan Islam, yang menekankan kesepakatan bersama, pembagian keuntungan, dan kepercayaan. Berikut skema bagi hasil deposito pada BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang:

Gambar 4.2
Skema Deposito Mudharabah



Penentuan bagi hasil dinyatakan dalam presentase, misalnya 60:40, yang artinya 60% keuntungan diberikan kepada nasabah dan 40% kepada BPRS. Keuntungan yang dibagi berasal dari hasil investasi dana pada usaha yang halal dan sesuai prinsip syariah. Perhitungan nisbah bagi hasil dinyatakan dengan rumus :

$$\text{Bagi hasil} = \frac{\text{Dana Nasabah}}{\text{Total Dana Kelola Bank}} \times \text{keuntungan} \times \text{nisbah nasabah}$$

Penerapan bagi hasil mudharabah dari BPRS sebagai berikut:

Pada Bulan September 2024, nasabah menyimpan dana sebesar Rp. 50.000.000 pada produk deposito. Di awal pembukaan rekening, nisbah yang telah disepakati dengan besaran 60% untuk nasabah dan 40% untuk bank. Diketahui jumlah total dana deposito yang dikelola pada Bulan September 2024 sebesar Rp. 111 miliar. Kemudian keuntungan yang didapatkan BPRS untuk bagi hasil dibulan tersebut

berdasarkan data yang dipublikasikan sebesar Rp. 500 juta, maka:

$$\text{Bagi hasil} = \frac{\text{Dana Nasabah}}{\text{Total Dana Kelola Bank}} \times \text{keuntungan} \times \text{nisbah nasabah}$$

$$\text{Bagi hasil} = \frac{\text{Rp. 50.000.000}}{\text{Rp. 111.000.000.000}} \times 60\% \times \text{Rp. 500.000.000}$$

$$\text{Bagi hasil} = \text{Rp. 135.135}$$

Jadi, dari perhitungan deposito syariah diketahui bahwa keuntungan atau nisbah yang akan didapati nasabah yaitu Rp. 135.135.

Apabila dibandingkan dengan perhitungan bunga pada bank konvensional berdasarkan data yang sama pada soal diatas, ditambah dengan suku bunga 4% sebagai berikut:

$$\text{Bunga bulanan} = \text{Pokok deposito} \times \text{Suku bunga} \times \frac{\text{Jangka waktu}}{12}$$

$$\text{Bunga bulanan} = \text{Rp. 50.000.000} \times 4\% \times \frac{1}{12}$$

$$\text{Bunga bulanan} = \text{Rp. 166.666}$$

Jadi, deposito konvensional memberikan hasil tetap dari awal sampai akhir pada Rp. 166.666 setiap bulan. Sedangkan Deposito *mudharabah* memberikan hasil lebih kecil karena tergantung pada keuntungan investasi BPRS. Namun jika keuntungan investasi BPRS sedang meningkat, maka hasil yang diterima nasabah juga lebih besar. Prinsip akad *mudharabah* memberikan kemudahan dan berbasis keadilan sesuai dengan kinerja dana yang diinvestasikan.

B. Analisis Matriks Boston Consulting Group (BCG)

Matriks *Boston Consulting Group* (BCG) dibuat berdasarkan asumsi bahwa penguasaan pasar memiliki hubungan langsung dengan aliran kas masuk. Selain itu, matriks ini dapat menunjukkan pentingnya peningkatan investasi dalam rangka untuk memanfaatkan peluang bisnis yang muncul, ditandai dengan tingginya Tingkat pertumbuhan pasar. Analisis matriks *Boston Consulting Group* (BCG) untuk produk simpanan deposito di BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang dilakukan dengan cara menghitung Tingkat

pertumbuhan pasar (*Market Growth Rate*) dan pangsa pasar relative (*Relative Market Share*). Perhitungan Tingkat pertumbuhan pasar dihitung dengan melihat banyaknya jumlah nasabah yang memiliki simpanan deposito dari tahun 2022 hingga tahun 2023, sedangkan pangsa pasar relative dihitung berdasarkan dari jumlah nasabah produk simpanan deposito tahun 2023 yang ada pada KSPPS BMT Dana Mentari Purwokerto. Koperasi syariah tersebut menjadi pesaing dalam perhitungan matriks *Boston Consulting Group* (BCG) dikarenakan menyesuaikan hasil wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang bahwa koperasi menjadi pesaing terbesar dalam produk simpanan deposito, sekaligus berada pada wilayah yang sama.

1. Pertumbuhan Pasar (*Market Growth Rate*)

Pertumbuhan pasar (*Market Growth Rate*) dihitung berdasarkan data jumlah nasabah produk simpanan deposito PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang tahun 2022-2023 seperti di bawah ini:

Tabel 4.1
Data Nasabah Produk Deposito BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang Tahun 2022-2023

Jangka Waktu	Tahun	
	2022	2023
3 bulan	69	85
6 bulan	11	6
12 bulan	24	23
Jumlah	104	114

Sumber: Data Sekunder PT BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang

Dapat dihitung dengan rumus :

$$TTP = \frac{VP_N - VP_{(N-1)}}{VP_{(N-1)}} \times 100\%$$

Keterangan :

TTP : Tingkat Pertumbuhan Pasar

VP N : Volume Penjualan Tahun Terakhir

VP N-1: Volume Penjualan Tahun Sebelumnya

a. Deposito 3 Bulan

$$TTP = \frac{VP N - VP (N-1)}{VP (N-1)} \times 100\%$$

$$TTP = \frac{85 - 69}{69} \times 100\%$$

$$TTP = 23,188 \%$$

b. Deposito 6 Bulan

$$TTP = \frac{VP N - VP (N-1)}{VP (N-1)} \times 100\%$$

$$TTP = \frac{6 - 11}{11} \times 100\%$$

$$TTP = -45,45 \%$$

c. Deposito 12 Bulan

$$TTP = \frac{VP N - VP (N-1)}{VP (N-1)} \times 100\%$$

$$TTP = \frac{23 - 24}{24} \times 100\%$$

$$TTP = -4,16 \%$$

Berdasarkan hasil perhitungan Tingkat pertumbuhan pasar (*Market Growth Rate*) nasabah simpanan deposito dengan jangka waktu 3 bulan PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang tahun 2022-2023 diperoleh hasil sebesar 23,18% yang artinya deposito dengan jangka waktu 3 bulan ini memiliki pertumbuhan pasar yang tinggi. Produk simpanan deposito jangka waktu 6 bulan memiliki pertumbuhan sebesar -45,45% menandakan bahwa pertumbuhan pasar pada produk ini rendah. Kemudian untuk deposito dengan jangka waktu 12 bulan bernilai -4,16% yang berarti produk ini dibawah 10% termasuk kedalam kriteria pertumbuhan yang rendah.

2. Pangsa Pasar Relative (*Relative Market Share*)

Pangsa pasar relative (*Relative Market Share*) dihitung dengan cara membandingkan produk simpanan deposito di PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang dengan produk simpanan deposito yang ada di KSPPS BMT Dana Mentari Purwokerto sebagai Perusahaan pesaing. Berikut adalah data jumlah nasabah pesaing yaitu KSPPS BMT Dana Mentari Purwokerto pada tahun 2022-2023 :

Tabel 4.2
Data Nasabah Produk Deposito Pesaing

Jangka Waktu	Tahun	
	2022	2023
3 bulan	48	41
6 bulan	19	18
12 bulan	41	60
Khusus	2	1
Jumlah	110	120

Sumber : Data Sekunder KSPPS BMT Dana Mentari

Pangsa pasar relative (*Relative Market Share*) pada tahun 2023 dapat dihitung dengan rumus :

$$PPR = \frac{VP N}{VPP N}$$

Keterangan :

PPR : Pangsa Pasar Relatif

VP N : Volume Penjualan Tahun Terakhir

VPP N : Volume Penjualan Pesaing Tahun Sebelumnya

a. Deposito 3 Bulan

$$PPR = \frac{VP N}{VPP N}$$

$$PPR = \frac{85}{48}$$

$$PPR = 1,77$$

b. Deposito 6 Bulan

$$PPR = \frac{VP N}{VPP N}$$

$$PPR = \frac{6}{19}$$

$$PPR = 0,31$$

c. Deposito 12 Bulan

$$PPR = \frac{VP N}{VPP N}$$

$$PPR = \frac{23}{41}$$

$$PPR = 0,56$$

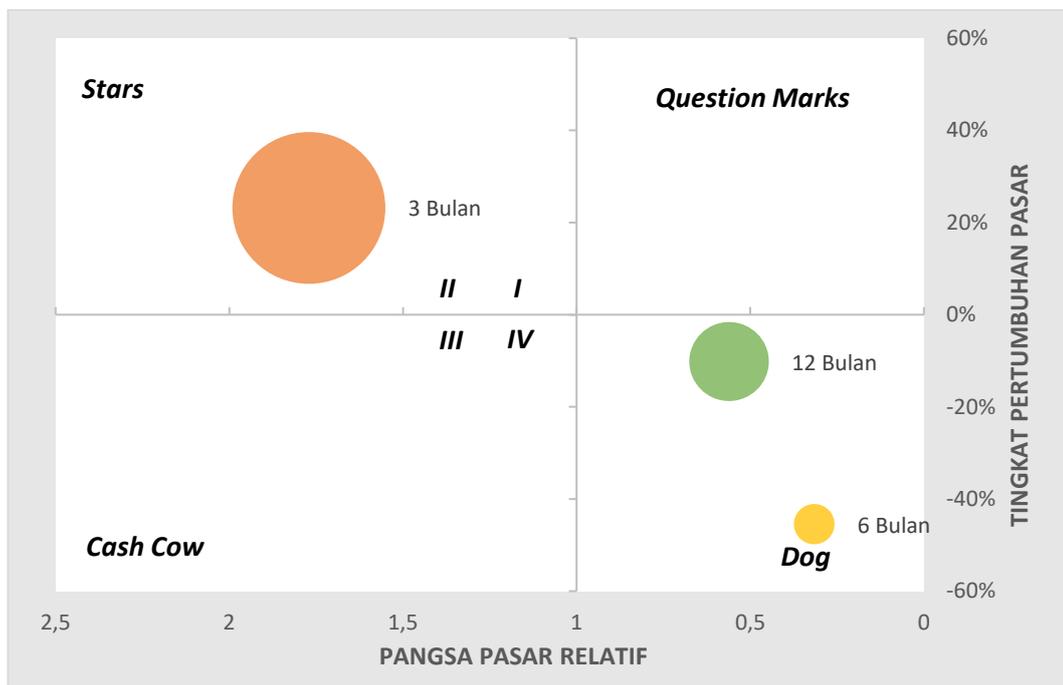
Berdasarkan penelitian, pangsa pasar relative (*Relative Market Share*) dari produk simpanan deposito PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang menunjukkan bahwa deposito jangka waktu 3 bulan memiliki nilai sebesar 1,77 kali yang menandakan pangsa pasar relative tinggi. Sedangkan produk simpanan deposito dengan jangka waktu 6 bulan memiliki nilai 0,31 kali yang mengindikasikan bahwa pangsa pasar relative rendah. Kemudian deposito dengan jangka waktu 12 bulan bernilai 0,56 kali yang artinya bahwa pangsa pasar relative tergolong rendah.

3. Posisi Matriks *Boston Consulting Group* (BCG) Produk Simpanan Deposito PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang

Setelah mengetahui tingkat pertumbuhan pasar (*Market Growth Rate*) dan pangsa pasar relative (*Relative Market Share*) untuk produk simpanan deposito, Langkah berikutnya adalah menerapkan hasil perhitungan pada matriks *Boston Consulting Group* (BCG). Teknik penerapan matriks BCG menunjukkan bahwa semakin besar ukuran

lingkaran, semakin besar pula kemampuan unit bisnis dalam menghasilkan pendapatan bagi Perusahaan. Penerapan hasil perhitungan pada matriks *Boston Consulting Group* (BCG) sebagai berikut :

Gambar 4.3
Posisi Matriks BCG Produk Deposito PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang



Berdasarkan posisi matriks *Boston Consulting Group* (BCG), produk simpanan deposito jangka waktu 3 bulan berada di kuadran II dengan titik koordinat $\{(23,18\%),(1,77)\}$ yang menunjukkan bahwa produk simpanan deposito 3 bulan memiliki pertumbuhan pasar tinggi dengan perhitungan sebesar 23,18% serta memiliki pangsa pasar relative tinggi yang terlihat dari perhitungan sebesar 1,77 kali. Sehingga produk ini termasuk kedalam kategori Bintang (*Star*). Untuk produk simpanan deposito jangka waktu 6 bulan berada pada kuadran IV dengan titik koordinat $\{(-45,45\%),(0,31)\}$ yang berarti bahwa produk dengan jangka waktu 6 bulan memiliki pertumbuhan pasar yang rendah dengan hasil perhitungan -45,45% dan pangsa pasar relative rendah sebesar 0,31 kali.

Sehingga produk simpanan deposito ini termasuk dalam kategori anjing (*Dog*). Selain itu, simpanan deposito dengan jangka waktu 12 bulan berada pada kuadran IV dengan titik koordinat $\{(-4,16\%),(0,56)\}$ menunjukkan bahwa pertumbuhan pasar yang rendah sebesar $-4,16\%$ serta pangsa pasar relative rendah dengan nilai $0,56$ kali. Sehingga tergolong ke dalam kategori anjing (*Dog*).

4. Hasil Evaluasi Kinerja Produk Simpanan Deposito PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang

Berdasarkan data diatas, evaluasi terhadap kinerja produk deposito pada BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang dapat dijabarkan sebagai berikut:

Pada posisi matriks *Boston Consulting Group* (BCG) produk simpanan deposito pertama menempati kuadran II atau berada pada kategori “*Star*”. Matriks ini mengindikasikan bahwa simpanan deposito dengan jangka waktu 3 bulan di PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang memiliki tingkat pertumbuhan pasar (*Market Growth Rate*) dan pangsa pasar relative (*Relative Market Share*) yang tinggi. Tingkat pertumbuhan pasar yang tinggi disebabkan oleh meningkatnya permintaan deposito yang bertumbuh seiring dengan perkembangan ekonomi. Serta kesadaran Masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis syariah. Dalam konteks makro, adanya kestabilan bagi hasil dan iklim ekonomi yang mendukung investasi jangka pendek juga akan mendorong minat Masyarakat terhadap deposito syariah jangka 3 bulan sebagai pilihan instrumen investasi yang aman dan menguntungkan.

Sementara itu, pangsa pasar relative tinggi disebabkan karena menawarkan fleksibilitas dan kepastian waktu yang sangat memungkinkan nasabah mengakses kembali dana mereka lebih cepat dibandingkan dengan deposito berjangka yang lebih panjang menjadikan pilihan ideal bagi mereka yang membutuhkan likuidasi tetapi tetap ingin memanfaatkan keuntungan dari bagi hasil. Selain itu, pada BPRS Gunung Slamet Cabang

Ajibarang memiliki kebebasan *penalty*, nasabah dapat mengambil dana deposito sebelum tanggal jatuh tempo. Penawaran prinsip bagi hasil (*mudharabah*) yang kompetitif juga mendorong lebih banyak nasabah untuk memilih produk ini karena sesuai dengan prinsip syariah dan diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah. Menandakan bahwa produk deposito menjadi produk yang dipercaya oleh Masyarakat dan sudah dikenal secara luas (Birafane et al., 2020).

Kedua, posisi produk simpanan deposito dengan jangka waktu 6 bulan menempati kuadran IV yaitu termasuk kategori “Dog”. Matriks ini menunjukkan bahwa produk deposito jangka waktu 6 bulan di PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang memiliki tingkat pertumbuhan pasar (*Market Growth Rate*) yang rendah dan pangsa pasar relative (*Relative Market Share*) rendah. Memiliki pangsa pasar relative rendah karena kurang mampu bersaing dengan produk deposito berjangka waktu lain yang lebih sesuai dengan kebutuhan nasabah. Bagi nasabah yang mengutamakan fleksibilitas dan likuiditas, deposito jangka 3 bulan menjadi pilihan yang lebih menarik karena memungkinkan pencairan dana dalam waktu singkat. Sementara nasabah yang mencari bagi hasil optimal cenderung memilih deposito dengan jangka waktu lebih panjang karena menawarkan keuntungan lebih tinggi. Akibatnya, produk dengan jangka 6 bulan seringkali kurang menarik dan tidak memenuhi preferensi utama nasabah. Keputusan investasi nasabah yang lebih selektif terhadap jangka waktu deposito menyebabkan pangsa pasar relative deposito menjadi lebih rendah dibandingkan dengan yang lainnya.

Sedangkan pertumbuhan pasar yang rendah untuk produk simpanan deposito jangka 6 bulan disebabkan oleh rendahnya minat baru dari nasabah untuk memilih. Dalam kondisi ekonomi yang dinamis, nasabah cenderung beralih ke produk yang menawarkan keuntungan yang lebih jelas, sehingga jumlah nasabah baru yang mengambil produk deposito jangka waktu 6 bulan tidak mengalami peningkatan signifikan. Ketidakmampuan produk

ini untuk menarik lebih banyak nasabah baru atau mempertahankan minat nasabah lama membuat pertumbuhannya menjadi stagnan dibandingkan produk lain yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar.

Ketiga, posisi produk simpanan deposito dengan jangka waktu 12 bulan menempati kuadran IV atau berada pada kategori “Dog”. Matriks ini menjelaskan bahwa deposito jangka waktu 12 bulan pada PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang memiliki tingkat pertumbuhan pasar (*Market Growth Rate*) yang rendah dan pangsa pasar relative (*Relative Market Share*) rendah. Dikarenakan keterbatasannya dalam memenuhi kebutuhan fleksibilitas nasabah. Bagi nasabah, jangka waktu yang panjang dapat menjadi penghalang terutama jika membutuhkan akses cepat terhadap dana atau ingin menyesuaikan investasi mereka dengan kondisi pasar yang berubah. Dalam situasi ekonomi yang fluktuatif, deposito jangka 12 bulan kurang menarik dibandingkan dengan yang lebih pendek seperti 3 bulan yang menawarkan fleksibilitas lebih tinggi.

Selain itu, meskipun bagi hasil pada 12 bulan umumnya lebih tinggi daripada yang lain, selisih ini seringkali tidak cukup signifikan untuk menarik nasabah secara besar-besaran. Bagi sebagian besar nasabah, risiko mengunci dana selama 12 bulan dianggap tidak sebanding dengan tambahan bagi hasil yang diperoleh, terutama jika mereka memiliki pilihan deposito berjangka pendek yang menawarkan pengembalian kompetitif. Akibatnya, minat nasabah pada produk ini tetap rendah yang menyebabkan pertumbuhannya stagnan dan pangsa pasar relative lebih kecil dibandingkan dengan jangka waktu lain (Gorb et al., 2022).

Factor eksternal yang menyebabkan tingkat pertumbuhan pasar (*Market Growth Rate*) dan pangsa pasar relative (*Relative Market Share*) produk simpanan deposito jangka waktu 6 dan 12 bulan rendah yaitu system bagi hasil Perusahaan pesaing lebih tinggi dibandingkan dengan BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang. Berdasarkan wawancara dengan Kepala

Cabang mengenai bagi hasil yang lebih rendah daripada pesaing, Bapak Jefri Rahardian menyatakan:

“Produk deposito ini masih kalah dengan BMT dan Koperasi. Mereka dalam memasarkan deposito memiliki bagi hasil yang cukup tinggi. Rate pada BMT biasanya 1%. Misalnya, ada nasabah ingin menyimpan dana deposito sebesar 100 juta, maka bagi hasilnya 1% yaitu 1 juta bersih, sehingga mereka lebih tertarik mengambil deposito jangka 6 dan 12 dari BMT dan Koperasi”.

Pernyataan ini juga dibuktikan dengan table bagi hasil dari pesaing yang tertera pada table 1.3. Dari data diatas menunjukkan bahwa bagi hasil pesaing seperti BMT dan Koperasi cenderung lebih besar dibandingkan BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang karena skala operasional BMT dan Koperasi lebih kecil, segmentasi pasar yang focus pada pembiayaan mikro dengan risiko serta kebutuhan untuk tetap kompetitif dalam menarik nasabah di komunitas local. Sehingga memungkinkan BMT dan Koperasi menawarkan rasio bagi hasil yang lebih menarik dibandingkan dengan BPRS yang biasanya memiliki cakupan operasi lebih luas, regulasi lebih ketat, dan pembiayaan dengan risiko yang lebih terukur.

Selain melihat indicator pertumbuhan pasar (*Market Growth Rate*) dan pangsa pasar relative (*Relative Market Share*), evaluasi kinerja produk yang baik juga dapat dilakukan dengan mempertimbangkan empat kriteria agar produk dapat terjual secara efektif dan efisien serta dapat bertahan di pasaran. Empat kriteria menurut Kottler dan Keller dalam jurnal (Mahanani et al, 2018) antara lain :

- a. Kualitas Produk, merupakan sifat dan karakteristik suatu barang atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun tersembunyi.
- b. Nilai, merupakan kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya atau memberi manfaat langsung kepada konsumen.

- c. Kepuasan pelanggan, merupakan perasaan suka cita ataupun frustrasi pada diri seseorang setelah membandingkan harapan dengan kenyataan yang diterima.
- d. Inovasi dan diferensiasi. Inovasi produk merupakan inovasi yang diterapkan dalam keseluruhan operasional Perusahaan Dimana produk baru diciptakan dan dipasarkan. Sedangkan diferensiasi produk merupakan semua Upaya Perusahaan dalam rangka membentuk value terbaik kepada konsumen.

Apabila kriteria-kriteria tersebut terpenuhi dengan baik dalam proses evaluasi, hal ini menunjukkan bahwa Upaya yang nantinya akan dilakukan dapat berjalan secara efektif. Sebaliknya jika tidak tercapai, Upaya tersebut dapat dianggap kurang efektif. Adapun analisis evaluasi kinerja produk di PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang jika melihat dari empat indicator sebagai berikut:

- a. Kualitas Produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Cabang yaitu Bapak Jefri Rahardian mengenai produk simpanan deposito, beliau menyatakan:

“untuk produk deposito ini dinilai berkualitas karena deposito ini dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) yang dapat dicek di *website*. Deposito ini bebas penalty, artinya Ketika nasabah memiliki simpanan deposito jangka 3 bulan, namun tiba-tiba membutuhkan dananya dalam waktu 1 bulan maka nasabah boleh mengambilnya tanpa mendapat penalty. Kemudian untuk pengambilan dananya bisa jemput bola sehingga memudahkan nasabah dalam bertransaksi dan tetap memberikan rasa aman. Deposito ini memiliki bagi hasil yang mengikuti pendapatan bank, beda dengan bank konvensional yang bagi hasilnya tetap dari awal sampai akhir”.

Berdasarkan dari hasil wawancara menunjukkan bahwa indicator kualitas produk digunakan untuk mengevaluasi kinerja produk bahwa kualitas produk deposito ini cukup menjanjikan karena dijamin oleh

Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Hal ini sesuai dengan surat At-Taubah ayat 105 yang mengajarkan pentingnya bekerja dengan sungguh-sungguh, transparan, dan tanggung jawab. Selaras dengan pengelolaan produk yang memberikan rasa aman kepada nasabah karena dana mereka terlindungi. Selain itu, transparansi juga ditunjukkan melalui ketersediaan nomor peserta yang dapat dicek di situs resmi, yang menunjukkan kredibilitas dan kemudahan akses informasi. Kemudahan tanpa penalti untuk pencairan sebelum jatuh tempo menjadi nilai tambah lain, memberikan keleluasaan kepada nasabah dalam mengelola keuangan mereka. Namun, ada perbedaan signifikan pada skema bagi hasil dibandingkan dengan deposito konvensional.

Pada deposito ini, bagi hasil dapat berfluktuasi setiap bulan tergantung pada pendapatan bank, sehingga terdapat potensi keuntungan yang lebih besar namun juga risiko ketidakpastian. Sebaliknya, deposito di bank konvensional menawarkan stabilitas dengan bagi hasil yang tetap dari awal hingga akhir periode. Hal ini membuat masing-masing jenis deposito memiliki keunggulan dan kelemahan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi nasabah.

b. Nilai

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Cabang PT. BPRS Gunung Slamet Ajibarang terkait dengan nilai suatu produk deposito, beliau menyatakan:

“Dampak penetapan harga terhadap siklus produk, perubahan bagi hasil yang berubah setiap bulan tergantung dengan pendapatan bank tidak berpengaruh secara signifikan karena selisih kenaikan atau turunnya nisbah bagi hasil tidak terlalu banyak (hanya beberapa ribu) sehingga nasabah tidak terlalu complain atau tidak memperlmasalahkan. Apabila bagi hasil sedang naik maka akan menambah pendapatan bank dan nasabah, begitupun sebaliknya”.

Berdasarkan dari hasil wawancara menunjukkan bahwa indicator nilai digunakan untuk mengevaluasi kinerja produk deposito yaitu dari perspektif nilai, deposito dengan perubahan bagi hasil setiap bulan mencerminkan fleksibilitas yang mengikuti kinerja pendapatan BPRS. Meskipun ada perubahan, besaran selisih kenaikan atau penurunan bagi hasil tidak signifikan sehingga tidak memberikan dampak besar pada keuntungan nasabah. Kondisi ini menunjukkan bahwa nilai yang ditawarkan produk ini lebih berfokus pada stabilitas pengelolaan keuangan jangka panjang dibandingkan dengan pengembalian investasi jangka pendek yang fluktuatif. Hal ini juga mencerminkan bahwa produk ini lebih cocok untuk nasabah yang mencari keamanan dan konsistensi dalam menyimpan dana dibandingkan dengan keuntungan besar yang penuh risiko.

Selain itu, rendahnya pengaruh fluktuasi bagi hasil terhadap nilai keseluruhan deposito menciptakan rasa nyaman bagi nasabah. Mereka cenderung tidak terlalu mempermasalahkan perubahan kecil ini, karena kebutuhan utama mereka seperti perlindungan dana (dengan jaminan LPS) dan fleksibilitas pencairan telah terpenuhi. Dengan demikian, nilai yang ditonjolkan lebih terletak pada aspek kepercayaan, kemudahan, dan keberlanjutan dalam menjaga aset finansial dibandingkan dengan potensi keuntungan yang besar namun tidak pasti.

c. Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan wawancara dengan salah satu nasabah pada PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang terkait dengan kepuasan pelanggan, beliau menyatakan:

“Pelayanan di BPRS ini cukup memuaskan, tidak terlalu mengekang seperti bank-bank lain. System pelayanan dan pengelolaan sudah sesuai dengan prinsip syariah, apalagi saya sudah lama menjadi nasabah sehingga pihak BPRS sangat memahami kondisi ekonomi saya, intinya pelayanan dan prosesnya itu tidak ribet dan aman”.

Berdasarkan dari hasil wawancara menunjukkan bahwa indikator kepuasan pelanggan yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja produk deposito, penerapan sistem pelayanan dan pengelolaan yang sesuai dengan prinsip syariah menjadi faktor penting yang mendukung kepercayaan nasabah terhadap BPRS. Kepatuhan terhadap prinsip syariah tidak hanya memberikan jaminan bahwa transaksi dilakukan secara etis dan transparan, tetapi juga menciptakan rasa tenang bagi nasabah yang mengutamakan aspek religius dalam pengelolaan keuangan mereka. Selain itu, hubungan jangka panjang antara nasabah dan BPRS memungkinkan bank untuk memahami kondisi ekonomi nasabah secara mendalam, sehingga dapat memberikan solusi keuangan yang lebih personal dan relevan. Dengan pendekatan yang lebih humanis ini, BPRS mampu menciptakan pengalaman layanan yang positif, yang menjadi dasar loyalitas pelanggan dan meningkatkan citra BPRS sebagai institusi keuangan yang peduli terhadap kebutuhan nasabahnya.

d. Inovasi dan Diferensiasi

Berdasarkan wawancara dengan Kepala Cabang pada PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang terkait dengan inovasi dan diferensiasi produk, beliau menyatakan:

“untuk inovasi sudah pernah dilakukan, dengan cara Kerjasama dengan *stakeholder* seperti BMT, Koperasi syariah dan sekitar kantor cabang atau area Banyumas. Kerjasamanya itu mengenai penempatan dana di BPRS.”

Berdasarkan dari hasil wawancara menunjukkan bahwa indikator inovasi dan diferensiasi produk yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja produk deposito, Dari sudut pandang inovasi, kerja sama dengan *stakeholder* terkait, termasuk penempatan dana di BPRS, menunjukkan upaya strategis untuk memperluas basis nasabah dan memanfaatkan jaringan yang lebih luas. Pendekatan ini mencerminkan inovasi dalam pengelolaan keuangan dengan melibatkan berbagai pihak untuk

menciptakan ekosistem keuangan yang inklusif dan saling mendukung. Selain itu, langkah ini juga memperkuat kepercayaan publik terhadap produk deposito karena melibatkan Lembaga keuangan yang kredibel serta *stakeholder* yang relevan. Dengan memanfaatkan jaringan *stakeholder*, institusi dapat menghadirkan diferensiasi produk yang memberikan nilai tambah relevan bagi nasabah institusi, sekaligus menciptakan produk yang lebih fleksibel dan dapat diakses oleh segmen pasar yang lebih beragam.

Dalam penerapan manajemen strategi, setelah mengevaluasi kinerja produk simpanan deposito, kemudian menentukan upaya yang dapat diterapkan dalam mempertahankan, meningkatkan, dan mengembangkan kinerja produk simpanan deposito pada PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang sebagai berikut:

Dalam matriks *Boston Consulting Group* (BCG), produk deposito berjangka 3 bulan berada pada posisi Bintang (*Stars*), untuk dapat bertahan pada posisi ini, terdapat upaya yang bisa diterapkan yaitu :

a. Investasi untuk mempertahankan posisi

Investasi diperlukan karena pertumbuhan pasar yang cepat, produk deposito syariah perlu terus dijaga agar tetap menarik bagi nasabah. Dapat dilakukan dengan meningkatkan promosi, memperkenalkan fitur baru, atau memperbaiki layanan agar tetap relevan di pasar yang berkembang.

b. Penguatan kejasama dan kemitraan

Menjalin kemitraan dengan Lembaga keuangan lain seperti BMT, Koperasi dan disekitar kantor cabang terkait dengan penempatan dana di BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang. Kemudian Kerjasama dengan lembaga Pendidikan baik TK/SD/SMP/SMA/SMK dalam hal dana endapan seperti uang iuran nantinya dimasukkan sebagai deposito, atau komunitas yang memiliki basis pelanggan yang sesuai dengan prinsip syariah untuk memperluas jangkauan produk deposito. Upaya

ini sangat relevan dengan surat An-Nisa ayat 29 yang mengajarkan bahwa harta tidak boleh diperoleh secara batil harus didasarkan pada suka sama suka. Dengan penguatan kerjasama di Lembaga Pendidikan terkait pengelolaan dana endapan. Dana tersebut jika dikelola secara profesional dan sesuai prinsip syariah, dapat memberikan manfaat yang lebih luas.

c. Perkuat Diferensiasi Produk

Memfokuskan pada aspek syariah yang membedakan deposito ini dari produk deposito konvensional. Diferensiasi produk dapat dilakukan dengan cara menawarkan nilai lebih seperti pembagian bagi hasil yang mengikuti laba dari BPRS, bebas penalty saat pengambilan dana deposito, pengambilan jempot bola dana deposito, atau manfaat sosial dari investasi yang dilakukan sesuai prinsip syariah.

d. Optimalisasi Efisiensi Operasional

Berfokus pada efisiensi operasional untuk menurunkan biaya dan meningkatkan profitabilitas, dikarenakan produk yang berada dalam posisi *Stars* membutuhkan sumber daya yang besar untuk mendukung pertumbuhannya.

e. Ekspansi Pasar

Menggunakan posisi yang kuat di pasar untuk memperluas jangkauan produk ke segmen pasar yang lebih luas, baik dengan membuka cabang baru atau memperkenalkan produk ini ke wilayah baru, ke komunitas pedagang-pedagang maupun orang-orang pasar (juragan).

Selanjutnya, pada produk deposito jangka 6 dan 12 bulan berada di posisi anjing (*Dog*). Produk ini tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan dan pertumbuhan BPRS. Oleh karena itu, Upaya yang dapat dilakukan untuk produk ini yaitu :

a. Diversifikasi produk

Diversifikasi produk dapat dilakukan dengan menawarkan variasi jangka waktu sesuai dengan kebutuhan nasabah, seperti memberikan nisbah yang kompetitif, fleksibilitas pencairan dalam situasi darurat tanpa penalty, dan tambahan manfaat seperti hadiah. Relevan dengan surat Al-Baqarah ayat 275, BPRS dapat menawarkan nilai lebih melalui bagi hasil yang mengikuti keuntungan atau hasil usaha dari BPRS. Selain itu, BPRS dapat memberikan deposito dengan fasilitas Tabungan tambahan untuk mengakomodasi nasabah yang membutuhkan likuiditas sekaligus keuntungan. Adanya diversifikasi ini memberi alternatif investasi yang sesuai syariah sekaligus menguntungkan nasabah.

b. Pemeliharaan Biaya (*Cost Cutting*)

Untuk pilihan tetap mempertahankan produk, maka strategi berikutnya mengurangi biaya-biaya terkait produk tersebut seperti menyederhanakan proses operasional atau menggunakan teknologi untuk mengurangi biaya. BPRS bisa fokus pada penggunaan saluran distribusi yang lebih efisien, misalnya dengan cara memanfaatkan platform digital atau melalui Kerjasama dengan pihak ketiga yang memiliki biaya lebih rendah.

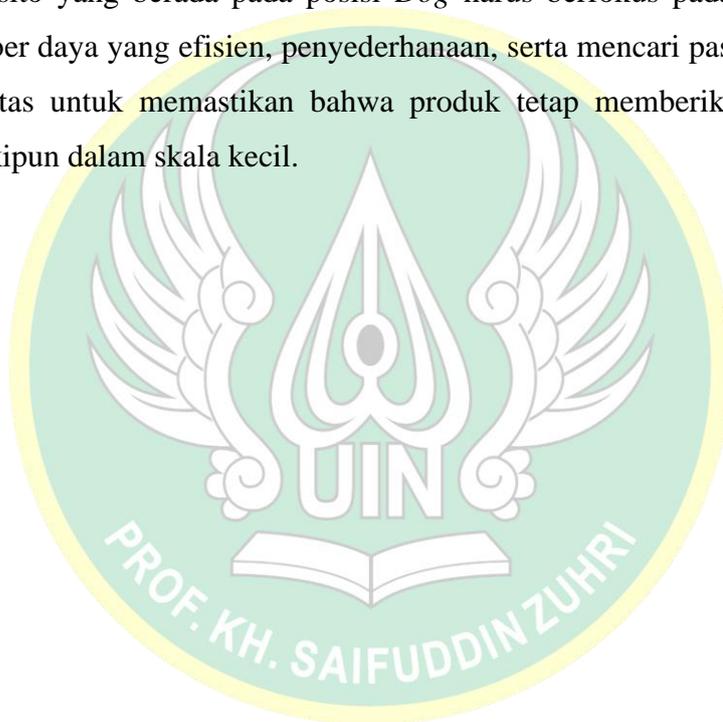
c. Inovasi Produk

Inovasi seperti mengubah fitur produk untuk meningkatkan daya Tarik, BPRS dapat melakukan inovasi deposito dengan menambahkan manfaat yang lebih sesuai dengan preferensi pasar saat ini, misalnya fleksibilitas jangka waktu, bagi hasil yang lebih kompetitif menyesuaikan laba BPRS, atau keuntungan tambahan. Selain itu, kolaborasi dengan produk lain dengan menawarkan deposito sebagai bagian dari paket produk atau layanan lainnya yang lebih populer seperti Tabungan syariah untuk menarik lebih banyak nasabah, kemudian melalui pembiayaan.

d. Mempertahankan Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah

Berfokus pada kualitas pelayanan nasabah, seperti mempermudah proses pembukuan rekening dan memastikan nasabah puas dengan produk yang ditawarkan. Pelayanan pemberian parcel pada nasabah deposito di atas 50 juta atau di atas 100 juta. Kemudian layanan ucapan milad atau hari-hari besar pada tanggal tertentu untuk menjaga silaturahmi, dan menjenguk nasabah deposito yang sedang sakit.

Secara keseluruhan, upaya yang diterapkan pada produk simpanan deposito yang berada pada posisi *Dog* harus berfokus pada pengelolaan sumber daya yang efisien, penyederhanaan, serta mencari pasar yang lebih terbatas untuk memastikan bahwa produk tetap memberikan kontribusi meskipun dalam skala kecil.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai analisis evaluasi kinerja produk deposito iB PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang dengan pendekatan *Boston Consulting Group* (BCG) pada tahun 2022-2023, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan produk deposito syariah berada pada posisi Bintang (*Star*) dalam matriks BCG. Hal ini menunjukkan kinerja yang positif, di mana deposito tetap menjadi pilihan investasi yang diminati oleh nasabah, terutama karena kebutuhan akan instrumen yang aman dan stabil. Dengan demikian, produk ini layak untuk terus dipertahankan. Namun, tidak semua jenis deposito memberikan kontribusi yang sama. Deposito dengan jangka waktu 6 bulan dan 12 bulan masuk dalam kategori Anjing (*Dog*) karena memiliki pertumbuhan pasar (*Market Growth Rate*) yang rendah, yaitu -45,45% untuk jangka waktu 6 bulan dan -4,16% untuk jangka waktu 12 bulan. Selain itu, pangsa pasar relatif (*Relative Market Share*) untuk jangka waktu 6 bulan hanya sebesar 0,31 kali, sedangkan untuk jangka waktu 12 bulan sebesar 0,56 kali. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa kinerja deposito dengan jangka waktu tersebut lebih rendah dibandingkan dengan deposito jangka waktu 3 bulan, baik dari segi jumlah nasabah maupun pendapatan. Hal ini mencerminkan preferensi nasabah yang cenderung memilih produk dengan fleksibilitas dan likuiditas lebih tinggi, seperti deposito berjangka pendek. Untuk mempertahankan posisi produk deposito yang berada dalam kuadran Anjing (*Dog*), beberapa upaya yang dapat dilakukan adalah diversifikasi produk, penguatan kemitraan dan kerja sama, inovasi dalam promosi, serta menjaga kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan Kesimpulan penelitian, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran Untuk PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang

Pada Produk deposito yang berada pada kuadran II (*Star*) akan menghasilkan pendapatan yang signifikan karena pangsa pasar yang besar, namun disisi lain juga memerlukan biaya besar untuk mendukung tingkat pertumbuhan yang tinggi. Sehingga dana yang diterima PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang akan terus digunakan untuk menopang dan mendorong pertumbuhan berkelanjutan. Selain itu, melakukan inovasi seperti memberikan bonus bagi hasil tambahan, sehingga produk tetap menarik dalam jangka panjang di Tengah persaingan pasar. Kemudian untuk yang berada di kuadran IV (*Dog*) produk ini menghasilkan pendapatan yang terbatas karena potensi pasar yang sangat minim. Oleh karena itu, Upaya yang dapat dilakukan yaitu PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang perlu meningkatkan daya saing produk dan membangun nilai tambah yang unik seperti menyesuaikan tingkat bagi hasil agar lebih kompetitif dengan produk serupa di pasar agar mampu bersaing lebih efektif di pasar dan menarik lebih banyak nasabah terutama produk deposito dengan jangka waktu yang lebih panjang.

2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari sempurna dan terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap penelitian selanjutnya dapat mengembangkan topik ini lebih mendalam dan menggunakan alat analisis lain yang mungkin lebih detail dalam mengevaluasi produk-produk yang ada di BPRS atau Lembaga keuangan lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, S. A., Alamsyah, A., Herman, B., Auliyah, I., & Saleh, W. (2022). Dampak Inovasi Teknologi Dalam Mendorong Kinerja Pegawai Pada Kantor Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Soppeng Indonesia. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 332–341. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1177>
- Adha, M. A., & Rahayu, N. K. (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), 1887–1896. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1692>
- Afifah, S., Sobari, A., & Hakiem, H. (2013). Analisis Produk Deposito Mudharabah dan Penerapannya pada PT BPRS Amanah Ummah An Analysis of Mudaraba Fixed Deposits Account at PT BPRS Amanah Ummah. *Jurnal Al-Muzara'ah*, 1(2), 139–160.
- Ambon, D. K. (2020). *Jurnal Masohi*.
- Ariwibowo, M. E., & Latif, A. S., (2021). Analisis Strategi Bersaing Dalam Pemasaran Produk KPR Griya Monas Pada PT. Bank DKI Cabang Bumi Serpong Damai Tahun 2021. *Jurnal Akrab Juara*, 6(2), 124-141.
- Birafane, M., Liu, W., & Khalikov, S. (2020). The Strategic Positioning of Moroccan Seaports: An Application of the Boston Consulting Group Growth-share Matrix. *The Open Transportation Journal*, 14(1), 133–142. <https://doi.org/10.2174/1874447802014010133>
- Budiman, D., Riswanto, A., Hindarwati, E. N., Rinawati, R., Rahmana, A., Judijanto, L., ... & Muala, B. (2023). *Manajemen Strategi: Teori dan Implementasi dalam Dunia Bisnis dan Perusahaan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Bose, I. (2020). Strategic Competitive Analysis of Banking Organization in UAE: A study on Dubai Islamic Bank, UAE. *The USV Annals of Economics and Public Administration*, 20 (1(31)), 90-104.
- Cahyaa, A. D., & Nurul Jannah. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Deposito iB Ibadah di PT Bank Sumut Syariah KCPSy HM Yamin. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 1313.
- Efendi, E. C., & Mansur, Y. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah Pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas KC Padang Panjang. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 3(1), 54–66. <https://doi.org/10.14421/EkBis.2022.6.1.1555>
- Gunawan Aji, Oktavia, I., Ayu Khoirani, M., & Zulkaidah, S. (2023). Analisis Evaluasi dan Pengendalian Manajemen Dalam Mengukur Kinerja

- Perusahaan. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(2), 225–230. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i2.748>
- Gorb O., Dorohan-Pysarenko, L., Yehorova, O., Yasnolob, I., & Doroshenko, A. (2022). Boston consulting group matrix: Opportunities for use in economic analysis. *Scientific Horizons*, 25(7), 20-30.
- Hadi, S. (2016). Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi. *Jilid*, 17, 74–79.
- Gosal, R. R. P., & Maupa, H (2022.) *Strategi Bersaing Produk BNI Taplus Bisnis Dengan Pendekatan BCG Matrix Pada Bank BNI KC Harmoni. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(1), 51-55. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i1.16354>.
- Hidayat, ruf, Humeriattunnisa, A., & Saifuddin Zuhri Purwokerto, U. K. (2023). Optimalisasi Peran Digital Banking ... Optimalisasi Peran Digital Banking Bank Syariah Indonesia Terhadap Perkembangan Industri Halal. *Tahun*, 5(2), 243–264. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v5i2.9984>
- Kristiyanti, M. (2012). Peran Indikator Kinerja Dalam Mengukur Kinerja Manajemen. *Majalah Ilmiah Informatika*, 3(3), 103–123.
- Lestari, R. E. (2020). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Junior di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Belitung*.
- Luthfitah, Y. S. (2019). *Strategi Pemasaran Deposito IB (Islamic Banking) PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap Dalam Meningkatkan Minat Nasabah*. 68.
- Ma'ruf, M. (2017). *Tingkat Berpikir Kreatif Siswa Berdasarkan Gender Dalam Memecahkan Masalah Matematika Materi Lingkaran Kelas Viii-J Smpn 1 Pogalan Trenggalek Tahun Pelajaran 2016/2017*. 37–54.
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.Com. *Ikraith-Humaniora*, 2(2), 53–61.
- Manan, Y.M. & Azizah, Karima Nur. (2021). Strategi Pemasaran Produk Penghimpunan Dana Tabungan Rinjani iB pada BPRS Bumi Rinjani Kepanjen Kantor Kas Lawang. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, 1(2), 151-165.
- Maulida, E., Djuanda, G., Silalahi, I. V., Yasa, N. N. K., Rahmayanti, P. L. D., Tasrim, Wardhana, A., K, I. G. N. J. A. W., Aprilia, H. D., Yusiana, E., Atika, & Ismail, R. S. (2021). *Manajemen Strategik*. 199.
- Maulina, R., Soufyan, D. A., Rahmazaniati, L., Vonna, S. M., & Rahmadani, I. (2020). Analisis Peran Bank Perkreditan Rakyat Syariah (Bprs) Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Pada Pt. Bprs Baiturrahman). *Akbis: Media Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 4(2), 107. <https://doi.org/10.35308/akbis.v4i2.3174>
- Meriyati & Hermanto, A. (2021). Sosialisasi Sejarah Bank Perkreditan Rakyat

- (BPR) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Kepada Alumni Pondok Al-Iman yang Berada Di Palembang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Nursiah, A., Sari, Bela Nopita., Firdausi, D.R., Ria, D., & Syarif, A. (2022). Analisis Nisbah Bagi Hasil Produk Deposito Mudharabah Dalam Lembaga Keuangan Syariah. *As-Syirkah: Islamic Economis & Financial Journal*, 1(2), 133-147. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v1i2.24>
- Novalinda, R., Ambiyar, A., & Rizal, F. (2020). Pendekatan Evaluasi Program Tyler: Goal-Oriented. *Edukasi: Jurnal Pendidikan*, 18(1), 137. <https://doi.org/10.31571/edukasi.v18i1.1644>
- Prasetyo, Y. W., Sunarti, & Yulianto Edy. (2016). Perumusan Strategi Bisnis Perusahaan Menggunakan Matriks Boston Consulting Group (BCG) Dan Matriks TOWS-K (Studi Pada PT Bank Muamalat Tbk.). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 40(1), 171–175.
- Pratiwi, L. F. L., & Rosyid, A. H. Al. (2022). Analisis Preferensi Konsumen dan Strategi Pengembangan Atribut Produk Beras di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(3), 1073. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.03.27>
- Ramadani, H. D. (2020). "Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB BAS Di BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto Dengan Matrik Boston Consulting Group (BCG)". *Skripsi*. Purwokerto: UIN Saizu Purwokerto.
- Ratih, I. A. B. (2018). Pengaruh Kinerja Produk, Pelayanan Dan Sumberdaya Manusia Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Citra Perusahaan Dan Kepuasan Pelanggan Pt Asuransi Jiwasraya. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 13(2), 176–198. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2009.v13.i2.292>
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Sanjaya, O., & Mulyanti, D. (2023). Analisis Matrik Boston Consulting Group (Bcg). *Ebisemen*, 2(1), 146–153.
- Sapei Ekonomi Syariah, U., & Tinggi Agama Islam Miftahul Huda Subang, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah. *Antologi Kajian Multidisiplin Ilmu (Al-Kamil)*, 1(1), 213–221.
- Shkromada, O., Hrek, V., Fotin, O., Hrek, R., & Rud, V. (2023). Boston Consulting Group Matrix: Opportunities for Use in Economic Analysis. *Scientific Horizons*, 26(10), 9–18. [https://doi.org/10.48077/scihor.25\(7\).2022](https://doi.org/10.48077/scihor.25(7).2022).
- Stern, C. W., & Deimler, M. S. (Eds.). (2012). The Boston consulting group on strategy: Classic concepts and new perspectives. John Wiley & Sons.

- Suci, R. P. (2015). Esensi Manajemen Strategi. In *Zifatama*.
- Suganda, R., Mujib, A., Ag, M., Syari, F., Islam, U., & Sunan, N. (2023). Analisis Terhadap Peluang Dan Tantangan Perbankan Syariah Pada Era Digital. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 677–683.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: CV Alfabeta
- Suryalfihra, D. B. (2023). *Laporan PPL Dwitama Beryl Suryalfihra*.
- Susanti, T., & Sari, A. F. R. (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Sabun Lifebuoy Di Kota Pontianak. *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 1(2), 123–137. <https://doi.org/10.52300/jemba.v1i2.2991>
- Tambunan, S. T. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai Pada Dinas Perpustakaan Dan Arsip Provinsi Sumatera Utara. *Journal Business and Management*, 1(1), 42–53. https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/business_management
- Ubaidillah. (2022). Financial Performance Measurement Analysis of Shariah Commercial Banks in Indonesia Using Risk Based Bank Rating (RBBR) and Shariah Conformity and Profitability (SCNP) Methods. *Wealth: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 51–70. <https://doi.org/10.24090/wealth.v1i1.7003>
- Urohmah, S. (2023). *Pembinaan Karakter Disiplin Siswa Melalui Pembelajaran Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan Di Kelas Iv C Sdn Taktakan 1*. 1–7.
- Zuhrotunisa, T., Anggraini, D. D., Talitha, F., Akhmadi, S., & Council, S. (2022). *Connection Innovation and Development Bank Sharia as well as Evolution Development and Innovation Contract and Islamic Banking Products*. 1(1), 71–81.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Hasil Wawancara Penelitian

HASIL WAWANCARA DENGAN KEPALA CABANG PT. BPRS GUNUNG SLAMET CABANG AJIBARANG

Judul : Analisis Evaluasi Kinerja Produk Deposito iB PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang Dengan Pendekatan *Boston Consulting Group* (BCG)

Waktu : 24 Oktober 2024

Narasumber : Bapak Jefri Rahardian Permana

Jabatan : Kepala Cabang PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang

1. Bagaimana perkembangan produk deposito di BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang selama dua tahun terakhir ?

Jawaban:

Perkembangan produk deposito selama dua tahun terakhir mengalami peningkatan, untuk tahun 2023 jumlah nasabah sebanyak 104 depasan dengan pendapatan bank sebesar 3.988.000.000 per desember. Kemudian pada tahun 2022 memiliki 114 nasabah dengan pendapatan sebesar 4.882.000.000 per desember. Di tahun 2023 pendapatan bank meningkat namun mengalami penurunan nasabah pada jangka waktu 6 dan 12 bulan.

2. Bagaimana kontribusi deposito terhadap pendapatan keseluruhan BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang ?

Jawaban:

Kontribusinya lumayan cukup besar karena produk deposito termasuk simpanan berjangka, di syariah diambil dananya sewaktu-waktu tanpa ada penalty. Selain itu deposito di BPRS memiliki bagi hasil yang lebih besar daripada bank konvensional. Baik secara langsung melalui skema bagi hasil maupun secara tidak langsung dengan menyediakan dana untuk pembiayaan.

3. Apa saja factor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan pasar produk deposito di BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang ?

Jawaban:

Dari factor eksternal, kondisi perekonomian Masyarakat apakah sedang stabil atau tidak. Terutama dalam situasi yang melibatkan dinamika politik seperti masa transisi pemilihan presiden kemarin bulan Februari. Pada masa-masa itu, Tingkat ketidakpastian ekonomi cenderung meningkat, sehingga dapat mempengaruhi keputusan Masyarakat untuk menyimpan dana dalam bentuk deposito. Deposan biasanya berasal dari orang-orang menengah keatas, mereka akan lebih kritis dalam menilai situasi ekonomi dan politik. Ketika mereka merasa kondisi kurang kondusif, kecenderungan untuk menunda investasi atau memilih instrumen keuangan lain bisa meningkat, yang nantinya akan mempengaruhi pertumbuhan pasar deposito di Lembaga keuangan termasuk bank syariah.

4. Apa saja keunggulan produk deposito dibandingkan dengan produk deposito di Lembaga keuangan lain ?

Jawaban:

Untuk produk deposito ini keunggulannya dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) yang dapat dicek di website. Deposito ini bebas penalty, artinya Ketika nasabah memiliki simpanan deposito jangka 3 bulan, namun tiba-tiba membutuhkan dananya dalam waktu 1 bulan maka nasabah boleh mengambilnya tanpa mendapat penalty. Kemudian untuk pengambilan dananya bisa jemput bola sehingga memudahkan nasabah dalam bertransaksi dan tetap memberikan rasa aman. Deposito ini memiliki bagi hasil yang mengikuti pendapatan bank, beda dengan bank konvensional yang bagi hasilnya tetap dari awal sampai akhir.

5. Apakah BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang sudah pernah melakukan inovasi produk deposito untuk meningkatkan daya saing pasar ?

Jawaban:

Kalau inovasi sudah pernah dilakukan, dengan cara Kerjasama dengan *stakeholder* seperti BMT, Koperasi syariah dan sekitar kantor cabang atau

area Banyumas. Kerjasamanya itu mengenai penempatan dana di BPRS. Selain itu, Kerjasama juga dengan pihak sekolah. Terkadang ada dana endapan seperti iuran yang dipegang oleh bendahara sekolah, nah iuran itu nanti dimasukkan ke deposito.

6. Bagaimana BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang memposisikan produk deposito di pangsa pasar dibandingkan dengan produk deposito dari Lembaga keuangan lain ?

Jawaban:

Memposisikan produk deposito itu lebih menekankan ke pelayanan (*service*) dan menjalin kemitraan ke nasabah. Contohnya, mengucapkan milad atau hari-hari besar ditanggal tertentu untuk menjaga silaturahmi. Kemudian Ketika nasabah deposito yang berkontribusi besar ada yang sakit, dari pihak bank akan menjenguk nasabah tersebut.

7. Apa saja indikator kinerja yang digunakan untuk mengukur keberhasilan produk deposito ?

Jawaban:

Dilihat dari kemampuan bank dalam menyalurkan dana yang dihimpun melalui deposito ke pembiayaan yang sehat dan produktif. Misalnya, Ketika nasabah mengajukan pembiayaan untuk keperluan usaha, seringkali mereka juga memilih untuk menyimpan sebagian dananya dalam bentuk deposito di BPRS. Nantinya kan ada hubungan timbal balik, Dimana pembiayaan yang ditawarkan bank tidak hanya memenuhi kebutuhan modal nasabah tetapi juga mendorong mereka untuk menabung di bank.

8. Apa langkah yang diambil dalam meningkatkan pangsa pasar agar tidak kalah dari pesaing di industri perbankan Syariah ?

Jawaban:

Langkah yang diambil dengan cara meningkatkan pelayanan seperti mempermudah pembukuan nasabah. Kemudian pemberian parcel pada deposan diatas 50 juta atau diatas 100 juta. Adanya pemberian parcel nantinya nasabah dapat menginformasikan layanan yang diberikan oleh BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang kepada kerabat sehingga

diharapkan mereka akan tertarik juga untuk mengambil produk deposito di bank kami.

9. Apa tantangan utama yang dihadapi dalam mengelola produk deposito ?

Jawaban:

Memastikan bahwa dana yang dihimpun melalui deposito dapat disalurkan ke pembiayaan yang sehat dan produktif. Ketika pembiayaan bermasalah hal ini dapat mengganggu arus kas bank, menurunkan kepercayaan nasabah dan mengancam keberlanjutan deposito. Oleh karena itu, keberhasilan mengelola deposito sangat bergantung pada kemampuan bank menjaga kualitas pembiayaan yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan nasabah.

10. Bagaimana rencana jangka panjang BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang dalam pengelolaan dan pengembangan produk deposito ?

Jawaban:

Melakukan Kerjasama dengan banyak *stakeholder* di koperasi syariah, BMT, komunitas pedagang di pasar. Mereka akan menjadi sasaran tim marketing untuk menawarkan produk deposito. Kerja sama dengan komunitas pedagang di pasar membantu menciptakan hubungan yang saling menguntungkan, Dimana pedagang mendapatkan akses ke layanan perbankan untuk menyimpan dan mengelola dana usaha mereka sekaligus meningkatkan jumlah nasabah yang terhimpun oleh bank.

Lampiran. 2 Dokumentasi Penelitian

DOKUMENTASI



Gambar 1. Wawancara observasi pendahuluan dengan Bapak Tahdibul Fuad (Kepala Cabang)



Gambar 2. Wawancara dengan Bapak Jefri Rahardian Permana (Kepala Cabang baru BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang)

Lampiran. 3 Surat Keterangan Penelitian



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 010/BSGS/XII/2024

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Jefri Rahadian Permana

Jabatan : Kepala Cabang BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswi tersebut dibawah ini :

Nama : Rizqi Nur Utami

NIM : 2017202273

Jurusan : S-1 Perbankan Syariah / IX

Telah melakukan riset / penelitian dari tanggal 18 Juli 2024 s/d 24 Oktober 2024, dengan Judul "*Analisis Evaluasi Kinerja Produk Deposito iB PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang Dengan Pendekatan Boston Consulting Group (BCG)*".

Semoga hasil risetnya bermanfaat untuk semua pihak.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya.

Ajibarang, 12 Desember 2024



Jefri Rahadian Permana
Kepala Cabang

Lampiran. 4 Hasil Observasi

HASIL OBSERVASI

No	Pengumpulan Data	Hasil		Keterangan
		Tersedia	Tidak	
1.	Data jumlah nasabah Deposito PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang	✓		Berasal dari Bapak Jefri Rahardian selaku kepala cabang PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang
2.	Data jumlah pendapatan produk deposito PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang	✓		Berasal dari Mas Iriad Wiryo selaku Admin PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang
3.	Tabel bagi hasil deposito tahun 2023 PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang	✓		Berasal dari pamflet PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang
4.	Wawancara bagian Top Manajemen berjumlah 1 orang	✓		Kepala Cabang PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang, Bapak Jefri Rahardian Permana
5.	Struktur organisasi PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang	✓		Berasal dari Bapak Jefri Rahardian selaku kepala cabang PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Rizqi Nur Utami
2. NIM : 2017202273
3. Tempat/ Tgl. Lahir : Purwokerto, 18 Maret 2002
4. Alamat Rumah : JL. Sarwodadi IV RT.01 RW.08 Purwokerto
Kidul Kecamatan Purwokerto Selatan
5. Nama Orang Tua
 - Ayah : Supriyono
 - Ibu : Tri Sugiarti

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK/PAUD : TK Diponegoro 110
 - b. SD/MI : SD Negeri 2 Purwokerto Kidul
 - c. SMP/MTs : SMP Negeri 2 Sokaraja
 - d. SMA/SMK/MA : SMA Negeri 4 Purwokerto
 - e. Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Pendidikan Non-Formal
Pondok Pesantren Ulul Albab Sumampir

C. Pengalaman Organisasi

1. OSIS SMP N 2 Sokaraja
2. Merpati Putih SMA N 4 Purwokerto
3. PMII FEBI UIN SAIZU

Purwokerto, 29 Desember 2024

Rizqi Nur Utami
NIM. 2017202273