

Transformasi Digital UMKM Melalui Program Pendampingan BTPN

Syariah: Optimalisasi *E-Commerce* dan Pemasaran Online

*Dynda Sovia Ardhita & R. Yuniardi Rusdianto

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

21042010066@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun menghadapi berbagai tantangan di era digital, seperti keterbatasan akses pasar dan kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital. Melalui program pendampingan ini, BTPN Syariah berupaya untuk membantu UMKM mengatasi tantangan tersebut dengan memberikan edukasi dan pelatihan yang komprehensif. Pelatihan yang diberikan mencakup penggunaan platform e-commerce, strategi pemasaran online, pembuatan konten digital yang menarik, serta pengelolaan toko online. Hasil dari assessment usaha dan analisis SWOT terhadap UMKM binaan BTPN Syariah di Kecamatan Tandes menunjukkan beberapa permasalahan utama, antara lain keterbatasan akses pasar, rendahnya kualitas produk dan kemasan, serta kurangnya inovasi produk. Berdasarkan hasil tersebut, tim pengabdian menyusun materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, termasuk strategi pemasaran online, penggunaan media sosial, dan pembuatan konten digital yang menarik. Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan metode pembelajaran interaktif dan partisipatif, seperti ceramah, diskusi kelompok, simulasi, dan mentoring. Hasil dari pelatihan menunjukkan partisipasi yang tinggi dari para peserta, dengan kehadiran rata-rata mencapai 95%. Peserta juga berhasil menerapkan pengetahuan yang didapat dengan membuat rencana pemasaran online dan konten media sosial yang menarik.

Kata Kunci: UMKM, Transformasi Digital, *E-Commerce*, Pemasaran Online, Pendampingan, BTPN Syariah.

ABSTRACT

MSMEs play an important role in the Indonesian economy, but face various challenges in the digital era, such as limited market access and lack of knowledge about digital technology. Through this mentoring program, BTPN Syariah seeks to help MSMEs overcome these challenges by providing comprehensive education and training. The training provided includes the use of e-commerce platforms, online marketing strategies, creating attractive digital content, and managing online stores. The results of the business assessment and SWOT analysis of BTPN Syariah-assisted MSMEs in Tandes District showed several main problems, including limited market access, low product and packaging quality, and lack of product innovation. Based on these results, the community service team prepared training materials that were in accordance with the needs of MSMEs, including online marketing strategies, use of social media, and creating attractive digital content. The training was carried out using interactive and participatory learning methods, such as lectures, group discussions, simulations, and mentoring. The results of the training showed high participation from the participants, with an average attendance of 95%. Participants also succeeded in applying the knowledge gained by creating an online marketing plan and interesting social media content. Feedback from participants was very positive, stating that the training materials were useful, relevant, and easy to understand. This training is expected to have a positive impact on the performance of BTPN Syariah's fostered MSMEs in the future.

Keyword: MSMEs, Digital Transformation, E-Commerce, Online Marketing, Mentoring, BTPN Syariah.



PENDAHULUAN

UMKM merupakan kegiatan usaha yang dapat secara efektif memperluas lapangan kerja dan memberikan bantuan ekonomi secara menyeluruh kepada masyarakat luas. UMKM ini juga dapat berperan untuk memajukan proses pengembangan masyarakat dan memaksimalkan pendapatan, mendukung pertumbuhan ekonomi, dan berpartisipasi dalam proyek infrastruktur nasional. UMKM mempunyai potensi untuk meningkatkan kegiatan perekonomian masyarakat sehingga menjadi sumber pendapatan utama bagi sebagian besar masyarakat guna meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat (Inayah, 2019). UMKM merupakan salah satu pilar fundamental perekonomian bangsa, sehingga harus bertumpu pada faktor-faktor terpenting, antara lain dukungan, perlindungan, dan pengembangan sebagai upaya melawan pengaruh perekonomian rakyat.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Mereka menyumbang secara signifikan terhadap PDB, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen, UMKM menghadapi tantangan besar untuk tetap kompetitif. Digitalisasi menjadi salah satu solusi strategis bagi UMKM untuk dapat bertahan dan berkembang dalam ekonomi digital. Melalui digitalisasi, UMKM dapat memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengoptimalkan pemasaran.

Namun, tidak semua UMKM memiliki kemampuan atau sumber daya yang memadai untuk melakukan transformasi digital. Banyak di antara mereka masih kurang memahami cara memanfaatkan teknologi, khususnya e-commerce dan pemasaran online, yang kini menjadi kunci keberhasilan dalam menarik konsumen baru dan mempertahankan pelanggan setia. Keterbatasan literasi digital, kurangnya pengetahuan tentang platform digital, serta kendala teknis lainnya sering menjadi penghalang bagi UMKM untuk beradaptasi dalam lingkungan bisnis modern ini.

PT Bank BTPN Syariah Tbk adalah anak usaha BTPN yang bergerak di bidang perbankan syariah. BTPS merupakan sebuah bank yang beroperasi di Indonesia dengan fokus pada layanan perbankan syariah. Bank BTPN Syariah menerapkan prinsip keuangan inklusif dengan menyediakan produk dan layanan keuangan yang dapat diberikan kepada nasabah, khususnya masyarakat prasejahtera, belum terjangkau, dan terpencil. PT Bank BTPN Syariah juga menawarkan program pelatihan guna pengembangan usaha seperti pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa yang tujuannya adalah untuk mendukung nasabah UMKM dalam mengembangkan, memelihara dan memajukan kehidupan sosial dan

usahanya, serta agar Bank BTPN dapat terus membangun masyarakat sehat melalui program- program yang ditawarkan.

BTPN Syariah sebagai lembaga keuangan yang berfokus pada pemberdayaan UMKM memiliki peran penting dalam membantu UMKM melakukan transformasi digital. Melalui program pendampingan, BTPN Syariah berupaya memberikan edukasi dan dukungan dalam pengembangan keterampilan digital, khususnya dalam optimalisasi e-commerce dan pemasaran online. Program ini bertujuan untuk membantu UMKM memanfaatkan potensi teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan mengembangkan bisnis mereka secara berkelanjutan.

Pendampingan yang diberikan oleh BTPN Syariah meliputi pelatihan penggunaan platform ecommerce, strategi pemasaran digital, serta manajemen keuangan berbasis teknologi. Dengan pendekatan ini, UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing di era ekonomi digital, memperluas akses ke pasar yang lebih luas, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Transformasi digital melalui optimalisasi ecommerce dan pemasaran online bukan hanya sekedar tren, melainkan menjadi kebutuhan esensial bagi UMKM agar tetap relevan dan berkembang di tengah dinamika ekonomi global.

Peran fasilitator ialah memandu proses dalam kelompok, membantu anggota kelompok meningkatkan komunikasi, menyelidiki dan memecahkan masalah, serta membuat keputusan. Dengan kata lain, fasilitator merupakan agen perubahan. yaitu seseorang yang atas nama pemerintah atau organisasi pemberdayaan masyarakat yang mempunyai tugas mempengaruhi proses inisiasi keputusan yang dilakukan oleh calon penerima manfaat dalam rangka merangkul inovasi (Rumampuk, 2021).

Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang peran program pendampingan BTPN Syariah dalam membantu UMKM melakukan transformasi digital, serta bagaimana optimalisasi e-commerce dan pemasaran online dapat memberikan dampak positif bagi pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka.

METODE

Metode pengabdian ini akan dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dan berorientasi pada pemecahan masalah, dengan melibatkan UMKM secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai setiap tahapan:

a. Aassessment usaha dan analisis SWOT

Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan masalah spesifik yang dihadapi oleh UMKM binaan BTPNS di kec Tandes. Kebutuhan akan dipetakan melalui beberapa metode, yaitu:

- **Wawancara:** Dilakukan dengan pemilik UMKM untuk mendapatkan informasi mengenai kondisi usaha, tantangan yang dihadapi, serta harapan dan aspirasi mereka terkait pengembangan usaha.
- **Survei:** Dilakukan melalui kuesioner terstruktur untuk mengumpulkan data kuantitatif mengenai kondisi UMKM, tingkat pengetahuan serta keterampilan dalam branding dan pemasaran online, serta kebutuhan pelatihan yang spesifik.

Hasil evaluasi usaha dan analisis SWOT akan menjadi dasar dalam pengembangan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik UMKM binaan BTPNS di Kec Tandes.

b. Pengembangan Materi Pelatihan

Tahap ini bertujuan untuk merancang materi pelatihan yang komprehensif, relevan, dan dapat diterapkan oleh UMKM. Pengembangan materi pelatihan akan didasarkan pada hasil pemetaan kebutuhan, serta mengacu pada literatur dan praktik terbaik. Topik-topik yang disusun akan mencakup berbagai aspek penting. Materi akan disampaikan dengan cara yang mudah dipahami, menggunakan bahasa yang sederhana, serta dilengkapi dengan studi kasus yang sesuai dengan kondisi UMKM.

c. Implementasi Pelatihan

Tahap ini adalah pelaksanaan pelatihan pemasaran online bagi UMKM. Pelatihan akan dilakukan secara tatap muka dengan pendekatan pembelajaran yang interaktif dan partisipatif, seperti ceramah dan diskusi kelompok. Pelatihan ini akan dipandu oleh tim pengabdian yang terdiri dari mahasiswa yang memiliki kompetensi serta pengalaman di pemasaran online. Selama pelatihan, peserta akan diberikan kesempatan untuk bertanya, berdiskusi, serta berbagi pengalaman dengan peserta lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Aassessment usaha dan analisis SWOT

Hasil dari assessment usaha dan analisis SWOT yang dilakukan melalui wawancara dan survei terhadap UMKM binaan BTPN Syariah di Kecamatan Tandes memberikan gambaran lebih mendalam tentang kondisi, permasalahan, dan kebutuhan UMKM sebagai berikut:

Profil UMKM:

- a. **Sektor Usaha:** UMKM binaan BTPN Syariah di Kecamatan Tandes bergerak di sektor perdagangan, kuliner, dan jasa.

- b. **Skala Usaha:** Sebagian besar UMKM termasuk dalam kategori usaha mikro dan kecil, atau merupakan industri rumah tangga.
- c. **Pengelola UMKM:** Mayoritas UMKM dikelola oleh perempuan dengan tingkat pendidikan rata-rata SMA. Meskipun sebagian besar pemilik usaha memiliki pengalaman lebih dari 3 tahun, pengetahuan dan keterampilan manajemen modern mereka masih terbatas.
- d. **Akses Teknologi:** Kebanyakan UMKM sudah memiliki akses internet melalui smartphone, tetapi pemanfaatan teknologi dalam bisnis masih terbatas. Sebagian besar belum memiliki website atau toko online dan masih bergantung pada metode pemasaran tradisional.

Permasalahan Utama:

- a. **Keterbatasan Akses Pasar:** UMKM binaan BTPN Syariah di Kecamatan Tandes mengalami kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas di luar daerah karena beberapa faktor, antara lain: Jaringan distribusi dan pemasaran yang terbatas, Kurangnya informasi tentang potensi pasar dan preferensi konsumen di luar daerah, Persaingan ketat dengan produk-produk serupa dari daerah lain.
- b. **Kurangnya Pengetahuan dan Keterampilan Pemasaran Online:** Banyak UMKM belum memiliki keterampilan dalam mengembangkan strategi pemasaran online yang efektif, termasuk pemanfaatan media sosial, pembuatan konten digital yang menarik, serta pengelolaan toko online.
- c. **Kualitas Produk dan Kemasan yang Rendah:**
- d. Beberapa UMKM belum terlalu memperhatikan kualitas produk dan kemasan, sehingga sulit bersaing di pasar. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang manajemen produksi, pengendalian kualitas, dan desain kemasan.
- e. **Kurangnya Inovasi Produk:** UMKM cenderung kurang berinovasi, sehingga produk yang ditawarkan tidak bervariasi dan kurang menarik bagi konsumen. Ini disebabkan oleh keterbatasan sumber daya, kurangnya informasi mengenai tren pasar, serta kurangnya kreativitas dalam mengembangkan produk baru.

Kebutuhan Pelatihan: Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, UMKM binaan BTPN Syariah di Kecamatan Tandes membutuhkan pelatihan dalam bidang-bidang berikut:

- a. **Strategi Pemasaran Online:** Pelatihan tentang konsep dasar pemasaran online, perbedaan antara pemasaran online dan offline, saluran pemasaran online (media sosial, website, e-commerce, email marketing), strategi pemasaran yang efektif, serta cara mengukur kinerja pemasaran online.

b. **Penggunaan Media Sosial untuk Pemasaran:** Pelatihan mengenai penggunaan berbagai platform media sosial (Facebook, Instagram, Twitter, dll.) untuk pemasaran, strategi membangun kehadiran online, pembuatan konten yang menarik, interaksi dengan pelanggan, iklan di media sosial, serta pengukuran kinerja pemasaran di media sosial.

c. **Pembuatan Konten Digital yang Menarik:** Pelatihan mengenai berbagai jenis konten digital (artikel, gambar, video, infografis), prinsip-prinsip pembuatan konten yang menarik dan efektif, serta alat bantu untuk pembuatan konten.

d. **Toko Online:** Pelatihan tentang cara memilih platform e-commerce yang tepat, pembuatan toko online, pengelolaan produk dan pesanan, strategi pemasaran di platform e-commerce, serta layanan pelanggan.



Gambar 1 Proses Pendampingan Rutin Pada Nasabah BTPN Syariah

Hasil Pengembangan Materi Pelatihan

Berdasarkan hasil Aassessment usaha dan analisis SWOT yang telah diuraikan sebelumnya, tim pengabdian menyusun materi pelatihan yang komprehensif dan relevan dengan kebutuhan UMKM binaan BTPN Syariah di Kecamatan Tandes. Materi pelatihan dirancang dalam bentuk modular, dengan topik-topik yang saling berkaitan dan berkelanjutan. Setiap modul dirancang untuk memberikan pemahaman yang mendalam serta keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan oleh UMKM. Berikut rincian materi pelatihan yang disusun:

a. **Strategi Pemasaran Online yang Efektif:**

Konsep dasar pemasaran online dan perbedaannya dengan pemasaran offline. Strategi pemasaran online yang efektif, mencakup penentuan tujuan pemasaran, pembuatan rencana pemasaran, pemilihan saluran yang tepat, pembuatan konten menarik, serta pengukuran kinerja pemasaran.

b. Pembuatan Konten Digital yang Menarik:

Jenis-jenis konten digital yang efektif untuk pemasaran, seperti artikel blog, postingan media sosial, foto produk, video produk, infografis, dan ebook.

c. Platform e-commerce:

Pemilihan platform e-commerce yang sesuai untuk UMKM, seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, atau Bukalapak.

Langkah-langkah pembuatan toko online, termasuk registrasi akun, pengaturan profil toko, unggah produk, pengaturan pengiriman, dan pembayaran. Strategi pemasaran di platform e-commerce, seperti optimasi produk, penggunaan fitur promosi, dan partisipasi dalam kampanye.

Hasil Implementasi Pelatihan Partisipasi dan Antusiasme

Antusias para pemilik UMKM sangat tinggi, dengan kehadiran rata-rata mencapai 95% di setiap sesi. Peserta menunjukkan antusiasme besar dalam mengikuti pelatihan, terlihat dari keaktifan mereka dalam bertanya, berdiskusi, serta menyelesaikan tugas-tugas praktik. Mereka juga saling berbagi pengalaman dan pengetahuan dengan sesama peserta, menciptakan suasana pembelajaran yang kolaboratif dan menyenangkan.

Metode Pembelajaran

Pelatihan menggunakan pendekatan interaktif dan partisipatif dengan memadukan beberapa metode, seperti:

- a. Ceramah: Materi disampaikan oleh tim pengabdian menggunakan slide presentasi, video, dan studi kasus.
- b. Diskusi Kelompok: Peserta dibagi dalam kelompok kecil untuk memecahkan masalah secara kolaboratif.
- c. Simulasi: Peserta melakukan simulasi praktik, seperti membuat konten media sosial, mengelola toko online, atau melakukan riset kata kunci.
- d. Mentoring: Tim pengabdian memberikan bimbingan individual kepada peserta selama dan setelah pelatihan.

Umpan Balik Peserta

Umpan balik dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara. Peserta umumnya memberikan respons sangat positif terhadap pelatihan, menyatakan bahwa materi yang disajikan bermanfaat, relevan, dan mudah dipahami. Metode interaktif dan partisipatif dinilai sangat efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka. Beberapa

saran untuk perbaikan pelatihan termasuk: Menyediakan lebih banyak waktu untuk latihan praktik dan simulasi. Mengadakan sesi mentoring lanjutan setelah pelatihan berakhir.

Hasil Konkret Pelatihan

Selama pelatihan, peserta berhasil mencapai beberapa hasil nyata, seperti: Membuat rencana pemasaran online untuk bisnis mereka, Menghasilkan konten media sosial yang menarik dan efektif. Hasil-hasil ini menunjukkan bahwa peserta berhasil menyerap dan menerapkan materi pelatihan dalam praktik, memberikan harapan bahwa pelatihan ini akan berdampak positif terhadap kinerja UMKM binaan BTPN Syariah di Kecamatan Tandes.



Gambar 2 Hasil dari Pendampingan Nasabah BTPN Syariah

KESIMPULAN

Program pendampingan yang dilakukan oleh BTPN Syariah bertujuan untuk membantu UMKM, khususnya di Kecamatan Tandes, dalam melakukan transformasi digital. Melalui pelatihan yang berfokus pada optimalisasi e-commerce dan pemasaran online, program ini dirancang untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Materi pelatihan mencakup strategi pemasaran online, pembuatan konten digital yang menarik, serta pemanfaatan platform e-commerce. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa peserta pelatihan, yang sebagian besar merupakan perempuan dengan latar belakang pendidikan SMA, menunjukkan partisipasi yang sangat tinggi dan antusiasme yang besar. Pelatihan yang disampaikan secara interaktif dan partisipatif berhasil membantu UMKM memahami konsep dasar pemasaran online serta bagaimana cara memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka. Peserta juga berhasil menerapkan hasil pelatihan dalam praktik nyata, seperti menyusun rencana pemasaran online dan membuat konten media sosial yang lebih efektif. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan memiliki dampak positif terhadap kemampuan dan kinerja UMKM, yang diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan pendapatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N., Wati, R., Putri, B., & Mairiza, D. (2023). Eksistensi Prinsip Ekonomi Mikro Islam Terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Di EraDigitalisasi. *Sharing: Journal of Islamic Economics Management and Business*, 2(2), 142-156. <https://doi.org/10.31004/sharing.v2i2.23419>
- Ardhita, D. S., & Dwiridotjahjono, J. (2024). Kontribusi Fasilitator Pendamping dalam Meningkatkan Akses Pasar Bagi Pelaku UMKM Nasabah BTPN Syariah Kecamatan Tandes Suarabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(5), 2571-2578.
- Erdiansyah, E., Rismansyah, R., Najib, M., Kurban, A., Maliah, M., & Sundari, S. (2024). Transformasi UMKM Menuju Era Digital di Kabupaten OKUS Sumatera Selatan. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(4), 76-79. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i4.1185>
- Firmansyah, R., Mauliana, P., Hunaifi, N., Komalasari, Y., Dewi, S. W. K., & Sulastriningsih, R. D. (2024). PELATIHAN PENGEMBANGAN KETERAMPILAN WIRAUSAHA BAGI PEMILIK WARUNG DALAM MENGHADAPI ERA DIGITAL. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 7(3), 236-245. <https://doi.org/10.31764/jces.v7i3.24682>
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13.
- Isabilillah, A. J., & Nirawati, L. (2023). Pemanfaatan Fasilitator BTPN Untuk Meningkatkan Pendapatan Nasabah Dalam Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 2(4), 58–68. <https://doi.org/10.55542/jppmi.v2i4.740>
- Jalil, A., & Hamzah, S. A. (2020). Pengaruh Bagi Hasil Dan Kebutuhan Modal Terhadap Minat Umkm Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(2), 178-198.