

## **Peran Fasilitator Pendamping dalam Mengembangkan UMKM Melalui *Digital Marketing* pada Nasabah BTPN Syariah Kec. Sawahan Surabaya**

Intan Mitayani & Budi Prabowo

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

21042010102@student.upnjatim.ac.id

### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi membawa dampak yang sangat signifikan pada dunia bisnis sekarang, seperti perubahan dalam memasarkan, memperkenalkan serta memperjualbelikan barang atau jasa. PT. BTPN Syariah yang memiliki nasabah pelaku UMKM berinisiasi untuk memberikan pendampingan melalui fasilitator pendamping guna meningkatkan keterampilan, pengetahuan serta skill nasabah dalam mengikuti tren yaitu dengan memanfaatkan digital marketing untuk memajukan usaha mereka. Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan selama 4 (empat bulan) dimulai dari bulan Agustus hingga Desember 2023. Tujuan pengabdian ini yaitu untuk mengetahui peran fasilitator dalam memberdayakan para nasabah dalam menguasai digital marketing. Metode yang digunakan adalah dengan pelatihan dan praktek langsung disertai dengan wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitator memiliki peran penting untuk nasabah BTPN Syariah untuk memanfaatkan teknologi digital dengan melakukan digital marketing, hal tersebut disebabkan usaha nasabah dapat dikenal secara luas oleh masyarakat.

Kata Kunci: Fasilitator, Pendampingan, Digital Marketing.

### **ABSTRACT**

Technological developments have a very significant impact on today's business world, such as changes in marketing, introducing and buying and selling goods or services. PT. BTPN Syariah, which has UMKM customers, took the initiative to provide assistance through accompanying facilitators to improve customers' skills, knowledge and skills in following trends, namely by utilizing digital marketing to advance their businesses. This community service is carried out for 4 (four months) starting from August to December 2023. The aim of this service is to find out the role of facilitators in empowering customers to master digital marketing. The method used is training and direct practice accompanied by interviews and documentation. The results of this research show that facilitators have an important role for BTPN Syariah customers to utilize digital technology by carrying out digital marketing, this is because the customer's business can be widely known by the public.

Keywords: Facilitator, Mentoring, Digital Marketing.



## **PENDAHULUAN**

Adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dewasa ini, internet dapat membantu berbagai bidang kehidupan, salah satunya di bidang perekonomian. Adanya kemudahan akses internet menjadi peluang untuk para wirausaha untuk mengembangkan bisnisnya guna mengefisienkan waktu dalam berbisnis karena dapat membantu pelaku usaha mendapatkan informasi dengan mudah serta dapat memudahkan komunikasi. Inovasi serta ide pelaku usaha dapat dikembangkan dengan memanfaatkan adanya teknologi informasi sehingga dapat mengikuti tren yang sedang berkembang (Siregar & Nasution, 2020).

Perkembangan teknologi dapat memberikan dampak negatif bagi para pelaku bisnis karena adanya persaingan yang sangat ketat. Hal tersebut dapat mendorong perusahaan guna mempunyai kemampuan untuk beradaptasi dengan adanya teknologi yang berkembang sehingga perusahaan mampu bersaing dengan baik atas perubahan yang sedang terjadi, sehingga dengan itu perusahaan mampu berkompetisi dengan para kompetitornya (Berliliana et al., 2020)

Melalui perkembangan teknologi, para pelaku bisnis dapat memanfaatkan sebagai sarana untuk mempermudah dalam memperjualbelikan produk, memasarkan dan memperkenalkan produk, serta melakukan transaksi jual beli secara luas tanpa adanya halangan jarak. Hal tersebut dikarenakan internet dapat digunakan oleh siapa saja dan dimana saja sehingga dapat menjadi potensi pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnis secara luas dan akan mendapatkan profit yang lebih dari sebelumnya.

Perkembangan teknologi juga memberikan dampak positif salah satunya untuk UMKM. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan usaha yang dapat menghadirkan adanya lapangan pekerjaan, dapat memberikan pelayanan ekonomi dengan luas untuk masyarakat, berperan terhadap adanya peningkatan serta pemerataan perekonomian masyarakat, dapat memajukan pertumbuhan ekonomi, serta dapat berperan sebagai alat dalam mewujudkan stabilitas nasional. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ini menjadi salah satu pilar utama dari perekonomian nasional yang harus mendapatkan kesempatan, dukungan dan perlindungan (Hanim & Noorman, 2018).

Semakin hari jumlah pelaku UMKM semakin meningkat secara signifikan. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2024, jumlah UMKM di Indonesia mencapai angka 65 juta unit yang tersebar di berbagai sektor seperti kuliner, fashion, kerajinan, serta teknologi digital. Adanya hal tersebut UMKM diharuskan memiliki baik itu softskill atau hardskill untuk bersaing dengan pelaku UMKM lainnya.

PT. BTPN Syariah memiliki nasabah yang mayoritas adalah ibu-ibu prasejahtera produktif yang berusia diatas 30 tahun sebagai pelaku UMKM, dimana pasti memiliki keterbatasan dalam menggunakan smartphone karena dipicu adanya lokasi tempat tinggal nasabah yang terpencil serta usia yang tidak lagi muda. Adanya persaingan usaha yang semakin ketat dan melihat faktor umur, BTPN Syariah menginisiasi adanya pelatihan atau pendampingan untuk para nasabahnya. Pendampingan dilakukan melalui mahasiswa yang mengikuti program MSIB (Magang dan Studi Independen Bersertifikat) yang dilaksanakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia (Kemendikbudristek)

yang dapat disebut dengan fasilitator pendamping (Mitayani & Nirawati, 2023).

Pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa magang antara lain adalah pemberdayaan, peningkatan kapasitas serta keterampilan dalam berwirausaha dan yang paling penting adalah pengajaran materi mengenai pengembangan usaha melalui digital marketing, seperti pembuatan Shopee, Grab, Gojek dan aplikasi pembelian lainnya. Dengan memperkenalkan materi mengenai digital marketing diharapkan para pelaku UMKM nasabah BTPN Syariah akan mengetahui seberapa pentingnya melakukan pemasaran digital untuk usahanya agar tetap mengikuti tren dan dapat bersaing dengan pelaku UMKM lainnya. Pendampingan dilakukan juga untuk memaksimalkan pembiayaan nasabah di BTPN Syariah.

Adanya pendampingan yang dilakukan oleh fasilitator tidak hanya melalui materi dan penjelasan, namun dibarengi dengan adanya praktek secara langsung agar nasabah benar-benar mengerti dengan pendampingan yang dilakukan (Destriana & Ikaningtyas, 2024).

Dengan adanya hal tersebut BTPN Syariah berkomitmen guna membantu, mendidik, serta mendampingi nasabah supaya mereka dapat secara bertahap beralih ke digitalisasi dan usaha mereka dapat dijalankan secara berkelanjutan dengan melalui fasilitator pendamping.

#### **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program MSIB bersama fasilitator pendamping yaitu mahasiswa magang di BTPN Syariah Kec. Sawahan Surabaya ini dilakukan dengan pelatihan dan praktek langsung, yang tahapan pelaksanaan dapat dideskripsikan dalam tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat Melalui Program MSIB di BTPN Syariah Kec. Sawahan Surabaya

No	Tahapan	Kegiatan
1.	Tahap awal	Melakukan survei MMS di Kec. Sawahan Surabaya
2.	Tahap Persiapan	Mahasiswa melakukan On Boarding dan Pembekalan oleh BTPN Syariah
3.	Penyusunan program hasil kesepakatan	Penyesuaian rencana program pengabdian
4.	Implementasi pelatihan	<p>1. Pertemuan pertama Pada pertemuan pertama, fasilitator mengidentifikasi permasalahan dari usaha yang dijalankan oleh nasabah dan mengisi <i>assessment</i> seputar usaha tersebut.</p> <p>2. Pertemuan kedua Pada pertemuan kedua, fasilitator memberikan materi yang sesuai dengan permasalahan yang sudah dianalisis pada pertemuan satu.</p> <p>3. Pertemuan ketiga Pada pertemuan ini nasabah mereview kembali materi yang telah diberikan oleh fasilitator, setelah mereview fasilitator dan nasabah mempraktikkan sesuai materi yang</p>

		diberikan guna menjadi solusi atas permasalahan yang terjadi. 4. Pertemuan keempat Pada pertemuan ini fasilitator melakukan wawancara dengan nasabah mengenai pengaruh adanya fasilitator guna penyelesaian masalah dalam usaha nasabah serta fasilitator mendata adanya <i>before</i> dan <i>after</i> kegiatan pendampingan.
5.	Laporan	Penyusunan laporan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. BTPN Syariah merupakan salah satu bank yang memiliki program pembiayaan untuk para nasabahnya. Pembiayaan yang dilakukan bertujuan untuk membantu para nasabah dalam melakukan pengembangan usaha, karena nasabah BTPN Syariah mayoritas adalah pelaku UMKM yang membutuhkan modal serta pembiayaan. Dengan adanya perkembangan teknologi yang merubah cara bertransaksi, pelaku usaha seperti UMKM dituntut untuk melek digital dikarenakan nantinya akan berpengaruh terhadap kemajuan dari usaha yang dijalankan.

Fenomena tersebut dianggap sebuah ancaman oleh BTPN Syariah bagi para nasabah mereka yaitu pelaku UMKM. Bekerja sama dengan Kemendikbudristek melalui program MSIB, BTPN Syariah akan merealisasikan pendampingan serta pelatihan untuk para nasabahnya melalui fasilitator pendamping yaitu para mahasiswa magang di BTPN Syariah.

Program pendampingan ini dilakukan dalam kurun waktu 5 bulan, 1 bulan pertama yaitu Agustus melakukan pembekalan serta pelatihan dan 4 bulan untuk melakukan praktek lapangan mulai September hingga Desember 2023. Pertemuan dilakukan dengan 12 orang per sesi atau per satu bulan, dimana per orang mendapatkan pendampingan 4 kali dalam 1 sesi. Selama 4 bulan terdapat 48 nasabah yang melakukan pendampingan. Pendampingan yang dilakukan selama 4 kali dalam 1 bulan memiliki tahapan yang berbeda-beda, berikut tahapan yang dilakukan:

### 1. Pertemuan Pertama

Pertemuan pertama atau tahap pengenalan dalam pendampingan dilakukan guna mengetahui jenis usaha nasabah atau assessment usaha serta permasalahan yang dihadapi nasabah dalam menjalankan usaha. Pada pertemuan ini fasilitator juga menganalisis kemampuan nasabah dalam menggunakan teknologi.

Salah satu contoh yaitu nasabah yang bernama Ibu Tini. Beliau memiliki usaha kue yang dipasarkan hanya melalui offline saja. Dengan melihat potensi penjualan, usaha Ibu Tini dapat dipasarkan melalui online karena dapat bertahan lama dengan pengiriman lama dan jarak yang jauh.



Gambar 1. Pertemuan Pertama Nasabah Pendampingan Ibu Tini.

## 2. Pertemuan Kedua

Pada pertemuan kedua, fasilitator ditugaskan untuk memberikan materi yang sesuai dengan masalah dalam usaha nasabah yang sudah di analisis pada pertemuan satu untuk menjadi sebuah solusi.

Pada usaha Ibu Tini terdapat problem mengenai cara pemasaran dan platform penjualan produk. Adanya hal tersebut sebagai fasilitator mengusahakan yang terbaik dengan memberikan pelatihan mengenai digital marketing supaya usaha yang dijalankan oleh Ibu Tini dapat dikenal luas oleh konsumen.



Gambar 2. Pertemuan Kedua Nasabah  
Pendampingan Ibu Tini

## 3. Pertemuan Ketiga

Pada pertemuan ketiga fasilitator dan nasabah melakukan review materi yang sudah dilakukan pada pertemuan kedua. Selain review nasabah juga diajarkan cara mempromosikan produk dengan digital marketing melalui akun Instagram.



Gambar 3. Pertemuan Ketiga Nasabah  
Pendampingan Ibu Tini

## 4. Pertemuan Keempat

Pada pertemuan ini yaitu penyampaian hasil akhir dari praktek yang sudah dilakukan dengan penggunaan platform sosial media Instagram. Pada pertemuan ini fasilitator juga melakukan survei kepuasan dan pengaruh dari pendampingan yang sudah dilakukan. Hasil pada pendampingan Ibu Tini dengan pembuatan Instagram yang bernama “cookies\_momtini”.



Gambar 4. Pertemuan Keempat Nasabah  
Pendampingan Ibu Tini

Pada pertemuan keempat, fasilitator melakukan survei akhir yaitu tentang kepuasan nasabah dengan adanya pendampingan yang dilakukan fasilitator. Melalui survei dengan mengajukan beberapa pertanyaan, nasabah merasa puas dan sangat terbantu dengan adanya pendampingan, terlebih fasilitator mengajarkan digital marketing untuk mempromosikan produk mereka. Setelah melakukan pendampingan, nasabah juga merasa ada impact yang diberikan yaitu produk dikenal luas oleh masyarakat dan memberikan profit yang lebih dari biasanya.

Sehingga dengan adanya pendampingan, fasilitator benar benar dapat berperan dalam membantu permasalahan serta dapat menemukan solusi yang tepat pada usaha nasabah agar usaha nasabah dapat dilakukan secara berkelanjutan.

## **KESIMPULAN**

Dapat disimpulkan bahwa fasilitator sangat memiliki peran untuk memajukan usaha nasabah atau pelaku UMKM di BTPN Syariah melalui pendampingan dengan melakukan pembelajaran digital marketing dalam kurun waktu satu bulan. Nasabah merasa terbantu dan puas dengan adanya pendampingan, terbukti melalui survei yang dilakukan pada pertemuan keempat. Nasabah berpendapat bahwa usaha mereka lebih dikenal masyarakat secara luas dan dapat meningkatkan profit lebih dari sebelumnya. Adanya hal tersebut nasabah diharapkan dapat selalu mempraktekkan apa telah diajarkan oleh fasilitator.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Berlangsungnya kegiatan pengabdian masyarakat melalui program MSIB, kami selaku fasilitator berterimakasih kepada pihak-pihak yang bersangkutan, antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Pihak Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi
- b. Pihak Merdeka Belajar
- c. Pihak PT. BTPN Syariah
- d. Pihak MMS Kec. Sawahan
- e. Nasabah BTPN Syariah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amanda, A., & Ridho, W. F. (2023). Peran Pendamping Pada Pentingnya Strategi Pemasaran UMKM Nasabah BTPN Syariah. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 2(3), 86-92.
- Az-Zahra, N. S. (2021, November). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. In *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science* (Vol. 1, No. 1, pp. 77-88).
- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2023). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89-98.
- Berlilana, B., Utami, R., & Baihaqi, W. M. (2020). Pengaruh Teknologi Informasi Revolusi industri 4.0 terhadap perkembangan UMKM sektor industri pengolahan. *Matrix: Jurnal Manajemen Teknologi Dan Informatika*, 10(3), 87-93.
- Destrina, I., & Ikaningtyas, M. (2024). Peran Fasilitator Pendamping Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Nasabah BTPN Syariah Surabaya. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 6(1), 451-457.
- Erwin., dkk. (2023). *Digital marketing: Penerapan Digital marketing pada Era Society 5.0*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Gaffar, N. R., & Rusdianto, R. Y. (2024). Peran Fasilitator Pendamping Dalam Pemberdayaan Umkm Untuk Meningkatkan Kemampuan Branding Usaha Nasabah BTPN Syariah Area Site Plampang, Kabupaten Sumbawa. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(02), 111-115.
- Hanim, L., & Noorman, MS. (2018). *UMKM & Bentuk-Bentuk Usaha*. Semarang: Unisula Press
- Kartika, A., Farinsyah, H. A., & Rahman, F. (2024). Peran Fasilitator Pendamping Dalam Meningkatkan Pengetahuan dan Keterampilan Usaha Nasabah BTPN Syariah. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(4), 6082-6088.

- Khoiriyah, N., & Oktafia, R. (2023). Peningkatan Kapasitas Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Peran Fasilitator Pendamping di BTPN Syariah Sukapura. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(4), 2899-2906.
- Lexy J. Moloeng. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mitayani, I., & Nirawati, L. (2023). Peran Fasilitator Pendamping di Remote Site (Pedesaan) Jawa dalam Mengembangkan Usaha Nasabah di BTPN Syariah Kec. Sawahan Surabaya. *Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 6(5), 2391-2399.
- Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Muniroh, T. U., ... & Indah, S. R. (2022). Pelatihan digital marketing untuk mencapai optimalisasi strategi pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 828-839.
- Rahman, S. R., & Fauziah, S. (2023). Pendampingan Rutin Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Nasabah BTPN Syariah Kecamatan Sawahan Surabaya. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 192-196.
- Sari, L. I., & Fitriana, N. H. I. (2024). Peran Fasilitator Pendamping Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Nasabah BTPN Syariah Di Kecamatan Wongsorejo Banyuwangi Jawa Timur. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 76-82.
- Setianingsih, E. (2019). Peran Pendampingan dan Pembinaan Badan Usaha Milik Desa Sebagai Penggerak Ekonomi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Sambitan Kecamatan Pakel. *Skripsi*, 20-39.
- Siregar, L. Y., & Nasution, M. I. P. (2020). Perkembangan teknologi informasi terhadap peningkatan bisnis online. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 71-75.
- Suwarjana, D. A., Bachtiar, A., & Asmara, K. (2024). Peran Fasilitator Pendamping Untuk Meningkatkan Pendapatan Dan Mengembangkan UMKM Sektor Non Formal Pada Nasabah BTPN Syariah Kec. Sawahan Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(16), 192-197.
- Ulva, A. M., & Kusumasari, I. R. (2024). Peran Fasilitator Pendamping Dalam Pemberdayaan UMKM Nasabah Bank BTPN Syariah Di Kecamatan Mejayan Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandiri (JPMM)*, 2(02), 180-184.
- Wulandari, R. I., Prasasti, Y., Putri, N. A., & Dharmawan, J. A. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Pengembangan Pengenalan Produk Umkm Di Kelurahan Rungkut Menanggal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 2(03), 146-153