

Optimalisasi Potensi Pengembangan Usaha UMKM melalui Program Bestee di Mobile Marketing Syariah (MMS) Bangil Pasuruan

Tri Yuni Mantika, Renny Oktafia*, Fauzatul Laily Nisa

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi: renny.oktafia.es@upnjatim.ac.id

Dikirim : 8 Januari 2025

Direvisi : 20 Februari 2025

Diterima : 24 Februari 2025

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengembangkan potensi UMKM yang belum maksimal melalui Program Bestee. Permasalahan yang menjadi acuan dalam pengabdian ini adalah kendala-kendala nasabah untuk mencapai hal tersebut yang meliputi kurangnya pengetahuan akan materi pengembangan usaha, tidak adanya identitas, kurangnya pendanaan, tidak dilakukannya pencatatan keuangan, serta solusi penyelesaian dari permasalahan di atas. Metode yang digunakan adalah metode ABCD (Asset Based Community Development) yang dijabarkan dengan paragraf terstruktur. Tujuan disusunnya penulisan ini selain untuk mengetahui permasalahan dan solusi di atas adalah juga untuk menambah wawasan para pembaca tentang topik yang dibahas. Dalam penulisannya, penulis memaparkan kendala, hal apa saja yang menjadi landasan permasalahan, solusi, dan juga kegiatan pengabdian yang dilakukan untuk mencapai solusi tersebut. Fasilitator melakukan pendampingan terkait pengembangan usaha sehingga pada akhir pendampingan dapat disimpulkan bahwa pengoptimalisasian potensi UMKM berjalan dengan baik karena dapat meningkatkan hasil penjualan dan menguntungkan para pemilik UMKM serta bersifat positif terhadap kenaikan pertumbuhan ekonomi sektor riil.

Kata kunci: pendampingan, pengembangan usaha, program Bestee, UMKM

Abstract: This community service program aims to develop the potential of MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) that have not been fully optimized through the Bestee Program. The issues addressed in this initiative include the challenges faced by clients in achieving this goal, such as a lack of knowledge on business development, the absence of business identity, insufficient funding, the absence of financial reporting, and the need for solutions to these problems. The method used by the author is the ABCD (Asset-Based Community Development) method, explained in structured paragraphs. The purpose of this writing, in addition to identifying the problems and solutions mentioned above, is to broaden the readers' knowledge about the topic discussed. In this paper, the author elaborates on the challenges, the underlying issues, the solutions, and the community service activities conducted to achieve these solutions. Facilitators provide assistance in business development so that, by the end of the guidance process, it can be concluded that the optimization of MSME potential has been effective leading to increased sales, benefiting MSME owners, and positively contributing to the growth of the real sector economy.

Keywords: assistance, Bestee program, business development, MSMEs

1. Pendahuluan

Perekonomian di Indonesia memiliki beberapa industri yang menjadi penyumbang signifikan di perputaran roda ekonomi. Beberapa diantaranya adalah industri kreatif, pariwisata, tambang, ekspor-impor, kuliner, dan UMKM. UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang menjadi salah satu industri yang berperan aktif secara langsung dalam kenaikan daya beli masyarakat di Indonesia. UMKM juga menjadi salah satu industri ekonomi yang menciptakan lapangan pekerjaan dalam skala besar (Pratama & Takarini, 2023).

Menurut data yang dilansir dari Badan Pusat Statistik Pasuruan (2023), terdapat sebanyak 3,83% dari total laju implisit menurut lapangan usaha disumbang oleh industri UMKM melalui peran pedagang besar dan pedagang eceran. Sedangkan, masih ada 11 sektor lainnya yang persennanya jauh lebih rendah dibawah 3,83%. Berdasarkan data tersebut, seharusnya potensi UMKM menjadi salah satu hal utama yang dapat diperhatikan oleh pemerintah Kabupaten Pasuruan. Permasalahannya, pada realitanya masih banyak UMKM yang masih belum mempunyai kesempatan untuk mengembangkan aspek-aspek usahanya. Dalam pengembangannya, berbagai pihak dapat menjadi pendorong pergerakan tersebut, diantaranya adalah Bank. Bank merupakan badan penghimpun dana dari masyarakat dalam wujud simpanan dan dapat mengeluarkannya dalam bentuk kredit dan beragam cara lainnya dengan tujuan untuk menaikkan taraf hidup masyarakat (Minsya, 2023).

Bank terbagi menjadi dua, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Dalam proses pengembangannya, UMKM membutuhkan dana dan dukungan pendampingan dari kedua bank ini. Namun, pada realitanya pemilik UMKM terhambat oleh akses yang sulit terhadap birokrasi dari bank konvensional. Sistem administrasi yang berbelit-belit dan juga persyaratan yang menyulitkan menjadi salah satu keluhan utama mereka. Tak hanya itu, pelaku UMKM kebanyakan merupakan masyarakat kecil yang tidak paham akan bahasa teknis perbankan (Harmar dkk., 2021).

Dari adanya keluhan tersebut, disinilah peran bank syariah muncul. Bank syariah berperan untuk memberikan modal dan juga pendampingan dalam pengembangan usahanya serta memastikan hal tersebut terjangkau ke masyarakat bawah tanpa adanya birokrasi yang menyulitkan. Maka dari itu, peran dari BTPN Syariah dan Program Bestee diperlukan.

BTPN Syariah merupakan bank yang ada di Indonesia dan berfokus pada pelayanan berprinsip syariah termasuk dengan pembiayaan, tabungan, deposito, dan juga produk lainnya yang sesuai dengan hukum islam (Minsya, 2023). Tak hanya melakukan

pelayanan keuangan, BTPN Syariah juga berkontribusi pada pemberdayaan perekonomian masyarakat yang bersegregasi pada masyarakat inklusi keuangan, UMKM, dan juga para nasabah dari BTPN Syariah itu sendiri. Tujuan dari adanya pemberdayaan ini adalah agar dapat mendorong pertumbuhan ekonomi regional juga mengembangkan ekosistem perekonomian syariah dan tentunya dapat menjangkau masyarakat.

Jenis program pemberdayaan dibagi menjadi 2, yaitu Program Pendampingan Inspiratif dan Program Bestee. Program Pendampingan Inspiratif merupakan pendampingan yang dilakukan oleh Bankir Pemberdaya kepada nasabah-nasabah inspiratif. Aktivitas yang dilakukan pada program pendampingan ini selaras dengan paket keuangan yang telah diberikan oleh BTPN Syariah dan juga melakukan pendampingan kewirausahaan yang bertujuan untuk peningkatan usaha nasabah.

Program Bestee merupakan program pengembangan usaha yang telah difasilitasi oleh Bank BTPN Syariah kepada ibu-ibu nasabah pemilik UMKM yang sebelumnya tidak mempunyai kesempatan dalam melakukan pengembangan usaha. Tentunya, PT Bank BTPN Syariah tidak bekerja sendiri. Dalam hal ini, mereka bekerja sama dengan pihak ketiga seperti lembaga *nonprofit*, institusi pendidikan, dan juga lembaga lainnya yang memiliki visi dan misi yang sejalan. Salah satunya adalah Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat yang dipelopori oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang didalamnya terdapat total kurang lebih 2000 mahasiswa dan 700 diantaranya memegang posisi sebagai fasilitator pendamping.

Dalam pengembangan potensi UMKM, fasilitator pendamping memegang peran yang penting, karena mereka adalah media yang menjadi jembatan utama antara ibu-ibu pemilik UMKM dengan pihak dari PT Bank BTPN Syariah. Tugas dari fasilitator adalah memberikan pendampingan serta bantuan yang tujuannya untuk mengembangkan potensi tersembunyi yang selama ini tidak bisa mereka akses. Tak serta-merta membantu, peran mahasiswa fasilitator pendamping ini juga diharuskan untuk melakukan asesmen profil nasabah, asesmen usaha nasabah (salah satunya seperti mengidentifikasi pencatatan keuangan), dan juga melakukan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) pada usaha nasabah (Putri, 2024). Analisis ini dapat digunakan sebagai media identifikasi faktor eksternal dan juga internal supaya para pelaku usaha dapat mengetahui sejauh mana usaha dapat ditingkatkan penjualannya (Putri & Oktafia, 2021). Pemilik usaha juga menjabarkan permasalahan dan kendala yang ada saat menjalankan usaha tersebut. Permasalahan-permasalahan inilah yang akan dijadikan indikator acuan pengembangan usaha. Nantinya, fasilitator pendamping akan

melakukan aktivitas lanjutan terkait proses pengembangan usaha.

Di Kecamatan Bangil Kab. Pasuruan, dari ratusan nasabah yang telah berafiliasi dengan BTPN Syariah terdapat kurang lebih 25 nasabah pemilik UMKM yang telah didampingi selama periode September hingga Desember 2024 seperti diperlihatkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Data Nasabah BTPN Syariah Periode September - Desember 2024

Nama Nasabah	Jenis Usaha	Pendapatan per-minggu	Keuntungan per-minggu
Rusmini	Jasa	Rp 1.050.000	Rp 350.000
Sri Mulyani	Kuliner	Rp 2.100.000	Rp 1.050.000
Khalimatus Sakdiyah	Kuliner	Rp 2.800.000	Rp 350.000
Mistin	Jasa	Rp 1.000.000	Rp 200.000
Hariyani	Toko Kelontong	Rp 1.050.000	Rp 350.000
Satuyah	Kuliner	Rp 1.900.000	Rp 400.000
Irawati Chomsa	Kuliner	Rp 3.360.000	Rp 700.000
Khoiriyah	Kuliner	Rp 1.500.000	Rp 300.000
Endang Sari	Pedagang Ecer	Rp 1.400.000	Rp 175.000
Anggi Susanti	Jasa	Rp 1.500.000	Rp 140.000
Sunarsih	Kuliner	Rp 390.000	Rp 150.000
Nur Fadila	Kuliner	Rp 700.000	Rp 350.000
Leli Suroiyah	Pedagang Ecer	Rp 400.000	Rp 200.000
Maimunah	Kuliner	Rp 300.000	Rp 100.000
Kosila	Kuliner	Rp 900.000	Rp 300.000
Yani Rahmawati	Pedagang Ecer	Rp 550.000	Rp 175.000
Isnaini	Kuliner	Rp 600.000	Rp 200.000
Sukarti	Jasa	Rp 1.000.000	Rp 200.000
Hartini	Kuliner	Rp 700.000	Rp 210.000
Kusrini	Kuliner	Rp 1.400.000	Rp 420.000
Wijiati	Pedagang Ecer	Rp 500.000	Rp 200.000
Safrina Ayu Ningsih	Kuliner	Rp 490.000	Rp 147.000
Kasniti	Kuliner	Rp 100.000	Rp 50.000
Diana Ulfah	Kuliner	Rp 280.000	Rp 84.000
Rizqiyah	Pedagang Ecer	Rp 1.120.000	Rp 448.000

Jenis usaha kuliner, pedagang ecer, dan jasa merupakan usaha yang mendominasi dan dimiliki oleh para nasabah BTPN Syariah. Dari data tersebut, omset dan keuntungan per-minggu dari masing-masing nasabah bervariasi. Pendapatan yang bervariasi ini juga menunjukkan tingkat keberagaman ekonomi di kabupaten tersebut. Dengan contoh, usaha kuliner yang dijalankan oleh Ibu Sri Mulyani memiliki keuntungan lebih tinggi dibandingkan dengan Ibu Kasniti yang memiliki usaha kuliner yaitu jual beli kupang dan petis.

Data tersebut memberikan gambaran bahwa UMKM yang menjadi nasabah BTPN Syariah memiliki spesifikasi dan potensi ekonomi yang beragam yang dapat dikelola dengan tepat.

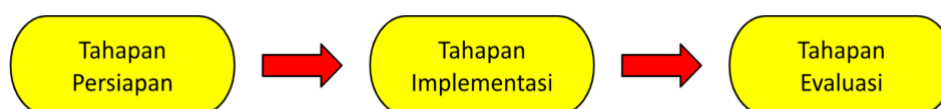
Oleh karena itu, pendampingan dibutuhkan untuk mengelola potensi yang ada. Fasilitator pendamping berperan untuk melakukan pendampingan dalam hal pemasaran, pembuatan identitas usaha, literasi keuangan dan bimbingan lainnya sehingga dapat mengembangkan potensi nasabah ke arah yang lebih baik.

2. Metode

Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian kali ini adalah metode ABCD (*Asset Based Community Development*) yaitu sebuah metode pendekatan yang menekankan pada aset yang mendukung kegiatan pemberdayaan masyarakat. Makna dari aset dalam konteks ini adalah sebagai potensi yang dimiliki oleh masyarakat dan juga dapat berupa kekayaan yang sudah dimiliki untuk mendukung kegiatan pemberdayaan. Melalui pendekatan ini, fasilitator akan mengidentifikasi dan menganalisis aset dan potensi yang ada di masyarakat untuk dijadikan bahan acuan pelaksanaan program pemberdayaan.

Teknik pengumpulan data dalam pengabdian ini dilakukan observasi langsung secara *face to face* terhadap ibu-ibu nasabah pemilik UMKM di Kecamatan Bangil, pendekatan dengan Ketua Sentra melalui diskusi langsung mengenai permasalahan yang ada, jurnal - jurnal terdahulu dan laman yang topiknya selinier dengan topik yang dibahas oleh penulis, serta dokumentasi.

Lokasi yang dipilih sebagai tempat untuk melaksanakan program pengabdian masyarakat terletak di Kecamatan Bangil, Kabupaten Pasuruan selama 4 bulan. Dalam pelaksanaan program ini, terdapat alur kegiatan seperti diperlihatkan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Aktivitas

3. Hasil dan Diskusi

Pendampingan usaha di Kecamatan Bangil Kabupaten Pasuruan dilaksanakan selama 4 bulan dengan total pertemuan 4 kali perbulan dan durasi kurang lebih 15 - 30 menit per-pertemuannya. Di bulan selanjutnya, fasilitator mendapatkan 15 nama nasabah yang baru namun tetap mempertahankan skema pendampingan yang sama seperti bulan sebelumnya. Namun, fasilitator tidak langsung terjun menemui nasabah. Sebelum menemui nasabah, fasilitator telah melakukan tahapan persiapan yang maksimal yaitu meliputi pelatihan dan

pembelajaran terkait materi yang akan disampaikan kepada nasabah, memastikan untuk memahami dan menguasai permasalahan atau kendala yang ada, serta senantiasa melakukan mentoring kepada pihak yang lebih berpengalaman

Tahapan-tahapan yang dilakukan oleh fasilitator pendamping selama melakukan magang di mitra Bank BTPN Syariah adalah sebagai berikut:

a. Tahapan Persiapan

Tahapan persiapan merupakan tahapan awal yang dilakukan dan sekaligus menjadi tahapan yang krusial. Krusial disini dikarenakan tahapan ini menjadi jembatan awal untuk kelancaran berlangsungnya pertemuan-pertemuan selanjutnya. Di tahapan ini, dilakukan pengenalan kepada nasabah dan penjabaran tentang program magang yang dilakukan, keuntungan yang didapat, serta dampak yang mungkin dihasilkan pasca mengikuti program pendampingan ini sehingga nasabah dapat mengenali dan memiliki gambaran tentang bagaimana pendampingan ini berjalan kedepannya. Di tahap ini dilakukan juga asesmen nasabah dan juga asesmen materi rekomendasi. Asesmen nasabah digunakan untuk mencari tahu data diri nasabah secara detail, jenis usaha yang dibangun, pendapatan atau laporan finansial dalam minggu itu, dan juga mengidentifikasi produk dan tempat usaha yang mereka bangun, sedangkan asesmen materi rekomendasi digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan atau kendala yang ada sehingga nantinya dapat dijadikan acuan untuk pemaparan materi & penyelesaian masalah di pertemuan selanjutnya. Dalam tahap ini, fasilitator harus senantiasa menjadi pendengar yang baik dan memahami permasalahan yang ada sehingga nantinya dapat menjadi landasan yang kuat untuk menjalin hubungan kerjasama dengan nasabah di pertemuan selanjutnya. Gambar 2 memperlihatkan proses pengenalan dengan nasabah.



Gambar 2. Proses pengenalan dengan nasabah

b. Tahapan Implementasi

Hasil asesmen di pertemuan pertama memperlihatkan adanya permasalahan yang muncul dalam usaha para ibu-ibu nasabah. Yang sering muncul adalah minimnya identitas dari produk usaha. Identitas yang dimaksud termasuk nama usaha, nama produk, serta bentuk logo. Masih banyak para pelaku UMKM yang berpendapat bahwa identitas usaha tidak terlalu penting dan tidak membawa pengaruh signifikan terhadap penjualan produknya. Selanjutnya, masalah lain yang sering ditemui adalah kurangnya melakukan kegiatan promosi baik secara *online* maupun *offline*. Dalam hal ini, media promosi yang digunakan terdiri dari 2 aspek yaitu *traditional marketing* dan *online marketing*. *Traditional marketing* mencakup pembuatan *banner*, spanduk, penempelan stiker pada produk, penyebaran brosur, pembuatan *print-out* poster, dan lain-lain. Sementara itu, *online marketing* adalah memasarkan produk melalui *digital marketplace* dan juga sosial media seperti Shopee, TikTok, Tokopedia, Instagram, Facebook, dan lain sebagainya.

Dalam analisis asesmen ini, banyak pelaku UMKM yang menganggap remeh aktivitas promosi usahanya. Di lain pihak, promosi dalam bentuk tradisional maupun *online* dapat meningkatkan *brand awareness* dan juga memperluas jaringan pelanggan yang membutuhkan produk tersebut. Tak hanya itu, teknik *marketing* juga akan menambah pengetahuan para pelaku usaha dan dapat dijadikan sebagai keahlian baru. Hal ini selaras dengan apa yang dipaparkan oleh Putri dkk. (2024) bahwa penerapan *traditional marketing* selain dijadikan untuk realisasi promosi dalam bentuk fisik, hal tersebut juga akan menambah pengetahuan ibu-ibu nasabah pelaku UMKM.

Masalah lainnya yang muncul adalah faktor kurangnya pengetahuan akan pencatatan finansial. Para pelaku UMKM kebanyakan tidak memiliki pembukuan terstruktur mengenai catatan keluar masuk uang. Mereka umumnya hanya memperkirakan dan hanya mengingat terkait harga mentah atau harga kulak produk, harga jual, keuntungan, uang masuk, uang keluar, dan juga kerugian. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor penyebab keuntungan penjualan produk terasa kurang maksimal. Terakhir, permasalahan atau kendala lainnya yang sering muncul adalah kurangnya persiapan dan tidak melakukan *market survey* pada saat akan menjual sebuah produk atau jasa. Analisis pasar berguna untuk menentukan pangsa pasar yang tepat (Puspitasari & Oktafia, 2020).

Jika diperhatikan, terdapat beberapa aspek yang menjadi faktor penyebab munculnya permasalahan-permasalahan di atas. Diantaranya adalah yang pertama kebanyakan pemilik UMKM tidak terpapar teknologi modern dan juga *tools editing* maupun *marketing*. Mereka umumnya belum mempunyai *smartphone* dan masih menggunakan *handphone* produk lama.

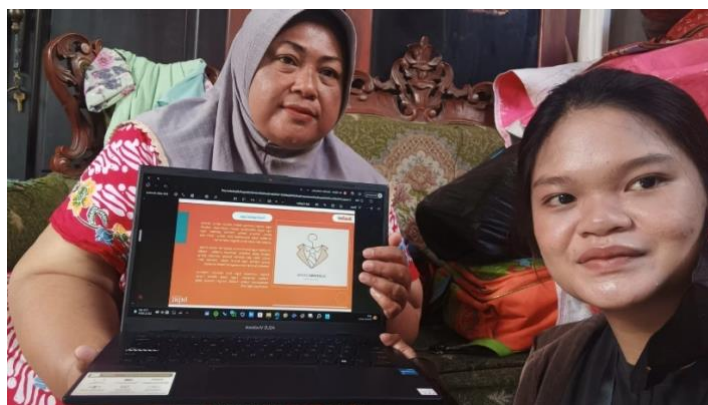
Namun, ada beberapa nasabah yang memang sudah memiliki *smartphone* tetapi tidak tahu akan penggunaan *tools editing* (sebagai pembuatan identitas usaha) dan juga kurangnya pengetahuan akan *marketing tools*.

Aspek lainnya adalah para pemilik UMKM ini menganggap bahwa laporan keuangan itu adalah sesuatu hal yang susah dilakukan. Jika mendapat pendapatan pada penjualan, mereka cenderung langsung membagi menjadi 2 yaitu untuk kulak atau membeli barang mentah dan juga untuk disimpan juga dipakai untuk keperluan pribadi.

Selanjutnya, terkait tidak dilakukannya survei atau *market research*, para pemilik usaha UMKM ini juga tidak terpapar pengetahuan yang memadai terkait *market research* atau survei produk dari pesaing lainnya. Sehingga, tak jarang bahwa mereka menjual produk di bawah harga pasaran ataupun di atas harga pasaran.

Dari permasalahan dan kendala di atas, solusi - solusi yang dapat diberikan adalah pemberian materi dan praktik sesuai dengan Gambar 3 & Gambar 4. Dalam hal ini, pemberian materi yang dimaksud adalah fasilitator pendamping berperan untuk menjelaskan terkait penjelasan umum permasalahan, *step by step solution*, serta merekomendasikan *tools* atau alat yang dapat digunakan untuk menyelesaikan hal tersebut. Sebagai contoh, nasabah yang tidak mempunyai identitas usaha (logo), diberikan materi tentang penjelasan logo, jenis logo, aspek penting yang harus terlihat pada logo, *step by step* cara pembuatan logo, dan juga media yang digunakan dalam pembuatan logo.

Materi yang diberikan untuk para pelaku UMKM menyesuaikan dengan permasalahan yang ada. Materi lainnya yang dapat dipaparkan diantaranya adalah identitas usaha (merek), *digital marketing* pada *digital marketplace*, *personal selling* (melalui sosial media), dan pembukuan keuangan. Penjelasan materi ini dilakukan oleh fasilitator pendamping pada pertemuan kedua.



Gambar 3. Proses Pemberian Materi

Selain itu, nasabah juga diberikan kapasitas lebih luas untuk mengakses Aplikasi Besteeku yang didalamnya berisikan video edukatif, tips berwirausaha, serta modul-modul pembelajaran yang telah disesuaikan dengan jenis usaha nasabah sehingga nantinya nasabah mendapatkan pembelajaran secara intensif dan dapat memberikan dampak positif kepada usaha yang telah mereka bangun.

Proses selanjutnya yang harus dilakukan oleh nasabah dan fasilitator adalah proses praktik. Dalam pengabdian ini, fasilitator harus membimbing dan melakukan pendekatan kepada nasabah melalui cara yang terarah dan cocok bagi nasabah agar mereka merasa nyaman untuk melanjutkan proses praktik di pertemuan ketiga ini. Sesuai dengan Gambar 4, proses praktik dilakukan dengan cara fasilitator memberikan arahan dan saran terkait praktik agar di pertemuan selanjutnya dapat direalisasikan dan memberikan perubahan yang signifikan terhadap usaha tersebut. Nasabah yang tidak mempunyai identitas usaha (logo), melakukan praktik pembuatan desain yang dibantu oleh fasilitator dan juga tentunya disesuaikan dengan materi yang diberikan pada pertemuan sebelumnya. Tujuan dilakukannya hal ini adalah agar para pelaku UMKM dapat terjun langsung melakukan *experiment* dan agar menjadi penyerapan ilmu sehingga nantinya para pelaku usaha dapat melakukannya secara mandiri. Namun, dalam kasus lainnya proses praktik dipersonalisasi dengan permasalahan yang ada.



Gambar 4. Proses Praktik dengan Nasabah

Praktik ini dapat membantu nasabah untuk mengaplikasikan solusi tersebut ke dalam permasalahan di dunia nyata. Di pertemuan keempat, fasilitator membawa hasil realisasi praktik dalam bentuk fisik. Sesuai dengan Gambar 5, nasabah memegang hasil jadi desain *banner* yang telah dilakukan pada praktik sebelumnya. Tidak hanya menggunakan *banner*, hasil realisasi praktik menggunakan media yang berbeda-beda. Beberapa media yang seringkali digunakan adalah stiker, brosur, maupun poster. Bahkan, terdapat nasabah yang

realisasi praktiknya dalam bentuk *personal selling marketing* (melalui Whatsapp), pamflet *digital*, serta pembuatan akun *digital marketplace*. Dalam pertemuan kali ini, diharuskan terdapat foto *before* dan *after* yang menandakan bahwa adanya perubahan yang signifikan terhadap usaha para nasabah.

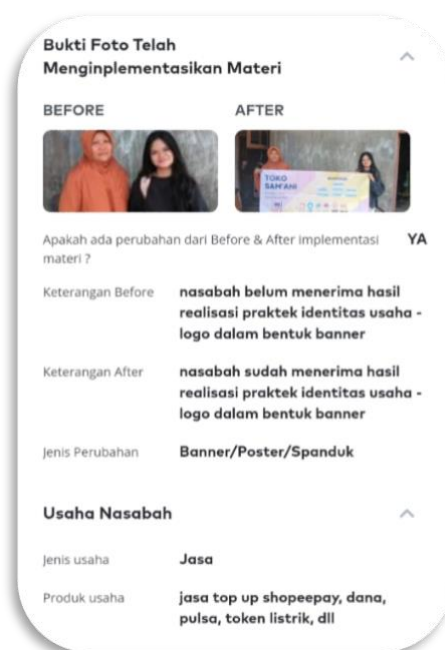


Gambar 5. Hasil Realisasi Praktik

c. Tahapan Evaluasi

Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dari sekian rangkaian yang dilakukan oleh fasilitator. Pada tahap ini, fasilitator melakukan evaluasi terkait perkembangan usaha nasabah, dampak yang diberikan, keuntungan yang didapat dan juga memberikan arahan untuk hal selanjutnya yang harus dilakukan pasca diadakannya pendampingan.

Sesuai dengan Gambar 6, foto *before after* dilakukan untuk mengukur seberapa signifikan perubahan tempat usaha yang dimiliki oleh nasabah. Tak hanya itu, fasilitator juga melakukan survei penutup untuk mengukur seberapa puas nasabah tentang diadakannya program ini. Survei tersebut berisikan data diri nasabah, tingkat kepuasan terhadap program (1 - 10), tingkat untuk merekomendasikan program ini ke nasabah lainnya (1 - 10), dan dampak perubahan yang dirasakan dari segi fisik maupun finansial usaha.

Gambar 6. Foto *Before – After* Usaha Nasabah

Dari keseluruhan nasabah, terdapat 96% nasabah yang bersedia untuk mengisi survei penutup tersebut. Dari hasil survei, sejumlah 84% nasabah memberikan nilai di atas 8 untuk merepresentasikan tingkat rekomendasi dan juga tingkat kepuasan terhadap program ini. Selain itu, 18 orang dari total nasabah merasakan perubahan yang signifikan dari segi pendapatan. Semenjak dilakukannya pendampingan, omset mereka rata-rata naik menjadi 20% hingga 45% dalam satu minggu. Hal tersebut selaras dengan Khoriyah & Oktafia (2023) yang menyatakan bahwa pendampingan memberikan kontribusi positif terhadap kenaikan daya saing UMKM. Ini juga didukung dengan pernyataan Arifin (2024) yang memaparkan bahwa nasabah-nasabah BTPN Syariah yang telah melakukan pendampingan mengalami penurunan kemiskinan sebesar 7,4% dihitung semenjak 3 tahun menjadi nasabah. Peningkatan pendapatan ini memiliki korelasi positif dengan sektor ekonomi riil, karena semakin banyak UMKM yang memperoleh pembiayaan dan pendampingan dari Bank Syariah, semakin besar pula pertumbuhan ekonomi sektor riil di wilayah tersebut.

4. Kesimpulan

Melalui kegiatan pendampingan, program ini memiliki dampak yang positif terhadap perkembangan usaha nasabah. Tahapan persiapan bermanfaat untuk membangun landasan kerjasama antara fasilitator dan nasabah. Tahapan implementasi dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman baru kepada nasabah terkait pengembangan usaha serta tahapan

evaluasi yang digunakan untuk mengukur seberapa pengaruh diadakannya program pendampingan ini dan memberikan validasi atas pencapaian yang diraih. Selanjutnya, untuk meningkatkan kinerja program ini disarankan untuk memperluas cakupannya sehingga semakin banyak UMKM yang terbantu oleh program ini.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada seluruh pihak yang terlibat termasuk nasabah-nasabah yang bersedia untuk didampingi hingga ke sesi terakhir. Semoga hasil pengabdian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat dan para pembaca.

Daftar Referensi

- Arifin, S. 2024. Lewat Bestee, BTPN Syariah Terus Berjuang untuk Kesejahteraan Masyarakat Inklusi. Diakses tanggal 2 Januari 2025 dari laman <https://timesindonesia.co.id/indonesia-positif/486459/lewat-bestee-btpn-syariah-terus-berjuang-untuk-kesejahteraan-masyarakat-inklusi>
- Badan Pusat Statistik Pasuruan. 2023. Laju Implisit PDRB Menurut Lapangan Usaha (Persen). Diakses tanggal 29 Desember 2024 dari laman <https://pasuruankota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MzM4IzI=/laju-implisit-pdrb-menurut-lapangan-usaha--persen-.html>
- Harmar, P., Fasa, M. I., & Suharto. 2021. Peran Perbankan Syariah Dalam UMKM Untuk Mengembangkan Ekonomi Indonesia. *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan*, 5(1), 68-77.
- Khoriyah, 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.
- Minsya. 2023. PT Bank BTPN Syariah Tbk (BTPS) Profil dan Sejarah. Diakses tanggal 27 Desember 2024 dari laman https://syariahsaham.id/pt-bank-btpn-syariah-tbk-btps/#penci-Sejarah_PT_Bank_BTPN_Syariah_Tbk
- Pratama, F. R. O., & Takarini, N. 2023. Pengaruh Pemberdayaan Perempuan Nasabah BTPN Syariah Terhadap Perkembangan UMKM Melalui Pendampingan Usaha. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(3), 63-71.
- Puspitasari, W. A., & Oktafia, R. 2020. Analisis Strategi Pemasaran Syariah Untuk Peningkatan Pangsa Pasar Produk Jelly Motif Pada UD. Sumber Abadi Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo. *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 140-157.
- Putri, M.A. & Oktafia, R. 2021. Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 4(2), 431-444.

- Putri, I.A.R. 2024. Kolaborasi dengan BTPN Syariah, Mahasiswa Magang UPN “Veteran” Jawa Timur Dorong UMKM Ibu-Ibu Nasabah di Banjarejo Lebih Maju. Diakses tanggal 22 Desember 2024 dari laman <https://gelorajatim.com/kolaborasi-dengan-btpn-syariah-mahasiswa-magang-upn-veteran-jawa-timur-dorong-umkm-ibu-ibu-nasabah-di-banjarejo-lebih-maju/>
- Putri, I.A.R., Agustina, R., & Wijayati, P.D. 2024. Pemberdayaan Nasabah BTPN Syariah Melalui Program Bestee Untuk Mendorong UMKM Nasabah Menjadi Lebih Maju. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 126-132.