

PEMBERDAYAAN UMKM DALAM ASPEK PEMASARAN MELALUI PROGRAM PENDAMPINGAN BISNIS OLEH BTPN SYARIAH DI SIDOARJO

Amirah Cetta Candraningtyas¹, Endang Iryanti²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya, Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur

e-mail: 122012010310@student.upnjatim.ac.id, 2endangi.ma@upnjatim.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian daerah, termasuk di Kabupaten Sidoarjo. Namun, banyak UMKM menghadapi tantangan dalam aspek pemasaran yang menghambat daya saing produk mereka. Untuk mengatasi hal ini, BTPN Syariah menginisiasi program pendampingan bisnis yang bertujuan meningkatkan kapabilitas pemasaran UMKM di wilayah tersebut. Program ini mencakup pemaparan materi terkait pengembangan usaha dalam aspek pemasaran serta sesi konsultasi individual yang dilaksanakan selama satu bulan. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa program ini mampu membangun kemandirian UMKM dalam mengelola usaha dan meningkatkan kesadaran mereka tentang strategi pemasaran yang efektif. Dengan adanya program ini, UMKM di Sidoarjo diharapkan dapat lebih kompetitif dan memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap perekonomian lokal maupun nasional.

Kata kunci: *UMKM, Pemberdayaan, Pemasaran, Pendampingan Bisnis, BTPN Syariah*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dalam struktur perekonomian Indonesia, termasuk di tingkat daerah. Kabupaten Sidoarjo, sebagai salah satu pusat industri di Jawa Timur, dengan lebih dari 220.000 UMKM yang bergerak di berbagai bidang, mulai dari kuliner hingga industri kreatif (Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Sidoarjo, 2022). Keberadaan UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, disamping peranannya yang penting dalam penyerapan tenaga kerja serta peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Meskipun UMKM di Sidoarjo memiliki potensi yang besar, mereka menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek pemasaran. Keterbatasan pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya seringkali menghalangi UMKM untuk memaksimalkan strategi pemasaran mereka, khususnya di era digital yang memerlukan kemampuan beradaptasi dengan cepat terhadap teknologi dan tren pasar. Penelitian Tambunan (2020) mengungkapkan bahwa salah satu hambatan utama dalam pengembangan UMKM adalah kesulitan dalam mengakses pasar serta merancang strategi pemasaran yang efektif.

Program pendampingan bisnis yang diinisiasi oleh lembaga keuangan seperti BTPN Syariah menawarkan solusi potensial untuk menjembatani kesenjangan ini. Melalui pendekatan yang sistematis dan berkelanjutan, program pendampingan tidak hanya memberikan pengetahuan teoretis, tetapi juga panduan praktis dalam mengimplementasikan strategi pemasaran. Pendekatan ini sejalan dengan konsep pemberdayaan menekankan urgensi pengembangan kapasitas individu atau kelompok untuk mengoptimalkan nasib mereka sendiri.

Program ini bertujuan untuk mengoptimalkan implementasi pendampingan bisnis UMKM yang diinisiasi oleh BTPN Syariah untuk wilayah Sidoarjo. Melalui identifikasi dan analisis tantangan yang dihadapi, program ini berupaya untuk meningkatkan kapabilitas UMKM secara efektif. Evaluasi pendekatan oleh BTPN Syariah di Sidoarjo, mengacu pada model pemberdayaan UMKM yang dikembangkan oleh Sari et al. (2020), yang menekankan

pentingnya kolaborasi antara lembaga keuangan, pemerintah, dan pelaku usaha dalam memberikan kontribusi terhadap peningkatan daya saing dan sustainabilitas UMKM di wilayah Sidoarjo.

Studi ini juga relevan dalam upaya pemulihan ekonomi pasca pandemi COVID-19. Program pemberdayaan UMKM melalui peningkatan kapabilitas pemasaran dapat menjadi model efektif untuk mendorong resiliensi dan pertumbuhan sektor UMKM di era new normal, sebagaimana diindikasikan dalam laporan Bank Indonesia (2021) tentang peran UMKM dalam pemulihan ekonomi nasional.

Program pendampingan ini diproyeksikan untuk memberikan kontribusi substansial dalam pemberdayaan UMKM, khususnya dalam peningkatan kompetensi pemasaran guna mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Hasil dari program ini diharapkan dapat menjadi referensi berharga bagi pemangku kebijakan dan institusi keuangan lain dalam merancang program pemberdayaan UMKM yang lebih tepat sasaran dan berdampak positif, sehingga dapat mengoptimalkan potensi UMKM sebagai penggerak ekonomi lokal dan nasional. Sebagai solusi, BTPN Syariah menginisiasi program pendampingan bisnis yang dirancang untuk memberdayakan pelaku UMKM dalam meningkatkan kapabilitas pemasaran. Pendampingan ini bertujuan memberikan pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran, pengelolaan usaha, dan penguatan daya saing produk. Program ini diharapkan mampu membangun kemandirian UMKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

2. METODE PENGABDIAN

Program pendampingan bisnis ini menerapkan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang melibatkan partisipasi aktif dari UMKM di Sidoarjo. Pendekatan ini memastikan bahwa program pendampingan tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga mendorong perubahan praktis yang sesuai dengan konteks dan kebutuhan spesifik setiap UMKM di Sidoarjo. Pendampingan bisnis dilakukan secara one-on-one antara UMKM dengan fasilitator yang berjalan setiap bulan, dengan frekuensi satu pertemuan per-minggu secara tatap muka. Peserta program pendampingan bisnis merupakan nasabah BTPN Syariah dan dalam 3 bulan berjalan jumlah nasabah yang terlibat adalah 20+ UMKM dengan berbagai latar belakang usaha.

Program pendampingan bisnis dilaksanakan selama satu bulan dengan pendekatan sebagai berikut:

1. Identifikasi Kebutuhan

Minggu pertama dilakukan survei awal untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik masing-masing UMKM di Sidoarjo. Survei ini meliputi jenis usaha, produk, tantangan yang dihadapi, dan aspek pemasaran yang ingin dikembangkan oleh UMKM.

2. Pemaparan Materi

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, materi pembelajaran disesuaikan dengan karakteristik dan potensi masing-masing UMKM. Setiap UMKM mendapatkan minimal 1 materi.

3. Konsultasi dan Praktik

Setelah materi diberikan, UMKM langsung didampingi untuk mengimplementasikan materi yang telah dipelajari. Pendampingan ini dilakukan secara langsung di lapangan, dengan mengarahkan peserta untuk merancang dan menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik usaha mereka. Selain itu, UMKM dapat melakukan konsultasi individual dengan fasilitator pendampingan bisnis untuk arahan dan solusi berdasarkan tantangan dan kebutuhan mereka.

4. Feedback dan Evaluasi

Feedback dari peserta program pendampingan bisnis oleh BTPN Syariah sangat penting untuk mengevaluasi efektivitas program dan perbaikan di masa mendatang. Peserta juga dapat memberikan umpan balik positif atau kritik mengenai cara penyampaian materi oleh fasilitator.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pendampingan bisnis yang diinisiasi oleh BTPN Syariah di Sidoarjo merupakan upaya untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam aspek pemasaran. Program ini berlangsung selama satu bulan untuk setiap UMKM dengan pertemuan rutin satu kali setiap minggu. Dengan pertemuan intens, UMKM memiliki waktu yang cukup untuk mencerna materi yang diajarkan dan menerapkan dalam usaha mereka.

Rangkaian pelaksanaan dalam program pendampingan ini selama satu bulan:

1. Survei (Minggu ke-1)

Pada minggu pertama, dilakukan survei awal untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Sidoarjo. Survei dilakukan dengan wawancara dan hasil survei dianalisis untuk menentukan materi yang sesuai dengan kebutuhan UMKM.



Gambar 1. Survei awal usaha

2. Sesi Pemaparan Materi (Minggu ke-2)

Setelah survei, program dilanjutkan dengan sesi pengajaran materi yang berlangsung maksimal selama satu jam. Materi yang disampaikan menyesuaikan dengan kebutuhan UMKM.



Gambar 2. Sesi pemaparan materi terkait pentingnya pengembangan pemasaran

3. Sesi Praktik (Minggu ke-3)

Pada minggu ketiga, UMKM diberikan kesempatan untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh melalui sesi praktik. UMKM juga bisa melakukan konsultasi individu terkait materi yang akan diimplementasikan ataupun tantangan yang UMKM hadapi.



Kami telah menerima pengeditan Anda

Pengeditan Anda untuk Anyaman Bambu Bu Rukiyah diterima. Terima kasih telah membuat Google Maps lebih akurat dan andal.



Gambar 3. Sesi praktik digital marketing dan tampilan pada google maps

Dengan Google Maps, UMKM dapat menargetkan audiens lokal secara spesifik. Misalnya, jika bisnis Anda adalah toko kelontong atau restoran, pelanggan yang mencari usaha di dekat lokasi Anda dapat langsung menemukan bisnis Anda di peta. Google Maps Ads juga memungkinkan Anda untuk menampilkan iklan lokal kepada pengguna yang berada dalam jangkauan tertentu.

4. Penutupan (Minggu ke-4)

Pertemuan terakhir dengan pemberian feedback dan evaluasi dari UMKM kepada program pendampingan bisnis ataupun kritik dan saran kepada fasilitator. Dengan evaluasi dari para peserta program, diharapkan dapat mengevaluasi efektivitas program

dan perbaikan di masa mendatang. Fasilitator juga menyerahkan hasil capaian dari sesi praktik kepada UMKM di minggu terakhir ini.



Gambar 4. Hasil capaian

Setiap tahap kegiatan dirancang untuk saling melengkapi dan membangun pemahaman serta keterampilan peserta secara bertahap. Survei awal memastikan bahwa program dapat disesuaikan dengan kebutuhan peserta. Sesi pemaparan materi memberikan dasar pengetahuan yang diperlukan. Praktik memungkinkan peserta untuk langsung mengaplikasikan pengetahuan mereka sekaligus konsultasi untuk memastikan setiap UMKM mendapatkan solusi yang sesuai dengan tantangan ataupun masalah yang dihadapi. Terakhir, penutupan dengan feedback dan evaluasi dari UMKM terkait program pendampingan bisnis untuk mengevaluasi dan perbaikan di masa mendatang.

Melalui pendekatan yang komprehensif dan intensif ini, program pendampingan bisnis BTPN Syariah bertujuan untuk memberikan dampak nyata pada kemampuan pemasaran UMKM di Sidoarjo dalam waktu yang relatif singkat, sambil tetap mempertimbangkan keterbatasan waktu para pelaku UMKM.

Program pendampingan bisnis oleh BTPN Syariah di Sidoarjo dirancang secara sistematis untuk memberikan pelatihan yang komprehensif dan praktis bagi UMKM. Melalui rangkaian kegiatan yang terstruktur, peserta program tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoritis, tetapi juga pengalaman praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka. Program ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi pertumbuhan dan perkembangan UMKM di Sidoarjo.

Tabel 1. Rata-rata Hasil Survei Kepuasan

Pertanyaan Aspek Penilaian	Rata-rata
Dengan menggunakan skala 1-5 dimana 1 sangat sulit dipahami dan 5 sangat mudah dipahami, seberapa mudah kah materi tersebut untuk Ibu pahami?	4
Secara keseluruhan, dari skala 1-10 dimana 1 berarti sangat tidak puas dan 10 sangat puas, seberapa puaskah Ibu terhadap program pendampingan nasabah (Bestee)?	8,84
Dengan menggunakan skala 0-10 dimana 0 berarti tidak ingin merekomendasikan dan 10 berarti sangat ingin merekomendasikan, seberapa ingin Ibu merekomendasikan program pendampingan	8,63

nasabah (BESTEE) kepada sesama nasabah BTPN Syariah lainnya?	
--	--

Tabel tersebut menunjukkan hasil survei kepuasan UMKM selaku peserta program pendampingan bisnis selama 3 bulan berjalan dengan detail sebagai berikut:

- Kemudahan pemahaman materi: para peserta program menilai mudah memahami materi dengan rata-rata nilai 4 dari skala 5.
- Kepuasan secara keseluruhan: para peserta program menilai kepuasan mereka dengan program ini sebesar 8,84 dari skala 10, menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi.
- Rekomendasi kepada UMKM lain: para peserta program kemungkinan besar akan merekomendasikan program ini kepada nasabah lain selaku UMKM juga, dengan nilai 8,63 dari skala 10 pada kesediaan mereka untuk merekomendasikan.

Hasil survei menunjukkan bahwa program pendampingan bisnis ini sangat dihargai oleh peserta program. Program ini dinilai efektif, bermanfaat, dan layak untuk direkomendasikan kepada nasabah lain pelaku UMKM.

4. SIMPULAN

Program pendampingan bisnis yang dilaksanakan oleh BTPN Syariah menunjukkan dampak positif dalam pemberdayaan UMKM, terutama dalam aspek pemasaran. Melalui program ini, UMKM yang terlibat mendapatkan pengetahuan baru terkait strategi pemasaran sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan usaha mereka. Dengan adanya sesi pengajaran dan praktik langsung, para peserta program ini dapat menerapkan ilmu yang didapat dan memecahkan masalah yang mereka hadapi dalam pemasaran. Secara keseluruhan, program pendampingan bisnis ini telah berhasil meningkatkan kesadaran UMKM akan pentingnya strategi pemasaran untuk mengembangkan usaha mereka.

5. SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan program dan evaluasi yang dilakukan, terdapat beberapa rekomendasi untuk pengembangan program pemberdayaan serupa di masa mendatang. Pertama, pemberitahuan dari BTPN pusat kepada nasabah selaku UMKM yang terlibat dalam program ini agar memudahkan fasilitator untuk pendampingan dan tidak adanya salah paham antara fasilitator dan peserta program. Selain itu, pemberian modal dari BTPN perlu direncanakan karena tidak semua UMKM maupun fasilitator mampu untuk pembiayaan luaran praktik. Terakhir, meskipun fokus program bukan hanya pada pemasaran digital, pengenalan penggunaan teknologi sederhana yang dapat membantu UMKM dalam aktivitas pemasaran mereka. Dengan terus melakukan evaluasi dan perbaikan, program pemberdayaan yang diinisiasi oleh BPTN Syariah diharapkan dapat menjadi platform yang lebih efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Veteran Jawa Timur yang telah memberi dukungan terhadap keberhasilan pengabdian ini. Dan penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dra. Endang Iryanti, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan masukan selama penyusunan jurnal dan para UMKM yang terlibat selama empat bulan pendampingan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank BTPN Syariah. (2021). *Laporan Tahunan 2020: Ketangguhan dalam Menghadapi Pandemi*. Jakarta: PT Bank BTPN Syariah Tbk.
- Bank Indonesia. (2021). *Laporan Perekonomian Indonesia 2020*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sidoarjo. (2022). *Laporan Tahunan Perkembangan UMKM Sidoarjo 2021*. Sidoarjo: Pemerintah Kabupaten Sidoarjo.

- Eniola, A. A., & Entebang, H. (2019). SME Managers and Financial Literacy. *Global Business Review*, 331-345.
- Hapsari, I. M., & Hasanah, N. (2020). Marketing Strategies for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to Improve Competitiveness in the Digital Era. *Journal of Economics and Business*, 780-789.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar 2019-2020*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Noor, L., & Komala, R. (2019). Analisis Pengembangan UMKM oleh PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tanjung Priok. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 52-64.
- Nugroho, L., Utami, W., Sugmadilaga, C., & Fitrijanti, T. (2019). The Urgency of Entrepreneurship Education in Islamic Banking and Finance Program: Indonesia Perspective. *International Journal of Economics and Business Administration*, 140-152.
- Prasetyo, P. E. (2020). The Role of Government Policy in Improving the Competitiveness of MSMEs in Indonesia. *Journal of Economics and Policy*, 326-342.
- Purwanto, P., Primiana, I., Maulina, E., & Juhaeri, J. (2021). The Effects of Marketing Capabilities on the Sustainable Competitive Advantage of MSMEs. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 423-433.
- Sari, Y., Rifai, M., & Indrawati, N. K. (2021). Empowering MSMEs through Islamic Microfinance Institutions: A Comprehensive Approach. *Journal of Islamic Economics and Business*, 45-62.
- Tambunan, T. (2020). MSMEs in Times of Crisis: Evidence from Indonesia. *Journal of Developing Economies*, 1-25.