



Peran Fasilitator Pendamping Dalam Pemberdayaan Umkm Untuk Meningkatkan Kemampuan Branding Usaha Nasabah BTPN Syariah Area Site Plampang, Kabupaten Sumbawa

¹Novia Ramadhani Gaffar, ²R. Yuniardi Rusdianto

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jalan Raya Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294, Indonesia
E-mail: ¹noviaramadhanigaffar@gmail.com, ²rusdiyanto.adbis@upnjatim.ac.id

Abstrak

Fasilitator pendamping adalah salah satu bentuk realisasi komitmen BTPN Syariah dalam membangun kemampuan nasabah secara berkelanjutan. Fasilitator pendamping bertugas untuk memberikan pendampingan dalam upaya membantu nasabah mengembangkan usahanya dengan menggunakan metode observasi, diskusi dan ceramah. Dari hasil kegiatan aktif dilapangan selama empat bulan, ditemukan bahwa permasalahan utama nasabah yakni rendahnya pengetahuan kewirausahaan dalam melakukan *branding* usaha. Bahkan tidak jarang fasilitator pendamping menemukan usaha nasabah yang tidak memiliki identitas usaha. Sehingga, peran fasilitator pendamping diharapkan bisa memberikan dampak positif bagi pertumbuhan UMKM nasabah serta membantu nasabah menemukan solusi dari permasalahan yang dihadapi. Dengan adanya program ini mahasiswa berkesempatan untuk berkontribusi mengembangkan sektor UMKM di Indonesia, mengingat sektor ini merupakan salah satu sektor perekonomian yang paling berpengaruh di Indonesia.

Kata Kunci : Fasilitator Pendamping, UMKM, *Branding*

Abstract

The facilitator companion is one form of BTPN Syariah's commitment to continuously build the capabilities of its customers. Facilitator companions are tasked with providing support to help customers develop their businesses through methods such as observation, discussion, and lectures. From active field activities over four months, it was found that the main issue for customers is their low entrepreneurial knowledge in business branding. It is not uncommon for facilitator companions to encounter customers whose businesses lack a clear identity. Therefore, the role of the facilitator companion is expected to have a positive impact on the growth of customers' MSMEs and to assist them in finding solutions to the challenges they face. Through this program, students have the opportunity to contribute to developing the MSME sector in Indonesia, considering it is one of the most influential sectors in the Indonesian economy.

Keywords : *Facilitator Companion, MSMEs, Branding*

PENDAHULUAN

Fasilitator pendamping merupakan salah satu posisi magang yang ditawarkan BTPN Syariah melalui platform Kampus Merdeka. Jika melihat dari website resmi BTPN Syariah, Fasilitator pendamping merupakan bagian dari program BTPN Syariah dalam mencapai komitmennya untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik bagi nasabahnya yang merupakan ibu-ibu pra-sejahtera produktif. Fasilitator pendamping merupakan bagian dari Program Daya program ini juga dikenal dengan Bestee *Internship* atau pendamping Bestee. Program Bestee hadir untuk membantu ibu-ibu pra-sejahtera untuk bisa mengakses informasi terkait kiat-kiat dalam pengembangan bisnis. Dari pendampingan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan skill kewirausahaan nasabah. Sehingga nasabah bisa mengembangkan usahanya dan meningkatkan pendapatan untuk membantu nasabah dalam mengubah hidupnya ke arah yang lebih baik.

Seseorang yang berperan sebagai fasilitator pendamping merupakan mahasiswa yang memiliki latar belakang pendidikan berbeda-beda. Meski begitu, sebelum terjun ke lapangan dan mengunjungi nasabah, mahasiswa-mahasiswa ini akan diberi pembekalan dari mitra terlebih dahulu. Selain itu untuk mendukung kelancaran jalannya pendampingan, BTPN Syariah menyediakan bank modul materi wirausaha yang bisa di akses oleh mahasiswa. Dengan program ini mahasiswa diberikan kesempatan untuk ikut berkontribusi dalam pengembangan UMKM nasabah. Selama pendampingan fasilitator akan berperan sebagai pihak yang memberikan pendampingan dan pelatihan terkait pengembangan usaha nasabah. Tujuan akhir dari pendampingan Bestee ini adalah memberikan pengaruh atau dampak positif bagi usaha nasabah, baik itu berupa peningkatan pendapatan maupun pengembangan usaha.

Untuk bisa memiliki usaha yang mampu terus tumbuh dan berkembang, pemilik usaha harus pandai dalam memperhatikan nilai daya tarik dari usaha yang dimiliki. Aspek paling mendasar yang mampu membantu sebuah usaha dalam meningkatkan nilai jual produknya adalah branding. Mujib dan Saptiningsih (2021) mendefinisikan branding sebagai proses untuk menciptakan atau meninggalkan jejak tertentu di benak konsumen, dengan berbagai cara yang dipercaya dapat memberi dampak bagi kehidupan konsumen tersebut. Disisi lain Mujib dan Saptiningsih (2021) juga mengatakan bahwa branding juga dapat dikatakan sebagai kegiatan komunikasi yang dilakukan sebuah lembaga, yang bertujuan untuk membangun dan membesarkan sebuah merek.

Lebih lanjut untuk bisa melakukan branding usaha, terdapat beberapa unsur yang harus dimiliki salah satunya yakni nama merek dan logo (Mujib & Saptiningsih, 2021). Merek dan logo dalam bahasa bisnis disebut sebagai identitas usaha. Lebih lanjut, menurut Hartono (2024) dalam perencanaan usaha, hal pertama yang harus dipikirkan adalah identitas usaha. Dengan adanya identitas usaha atau branding ini berfungsi sebagai pembeda, promosi serta daya tarik. Itulah mengapa branding pada usaha sangat penting. Sebab tujuan dari usaha tidak lain adalah untuk mencapai tingkat penjualan setinggi mungkin dan hal itu bisa tercapai jika branding usaha dilakukan dengan tepat.

Logo dan merek sebagai identitas usaha juga harus mampu menciptakan citra yang kuat bagi usaha. Merek atau nama usaha harus mampu mempresentasikan produk yang ditawarkan. Misalnya jika produk yang ditawarkan merupakan produk yang diproduksi rumahan atau menggunakan produk organik maka merek yang dipilih harus memiliki unsur rumahan atau organik (Bristow, 2022). Begitu juga dengan logo, meski bentuknya secara umum kecil namun logo yang dipakai harus informatif, memuat beberapa informasi penting. Misalnya seperti sosial media usaha, kontak, ataupun slogan. Sehingga jika pelanggan akan memiliki kesan yang baik terhadap produk. Dengan adanya logo dan merek pelanggan akan selalu ingat dengan produk kita serta menggunakan logo dapat meningkatkan nilai estetika produk.

Plampang merupakan sebuah kecamatan yang berada di bagian timur Pulau Sumbawa dan masih menjadi bagian dari Kabupaten Sumbawa. Kecamatan Plampang posisinya berada pada lintas antara Sumbawa-Bima, sehingga kecamatan ini tidaklah terlalu ramai. Hampir 90% penduduknya bekerja sebagai petani. Hal ini karena sebagian besar wilayah Plampang didominasi oleh sawah dan ladang. Dikarenakan lokasinya yang berada pada lintas antar Kabupaten maka kecamatan ini kurang sekali tersentuh dengan perkembangan teknologi. Wilayahnya yang sepi mengakibatkan perkembangan UMKM sangat rendah.

Rendahnya perkembangan UMKM ini salah satunya disebabkan oleh kurangnya pengetahuan pelaku usaha terhadap pengetahuan kewirausahaan yang lebih update. Sebab untuk bisa menjadi usaha yang berhasil dan berkembang kompetensi atau kemampuan berwirausaha pemilik usaha berperan sangat penting. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Moelrine dan Syarif (2023), bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Dari permasalahan inilah peran Fasilitator Pendamping sebagai bentuk komitmen BTPN Syariah untuk mengubah kehidupan nasabahnya dapat dibuktikan. Melalui program pendampingan ini, fasilitator pendamping akan memberikan edukasi dan pendampingan kepada nasabah terkait materi wirausaha sesuai dengan kebutuhan

nasabah. Pada kasus ini, hampir 90% nasabah yang didampingi penulis membutuhkan pendampingan terkait identitas usaha. Sebab hampir semua nasabah tidak memiliki identitas usaha, dan masih asing dengan istilah identitas usaha.

METODE PENELITIAN

Metode yang akan digunakan dalam kegiatan ini adalah metode observasi, diskusi dan ceramah. Kegiatan akan berlangsung selama 4 sesi diaman dalam 1 sesi sama dengan 4 minggu kegiatan. Rencana kegiatan dalam 1 sesi akan dilakukan dengan beberapa tahap, yakni sebagai berikut:

1. Perkenalan & Survey Usaha
Pada tahap ini fasilitator akan melakukan perkenalan dengan nasabah selaku pemilik usaha. Serta melakukan analisis kondisi dan kendala yang dihadapi nasabah dengan menggunakan analisis SWOT. Pada tahap ini fasilitator juga akan menentukan materi apa yang akan diajarkan pada pertemuan selanjutnya.
2. Pengajaran Materi
Pada tahap ini kegiatan diisi dengan pemaparan materi serta pemaparan terkait solusi dari kendala yang dihadapi nasabah.
3. Review Materi dan Praktik
Pada tahap ini akan dilakukan kegiatan review materi untuk memastikan tingkat pemahaman nasabah dari pemaparan materi pada pertemuan sebelumnya. Selanjutnya akan dilakukan praktik dengan cara membimbing dan memberikan tugas kepada nasabah terkait materi yang telah diberikan.
4. Penutupan
Pada tahap ini fasilitator akan mereview kembali hasil dari 3 pertemuan sebelumnya dan wawancara nasabah untuk kepentingan survei evaluasi Program Sahabat Daya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM atau Usaha Mikro atau Kecil, dan Menengah merupakan sebuah kelompok usaha yang memiliki kontribusi dan presentasi yang cukup besar pada perekonomian Indonesia. Hingga saat ini kelompok usaha ini semakin tinggi peminatnya karena kategori usaha ini cukup tahan banting dengan berbagai guncangan ekonomi. UMKM memiliki kontribusi yang cukup besar yakni memperluas kesempatan kerja serta penyerapan tenaga kerja, dan pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). UMKM juga dijadikan sebagai jaringan pengaman bagi masyarakat berpenghasilan rendah untuk menjalankan (Binus, 2020). Kondisi inilah yang terjadi di Kecamatan Plampang, sebagian besar penduduk berprofesi sebagai petani dan memiliki pendapatan yang tidak menentu dan cenderung rendah. Terlebih dengan kondisi cuaca yang tidak menentu sehingga rate pendapatan masyarakat di Plampang sangat menurun, apalagi wilayah Plampang termasuk wilayah yang sering sekali mengalami kekeringan.

Setelah melakukan kegiatan pendampingan selama 4 bulan, penulis menemukan permasalahan umum yang dihadapi oleh UMKM di Plampang. Permasalahan tersebut adalah minimnya pengetahuan pelaku UMKM terhadap ilmu kewirausahaan dalam hal branding. Mengingat peran UMKM bagi perekonomian negara serta bagi keberlangsungan hidup masyarakat, penting bagi kita sebagai pihak yang memiliki akses dan kemampuan lebih untuk memberikan bantuan sosialisasi. Hal ini dilakukan sebagai bentuk kontribusi dalam upaya pengembangan sektor UMKM di Indonesia. Melalui program mitra, penulis berkesempatan untuk melakukan pendampingan dengan nasabah-nasabah mitra terkait masalah branding produk UMKM. pendampingan dilakukan dengan pendekatan secara langsung dengan metode observasi, diskusi dan ceramah. Tahapan dalam pelaksanaan pendampingan meliputi beberapa kegiatan yang diuraikan sebagai berikut:

1. Perkenalan dan Survey Usaha
Pada tahapan pertama ini kegiatan diawali dengan melakukan perkenalan diri penulis serta perkenalan program Daya atau Bestee kepada nasabah. Perkenalan dilakukan langsung di rumah nasabah maupun lokasi usaha nasabah. Pada tahapan ini penulis juga melakukan pengamatan langsung terkait detail usaha nasabah serta kendala yang dihadapi. Pada pertemuan ini penulis juga melakukan pengamatan untuk kemudian dianalisis dengan teknik SWOT. Selanjutnya dari hasil pengamatan dan wawancara penulis akan melakukan assesment terkait materi kewirausahaan apa yang cocok untuk disampaikan kepada nasabah di pertemuan selanjutnya. Dari hasil survey dan pengamatan ini, penulis menemukan hampir 90% nasabah masih belum memiliki branding atau identitas usaha, sehingga materi kewirausahaan yang dibutuhkan adalah identitas usaha seperti cara membuat logo, banner, dan menentukan nama usaha.
2. Penyampaian Materi
Pada kegiatan ini fasilitator pendamping akan melakukan pemaparan materi dengan menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan nasabah. Pada tahap ini, penulis juga memberikan beberapa contoh logo dan banner yang bisa dipakai nasabah. Pengajaran materi dilakukan dengan bantuan *handphone* dengan memberikan contoh visual. Disebabkan kebanyakan nasabah yang didampingi adalah orang dengan latar pendidikan yang masih rendah dan tidak jarang sulit memahami bahasa indonesia, menyebabkan penulis dituntut harus bisa mencari metode ceramah dan diskusi yang tepat. Sehingga penulis biasanya akan menggunakan sedikit bahasa daerah serta memberikan contoh visual agar nasabah bisa lebih mudah memahami materi.
3. Review Materi dan Praktek
Pada kegiatan ini penulis akan melakukan review materi dengan memberikan beberapa pertanyaan untuk menguji pemahaman nasabah terkait materi yang sudah disampaikan pada pertemuan sebelumnya. Pada pertemuan ini juga dilakukan praktik dimana penulis dan nasabah akan mencoba membuat logo dan banner bersama dengan bantuan platform Canva. Saat melakukan praktek penulis membiarkan nasabah untuk menentukan dan berkreasi untuk membuat logo atau banner yang sesuai dengan keinginan nasabah, namun dengan tetap memberikan masukan untuk bisa menghasilkan branding terbaik bagi usaha nasabah. Biasanya penulis juga akan memberikan rekomendasi tempat percetakan atau bahkan membantu nasabah untuk mencetak logo dan banner.
4. Penutup
Pada tahapan ini biasanya akan diisi dengan penyerahan banner atau logo baik itu dalam bentuk draft ataupun yang sudah dicetak. Selain itu penulis juga akan melakukan wawancara untuk bentuk evaluasi kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui apakah nasabah benar-benar merasakan dampak atau merasakan perubahan positif dari pendampingan, serta sebagai bahan bagi mitra untuk evaluasi program secara keseluruhan.

SIMPULAN

Kesimpulan dari melakukan pendampingan adalah masih banyaknya pelaku UMKM yang menjalankan usaha tanpa memahami ilmu kewirausahaan meski secara mendasar, sehingga tidak heran banyak sekali UMKM yang sulit untuk berkembang. Sehingga dengan adanya program ini sangat membantu masyarakat yang merupakan pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya. Lebih lanjut dari hasil survey dari wawancara langsung dengan nasabah, fasilitator pendamping memiliki peran yang cukup besar dalam upaya nasabah mengembangkan usaha. Ilmu yang diberikan oleh fasilitator pendamping sangat berguna serta berhasil memberikan dampak positif pada usaha nasabah.

SARAN

Berdasarkan pada pengalaman dan pembelajaran selama pelaksanaan pendampingan dalam upaya membantu nasabah untuk mengembangkan usahanya, berikut beberapa saran yang bisa dijadikan bahan evaluasi dan pengembangan:

1. Materi yang diberikan bisa diperluas lagi bagi seluruh jenis usaha yang dijalankan nasabah.
2. Jumlah nasabah bisa dikurangi pada tiap sesinya untuk mengoptimalkan hasil pendampingan sehingga penulis bisa fokus memberikan hasil pendampingan terbaik bagi nasabah.
3. Melakukan *controlling* secara berkala pada perkembangan usaha nasabah setelah melakukan pendampingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Binus.ac.id. (2020) *Peran UMKM Dalam Perekonomian Indonesia*. Diakses pada 29 Juni 2024, dari <https://binus.ac.id/bandung/2020/11/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia/>
- Bristow, I. (2022). *Brand Your Business like a Pro: Branding Strategy & Inspiration for Entrepreneurs. the Branding Guide Toolkit for Powerful, Results-driven Branding That Means Business & Impressive Results Every Time!*. London: Z Media.
- BTPN.com. *BTPN Syariah: Tentang Daya*. Diakses pada 27 Juni 2024, dari <https://www.btpnsyariah.com/web/guest/tentang-daya>
- Hartono, H. (2024). *From Zero To Owner, Cara Terbaik Memulai Usaha Dari Nol*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kampusmerdeka.kemdikbud.go.id. *Kampus Merdeka: Fasilitator Pendamping*. Diakses pada 27 Juni 2024, dari <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/activity/active/detail/8833336>
- Meiliasari, D., & Irbayuni, S. (2023). *PENGEMBANGAN INOVASI KEMASAN DAN LOGO PRODUK UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK UMKM KERUPUK MAKARONI. KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 305-308.
- Moelrine, A. F., & Syarif, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Karakteristik Kewirausahaan dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan UMKM Desa Bojong Kulur. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 127-137.
- Mujib, F & Saptiningsih, T. (2021). *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. Indonesia: Bumi Aksara.