

Peran Fasilitator Pendamping dalam Pemberdayaan UMKM untuk Meningkatkan Kemampuan Branding Usaha Nasabah BTPN Syariah di Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember

The Role of Facilitators in Empowering MSMEs to Improve Branding Capabilities of BTPN Syariah Customer Businesses in Jelbuk District, Jember Regency

Dhea Putri Ananda

Universitas Muhammadiyah Jember

Email: dhea1744@gmail.com

Abstract, *The companion facilitator is a manifestation of BTPN Syariah's commitment to supporting the development of customer capacity in a sustainable manner. The main task of this facilitator is to provide assistance to help customers develop their businesses through observation, discussion, and lecture methods. Based on findings from field activities for four months, one of the main problems faced by customers is the lack of knowledge about entrepreneurship, especially in terms of business branding. Not infrequently, facilitators also encounter customer businesses that do not have a clear business identity. Therefore, the role of the companion facilitator is expected to provide a positive contribution to the growth of customer MSMEs and help them find solutions to the challenges they face. Through this program, students are also given the opportunity to contribute to the development of the MSME sector in Indonesia, which is one of the main economic sectors in this country.*

Keyword: Companion Facilitator, UMKM, Brand

Abstrak, *Fasilitator pendamping merupakan wujud komitmen BTPN Syariah dalam mendukung pengembangan kapasitas nasabah secara berkelanjutan. Tugas utama fasilitator ini adalah memberikan pendampingan untuk membantu nasabah mengembangkan usaha mereka melalui metode observasi, diskusi, dan ceramah. Berdasarkan temuan dari kegiatan lapangan selama empat bulan, salah satu permasalahan utama yang dihadapi nasabah adalah kurangnya pengetahuan tentang kewirausahaan, khususnya dalam hal branding usaha. Tidak jarang, fasilitator juga menemui usaha nasabah yang tidak memiliki identitas usaha yang jelas. Oleh karena itu, peran fasilitator pendamping diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan UMKM nasabah dan membantu mereka menemukan solusi atas tantangan yang dihadapi. Melalui program ini, mahasiswa juga diberikan kesempatan untuk berkontribusi dalam pengembangan sektor UMKM di Indonesia, yang merupakan salah satu sektor perekonomian utama di negara ini.*

Kata kunci : *Fasilitator Pendamping, UMKM, Brand*

PENDAHULUAN

Fasilitator pendamping adalah posisi magang yang ditawarkan oleh BTPN Syariah melalui platform Kampus Merdeka. Berdasarkan informasi dari situs resmi BTPN Syariah, fasilitator pendamping merupakan bagian dari inisiatif perusahaan untuk mewujudkan komitmennya dalam menciptakan kehidupan yang lebih baik bagi nasabah, khususnya ibu-ibu pra-sejahtera produktif. Program ini, yang dikenal dengan nama Program Daya atau Bestee Internship, bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada ibu-ibu pra-sejahtera dalam mengakses informasi mengenai strategi pengembangan bisnis. Melalui program ini, diharapkan nasabah dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan mereka, sehingga mereka mampu mengembangkan usaha dan meningkatkan pendapatan, yang pada akhirnya dapat membantu mereka mencapai kehidupan yang lebih baik.

Melalui program ini, mahasiswa diberikan kesempatan untuk berkontribusi dalam pengembangan UMKM nasabah. Selama proses pendampingan, fasilitator berperan sebagai pihak yang memberikan bimbingan dan pelatihan mengenai pengelolaan serta pengembangan usaha nasabah. Tujuan utama dari pendampingan ini adalah untuk memberikan dampak positif terhadap usaha nasabah, baik dalam bentuk peningkatan pendapatan maupun kemajuan usaha mereka.

Untuk memiliki usaha yang terus tumbuh dan berkembang, pemilik usaha harus cermat dalam memperhatikan daya tarik dari usaha yang dimiliki. Salah satu aspek dasar yang dapat membantu meningkatkan nilai jual produk adalah branding. Khususnya dalam perencanaan usaha, hal pertama yang perlu dipertimbangkan adalah identitas usaha. Identitas usaha atau branding berfungsi sebagai pembeda, sarana promosi, serta daya tarik. Oleh karena itu, branding sangat penting bagi sebuah usaha, karena tujuan utama dari setiap usaha adalah mencapai penjualan yang optimal, yang hanya dapat tercapai jika branding dilakukan dengan benar (Istanti & Zuhroh, 2020).

Logo dan merek merupakan elemen penting yang memiliki dampak besar pada sebuah perusahaan. Kedua unsur ini berfungsi sebagai identitas yang merepresentasikan citra perusahaan di mata konsumen. Desain logo yang baik dapat meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*). Logo dan merek memiliki hubungan yang erat, karena ketika konsumen melihat simbol pada sebuah produk atau layanan, yang langsung terbayang adalah sumber atau asal produk tersebut (Faiz Muntazori & Listya, 2021).

Dengan memiliki logo, maka suatu usaha yang dibangun dapat memiliki komponen yang kuat sebagai identitas dan lambing dari sebuah usaha yang didirikan. Logo yang menarik dan memikat diharapkan mampu menciptakan nilai tambah dari produk tersebut, sehingga konsumen tertarik untuk membeli pada saat pertama kali memegang produk tersebut (Zuliawati Zed et al., 2024). Logo dapat dianggap sebagai alat pendukung kegiatan marketing yang dilakukan dengan secara efektif meskipun dengan budget yang minim. Tentunya logo itu dapat menggambarkan produk secara baik serta mampu merepresentasikan jenis usaha yang dimiliki oleh pelaku usaha tersebut (NAIMAH et al., 2020).

Bagi pelaku usaha, memiliki logo menjadi hal yang paling dasar untuk membedakan produk tersebut di pasaran. Namun hal ini juga dipengaruhi oleh *Brand Awareness* dari konsumen. Sehingga logo dapat meningkatkan branding usaha dan mampu membantu pelanggan untuk mengenali produk tersebut dengan cepat dan mudah. Akhirnya melalui logo yang dibuat, dapat membangun loyalitas konsumen atas kualitas merk dan produk yang dimiliki (Nur, 2023).

Jelbuk adalah sebuah kecamatan yang terletak di Kabupaten Jember, dengan hampir 80% penduduknya bekerja sebagai petani. Sebagian besar wilayah Jelbuk terdiri dari sawah dan ladang, yang mendukung mayoritas penduduk untuk berprofesi di sektor pertanian. Namun, karena lokasinya yang berada di jalur lintas antar kabupaten, kecamatan ini kurang mendapat perhatian dalam hal perkembangan teknologi. Keadaan wilayah yang relatif sepi juga menyebabkan tingkat perkembangan UMKM di daerah ini masih rendah.

Rendahnya perkembangan UMKM di daerah ini salah satunya disebabkan oleh kurangnya pengetahuan pelaku usaha terhadap konsep kewirausahaan yang lebih modern dan relevan. Untuk mencapai kesuksesan dan pertumbuhan, kompetensi atau kemampuan berwirausaha pemilik usaha memegang peranan yang sangat penting. Dalam menghadapi masalah ini, peran Fasilitator Pendamping menjadi bukti nyata komitmen BTPN Syariah dalam membantu mengubah kehidupan nasabahnya.

Melalui program pendampingan ini, fasilitator memberikan edukasi dan bimbingan kepada nasabah mengenai materi kewirausahaan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam kasus ini, hampir 80 % nasabah yang didampingi oleh penulis memerlukan pendampingan terkait pengembangan identitas usaha. Hal

ini disebabkan oleh kenyataan bahwa sebagian besar nasabah tidak memiliki identitas usaha dan belum memahami konsep tersebut

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi observasi, diskusi, dan ceramah. Kegiatan akan dilaksanakan dalam 4 sesi, dengan setiap sesi berlangsung selama 4 minggu. Rencana kegiatan dalam satu sesi akan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Perkenalan & Survei Usaha

Pada tahap ini, fasilitator akan memperkenalkan diri kepada nasabah yang merupakan pemilik usaha. Selain itu, akan dilakukan analisis terhadap kondisi usaha dan kendala yang dihadapi nasabah dengan menggunakan metode analisis SWOT. Fasilitator juga akan melakukan assesment untuk menentukan materi rekomendasi yang akan disampaikan pada pertemuan berikutnya.

2. Penyampaian Materi

Pada tahap ini, kegiatan akan difokuskan pada penyampaian materi serta penjelasan mengenai solusi untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh nasabah.

3. Tinjauan Materi dan Praktik

Tahap ini bertujuan untuk melakukan review terhadap materi yang telah diajarkan sebelumnya, untuk memastikan pemahaman nasabah. Selanjutnya, fasilitator akan membimbing nasabah melalui praktik dan memberikan tugas terkait dengan materi yang telah disampaikan.

4. Penutupan

Pada tahap penutupan, fasilitator akan melakukan evaluasi terhadap hasil dari pertemuan sebelumnya serta melakukan wawancara dengan nasabah untuk keperluan survei evaluasi Program Sahabat Daya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang paling banyak dijalankan oleh masyarakat Indonesia, sebagai sumber utama pendapatan untuk mendukung kehidupan mereka. Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia sangat signifikan, tidak hanya sebagai penyedia lapangan pekerjaan dengan kontribusi sekitar 90% terhadap total tenaga kerja, tetapi juga berperan dalam mengenalkan produk-produk lokal ke pasar global (Bismala, 2017). UMKM memberikan kontribusi besar dalam memperluas peluang kerja, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, serta berperan dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Selain itu, UMKM juga berfungsi sebagai penopang ekonomi bagi masyarakat dengan pendapatan rendah dalam menjalankan aktivitas ekonomi mereka (Ainun et al., 2023).

Dalam hal ini, tim berfokus memberikan pendampingan bagi pelaku usaha khususnya berkaitan dengan branding dan pembuatan desain logo bagi pelaku usaha. Tidak hanya itu, tim juga memberikan penjelasan secara kompleks beberapa hal keuntungan bagi pelaku usaha dengan memiliki logo pada produknya. Adapun beberapa keuntungan yang didapatkan antara lain (Oktavianingrum et al., 2022):

1. Logo dapat dijadikan sebagai identitas bisnis sebagai representasi dari usaha dan cara mengenalkan produk kepada konsumennya
2. Logo difungsikan sebagai pengenalan dan citra merk kepada pelanggan, sehingga pelanggan akan mudah mengetahui maupun membedakan produk tersebut dengan produk pesaing yang sejenis.
3. Logo menunjukkan sikap profesionalitas pelaku usaha untuk mengenalkan produknya pada pelanggan. Hal ini menunjukkan seberapa tingkat keseriusan seorang pelaku usaha dan dedikasi tinggi pada produk yang dimiliki untuk dapat dikenal oleh pelanggan.

4. Dengan adanya logo, maka dapat memudahkan proses pemasaran usaha melalui media promosi yang efektif. Logo dapat dikenali melalui media sosial yang memuat tampilan yang menarik pelanggan untuk mencoba produk tersebut.

Setelah melaksanakan kegiatan pendampingan selama empat bulan, tim menemukan masalah umum yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Jelbuk, yaitu kurangnya pemahaman mengenai ilmu kewirausahaan, khususnya dalam hal branding. Mengingat pentingnya peran UMKM bagi perekonomian negara dan kesejahteraan masyarakat, sangat penting bagi pihak yang memiliki akses dan pengetahuan lebih untuk memberikan dukungan dalam bentuk sosialisasi. Ini merupakan kontribusi dalam mendukung pengembangan sektor UMKM di Indonesia. Melalui program mitra BTPN Syariah, penulis diberikan kesempatan untuk melakukan pendampingan kepada nasabah mitra yang menghadapi masalah terkait branding produk UMKM.

Pendampingan dilakukan dengan pendekatan langsung melalui metode observasi, diskusi, dan ceramah. Kegiatan ini dimaksudkan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha terkait pentingnya penggunaan logo sebagai identitas produk usahanya. Bersama mitra BTPN Syariah, tim memberikan gambaran logo yang ideal sesuai dengan identitas produk dan no identitas produk. Adapun tahapan pelaksanaan pendampingan mencakup beberapa kegiatan yang akan dijelaskan berikut ini:

1. Perkenalan dan Survey Usaha

Pada tahap pertama, kegiatan dimulai dengan perkenalan diri fasilitator dan pengenalan program Daya atau Bestee kepada nasabah. Perkenalan dilakukan langsung di rumah atau lokasi usaha nasabah. Di tahap ini, fasilitator juga melakukan observasi terkait rincian usaha nasabah serta masalah yang dihadapi. Fasilitator kemudian mengamati dan menganalisis situasi usaha menggunakan teknik SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman yang ada. Hal ini bertujuan untuk merencanakan pengembangan usaha ke depan. Selanjutnya, fasilitator melakukan assesment usaha nasabah dengan mewawancarai nasabah terkait pendapatan kotor, keuntungan, total penjualan harian, dan aspek kewirausahaan lainnya yang relevan dengan materi yang akan disampaikan di pertemuan berikutnya. Hasil observasi menunjukkan bahwa hampir 80% nasabah belum memiliki branding atau identitas usaha, sehingga materi yang perlu disampaikan terkait dengan cara membuat logo, banner, dan menentukan nama usaha.

2. Penyampaian Materi

Pada tahap ini, fasilitator akan menyampaikan materi menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan nasabah. Fasilitator memberikan contoh logo dan banner yang bisa digunakan nasabah, serta mengajarkan pembuatan materi menggunakan ponsel dan contoh visual. Karena sebagian besar nasabah memiliki latar belakang pendidikan yang rendah dan kesulitan memahami Bahasa Indonesia, khususnya dengan adanya pengaruh bahasa Madura di wilayah Jelbuk, penulis harus menyesuaikan metode penyampaian materi. Oleh karena itu, penulis menggunakan sedikit bahasa daerah dan menyertakan contoh visual agar materi lebih mudah dipahami oleh nasabah. Dalam kegiatan ini, tim menjelaskan bawah beberapa model contoh logo yang dapat diadopsi oleh pelaku usaha sesuai dengan bentuk yang dikehendaki oleh pelaku usaha.



Gambar 1. Pemberian Materi kepada Pelaku Usaha

3. Review Materi dan Praktek

Pada kegiatan ini, fasilitator melakukan review materi dengan mengajukan beberapa pertanyaan untuk mengukur pemahaman nasabah tentang materi yang telah disampaikan sebelumnya. Selain itu, dilakukan praktik pembuatan logo dan banner bersama menggunakan platform Canva. Tim memberi kesempatan kepada nasabah untuk berkreasi dalam membuat logo atau banner sesuai keinginan mereka, sambil memberikan masukan untuk menciptakan branding yang efektif. Fasilitator juga membantu nasabah dalam mencetak logo dan banner, meskipun beberapa nasabah hanya meminta desain visual tanpa mencetaknya.



Gambar 2. Hasil Praktek Pembuatan Logo Produk untuk Pelaku Usaha

4. Penutup

Pada tahap penutupan, fasilitator menyerahkan logo atau banner, baik dalam bentuk draft maupun yang telah dicetak. Fasilitator juga menyampaikan terima kasih atas partisipasi nasabah yang telah mengikuti pendampingan selama satu bulan. Di akhir kegiatan, fasilitator melakukan survei untuk menilai sejauh mana kegiatan pendampingan ini memberikan manfaat dan pengaruh terhadap perkembangan usaha nasabah. Survei ini juga bertujuan sebagai bahan evaluasi program bagi mitra secara keseluruhan.

Diharapkan melalui kegiatan ini, pelaku usaha dapat terbantu dengan pendampingan desain pembuatan logo dari tim sesuai dengan nama produk dari masing-masing pelaku usaha. Tidak hanya itu, tim juga menyerahkan softfile desain logo bagi pelaku usaha untuk mencetak kembali logo yang sudah didesain jika persediaanya sudah habis. Dengan begitu, pelaku usaha tidak merasa bingung dan hanya tinggal mencetak desain logo yang sudah ada. Tim juga memberikan himbauan untuk tidak merubah logo yang sudah didesain dengan baik. Hal ini bertujuan untuk memberikan keluasaan terlebih dahulu bagi

konsumen untuk mengenali produk tersebut dari produk yang sejenis yang dijual di pasaran. Kalau sudah dirasa logo tidak representatif kembali, maka dapat mengajukan desain logo ulang sesuai dengan rekomendasi dari pihak pelaku usaha. Sehingga, melalui kegiatan ini, pelaku usaha mampu meningkatkan branding merk dan produk secara bersamaan sehingga produk dapat lebih dikenal di masyarakat.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari pelaksanaan pendampingan ini adalah bahwa masih banyak pelaku UMKM yang menjalankan usaha tanpa memahami ilmu kewirausahaan dasar, yang mengakibatkan kesulitan dalam mengembangkan usaha mereka. Oleh karena itu, program pendampingan ini sangat membantu pelaku usaha untuk memperluas wawasan dan meningkatkan kemampuan dalam mengelola usaha.

Program ini memberi kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang diperoleh di kampus, sekaligus mengaktualisasikan diri dan memberikan kontribusi langsung pada perekonomian Indonesia. Dalam kegiatan ini, fasilitator pendamping berhasil memberikan dampak positif terhadap kelangsungan usaha UMKM. Mereka tidak hanya memberikan edukasi kepada pelaku UMKM, tetapi juga memberikan motivasi untuk membantu mereka mencapai kesejahteraan yang diinginkan.

SARAN

Berdasarkan pengalaman dan pembelajaran selama pelaksanaan pendampingan untuk mendukung perkembangan usaha nasabah, berikut beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan pengembangan:

1. Materi yang diberikan perlu disesuaikan dengan jenis usaha masing-masing nasabah, sehingga lebih relevan dan dapat memberikan dampak yang lebih besar terhadap perkembangan usaha mereka.
2. Jumlah nasabah dalam setiap sesi sebaiknya dikurangi untuk mengoptimalkan hasil pendampingan. Hal ini akan memungkinkan fasilitator memberikan perhatian yang lebih intensif dan fokus pada setiap nasabah, sehingga dapat memberikan pendampingan yang lebih.
3. Diperlukan sosialisasi yang lebih mendalam mengenai program pendampingan ini kepada nasabah, agar mereka tidak terkejut dengan kedatangan fasilitator dan dapat mempersiapkan diri dengan baik untuk proses pendampingan.
4. Pentingnya untuk melakukan evaluasi rutin terhadap program ini guna memantau perkembangan usaha nasabah setelah pendampingan dilakukan. Evaluasi yang berkala dapat memberikan insight yang berguna untuk perbaikan dan penyesuaian program ke depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada Umkm. *Jesya*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Bismala, L. (2017). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–26. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.383>
- Faiz Muntazori, A., & Listya, A. (2021). Branding UMKM Produk Kopi Bang Sahal melalui Desain Logo. *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi*, 1(3), 342–351.
- Istanti, E., & Zuhroh, D. (2020). Mewujudkan Desa Mandiri Untuk Mengembangkan Badan Usaha Milik Desa. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 137–141. <https://doi.org/10.30996/jpm17.v5i2.4194>

- NAIMAH, R. J., WARDHANA, M. W., HARYANTO, R., & PEBRIANTO, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Nur, S. K. (2023). Legalitas Usaha Untuk Perlindungan Konsumen Dalam. *JIMBis : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(4), 357–367. <https://ejournal.stiesia.ac.id/jimbis/article/view/6244/1095>
- Oktavianingrum, A., Hidayati, D. N., & Nawangsari, E. R. (2022). Strategi Branding Membangun Brand Identity Umkm. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat NusaOktavianingrum, A., Hidayati, D. N., & Nawangsari, E. R. (2022). STRATEGI BRANDING MEMBANGUN BRAND IDENTTY UMKM. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1829–1836. *Ntara*, 4(3), 1829–1836.
- Zuliawati Zed, E., Febrika, D., Marlina, M., Saputra, M. N., Fauzie, A., & Lestari, N. (2024). Pentingnya Logo/Brand Dalam Membangun Branding Pada Umkm di Cikarang Utara. *Jurnal Inovasi Global*, 2(3), 439–444. <https://doi.org/10.58344/jig.v2i3.77>