

Pemberdayaan nasabah perempuan melalui pengelolaan usaha untuk meningkatkan kinerja UMKM

Ririn Dwi Agustin, Kenys Fadhillah Zamzam*, Choirul Kurniawan

Universitas Insan Budi Utomo, Malang, Indonesia

*email Koresponden Penulis: kenysfadhillahzamzam@uibu.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diajukan: 2024-11-01

Diterima: 2025-01-05

Diterbitkan: 2025-01-27



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2024 Penulis

ABSTRAK

UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Produk domestik bruto sebagian besar berasal dari UMKM. Perempuan memegang peranan yang sangat penting berpartisipasi dalam pengelolaan usaha kecil, menengah, dan mikro. Namun, sebagai efek samping dari budaya patriarki, peran perempuan seringkali dipandang sebelah mata oleh sebagian masyarakat. Oleh karena itu pemberdayaan perempuan perlu dilakukan. Pemberdayaan perempuan melalui program "Bestee" dapat mengoptimalkan dukungan bisnis kepada nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji seberapa efektif dukungan bisnis terhadap nasabah terhadap perkembangan UMKM. Persentase keberhasilan yang dicapai setelah adanya pendampingan mencapai 82%. Hal ini terlihat dengan melihat kemajuan yang dicapai setelah dukungan selesai. Sebagai UMKM, nasabah dapat memperoleh wawasan baru tentang pentingnya meningkatkan bisnisnya dan memberikan dampak positif bagi kemajuan bisnisnya. Pemberdayaan perempuan mempunyai dampak yang sangat besar terhadap perempuan yang bekerja di UMKM karena mereka dapat memperoleh pengetahuan yang lebih baik tentang kewirausahaan yang sebelumnya tidak diketahui dan hasil dari pemberdayaan ini secara efektif dapat meningkatkan kinerja UMKM.

Kata Kunci: pemberdayaan perempuan; pendampingan usaha; UMKM

Cara mensitasi artikel:

Agustin, R. D., Zamzam, K. F., & Kurniawan, C. (2025). Pemberdayaan nasabah perempuan melalui pengelolaan usaha untuk meningkatkan kinerja UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(1), 139-147. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i1.22895>

PENDAHULUAN

Pentingnya peran UMKM di Indonesia dibuktikan dengan jumlah unit usahanya yang mencapai 64,2 juta jiwa, menyumbang 61,9% terhadap produk domestik bruto (PDB), dan menyerap 97% tenaga kerja. Memungkinkan UMKM menciptakan lapangan kerja yang signifikan di Indonesia. Selain itu, UMKM juga berperan penting dalam mencapai inklusi keuangan nasional dengan target 90% pada tahun 2024. Perekonomian Indonesia bergantung pada UMKM (Simamora & Ningsih, 2020). Pasca pandemi, banyak perubahan terjadi di segala bidang operasional, termasuk UMKM, khususnya di bidang digitalisasi (Vhikry & Mulyani, 2023). Pemerintah tetap berkomitmen mendorong kinerja dari UMKM. Namun digitalisasi memberikan beberapa kendala untuk pelaku ekonomi di Indonesia,

khususnya UMKM. Perkembangan teknologi semakin pesat menjadikan tantangan besar dimana harus dihadapi UMKM agar terus bertahan di pasar (Basry & Sari, 2018). Selain permasalahan teknis, hal ini juga menjadi permasalahan bagi UMKM dari sisi pembiayaan karena masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu menghasilkan laporan akuntansi dan pengelolaan keuangan yang akurat (Yasmin et al., 2015).

Pemasaran merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penjualan bagi para pelaku bisnis. Pemasaran merupakan salah satu hal yang penting namun masih ada beberapa pelaku bisnis atau UMKM masih tidak memahami apa itu Pemasaran. Sehingga masih ada penjual yang menjual produknya dengan tidak memikirkan cara agar produk yang dijual lebih diminati oleh banyak pembeli. Banyaknya pelaku UMKM di Kota Malang membuat pemilihan strategi pemasaran sangat penting dan harus dilakukan. Dengan adanya perencanaan strategi pemasaran membuat tiap UMKM di Malang memiliki daya tariknya masing-masing dan dapat bersaing dengan baik. Nasabah yang menjadi pelaku UMKM disini mendapatkan fasilitas berupa pendamping yang dapat membantu para pelaku UMKM untuk dapat mengembangkan usahanya. Proses pendampingan ini juga menerapkan beberapa fungsi yaitu perencanaan, pembinaan, penilaian, dan pengembangan untuk mencapai tujuan. Pendamping juga bisa menjadi solusi dari beberapa macam masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM (Sedyastuti, 2018). Masih banyak pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan ilmu untuk memaksimalkan pendapatan penjualan.

Perempuan mempunyai andil yang sangat besar dalam pengembangan usaha kecil dan menengah di Indonesia yaitu sebesar 53,7%. Hal ini menjadi bukti bahwa peranan perempuan khususnya dalam UMKM sangatlah penting (Hasugian & Panggabean, 2020). Namun kesenjangan gender tetap menjadi permasalahan utama yang menghambat perkembangan UMKM di Indonesia (Sumarni, 2017). Dalam hal kesetaraan gender, Indonesia berada pada peringkat 92 dari 146 negara (World Economic Forum, 2022). Perempuan pada umumnya sering menghadapi hambatan dalam pemerataan akses terhadap teknologi, layanan keuangan digital, dan literasi.

Untuk mengatasi berbagai permasalahan ini maka perlu adanya pemberdayaan perempuan. Pemberdayaan adalah proses pemberian kekuatan dan kekuasaan dalam bentuk pendidikan, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran belajar dan kepekaan penduduk terhadap pembangunan sosial, ekonomi maupun politik. Pada akhirnya harapannya mempunyai kesempatan untuk meningkatkan dan memajukan status di dalam masyarakat (Sayekti & Sari, 2018).

Pemberdayaan dapat dicapai melalui dukungan pelanggan seperti program BTPN Syariah. Bank BTPN Syariah mempunyai model bisnis dimana berbeda dari kebanyakan bank di Indonesia. Mereka yang memilih segmentasi pasar merupakan perempuan dari keluarga produktif dan kurang mampu. BTPN Syariah mempunyai peluang untuk mengoptimalkan kiprah nasabah UMKM melalui program pemberdayaan melalui pelatihan dan pendampingan berkala di bidang literasi keuangan, kewirausahaan, dan kesehatan. Pemberdayaan dilakukan untuk

meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta mendorong kinerja UMKM sehingga meningkatkan keuangan nasabah. Program Pemberdayaan Perempuan. Upaya memberikan perempuan akses dan kendali atas sumber daya ekonomi, politik, sosial, dan budaya, untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam berorganisasi dan berperan, serta memungkinkan mereka berpartisipasi aktif dalam penyelesaian masalah sehingga membangun keterampilan dan konsep diri.

METODE

Metode observasi digunakan dalam penelitian ini. Metode ini dilakukan melalui pengumpulan data, dimana peneliti atau rekan peneliti mencatat informasi yang dilihat selama penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati langsung kondisi lapangan (Sugiyono, 2017). Dalam hal ini, peneliti menyelidiki langsung dampak dukungan bisnis terhadap kemajuan UMKM nasabah khususnya nasabah BTPN Syariah Tbk.

Proses pendampingan usaha dalam kegiatan Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) bersama mitra Bank BTPN Syariah Tbk dilakukan melalui beberapa tahapan utama. Pertama, pada tahap persiapan, mahasiswa diberi pelatihan khusus yang diselenggarakan oleh BTPN Syariah. Pelatihan ini dirancang untuk membantu mahasiswa mempersiapkan diri dengan memahami cara melakukan magang secara efektif dan akurat. Dalam tahap ini, BTPN Syariah juga memberikan panduan rinci mengenai proses pendampingan yang akan dijalani.

Selanjutnya, pada tahap pelaksanaan, mahasiswa bertugas memberikan pendampingan kepada nasabah BTPN Syariah, yang mayoritas merupakan pelaku UMKM perempuan. Proses pendampingan dimulai dengan asesmen terhadap kondisi usaha nasabah, dilanjutkan dengan analisis SWOT untuk memahami situasi bisnis mereka. Analisis ini membantu menentukan materi yang paling relevan untuk sesi mentoring berikutnya. Dalam proses pendampingan, mahasiswa menggunakan berbagai metode, seperti ceramah, tanya jawab, dan pelatihan praktis.

Metode ceramah digunakan untuk memberikan penjelasan materi yang relevan bagi pemberdayaan UMKM, seperti akuntansi, pemasaran digital, pengelolaan identitas perusahaan, dan penyusunan presentasi yang efektif. Setelah itu, metode tanya jawab diterapkan untuk mengulas materi yang telah disampaikan sekaligus memberikan ruang bagi nasabah untuk menyampaikan pertanyaan atau masalah yang mereka hadapi. Dengan cara ini, mahasiswa dapat memberikan saran atau solusi yang aplikatif untuk membantu memajukan bisnis nasabah. Metode pelatihan, di sisi lain, menekankan pada penerapan praktis dari materi yang telah diajarkan. Nasabah didorong untuk mempraktikkan pengetahuan baru tersebut dalam pengelolaan bisnis sehari-hari, dengan hasilnya dievaluasi pada sesi mentoring berikutnya.

Tahap terakhir adalah evaluasi, yang bertujuan mengukur keberhasilan program pendampingan. Evaluasi ini dilakukan untuk menilai sejauh mana program tersebut memberikan dampak positif terhadap perkembangan bisnis nasabah UMKM dan mendukung pencapaian tujuan program secara keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan ini mencakup empat tahapan utama, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, implementasi, dan evaluasi. Setiap tahapan dirancang untuk meningkatkan kemampuan nasabah BTPN Syariah, khususnya perempuan pelaku UMKM, dalam mengembangkan usaha mereka. Berikut ini adalah penjelasan detail hasil dan pembahasan dari masing-masing tahapan.

Pada tahap awal ini, mahasiswa yang bertugas dalam program pendampingan diberikan pelatihan intensif mengenai aspek teknis dan metodologi pendampingan. Pelatihan meliputi cara melakukan asesmen kebutuhan nasabah, metode penyampaian materi yang efektif, dan penggunaan alat analisis bisnis seperti analisis SWOT. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memastikan mahasiswa memahami dengan jelas bagaimana mendukung nasabah secara optimal.

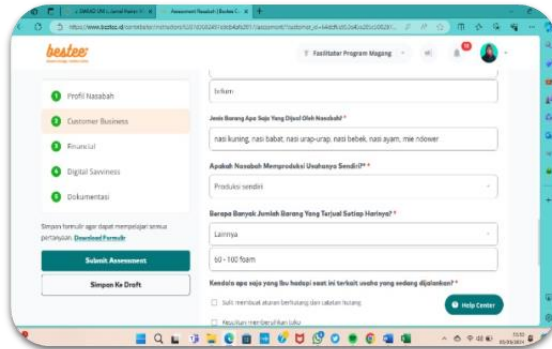


Gambar 1. Sosialisasi pihak BTPN Syariah Tbk

Hasilnya menunjukkan bahwa mahasiswa mampu memahami dan mengaplikasikan konsep yang diberikan. Indikator keberhasilan terlihat dari kemampuan mahasiswa dalam menyusun modul pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan spesifik nasabah. Berdasarkan survei awal, sebanyak 85% mahasiswa merasa percaya diri dalam menjalankan tugas pendampingan, yang menjadi fondasi penting dalam keberhasilan program ini.

Tahap pelaksanaan melibatkan mahasiswa dalam kegiatan asesmen dan pendampingan langsung kepada nasabah. Langkah awal adalah melakukan asesmen SWOT terhadap bisnis nasabah untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi. Hasil asesmen ini digunakan untuk menentukan kebutuhan spesifik nasabah, seperti branding usaha, pemasaran digital, atau inovasi produk.

Gambar 2 merupakan platform yang digunakan mahasiswa untuk melakukan asesmen terhadap profil nasabah. Asesmen ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana usaha nasabah berkembang dan mendeskripsikan permasalahan-permasalahan yang dialami oleh nasabah. Hasil asesmen ini akan menentukan jenis pendampingan yang dilakukan. Misalkan pendampingan tentang merk usaha, pendampingan tentang pemasaran, maupun pendampingan tentang inovasi dalam usaha.



Gambar 2. Mahasiswa melakukan asesmen profil nasabah

Pendampingan dilakukan melalui metode ceramah interaktif, wawancara, dan diskusi kelompok kecil. Materi yang disampaikan disesuaikan dengan hasil asesmen dan kebutuhan nasabah. Misalnya, nasabah yang membutuhkan peningkatan kemampuan pemasaran digital diberikan pelatihan khusus mengenai penggunaan media sosial sebagai platform promosi. Hasil dari tahap ini menunjukkan bahwa 70% nasabah memprioritaskan pendampingan dalam pemasaran digital, dan tingkat partisipasi aktif dalam sesi pendampingan mencapai 90%.

Tahap selanjutnya yaitu tahap implementasi fokus pada penerapan materi yang telah disampaikan kepada nasabah. Contohnya adalah pembuatan desain stiker untuk branding produk, yang menjadi salah satu bentuk implementasi nyata dari pelatihan. Mahasiswa membimbing nasabah selama proses ini untuk memastikan hasil yang sesuai dengan kebutuhan pasar.



Gambar 3. Mahasiswa mengajarkan materi usaha kepada nasabah

Pada gambar 3 menjelaskan salah satu pendampingan usaha kepada nasabah. Nasabah diberikan materi dulu sesuai asesmen yang dilakukan. Harapannya ketika nasabah mendapatkan materi sesuai dengan asesmen maka nasabah dapat mengimplementasikan materi tersebut untuk meningkatkan usahanya.



Gambar 4. Nasabah mengimplementasi materi

Pada gambar 4 adalah bentuk implementasi nasabah akan materi yang telah diajarkan. Nasabah dalam gambar mencoba untuk membuat pemasaran dengan mendesain stiker untuk usahanya. Nasabah diajari untuk mendesain stiker agar terlihat menarik dan cocok sesuai dengan usahanya. Hasil dari desainnya ditampilkan pada gambar 5.



Gambar 5. Hasil implementasi materi branding untuk promosi usaha nasabah

Hasil implementasi menunjukkan dampak positif pada usaha nasabah. Sebanyak 65% nasabah berhasil membuat materi promosi baru seperti stiker atau logo usaha. Data juga menunjukkan peningkatan penjualan sebesar 30% dilaporkan oleh 50% nasabah setelah menerapkan strategi pemasaran yang diajarkan. Keberhasilan ini menjadi bukti nyata bahwa program pendampingan memberikan dampak langsung terhadap perkembangan usaha UMKM. Visualisasi hasil implementasi ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan indikator usaha UMKM sebelum dan setelah pendampingan

Indikator	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
Penggunaan Media Digital	35%	75%
Penjualan Rata-Rata/Bulan	Rp 2.000.000	Rp 2.600.000

Tahapan terakhir adalah evaluasi, yang dilakukan secara berkala setiap minggu melalui pertemuan antara mahasiswa, mentor, dan nasabah. Evaluasi

bertujuan untuk menilai keberhasilan program, mengidentifikasi kendala yang dihadapi nasabah, serta memberikan solusi yang relevan. Dalam pertemuan ini, nasabah didorong untuk mendiskusikan tantangan yang mereka alami selama implementasi, seperti kesulitan mengakses pasar digital atau kurangnya keterampilan teknis tertentu.



Gambar 6. Mentoring evaluasi secara offline

Pada penelitian ini, pendampingan dilakukan kepada 10 mahasiswa dimana setiap mahasiswa mendampingi 60 nasabah selama periode empat bulan. Para mahasiswa melakukan penelitian sejak awal magang. Mahasiswa mulai mengamati nasabah UMKM BTPN Syariah yang mereka layani. Berdasarkan syarat dan ketentuan nasabah sebelum, saat, dan setelah pendampingan. Mahasiswa mengamati bagaimana konten yang disajikan selama pendampingan diterapkan dan seberapa bermanfaat ilmu yang diberikan kepada nasabah BTPN Syariah.

Pemberdayaan nasabah perempuan BTPN Syariah melalui penerapan program pendampingan, optimalisasi kapasitas sumber daya manusia dapat terlaksana secara maksimal, dan BTPN Syariah sebagai UMKM dengan memberikan materi-materi yang diperlukan bagi kemajuan usaha nasabah dapat meningkatkan kinerja nasabah. Materi yang disampaikan juga membahas tentang bisnis dan digitalisasi yang menjadi permasalahan beberapa UMKM mengingat kemajuan teknologi.

Banyaknya nasabah yang terbantu dengan dukungan ini karena materi yang disampaikan merupakan sesuatu yang belum diketahui nasabah dan setelah adanya dukungan nasabah dapat mengubah perusahaannya menjadi lebih baik. Sekalipun nasabah berbeda kelompok umur, kita bisa menyampaikan konten yang paling tepat karena bisa langsung dipraktikkan dengan dukungan para peserta pelatihan setelah pelatihan selesai.

Hasil program ini menunjukkan bahwa pendampingan efektif dalam meningkatkan kinerja UMKM, khususnya perempuan pelaku usaha. Keberhasilan ini dapat dilihat dari peningkatan penggunaan teknologi digital, peningkatan omzet usaha, dan penguatan kapasitas nasabah dalam mengelola bisnis mereka. Pendekatan berbasis kebutuhan (*needs-based approach*) menjadi kunci utama dalam keberhasilan program ini, di mana setiap nasabah diberikan materi yang relevan dengan kondisi dan kebutuhan spesifik mereka.

Program ini juga menyoroti pentingnya pemberdayaan perempuan dalam sektor UMKM. Pendampingan tidak hanya memberikan pengetahuan baru tetapi juga memberdayakan perempuan untuk lebih percaya diri dalam mengelola usaha mereka. Hal ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan dalam UMKM memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha. Sebagai contoh, penelitian oleh Silvia & Azmi (2019) menyatakan bahwa pendekatan berbasis kebutuhan dapat meningkatkan efektivitas program hingga 75%.

Namun, program ini juga menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan waktu nasabah dan tantangan teknis dalam mengakses pasar digital. Untuk mengatasi kendala tersebut, solusi yang diusulkan mencakup fleksibilitas dalam penyampaian materi dan penggunaan teknologi untuk mendukung pelatihan jarak jauh. Dengan demikian, program ini dapat diadaptasi untuk menjangkau lebih banyak nasabah di masa depan.

SIMPULAN

Pemberdayaan nasabah perempuan BTPN Syariah melalui pendampingan terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perkembangan UMKM. Pendampingan yang diberikan tidak hanya memberikan dukungan dalam aspek finansial, tetapi juga meningkatkan pemahaman nasabah mengenai pentingnya strategi pengelolaan bisnis yang efektif. Melalui program ini, nasabah BTPN Syariah memperoleh wawasan baru yang memperkaya pengetahuan mereka dalam mengembangkan usaha, baik dari segi manajerial maupun pemasaran. Hasilnya, setelah pendampingan selesai, nasabah menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam pengelolaan usaha mereka, yang pada gilirannya memberikan dampak positif terhadap kemajuan dan keberlanjutan bisnis mereka. Oleh karena itu, pemberdayaan melalui pendampingan menjadi faktor kunci dalam memperkuat peran perempuan dalam dunia bisnis dan mempercepat pertumbuhan UMKM di Indonesia.

DAFTAR RUJUKAN

- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *IKRA-ITH INFORMATIKA: Jurnal Komputer dan Informatika*, 2(3), 53–60. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-informatika/article/view/266>
- Hasugian, F. M. A., & Panggabean, L. (2020). Peran Perempuan dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam rangka menuju Masyarakat Ekonomi ASEAN di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Inada: Kajian Perempuan Indonesia Di Daerah Tertinggal, Terdepan, Dan Terluar*, 2(2), 111–135. <https://doi.org/10.33541/ji.v2i2.1359>
- Sayekti, R. N. S., & Sari, N. K. (2018). Analisa Strategi Peranan Wanita UMKM dalam Peningkatan Perekonomian di Kec. Ngantang, Kab. Malang (Pendekatan Analisa Swot). *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 36–45. <https://doi.org/10.33366/ref.v6i1.984>

- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing dalam Kancah Pasar Global. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Silvia, B., & Azmi, F. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pengusaha UMKM Terhadap Laporan Keuangan Berbasis Sak Emkm. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17(1), 57–73. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v17i1.2745>
- Simamora, C. M., & Ningsih, R. (2020). Inklusivitas Ekonomi Digital di Indonesia: Perspektif Gender dan Penciptaan Lapangan Kerja (Studi Kasus Kampung Marketer). *Cendekia Niaga Journal of Trade Development and Studies*, 4(2), 39–53. <https://doi.org/10.52391/jcn.v4i2.507>
- Sugiyono, P. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sumarni. (2017). Peranan Umkm (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah) Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 5(1), 138–145. <https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/manajemen/article/view/438>
- Vhikry, M., & Mulyani, A. (2023). Mencermati Dampak Digitalisasi Bagi UMKM Pasca Pandemi Covid 19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(8), 7287–7290. <https://doi.org/10.47492/jip.v3i8.2373>
- World Economic Forum. (2022). *Global Gender Gap Report 2022*. Weforum.Org. <https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2022/in-full/economy-profiles-5b89d90ea5/>
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(5), 69–80. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.15.1006>