

Pendampingan UMKM melalui Strategi Customer Relationship Management: Peran Fasilitator di BTPN Syariah MMS Rungkut

¹⁾Cici Nadila, ²⁾Ugy Soebiyantoro

^{1,2)}Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya
Indonesia Email Corresponding: cnadila947@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Pendampingan UMKM CRM BTPN Syariah Promosi	Pendampingan UMKM adalah proses pemberdayaan yang meliputi pelatihan, konsultasi, dan penyediaan informasi untuk membantu pelaku usaha mengatasi tantangan seperti pemasaran dan manajemen keuangan (Kementerian Koperasi dan UKM, 2021). Tujuan diadakannya program pendampingan UMKM di MMS Rungkut oleh BTPN Syariah tersebut untuk Fasilitator memberdayakan nasabah pelaku UMKM agar mampu meningkatkan kapasitas dan kinerja usaha mereka, melalui strategi Customer Relationship Management (CRM). Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menggambarkan bagaimana fasilitator membantu nasabah dalam mencatat pendapatan mingguan mereka, memberikan materi edukasi seputar media promosi dan pemasaran baik secara online maupun offline, seperti banner, logo, kartu nama, e-commerce, dll, serta akses ke pembayaran seperti QRIS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendampingan ini meningkatkan pengetahuan nasabah tentang pentingnya promosi, meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM dan efektivitas operasional. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan kapasitas fasilitator dalam memanfaatkan teknologi digital dan strategi promosi untuk mendukung keberlanjutan UMKM kedepannya.
Keywords: MSME mentoring BTPN Syariah Facilitator Promotion	ABSTRACT MSMEMentoring MSMEs is a process of empowerment that includes training, consultation, and the provision of information to help entrepreneurs overcome challenges such as CRM marketing and financial management (Ministry of Cooperatives and SMEs, 2021). The purpose of the MSME mentoring program at MMS Rungkut by BTPN Syariah is to empower MSME clients to enhance their capacity and business performance through Customer Relationship Management (CRM) strategies. Using a descriptive qualitative approach, this research describes how facilitators assist clients in recording their weekly income, providing educational materials on promotional media and marketing both online and offline, such as banners, logos, business cards, e-commerce, etc., as well as access to payment systems like QRIS. The results of the study indicate that this mentoring increases clients' knowledge about the importance of promotion, enhances the performance and competitiveness of MSMEs, and improves operational effectiveness. This study recommends enhancing the capacity of facilitators to utilize digital technology and promotional strategies to support the sustainability of MSMEs in the future.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi serta penyerapan tenaga kerja masyarakat. Keberadaan UMKM juga menjadi salah satu penopang perekonomian nasional dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendorong aktivitas ekonomi daerah (Sarfiyah et al., 2019).

Dalam menghadapi tantangan tersebut, pendampingan merupakan solusi yang tepat. Pendampingan usaha juga berperan dalam membantu pelaku UMKM meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha dan pengembangan usaha secara bertahap (Ainurrohman et al., 2024). Pendampingan UMKM berfokus pada

peningkatan kapabilitas bisnis, terutama di bidang operasional, pemasaran, dan manajemen sumber daya manusia untuk meningkatkan daya saing bisnis di pasar. Pendampingan berbasis Customer Relationship Management (CRM) menjadi salah satu strategi yang dapat membantu UMKM dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan serta meningkatkan loyalitas konsumen. Penerapan CRM membantu pelaku usaha memahami kebutuhan pelanggan dan meningkatkan efektivitas pelayanan maupun pemasaran usaha secara lebih terstruktur (Ibrahim et al., 2021). Selain itu, perkembangan teknologi digital juga mendorong UMKM untuk mulai memanfaatkan media digital dalam aktivitas usahanya. Penggunaan website, media promosi digital, dan pembayaran non tunai dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan dan daya saing usaha di era digital (Hia et al., 2022). Transformasi digital pada UMKM juga berpengaruh terhadap perkembangan dan keberlanjutan usaha karena mampu membantu pelaku UMKM menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen dan perkembangan pasar (Pratamansyah, 2024). Oleh karena itu, kegiatan pendampingan diperlukan untuk membantu pelaku UMKM memahami penerapan CRM dan pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas usaha sehari-hari. BTPN Syariah MMS Rungkut, sebagai bagian dari upaya penguatan UMKM, berfokus pada penerapan strategi Customer Relationship Management (CRM) yang dapat meningkatkan hubungan dengan nasabah dan memperkuat loyalitas mereka. Di sisi lain, pengelolaan SDM juga menjadi fokus pendampingan untuk memastikan keberlanjutan usaha dan efisiensi operasional.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran fasilitator dalam meningkatkan kinerja operasional, loyalitas pelanggan, dan daya saing UMKM dampungan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai dampak dari pendampingan tersebut dan memberikan rekomendasi untuk mengoptimalkan peran pendamping dalam mendukung keberlanjutan UMKM di masa mendatang.

II. MASALAH

Kegiatan pendampingan UMKM dilaksanakan di BTPN Syariah MMS Rungkut yang berfokus pada pemberdayaan nasabah pelaku UMKM melalui pendekatan pendampingan usaha dan penerapan strategi Customer Relationship Management (CRM). Dalam pelaksanaannya, masih ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan pengelolaan usaha, pemanfaatan teknologi digital, serta pemahaman nasabah terhadap strategi pelayanan pelanggan.



Gambar 1. Dokumentasi pelaksanaan program pendampingan UMKM BTPN Syariah MMS Rungkut

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini difokuskan pada beberapa rumusan masalah berikut:

1. Bagaimana peran fasilitator dalam kegiatan pendampingan nasabah dalam meningkatkan UMKM di BTPN Syariah MMS Rungkut khususnya dalam bidang CRM?
2. Bagaimana hasil dari adanya kegiatan pendampingan ini?
3. Apa kendala yang dihadapi oleh fasilitator selama kegiatan pendampingan?
4. Bagaimana dampak pendampingan berbasis teknologi terhadap kinerja fasilitator?

III. METODE

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua metode yakni, metode di lapangan dan metode pengolahan data.

1. Metode di Lapangan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi

kasus. Penelitian dilakukan dengan bertemu langsung dengan nasabah UMKM yang mengikuti program pendampingan di BTPN Syariah MMS Rungkut. Fasilitator melakukan pendampingan secara rutin, dengan frekuensi empat kali pertemuan dalam sebulan. Setiap pertemuan difokuskan pada pembahasan masalah yang dihadapi oleh nasabah UMKM, serta pemberian solusi yang relevan. Aktivitas yang dilakukan selama pertemuan meliputi:

- Pencatatan keuangan secara sistematis untuk memudahkan pemantauan arus kas.
- Pengenalan teknologi pembayaran digital seperti QRIS untuk memudahkan transaksi.
- Pembuatan materi promosi (seperti banner, kartu nama, dan logo) untuk meningkatkan pemasaran.
- Edukasi tentang pengelolaan sumber daya manusia (SDM) yang efektif untuk mendukung keberlanjutan usaha.
- Implementasi strategi Customer Relationship Management (CRM) untuk memperkuat loyalitas konsumen.

Semua interaksi dan proses pembelajaran di lapangan dicatat oleh fasilitator untuk dianalisis lebih lanjut. Ini bertujuan untuk mengetahui tantangan apa yang sedang nasabah hadapi dan bagaimana solusi yang bisa diberikan selama kegiatan pendampingan berlangsung.

2. Metode Pengolahan Data

Data yang diperoleh dari kegiatan pendampingan di lapangan diproses menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam pengolahan data:

- Pengumpulan Data:** Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara dengan nasabah, dan dokumentasi setiap pertemuan yang dilaksanakan. Setiap pertemuan dicatat secara rinci menggunakan aplikasi Kitabestee untuk memonitor perkembangan dan pencapaian nasabah.
- Analisis Data:** Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi pola dan hubungan antara pendampingan yang diberikan oleh fasilitator dengan hasil yang dicapai oleh nasabah. Analisis ini juga melibatkan evaluasi terhadap penerapan CRM dan pengelolaan SDM.
- Interpretasi Data:** Hasil analisis digunakan untuk menyimpulkan efektivitas dari program pendampingan, serta dampaknya terhadap kinerja UMKM, loyalitas pelanggan, dan daya saing usaha.

Penulis juga memberikan rekomendasi berdasarkan temuan yang diperoleh dari data yang dianalisis.

Metode ini memungkinkan penelitian untuk memberikan gambaran yang jelas tentang implementasi program pendampingan di BTPN Syariah MMS Rungkut dan kontribusinya terhadap pengembangan UMKM.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan dilakukan kepada sejumlah UMKM yang terdaftar sebagai nasabah BTPN Syariah MMS Rungkut. UMKM yang menjadi sasaran pendampingan bergerak dalam berbagai sektor usaha, makanan, fashion, pedagang kecil, dan juga jasa. Rata-rata usaha yang didampingi berada pada tahap awal pengembangan dengan tantangan utama pada pengelolaan hubungan pelanggan dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia.

Berikut profil usaha nasabah yang didampingi selama pendampingan berlangsung:

Tabel 1. Profil usaha nasabah pendampingan UMKM

No	Nama UMKM	Pemilik UMKM	Bidang Usaha	Alamat	Pemasaran
1	Dapoer Bu Yaumi	Bu Yaumi	Makanan	GMS, Sidoarjo	Offline
2	Arlan Shoes N Care	Bu Brilliant	Jasa	Jl. Brantas EK 13 Wistrop, Sidoarjo	Offline&Online
3	Rumah Cantik Rasya	Bu Winarti	Jasa	Desa Pepe Duran, Sidoarjo	Offline&Online
4	Ayam Potong Bu Joko	Bu Dian	Pedagang Eceran	Manyar Adi Kalimir, Surabaya	Offline
5	Warung Bu Nur	Bu Nurchasanah	Makanan	Rungkut Lor 10, Surabaya	Offline
6	Receiving Service Bu S	Bu Siti	Jasa	Rusun Penjaringan Blok C, Surabaya	Online
7	Karpet & Fashion	BU Eka	Fashion	Manyar, Sidoarjo	Online
8	Nasi Bungkus Bu Titik	Bu Titik	Makanan	Jl. Mangkurejo, Sidoarjo	Offline
9	Kue Lupis Bu Asmah	Bu Asmah	Makanan	Jl. Mangkurejo, Sidoarjo	Offline
10	Toko Dwi Jaya	Bu Suparni	Warung Sembak	Perum Royal Juanda Resident, Sido	Offline&Online
11	Warung Nanda	Bu Nailis	Warung Sembak	Dsn. Tani Tambak, Sidoarjo	Offline&Online
12	Jus 99	Bu Nuriyannah	Makanan	Gunung Anyar Tengah 6, Surabaya	Offline&Online
13	Aneka Kue	Bu Luluk	Makanan	Rungkut Tengah VA, Surabaya	Offline
14	Warung Berkah 39	Bu Istiqomah	Makanan	Rungkut Lor 10/39, Surabaya	Offline
15	Kue Basah Bu Yuli	Bu Yuli	Makanan	Raya Kali Rungkut 32, Surabaya	Offline

Dokumentasi Kegiatan**1. Identifikasi Kebutuhan Pelanggan**

Pertemuan pertama fasilitator melalui diskusi dan observasi, fasilitator mengidentifikasi kebutuhan spesifik pelanggan UMKM yang meliputi kualitas produk, pelayanan, dan aksesibilitas.



Gambar 2. Observasi UMKM

2. Pemberian Materi

Dalam pertemuan kedua fasilitator memberikan materi yang sesuai kepada nasabah, setelah melakukan observasi UMKM di sesi sebelumnya.



Gambar 3. Pemberian Materi

a. Review Materi

Pada pertemuan ketiga dalam pendampingan fasilitator melakukan review materi, untuk memastikan nasabah memahami materi yang telah diberikan.



Gambar 4. Review Materi

b. Penutupan

Pada minggu keempat atau minggu terakhir fasilitator menyerahkan hasil dari materi yang telah diberikan, fasilitator juga melakukan pamit kepada nasabah sebagai bentuk penutupan kegiatan pendampingan UMKM.



Gambar 5. Penutupan

Pada tahap awal pendampingan, fasilitator melakukan identifikasi kebutuhan pelanggan melalui observasi dan diskusi langsung dengan pelaku UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan utama yang dihadapi nasabah, khususnya dalam aspek pelayanan, promosi, dan pengelolaan usaha. Identifikasi kebutuhan pelanggan menjadi bagian penting dalam penerapan strategi Customer Relationship Management (CRM) karena membantu pelaku usaha memahami kebutuhan dan karakteristik konsumennya secara lebih tepat. Selanjutnya, fasilitator memberikan materi pendampingan sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan sebelumnya. Materi yang diberikan meliputi pengelolaan promosi usaha, penggunaan media promosi sederhana, pencatatan usaha, serta pemanfaatan teknologi digital seperti QRIS dan e-commerce. Pendampingan ini membantu nasabah memahami pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung perkembangan usaha. Hasil ini sejalan dengan penelitian Hia et al. (2022) yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi berbasis CRM dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan dan hubungan dengan pelanggan.

Pada tahap review materi, fasilitator melakukan evaluasi terhadap pemahaman nasabah terkait materi yang telah diberikan. Tahapan evaluasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa materi dapat dipahami dan diterapkan secara langsung dalam kegiatan usaha sehari-hari. Pendampingan yang dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan membantu pelaku UMKM lebih mudah memahami pengelolaan usaha dan strategi pelayanan pelanggan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Kartika et al. (2024) yang menunjukkan bahwa fasilitator pendamping memiliki peran penting dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan usaha nasabah UMKM.

Berdasarkan hasil survei kepuasan yang dilakukan kepada 15 UMKM dampingan, sebagian besar nasabah memberikan respon positif terhadap kegiatan pendampingan. Nasabah merasa materi yang diberikan mudah dipahami dan dapat diterapkan dalam kegiatan usaha mereka. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan tidak hanya membantu meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri nasabah dalam mengembangkan usaha mereka. Pendampingan usaha yang dilakukan secara langsung juga berperan dalam membantu pelaku UMKM meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha secara bertahap (Ainurrohman et al., 2024). Selain itu, pendekatan CRM dalam kegiatan pendampingan juga membantu pelaku UMKM membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan sehingga dapat meningkatkan keterlibatan konsumen terhadap usaha yang dijalankan (Baddarudin, 2024). Namun, selama kegiatan pendampingan berlangsung masih ditemukan beberapa kendala, terutama pada kemampuan penggunaan teknologi digital. Beberapa nasabah mengalami kesulitan dalam memahami penggunaan media digital dan sistem pembayaran non tunai. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses transformasi digital pada UMKM masih memerlukan pendampingan secara bertahap dan berkelanjutan agar pelaku usaha dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi secara optimal. Sebagaimana dijelaskan oleh Pratamansyah (2024) bahwa transformasi digital pada UMKM membutuhkan proses adaptasi yang bertahap agar pelaku usaha mampu mengikuti perkembangan teknologi dan perubahan pasar.

Dari survei tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah merasa puas dengan adanya program ini. Data survei diambil dari daftar nasabah 15 UMKM, pendampingan berbasis tahapan ini terbukti menunjukkan hasil yang positif membantu UMKM mengenali dan mengelola kebutuhan pelanggan. Pendampingan yang dilakukan secara langsung dan berkelanjutan juga dapat membantu pelaku UMKM dalam

menjaga keberlanjutan usaha serta meningkatkan kemampuan adaptasi usaha terhadap perubahan pasar (Ramandhani & Sulistyowati, 2024). Dengan struktur dan pendekatan yang jelas, pendampingan ini tidak hanya memfasilitasi pengembangan keterampilan tetapi juga membangun kepercayaan diri pelaku usaha untuk terus berinovasi.

Tetapi pendampingan ini memiliki beberapa kendala, yaitu terdapat nasabah yang gagap teknologi sehingga sedikit menghambat kegiatan pendampingan usaha

V. KESIMPULAN

Pendampingan UMKM melalui strategi Customer Relationship Management (CRM) yang dilakukan oleh fasilitator di BTPN Syariah MMS Rungkut terbukti efektif dalam meningkatkan kinerja operasional dan daya saing UMKM. Melalui tahapan pendampingan yang terstruktur, pelaku UMKM berhasil memahami pentingnya pengelolaan pelanggan, memanfaatkan teknologi digital seperti QRIS, dan memperbaiki sistem pencatatan pelanggan. Keberhasilan ini tercermin dari peningkatan kepuasan pelanggan serta adopsi sistem pencatatan pelanggan oleh mayoritas UMKM dampingan. Namun, pendampingan ini juga menghadapi tantangan seperti keterbatasan sumber daya, kendala finansial, dan tingkat komitmen pelaku UMKM yang beragam. Kendala tersebut menjadi pengingat bahwa keberhasilan program pendampingan membutuhkan dukungan yang berkelanjutan, baik dari sisi fasilitator maupun lembaga pendukung lainnya.

Saran

Untuk mengoptimalkan hasil program pendampingan, disarankan agar program berikutnya lebih fokus pada penguatan kapasitas teknologi melalui pelatihan penggunaan e-commerce dan sistem manajemen pelanggan berbasis aplikasi. Selain itu, lembaga keuangan seperti BTPN Syariah dapat menyediakan akses pembiayaan yang fleksibel untuk membantu UMKM mengatasi kendala finansial. Pelaku UMKM juga perlu didorong untuk meningkatkan komitmen melalui program motivasi dan mentoring, disertai evaluasi rutin pasca-pendampingan untuk memastikan keberlanjutan implementasi strategi CRM serta memberikan dampak jangka panjang yang positif bagi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainurrohman, A., Fajri, A., & Haerudin, H. (2024). Pendampingan Usaha kepada Perempuan Prasejahtera Produktif Kota Semarang. *Jurnal Abdimas UM Jambi*, 1(2), 157–161. <https://doi.org/10.53978/jaum.v1i2.387>
- Baddarudin, A. Khalid, & Wikartika, Ira. (2024). Customer Relationship Management Membangun Engagement Konsumen di PT . Naruna Karya Bersama. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(4) <http://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.3678>
- Hia, E. E., Fahram, M. K., & Nurhasanah, S. (2022). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Website Terhadap Penilaian Pelanggan. *Journal CERITA*, 8(1), 60–66. <https://doi.org/10.33050/cerita.v8i1.2136>
- Ibrahim, A., Mauluddin, M. H., Saputra, A. W., Carolina, A., Mardiana, M., Wiratama, Y., & Ramadhan, R. R. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Unipin. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.47065/josh.v3i1.989>
- Kartika, A., Sari, D. I., Farinsyah, H. A., & Rahman, F. (2024). PERAN FASILITATOR PENDAMPING DALAM MENINGKATKAN PENGETAHUAN DAN KETERAMPILAN USAHA NASABAH BTPN SYARIAH. *Communnity Development Journal*, 5(4).
- Mitayani, I., & Nirawati, L. (2024). Peran Fasilitator Pendamping di Remote Site (Pedesaan) Jawa dalam Mengembangkan Usaha Nasabah di BTPN Syariah Kec. Sawahan Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(5). <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i5.1282>
- Pratamansyah, S. R. (2024). Transformasi Digital dan Pertumbuhan UMKM: Analisis Dampak Teknologi pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, 2(2), 17. <https://doi.org/10.47134/jampk.v2i2.475>
- Ramandhani, N., & Sulistyowati, E. (2024). PENGARUH PENDAMPINGAN UMKM TERHADAP KEBERLANJUTAN BISNIS: PERSPEKTIF PELAKU UMKM DI KECAMATAN PABEAN CANTIAN KOTA SURABAYA. 1192, 402–413.
- Sarfiah, N. Sudati., Atmaja, E, Hanung., & Verawati, M, Dian. (2019). UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA MSMEs THE PILLAR FOR ECONOMY. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(1). DOI: <http://dx.doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>