STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM MELALUI PROGRAM PENDAMPINGAN MITRA BMT BERINGHARJO

Apriyanti[1], Diyah Santi Hariyani[2], Dwi Murniyati[2], Sindi Robianti[2]
[1,2]Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas PGRI Madiun
Email: kelip.apriyanti@unipma.ac.id[1]

Abstrak

The Microfinance Services Institution Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Beringharjo applied the principle of the Sharia financial system in Indonesia, which is present by providing collaboration between the maal and tamwil concepts in one activity or activity in its business. Coaching and mentoring small, micro, and medium businesses include various approaches to developing aspects including product quality, service quality, marketing, and financial management. This is needed as a strategic development effort for MSMEs in synergy with the Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Beringharjo program. The key to the success of the program is exploring the capabilities of MSMEs to hone the optimization of sustainable assistance. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Beringharjo together with the Management Study Program of the Faculty of Economics and Business are synergizing to carry out strategic development of MSMEs through the BMT Beringharjo partner mentoring program

Kata Kunci: Strategi, *Baitul Maal Wat Tamwil,* UMKM

This is an open access article under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

PENDAHULUAN

Salah satu lembaga jasa keuangan mikro yang menganut sistem keuangan syariah di Indonesia adalah *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Beringharjo. Hadirnya BMT ini dengan memberikan *collaboration* antara konsep maal dan tamwil dalam satu aktivitas atau kegiatan dalam usahanya. Baaitul Maal adalah bidang sosial yang bergerak dalam penggalangan dana untuk kepentingan sosial secara terstruktur dan terpola (Haryati et al., 2020). Sedangkan *Baitul Tamwil* merupakan penggalangan dana masyarakat dalam bentuk simpanan serta penyalurannya dalam bentuk pembiayaan usaha mikro dengan sistem jual-beli, bagi hasil, maupun jasa yang sesuai dengan syariat agama Islam(Haryoso, 2017).

Di lingkungan masyarakat Madiun terdapat banyak nasabah yang melakukan aktivitas simpan pinjam namun tidak sebanyak nasabah yang ada di bank-bank konvensional. Sehingga strategi *marketing* sangat dibutuhkan untuk meningkatkan nasabah, adapun beberapa strategi yang pernah diterapkan oleh *Baitul Maal Wat Tamwil* atau BMT Beringharjo untuk menjadikan masyarakat *aware* yaitu strategi promosi yang dilakukan BMT Beringharjo menerapkan 3 metode yaitu metode periklanan, *publicity, personal selling* (penjualan pribadi) (Borden, 2010). Dari ketiga metode tersebut terdapat 1 metode utama yang ditekankan oleh BMT Beringharjo yakni *personal selling* atau penjualan pribadi (Nan & Faber, 2004).

Berdasarkan situasi dan kondisi diatas, diharapkan program pengembangan UMKM melalui program pendampingan mitra BMT Beringharjo ini dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru khususnya bagi masyarakat sekitar serta menarik minat banyak nasabah dari semua kalangan dalam menggunakan jasa BMT Beringharjo seperti simpanan *mudharabah*, simpanan *mudharabah* berjangka, simpanan qurban, simpanan iqra, simpanan rihlah, simpanan haji atau umrah (Haryoso, 2017). Produk pembiayaan yang ditawarkan meliputi pembiayaan murobahah (MBA), pembiayaan musyarokah (MSA), pembiayaan *ijaroh* manfaat, pembiayaan *ijaroh* jasa, dan *ijaroh muntahia bittamlik* (IMBT).

Program kegiatan pengabdian masyarakat adalah salah satu kegiatan akademik yang dilaksanakan oleh mahasiswa program studi Manajemen di Universitas PGRI Madiun. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini, mahasiswa diharapkan mampu berinteraksi serta dapat memberikan

kontribusi positif kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat dari kelompok dua program studi manajemen dilakukan pada Nasabah Mitra BMT Brimgharjo Kota Madiun.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode rencana jangka pendek, rencana jangka sedang, rencana jangka panjang.

a. Rencana Jangka Pendek
   Pada waktu yang pendek dilaksanakan kerjasama antara usaha *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Beringharjo ini pada masyarakat yang ada disekitar Kota Madiun dan mencoba melakukan invitasi dengan penuh harapan nasabah segera merealisasi pembelian.
b. Rencana Jangka Menengah
   Pada tahap jangka menengah, dengan cara mengembangkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui program pendampingan mitra BMT Beringharjo ini menjadi lebih luas dan lebih bervariasi serta menggunakan *Strategy Promotion Mix* yang detail dan terstruktur.
c. Rencana Jangka Panjang
   Untuk rencana jangka panjang, apabila usaha ini mengalami perkembangan yang signifikan serta kesuksesan akan mendirikan di bidang sektor real seperti gerai yang didalamnya memiliki berbagai macam jasa layanan serta mengadakan seminar-seminar pada UMKM daerah lain dengan bekerjasama dengan pihak pemerintahan untuk mempromosikan serta menarik minat masyarakat khususnya ibu-ibu rumah tangga agar lebih produktif dan termotivasi membuka usaha sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang pasar untuk produk yang dihasilkan kedepannya kami akan bekerja sama dengan masyarakat sekitar untuk membantu mengembakan usaha tersebut. Dilakukan inovasi-inovasi baru untuk meningkatkan kualitas produk, sehingga usaha memiliki prospek yang lebih baik lagi untuk kedepannya (Apriyanti et al., 2022). Kegiatan peningkatan pemasaran ini kami lakukan agar produksi yang dihasilkan lebih dapat dikenal masyarakat luas sehingga produknya lebih berkembang. Seiring dikenalnya produk ini penjualan produk akan meningkatkan produksi dan juga penjualannya.

Gambaran kegiatan yang akan kami lakukan dengan memberikan pengarahan kepada pemilik usaha tentang pemasaran melalui media online seperti *Instagram, Koran, Youtube*. Selin itu kami membantu memasarkan produk ini kepada lingkungan di sekitar di sekitar kota madiun. Disini kami juga memberikan edukasi tentang strategi pemasaran yang baik agar meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan baik berupa produk barang maupun jasa.

Gambar 1. Dokumentasi Pendampingan Mitra BMT (UMKM Produksi Keripik Kedebok).

Gambar 2. Dokumentasi Pendampingan Mitra BMT (UMKM Produksi Keripik Kedebok).

Gambar 3. Dokumentasi Pendampingan Mitra BMT (UMKM Toko Bu Yanti).

Disamping pengembangn usaha yang dilakukan ,mitra BMT juga diberikan pemahaman terkait produk-produk yang ditawarkan oleh BMT sehingga merka mampu meningkatkan produktifitas usahanya melalui kemitraan dengn BMT. Yang dalam hal ini sangat membantu untuk pengembangan usaha erkait dengan produk yang ditawarkan.

Manfaat yang akan didapatkan selama melaksanakan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu meningkatkan produktifitas dan meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan.Pada pemasaran kami melakukan perluasan melalui media sosial yang tersedia. Dari kegiatan ini dapat disampaikan bagaimana cara memasarkan produk sehingga saat kita nanti membuka usaha baru maupun mengembangkannya sudah memiliki pengalaman yang baik.

Selain mengetahui pemasaran yang baik kami juga berharap artikel ini bisa bermanfaat bagi pembaca yang barangkali ingin membuka atau mengembangkan usaha di bidang yang serupa. Selain itu kami juga akan mendokumentasikan semua kegiatan yang dilakukan mulai dari pendampingan hingga selesai. Dokumentasi ini kami lakukan dengan tujuan agar pembaca nantinya dapat mengakses dan mempelajarinya dengan mudah.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasaran wawancara yang telah kami lakukan bersamadengan mitra BMT ini pemasaran produk dan penjualan yang dilakukan masih secara manual sehingga belum banya konsumen yang

mengetahui produk-produk tersebut, sehingga belum banyak pula peminat akan produk-produk tersebut. Media sosial menjadi point penting dalam melakukan pemasaran, karena diera yang serba moderen ini informasi dapat mudah di akses, dan pemasaran produk dapat dengan mudah dibagikan.

Kesimpulannya media sosial merupakan point terpenting untuk mememasarkan suatu produk, pelaku usaha membutuhkan mediaa sosial untuk mempromosikan, menjual, dan juga berkomuniasi pada konsumen, dengan cara ini maka penjual maupun pembeli dapat lebih mudah untuk berkomunikasi.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat melalui sosialisasi dan aksi sosial diharapkan dapat terus berlanjut dan Universitas PGRI Madiun sebagai lembaga pendidikan terkemuka di Madiun harus tetap menjadi pelopor dalam pengabdian pada masyarakat.Untuk masyarakat khususnya, diharapkan dapat lebih kreatif dan inovatif untuk meningkatkan penjualan serta meningkatkan pruduktifitas melalui pendampingan Mitra dalam mengelola usahanya sesuai dengan perkembanagn usaha yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

Apriyanti, Santi Hariyani, D., Jarwa, T., Murniyati, D., Asnul Hidayah, M., & Pratiwiningtyas, L. (2022). Pemasaran Online Dengan Media Web UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *01*.

Borden, N. H. (2010). *The_Concept_of_Marketing_Mix*.

Haryati, Y., Nopidia, E., Septiani, E., & Fitrohtul, L. (2020). *Strategi Pendampingan Melalui Bauran Pemasaran Di BMT NU Sejahtera KC Harjamukti Dalam Menghadapi Masa Pandemi*.

Haryoso, L. (2017). *Penerapan Prinsip Pembiayaan Syariah (Murabahah) Pada BMT Bina Usaha Di Kabupaten Semarang*.

Nan, X., & Faber, R. J. (2004). *Advertising theory: Reconceptualizing the building blocks. Marketing Theory*, *4*(1–2), 7–30. https://doi.org/10.1177/1470593104044085