

# *The Contribution of Supporting Facilitators and Market Drivers in the Development of Business for BTPN Syariah Customers in Banyuwangi*

(Kontribusi Fasilitator Pendamping dan Penggerak Pasar Daya Dalam Pengembangan Usaha Nasabah BTPN Syariah di Banyuwangi)

Aulia Maharani Setyowati Matseri, Noor Rizkiyah, Desita Syafa Kurniasari

**Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Email: [noor.rizkiyah.agribis@upnjatim.ac.id](mailto:noor.rizkiyah.agribis@upnjatim.ac.id)

---

**Abstract** - Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are an important sector in increasing national economic growth. The Banyuwangi area, especially Rogojampi and Genteng Districts, has business potential that is worthy of being developed. Mothers who are BTPN Syariah customers as pre-prosperous Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are struggling to achieve their families' welfare. The main objective of this activity is to help provide assistance in accessing knowledge, market access, entrepreneurial strategies, and strategies to overcome business obstacles for MSME actors. BTPN Syariah is a bank that focuses on financing without collateral. Productive pre-prosperous mothers, through the Bestee Program in the remote site area, are given a Mentoring Facilitator and Market Power Driver. Mentoring activities by the Mentoring Facilitator include several stages such as location surveys, introductions and assessments, finding obstacles, mentoring, practice, and closing. The stages of mentoring Market Power Drivers are location surveys, interviews, mentoring, documentation, and reporting. The Bestee Program mentoring activities have a positive impact on all parties involved, especially BTPN Syariah customers who participate in the program.

**Keywords:** Mentoring, Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs), Clients, BTPN Syariah

---

**Abstrak** – Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional. Wilayah Banyuwangi, khususnya Kecamatan Rogojampi dan Genteng memiliki potensi usaha yang layak untuk dikembangkan. Ibu-ibu nasabah BTPN Syariah sebagai pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pra-sejahtera berjuang untuk memperoleh kesejahteraan keluarganya. Tujuan utama dari kegiatan ini yaitu membantu memberikan pendampingan akses ilmu pengetahuan, akses pasar, strategi kewirausahaan, dan strategi untuk mengatasi kendala usaha pelaku UMKM. BTPN Syariah adalah perbankan yang fokus pembiayaannya tanpa agunan. Ibu-ibu prasejahtera produktif, melalui Program Bestee di area *remote site*, diberi Fasilitator Pendamping dan Penggerak Pasar Daya. Kegiatan pendampingan oleh Fasilitator Pendamping meliputi beberapa tahapan seperti survei lokasi, pengenalan dan asesmen, penemuan kendala, pendampingan, praktik, dan penutup. Tahapan pendampingan Penggerak Pasar Daya yaitu survei lokasi, wawancara, pendampingan, dokumentasi, dan pelaporan. Kegiatan pendampingan Program Bestee membawa dampak baik bagi seluruh pihak yang terlibat, terutama nasabah BTPN Syariah yang mengikuti program.

**Kata kunci:** Pendampingan, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Nasabah, BTPN Syariah

---

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor penting dalam membangun pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara karena dapat menyerap banyak tenaga kerja dan menghasilkan peningkatan produk domestik bruto [1]. UMKM membantu untuk mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia yang cukup tinggi. Tidak hanya itu, UMKM juga menjadi salah satu pendorong untuk meningkatkan perekonomian lokal [2]. UMKM turut mendukung terciptanya kreatifitas di masyarakat yang sejalan dengan usaha yang ditekuninya [3]. Namun, dalam menjalankan usaha tersebut para pelaku UMKM menghadapi berbagai macam tantangan. Hal ini didukung oleh pendapat Huzaimi & Rozci [4] bahwa masalah yang dihadapi oleh UMKM diantaranya yaitu keterbatasan dalam hal akses menuju pasar baik domestik maupun global, pendanaan, dan juga akses ketrampilan. Maka dari itu, perlu diberikan pendampingan serta pemberdayaan untuk para pelaku UMKM agar usahanya dapat berkembang seiring berjalannya waktu.

BTPN Syariah (Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah) merupakan perbankan syariah yang fokus pembiayaannya tanpa agunan untuk ibu-ibu prasejahtera produktif/pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Menurut Burhan [5], masyarakat prasejahtera produktif saat ini mencapai 45 juta orang, dengan kurang lebih 23 juta merupakan perempuan. Bank BTPN Syariah mengadakan suatu program pendampingan yang dinamakan Program Bestee. Program ini merupakan kegiatan pendampingan yang terintegrasi dengan *platform*, aktivitas pendampingannya melibatkan peran serta beberapa *stakeholder*, seperti universitas atau perguruan tinggi melalui para mahasiswa yang berperan sebagai fasilitator (*trainer* nasabah) dan dosen/praktisi yang berpengalaman dalam pemberdayaan UMKM sebagai mentor [6]. Program Bestee dirancang sebagai upaya membantu meningkatkan kapasitas pengetahuan dan keterampilan ibu-ibu prasejahtera produktif secara bertahap, untuk beralih ke digitalisasi, agar usaha mereka tidak tertinggal dengan kemajuan teknologi. Posisi magang yang mendukung Program Bestee di area *remote site* (pedesaan) yaitu Fasilitator Pendamping (FP) dan Penggerak Pasar Daya (PPD). Fasilitator pendamping merupakan posisi magang yang membantu memberikan pendampingan akses ilmu pengetahuan, akses pasar, strategi kewirausahaan, dan strategi untuk mengatasi kendala usaha ibu-ibu prasejahtera pelaku UMKM [7].

Kendala-kendala yang dihadapi oleh nasabah-nasabah BTPN Syariah adalah belum mengetahui cara pemasaran *online* atau digital, belum adanya identitas usaha seperti *banner* maupun spanduk, belum memiliki perizinan, dan lain sebagainya. Posisi magang FP memiliki peran yang sangat signifikan karena membantu memberikan pemberdayaan kepada ibu-ibu prasejahtera pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas pengetahuan mengenai kewirausahaan, meningkatkan aksesibilitas pengembangan usaha secara berkelanjutan, dan meningkatkan pendapatan [8]. Melalui pendampingan yang dilakukan oleh FP diharapkan usaha nasabah dapat bermanfaat secara berkelanjutan.

Posisi magang PPD merupakan fasilitator yang membantu menyediakan akses pasar bagi pelaku UMKM melalui sosial media dalam laman Instagram Pasar Daya [9]. Tujuan adanya fasilitator PPD yaitu membantu memajukan usaha pelaku UMKM khususnya nasabah BTPN Syariah melalui pendampingan promosi usaha. Ruang lingkup kegiatan PPD diantaranya melakukan pendampingan sesuai jadwal yang ditetapkan, kemudian melakukan kurasi produk UMKM, mendokumentasikan produk (foto maupun video), dan melakukan pendampingan kelayakan produk untuk memenuhi kriteria Program Pasar Daya

## 2. METODE PELAKSANAAN

Magang FP di Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi dilakukan pada 19 februari 2024 - 30 Juni 2024. Pelaksanaannya dilakukan melalui kegiatan mengunjungi rumah atau lokasi usaha per nasabah sebanyak empat kali pertemuan. Para FP memberikan materi, pengajaran, dan praktek dalam mengembangkan usaha para nasabah dengan menerapkan berbagai macam strategi dan solusi secara nyata untuk mengembangkan usahanya.

Magang PPD di Kecamatan Rogojampi, Kabupaten Banyuwangi pada 19 Februari 2024 - 30 Juni 2024 dilakukan dengan mencari nasabah potensial. Pelaksanaan selanjutnya melalui kegiatan sosialisasi yang dilakukan pada kegiatan PRS (Pertemuan Rutin Sentra). Para PPD melakukan pendampingan promosi usaha kepada setiap nasabah BTPN Syariah dalam membantu mempromosikan produk melalui media sosial Pasar Daya dengan membuat foto serta konten video menarik untuk memperluas akses pasar pelaku UMKM agar terjadi peningkatan jumlah konsumen dan pendapatan pada usaha nasabah.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Kegiatan Pendampingan UMKM dilakukan secara *offline* dengan mengunjungi rumah serta lokasi usaha. Program pendampingan yang dilakukan oleh FP dibagi menjadi 4 sesi, dimana setiap sesi dilaksanakan selama 3 minggu. Pendampingan setiap nasabah dilakukan selama 4 kali pertemuan yaitu pengenalan, pemberian materi, pengimplementasian materi dengan praktek, dan diakhiri dengan penutupan.

Pada kegiatan pengenalan, fasilitator melakukan asesmen usaha serta analisis SWOT (Tabel 1) dengan tujuan mencari kendala dan tantangan yang sedang dihadapi oleh nasabah. Hasil dari analisis SWOT akan menunjukkan materi yang cocok diberikan kepada nasabah. Kegunaan analisa SWOT yaitu untuk meraih informasi melalui analisis kondisi internal (kekuatan dan kelemahan) dan kondisi eksternal (peluang dan ancaman) suatu perusahaan. Analisis tersebut menyatakan suatu informasi dapat membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya dan memberi perkiraan adanya permasalahan yang akan dilalui, atau dihindari demi meraih apa yang diimpikan [10]. Selain itu, adanya analisis SWOT pada suatu organisasi meluruskan faktor-faktor internal serta eksternal organisasi yang telah teranalisa.

Kegiatan pertemuan kedua memberikan materi kepada nasabah yang cocok dengan hasil asesmen serta analisa SWOT. Materi tersebut diharapkan membekali para nasabah pengetahuan untuk menghadapi kelemahan maupun ancaman sesuai dengan hasil analisis. Pertemuan ketiga yaitu *me-review* materi yang sudah diajarkan pada pertemuan sebelumnya serta mempraktekkannya. Misal, nasabah mendapatkan materi identitas usaha, maka nasabah akan dibantu untuk membuat nama usaha yang cocok dan sesuai melalui praktek membuat *banner* ataupun stiker. Pada pertemuan keempat yang sekaligus menjadi pertemuan terakhir, para fasilitator menyerahkan hasil dari praktek.

Fasilitator pendamping memiliki kontribusi penting dalam memberikan bimbingan serta dukungan teknis kepada para pelaku UMKM. Program pendampingan seperti ini dapat meningkatkan pengetahuan dan juga keterampilan yang dapat mendukung para nasabah sekaligus pelaku UMKM dalam menghadapi kelemahan serta ancaman di masa yang akan datang. Kegiatan pendampingan seperti ini dapat mendorong masyarakat

khususnya para pelaku UMKM untuk meningkatkan kesadaran melalui pertukaran informasi dan pengetahuan. Keterampilan yang dimiliki oleh pendamping merupakan hal yang penting dalam pembelajaran kepada nasabah karena terdapat pengimplementasian materi kuliah. Kegiatan-kegiatan pendampingan yang telah dilakukan ditunjukkan pada Gambar 1-4. Analisis dampak pendampingan ditunjukkan pada Tabel 2.

Program pendampingan yang dilakukan oleh PPD yaitu membantu memperluas akses pasar melalui promosi usaha nasabah prasejahtera BTPN Syariah di laman sosial media Instagram Lapak Daya. Jumlah nasabah yang didampingi oleh PPD yaitu 112 orang selama periode magang kurang lebih 5 bulan.

Adapun kegiatan pendampingan pertama yang dilakukan oleh PPD yaitu mengunjungi MMS (*Mobile Marketing Syariah*), untuk menanyakan rekomendasi sentra kepada BM (*Business Manager*) dan CO (*Community Officer*). Kunjungan dilakukan setiap hari Senin - Rabu pada pukul 08.00 sebelum kegiatan PRS (Pertemuan Rutin Sentra) dimulai.

Kegiatan kedua PPD mengikuti PRS mensosialisasikan program pasar daya kepada para nasabah. Selain itu juga melakukan pendataan terkait jenis usaha serta produk/jasa yang dimiliki nasabah. Apabila terdapat nasabah yang berkenan mengikuti program tersebut serta masuk dalam kriteria yang dibutuhkan pasar daya, dilanjutkan dengan membuat jadwal kunjungan.

Kegiatan ketiga yaitu mengunjungi nasabah yang memiliki usaha berpotensi seperti produksi makanan, *fashion*, kerajinan, agribisnis dan jasa. Pada saat kunjungan tersebut dilakukan wawancara terkait produk/jasa yang ditawarkan dan juga memberikan *form* kesediaan nasabah untuk menampilkan produk yang dihasilkan ke dalam Lapak Daya laman media sosial.

Kegiatan keempat yaitu melakukan kurasi produk, yaitu kegiatan penyeleksian produk/jasa yang sesuai dengan kriteria Lapak Daya sebelum produk tersebut didokumentasikan. Jika produk/jasa memenuhi kriteria, PPD akan melakukan dokumentasi produk/jasa dengan memfoto serta membuat konten video semenarik mungkin. Pelaksanaan kurasi produk pada UMKM dapat memastikan produk UMKM memiliki standar mutu dan kelayakan untuk konsumen, mengetahui kesesuaian proses produksi, bahan baku, pengetahuan tentang produk, kemasan, harga produk serta potensi pengembangan produk.

**Tabel 1.** Contoh Analisis SWOT Usaha Nasabah

No	Kategori	Assesment Item	Temuan Assesment		SWOT Analysis	
			Temuan Assesment	Critical Thinking (Temuan Khusus)		
1	<b>Data/ Kondisi Usaha Nasabah</b>	a	Jenis usaha (toko kelontong, warung sembako, grosir)	Warungsembako	Lokasi usaha yang terletak di dalam gang, memberikan kemudahan akses bagi penduduk setempat, lebih dekat dari toko-toko besar di luar gang ( <i>Strength</i> )	
		b	Ukuran usaha (besar /kecil/menengah dll)	Menengah		
		c	Lokasi usaha (rumah/ toko/garasi/sewa dll)	Sebelah rumah nasabah		
2	<b>Managemen Usaha (Pencatatan Barang)</b>	a	Pelaku usaha (nasabah sendiri, nasabah+suami, nasabah+keluarga dll)	Nasabah sendiri	Pengelolaan keuangan kurang teratur ( <i>Weakness</i> )	
		b	Pengelolaan barang (pencatatan barang, penataan, dll)	Tidak pernah melakukan pencatatan		Nasabah kurang memahami cara pencatatan, keuangan dikelola secara sederhana
3	<b>Kondisi Produk</b>	a	Jenis produk (sepatu, sandal, <i>laundry</i> service, toko kue, toko kelontong dll)	Bahan sembako	Menambahkan produk-produk lokal atau unik yang mungkin tidak tersedia di warung sembako lainnya ( <i>Opportunity</i> )	
		b	Penampakan produk ( <i>display</i> barang menarik/tidak, kemasan menarik/tidak, kebersihan, kerapihan)	<i>Display</i> produk tercatat rapi di dalam etalase serta digantung		Nasabah juga menjual sayuran segar berdasar permintaan khusus Produk yang ditata dengan rapi sehingga para kosnumen dapat menarik kosnumen
		c	Kualitas (bagus, kurang bagus, bersih/tidak, service bagus/tidak, kebersihan, kerapihan)	Kebersihan warung hampir setiap pagi dibersihkan		Kebersihan warung terjamin karena hampir setiap pagi dibersihkan
4	<b>Penggunaan Teknologi</b>	a	Kepemilikan <i>smart-phone</i> (milik pribadi, keluarga)	Nasabah tidak memiliki <i>smartphone</i>		
		b	Tingkat pemahaman terhadap aplikasi ( <i>low, moderate, advance</i> )			
		c	Kemampuan pemanfaatan teknologi digital ( <i>low, moderate, advance</i> )			
5	<b>Kendala Usaha</b>	a	Service/ Pelayanan (membersihkan toko, merapikan, memasang daftar harga, menyapa ramah konsumen)	Nasabah tidak memasang daftar harga	Kontak langsung tanya harga menjadi sarana hubungan baik antara nasabah dan konsumen	Persaingan dengan warung sembako lain yang memberikan promosi paket ( <i>bundling</i> ) dapat mempengaruhi margin keuntungan ( <i>Threat</i> )
		b	Strategi pemasaran (menggali kebutuhan konsumen)	Nasabah memperhatikan produk yang sering dicari		
		c	<i>Cashflow</i> (membuat aturan, catatan berhutang, mencatat barang laku, barang masuk, membayar konsumsi pribadi)	Nasabah tidak melakukan pencatatan		
		d	Meningkatkan penjualan (membuat layanan pesan antar, promosi, melakukan survei harga, spanduk dan brosur)	Nasabah tidak melayani pesan antar dan tidak memiliki spanduk toko		
		e	Meningkatkan nominal pendapatan (membuat <i>resize/ packaging</i> , promosi paket produk ( <i>bundling</i> ))	Nasabah tidak melakukan promosi		



Gambar 1. Before After Toko Kelontong



Gambar 2. Before After Usaha Keripik



Gambar 3. Before After Usaha Bibit



Gambar 4. Before After Produk Jus

dalam mendata nasabah berpotensi. Produk nasabah yang berpotensi nantinya akan dipromosikan melalui Instagram Lapak Daya yang dikelola pihak BTPN Syariah Pusat.

PPD memiliki peran yang penting untuk membantu memperluas akses pasar nasabah BTPN Syariah. Melalui pendampingan promosi usaha dihasilkan peningkatan kosumen. Dalam hal ini, jenis dukungan yang diberikan kepada nasabah BTPN Syariah kecamatan Rogojampi adalah berupa pemberian pengetahuan terkait pentingnya promosi usaha melalui media digital sebagai langkah awal membangun citra usaha, sehingga dapat meningkatkan akses pasar dalam mengembangkan usahanya (Gambar 5). Contoh nasabah yang ditangani adalah Ibu Aries dari Sentra Krajan OK yang memiliki usaha produksi arang kayu. Ibu Aries belum pernah melakukan promosi usahanya secara *online*. Berdasarkan kriteria yang dimiliki oleh pasar daya, produk arang Ibu Aries termasuk dalam produk potensial.



Gambar 5. Promosi Digital

Tabel 2. Before-After Kegiatan Pendampingan

Before	After
Tempat usaha nasabah belum memiliki identitas usaha.	Tempat usaha nasabah sudah memiliki identitas usaha dalam bentuk <i>banner</i> .
Produk keripik nasabah belum memiliki label yang menunjukkan identitas produk.	produk keripik nasabah sudah memiliki label yang menunjukkan identitas produk serta produk nasabah menjadi lebih menarik.
Nasabah tidak melakukan kegiatan promosi baik secara <i>online</i> ataupun <i>offline</i>	Nasabah dapat melakukan promosi secara <i>offline</i> menggunakan <i>banner</i> ataupun <i>online</i> menggunakan <i>pamflet</i>
Produk minuman milik nasabah belum memiliki identitas produk.	Produk minuman nasabah sudah memiliki stiker yang menunjukkan identitas serta produk terlihat lebih menarik.

Kegiatan kelima yaitu pelaporan hasil, dengan melakukan pengisian kurasi produk/jasa nasabah BTPN Syariah melalui *link typeform/gform* yang telah disediakan. Hal ini bertujuan agar pihak BTPN Syariah lebih mudah

PPD juga membantu nasabah dalam pemasaran secara tradisional (Gambar 6). Pemasaran tradisional merupakan pemasaran yang berfokus pada penggunaan media dan saluran pemasaran tradisional untuk mempromosikan produk/jasa. Metode pemasaran ini telah digunakan sejak lama sebelum teknologi digital berkembang seperti spanduk, brosur, *banner* dan poster. Nasabah yang ditangani adalah Ibu Sulhak dari Sentra Puspan Baru yang memiliki usaha warung makan. Berdasarkan kriteria pasar daya, usaha Ibu Sulhak berpotensi karena beliau memproduksi produknya sendiri. Pemasaran usaha secara tradisional dilakukan dengan membuat identitas usaha dalam bentuk *banner*. Ibu Sulhak berusia di atas 60 tahun sehingga tidak dapat mengoperasikan *smartphone*, yang menjadi dasar pemilihan pemasaran produk secara tradisional. Kegiatan-kegiatan lain ditunjukkan dalam Tabel 3.



Gambar 6. Promosi Tradisional

Tabel 3. Kegiatan Pemasaran Nasabah BTPN Syariah

Jenis	Media	Keterangan
Pemasaran secara Tradisional	Banner	Pendampingan promosi usaha dilakukan kepada dua nasabah berpotensi yaitu ibu Sulhak dengan usaha warung makan dan ibu Sugiarti dengan usaha warung makmur. Kedua nasabah ini mendapatkan pendampingan promosi usaha secara tradisional karena beliau berusia di atas 60 tahun, tidak dapat mengoperasikan <i>smartphone</i> secara aktif. Harapannya dengan adanya identitas usaha sebagai upaya promosi usaha seperti <i>banner</i> dapat meningkatkan jumlah konsumen yang membeli.
Pemasaran secara Modern/Digital	Media Sosial	Pendampingan promosi usaha telah dilakukan kepada 112 nasabah BTPN Syariah, dan terdapat 3 usaha nasabah yang lolos kriteria pasar daya untuk dipromosikan secara <i>online</i> melalui Instagram. Usaha pertama adalah kerajinan anyaman bambu oleh Ibu Asmani, kedua adalah kerajinan kayu oleh Ibu Suprihatin, dan ketiga adalah produksi arang oleh Ibu Aries. Ketiga usaha tersebut mudah untuk dilakukan kurasi karena diproduksi sendiri dan memiliki potensi untuk dikembangkan lebih baik dari segi kapasitas dan kualitas

#### 4. PENUTUP

Berdasarkan kegiatan pendampingan yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa fasilitator pendamping dan penggerak pasar daya memberikan kontribusi untuk mengembangkan kegiatan usaha yang dimiliki oleh nasabah BTPN Syariah di Wilayah Banyuwangi. Fasilitator memberikan perubahan yang positif yaitu terjadi peningkatan ilmu serta pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah dalam bidang pengembangan usaha. Penggerak pasar daya ikut serta berkontribusi dalam kegiatan pemasaran usaha ataupun jasa nasabah BTPN Syariah dengan tujuan memperluas akses pasar.

#### DAFTAR PUSTAKA

[1]. Sari, L. I., & Fitriana, N. H. I. Peran Fasilitator Pendamping Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Nasabah

BTPN Syariah Di Kecamatan Wongsorejo Banyuwangi Jawa Timur. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1):76-82. 2024

[2]. Furuhi, F. A., Rizkiyah, N., & Zuhri, G. S. A. Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Ukm Kerupuk Fajar Melalui Online Single Submission (OSS). *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 2(4), 102-109. 2023

[3]. Kurniasari, D. N., Taufikurrahman, T., & Roidah, I. S. Strategi Pengembangan UMKM Melalui Legalitas Usaha dan Re-Branding Produk di Desa Kedungdalem Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Pengabdian Cendikia*, 2(4). 2023

[4]. Huzaimi, E. S., & Rozci, F. Pengenalan dan Pemberdayaan E-Commerce Pada UMKM Kerupuk Kaisar di Desa Sumberrejo Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 83-92. 2023

[5]. Burhan, F. A. "Andalkan Komunitas Ibu-Ibu, Siasat BTPN Syariah (BTPS) Raup Potensi Pasar Ultramikro". 2023, [online]. <https://finansial.bisnis.com/read/20230526/231/1659490/andalkan-komunitas-ibu-ibu-siasat-btpn-syariah-btps-raup-potensi-pasar> [Diakses: 10 Juli 2024]

[6]. Bestee.id. Program Bestee Tentang Program Kerja Sama Universitas. 2024, [online]. <https://www.bestee.id/program/universitas> [Diakses: 10 Juli 2024]

[7]. Adzanis, R. E. A., & Fitriana, N. H. I. Program Pendampingan Ukm Pada Nasabah Btpn Syariah Guna Meningkatkan Kemampuan Nasabah Dalam Berwirausaha. Karya: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 36-40. 2024

[8]. Putri, A. F., & Nurhadi, N. Peran Fasilitator Pendamping Dalam Pemberdayaan Ibu-Ibu Prasejahtera Produktif Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Nasabah PT Bank BTPN Syariah Tbk. Samajiva: *Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 95-105. 2024

[9]. Bestee.id. Program Bestee Universitas Penggerak Pasar Daya. 2024, [online]. <https://www.bestee.id/program/universitas?id=6548d787af0eee369df52c07> [Diakses: 11 Juli 2024]

[10]. Putra, I. G. N. A. B. Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 397. 2019