

**PENDIDIKAN DAN PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN KINERJA PADA BMT MANDIRI SEJAHTERA CABANG
SUKODADI LAMONGAN**

**Ali Muhajir¹, Titis Putri Arum Sari², Dana Agustian³, Anasrudin Maulana⁴, Mia
Noor Aurelia⁵**

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen, Universitas Islam Darul ‘ Ulum Lamongan
alimuhajir@unisda.ac.id

Abstract: *This community service activity aims to provide education and training in marketing strategies to BMT Mandiri Sejahtera, Sukodadi Branch, Lamongan in order to improve the performance of the institution. The training focused on understanding basic marketing concepts, market analysis, digital promotion strategies, and customer service. The methods used included lectures, discussions, and direct practice. The results of the activity showed an increase in participants' knowledge and skills in designing and implementing relevant and effective marketing strategies. The real impact of this activity can be seen from the increasing number of new members and the increase in financial transactions. This activity is expected to encourage BMT Mandiri Sejahtera to be more adaptive to changes in the market and technology, and to be able to compete sustainably in the microfinance sector.*

Keywords: *Training, marketing strategy, performance.*

Abstrak: *Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendidikan dan pelatihan strategi pemasaran kepada BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sukodadi, Lamongan guna meningkatkan kinerja lembaga. Pelatihan difokuskan pada pemahaman konsep dasar pemasaran, analisis pasar, strategi promosi digital, dan pelayanan nasabah. Metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi, dan praktik langsung. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam merancang dan menerapkan strategi pemasaran yang relevan dan efektif. Dampak nyata dari kegiatan ini terlihat dari meningkatnya jumlah anggota baru serta peningkatan transaksi keuangan. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong BMT Mandiri Sejahtera untuk lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan teknologi, serta mampu bersaing secara berkelanjutan di sektor keuangan mikro.*

Kata kunci: *Pelatihan, strategi pemasaran, kinerja.*

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) merupakan lembaga dengan konsep keuangan Syari'ah yang lahir dengan menggabungkan konsep Baitul Mal dan Baitul Tamwil sebagai suatu lembaga (Masyitoh, 2014). BMT adalah gerakan nasional dalam rangka memberdayakan masyarakat lapisan bawah (Fitriana, 2016). Melalui prinsip-prinsip syariah, BMT memberikan layanan simpan pinjam, pembiayaan usaha mikro, serta pengelolaan dana sosial keagamaan. Keberadaan BMT menjadi sangat penting dalam pembangunan ekonomi lokal karena tidak hanya memberikan akses keuangan, tetapi juga mendukung inklusi keuangan dan pemberdayaan ekonomi umat.

Namun, dalam praktiknya, banyak BMT menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja, terutama pada aspek pemasaran. Dalam memahami strategi pemasaran, kemampuan memanfaatkan media digital, serta inovasi dalam promosi dan pengembangan produk. Tantangan ini semakin kompleks ketika BMT dihadapkan pada persaingan dengan lembaga keuangan lain yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Persaingan saat ini sangat dinamis maka dari itu setiap lembaga diharuskan lebih produktif sehingga dapat menciptakan ide-ide yang kreatif serta inovatif dengan tujuan bisa memajukan dan mengembangkan sebuah organisasi (Larasati, 2018). suatu lembaga membutuhkan strategi khusus untuk mempersiapkan sumber daya manusia di dalamnya (Sutrisno, 2009).

Salah satu BMT yang mengalami tantangan tersebut adalah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sukodadi, Lamongan. Meski secara geografis berada di lokasi yang strategis dan memiliki basis nasabah yang cukup potensial, belum sepenuhnya mengoptimalkan potensi tersebut. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan peningkatan kapasitas SDM dalam bidang pemasaran. Pendidikan dan pelatihan strategi pemasaran menjadi salah satu solusi strategis untuk menjawab tantangan tersebut. Melalui pelatihan, pengurus dan staf BMT diharapkan dapat memahami konsep pemasaran modern, mampu mengidentifikasi segmen pasar potensial, serta menyusun strategi promosi yang relevan dan inovatif. Pelatihan juga menjadi wadah untuk memperkenalkan penggunaan teknologi dan media digital sebagai alat bantu dalam promosi dan pelayanan anggota.

Selain itu, pelatihan ini diharapkan dapat memicu perubahan pola pikir dan budaya kerja di lingkungan BMT, dari yang bersifat pasif dan konvensional menjadi lebih adaptif, responsif, dan inovatif. Melatih peserta pelatihan mengkaji suatu pekerjaan yang sesuai dengan bidangnya (Dinata:2020). Proses pembelajaran yang melibatkan praktik langsung dan studi kasus nyata akan memberikan pengalaman yang aplikatif, sehingga peserta dapat langsung menerapkan hasil pelatihan dalam operasional harian BMT. Apabila suatu organisasi dapat

menjalankan manajemen sumber daya manusianya dengan baik, maka akan dengan mudah menjalankan kerjanya (Antari, 2022).

Dari sisi lembaga pendidikan tinggi, kegiatan ini merupakan bentuk nyata dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam bidang pengabdian kepada masyarakat. Keterlibatan dosen dan mahasiswa dalam kegiatan ini tidak hanya memberi kontribusi nyata bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat keterkaitan antara dunia akademik dengan kebutuhan riil di lapangan. Hal ini diharapkan dapat menciptakan sinergi yang saling menguntungkan antara perguruan tinggi dan lembaga keuangan mikro seperti BMT.

Lebih jauh, pelatihan ini juga diharapkan dapat memberikan dampak berkelanjutan, tidak hanya bagi BMT Mandiri Sejahtera, tetapi juga bagi masyarakat sekitar. Dengan meningkatnya kinerja BMT, diharapkan pelayanan kepada anggota menjadi lebih optimal, akses pembiayaan usaha mikro menjadi lebih mudah, dan pada akhirnya mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Dampak positif lainnya adalah munculnya kepercayaan publik yang lebih besar terhadap lembaga keuangan syariah, yang menjadi modal penting dalam membangun keberlanjutan BMT di masa depan.

Dengan memperhatikan berbagai latar belakang tersebut, maka pelaksanaan pendidikan dan pelatihan strategi pemasaran untuk BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sukodadi menjadi sangat relevan dan strategis. Ini bukan hanya tentang peningkatan kapasitas internal lembaga, tetapi juga tentang menciptakan ekosistem keuangan mikro syariah yang lebih kuat, kompetitif, dan berorientasi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif, di mana peserta dilibatkan secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Metode ini dipilih untuk memastikan bahwa materi pelatihan benar-benar dipahami dan dapat diaplikasikan oleh peserta dalam konteks kerja mereka sehari-hari.

1. Identifikasi Kebutuhan

Kegiatan diawali dengan survei kebutuhan pelatihan yang dilakukan melalui wawancara dan kuesioner kepada pengurus dan staf BMT. Hasil survei ini digunakan untuk merancang materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi nyata di lapangan.

2. Penyusunan Materi Pelatihan

Materi pelatihan disusun berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, mencakup: pengantar pemasaran, segmentasi pasar, strategi promosi, penggunaan media digital, branding, dan peningkatan pelayanan nasabah.

3. Pelaksanaan Pelatihan, pelatihan dilaksanakan dalam bentuk:

- a. Ceramah dan Diskusi Interaktif: Penyampaian materi oleh narasumber diselingi dengan tanya jawab untuk memperdalam pemahaman.
- b. Studi Kasus: Analisis kasus nyata yang relevan dengan kondisi BMT Mandiri Sejahtera.
- c. Simulasi dan Praktik: Peserta melakukan simulasi penyusunan strategi pemasaran dan penggunaan media sosial untuk promosi.

Evaluasi dan Tindak Lanjut Evaluasi dilakukan dengan pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Selain itu, dilakukan pendampingan singkat pasca pelatihan untuk membantu implementasi strategi yang telah dirancang.

HASIL PEMBAHASAN

Pelatihan strategi pemasaran yang dilaksanakan di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sukodadi menghasilkan beberapa temuan penting yang menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan perubahan sikap peserta terhadap pentingnya pemasaran yang efektif.

1. Peningkatan Pemahaman Konsep Pemasaran

Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta memiliki pemahaman yang terbatas mengenai strategi pemasaran. Setelah pelatihan, hasil post-test menunjukkan peningkatan skor rata-rata sebesar 45% dibandingkan pre-test. Peserta mulai memahami konsep segmentasi pasar, targetting, dan positioning sebagai dasar dalam menyusun strategi pemasaran.

2. Kemampuan Menggunakan Media Digital

Pelatihan ini memperkenalkan berbagai platform digital seperti media sosial (Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business) untuk kegiatan promosi. Peserta dilatih membuat konten promosi sederhana dan efektif. Hasilnya, dalam waktu satu minggu pasca pelatihan, beberapa konten yang diunggah mendapatkan respons positif dari masyarakat, termasuk peningkatan interaksi dan pertanyaan terkait produk simpan pinjam.

3. Strategi Pelayanan Anggota

Ditekankan pula pentingnya pelayanan prima kepada anggota sebagai bagian dari strategi pemasaran. Peserta dilatih untuk meningkatkan komunikasi, ketepatan layanan, dan membangun loyalitas nasabah melalui pendekatan personal. Hal ini berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah yang tercermin dari testimoni positif dan penambahan jumlah nasabah baru.

4. Perubahan Pola Pikir

Salah satu dampak signifikan dari pelatihan ini adalah perubahan pola pikir pengurus BMT yang semula cenderung pasif menjadi lebih proaktif dalam menjangkau pasar. Peserta

menunjukkan inisiatif dalam menyusun rencana pemasaran jangka pendek dan menengah dengan lebih sistematis.

Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan dampak yang nyata terhadap peningkatan kinerja BMT Mandiri Sejahtera. Keberhasilan ini tidak hanya ditunjukkan dari sisi internal (peningkatan kapasitas staf), tetapi juga dari indikator eksternal seperti peningkatan nasabah dan volume transaksi keuangan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan strategi pemasaran di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sukodadi, Lamongan, terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan kinerja lembaga. Pelatihan yang dilaksanakan secara partisipatif dan aplikatif berhasil meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta dalam merancang dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Peningkatan terjadi pada aspek pengetahuan pemasaran, pemanfaatan media digital, pelayanan anggota, serta perubahan pola pikir pengurus BMT yang lebih terbuka terhadap inovasi dan adaptasi teknologi. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya dukungan edukatif dan pendampingan kepada lembaga keuangan mikro dalam menghadapi tantangan pasar yang terus berubah. Sebagai tindak lanjut, disarankan agar BMT Mandiri Sejahtera terus mengembangkan strategi pemasaran yang telah dirancang, melakukan evaluasi berkala, dan menjalin kemitraan dengan pihak eksternal untuk pengembangan kapasitas yang berkelanjutan. Kegiatan semacam ini juga perlu direplikasi pada BMT lain guna memperkuat sektor keuangan mikro syariah secara umum.

SARAN

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan objek pengabdian masyarakat tidak hanya pada satu cabang BMT, tetapi juga pada beberapa cabang atau lembaga serupa guna memperoleh hasil yang lebih general. Selain itu, peneliti dapat mempertimbangkan variabel tambahan seperti tingkat kepuasan anggota atau penggunaan teknologi digital dalam strategi pemasaran untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kinerja BMT.

UCAPAN TERIMA KASIH (Jika Ada)

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan pengabdian masyarakat ini, khususnya kepada pimpinan dan staf BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sukodadi Lamongan atas kerjasama dan informasi yang telah diberikan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing dan Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan serta keluarga dan rekan-rekan yang telah memberikan motivasi dan masukan yang berharga selama proses pengabdian ini berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Antari, Ni Nyoman Wulan. 2022 “Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui On The Job Training Dan Off The Job Training Dimasa Pandemi Covid-19 Pada LDP Tanjung Bungkak Denpasar,” *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* Vol. 4 No. 2.
- Dinata, Muhammad Julistia. (2020), “On The Job Training – Magang. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Fitriana, Widya. 2016. “Lembaga Keuangan Mikro Syariah: Eksistensi Dan Aksebilitasnya Bagi Pembiayaan Usaha tani Di Sumatera Barat”, dalam *Jurnal Agrobisnis Indonesia*. Vol. 4, No. 2.
- Handayani, S., Rosyida, IA., Bilgies, AF. (2025). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah: Kompetensi SDM, Standar Akuntansi Pemerintahan, Dan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*. 2 (1), 529-539.
- Larasati, Sri. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Deepublish.
- Masyitoh, Novita Dewi. 2014. “Analisis Norrmatif Undang-undang Nomor 1 tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Atas Status Hukum Dan Pengawasan Baitul Maal Wa Tanwil (BMT)”, dalam *Jurnal Economica*. Volume V, Edisi 2.
- Sutrisno, Edy. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana.