

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Dokumentasi Observasi Awal

DOKUMENTASI OBSERVASI AWAL

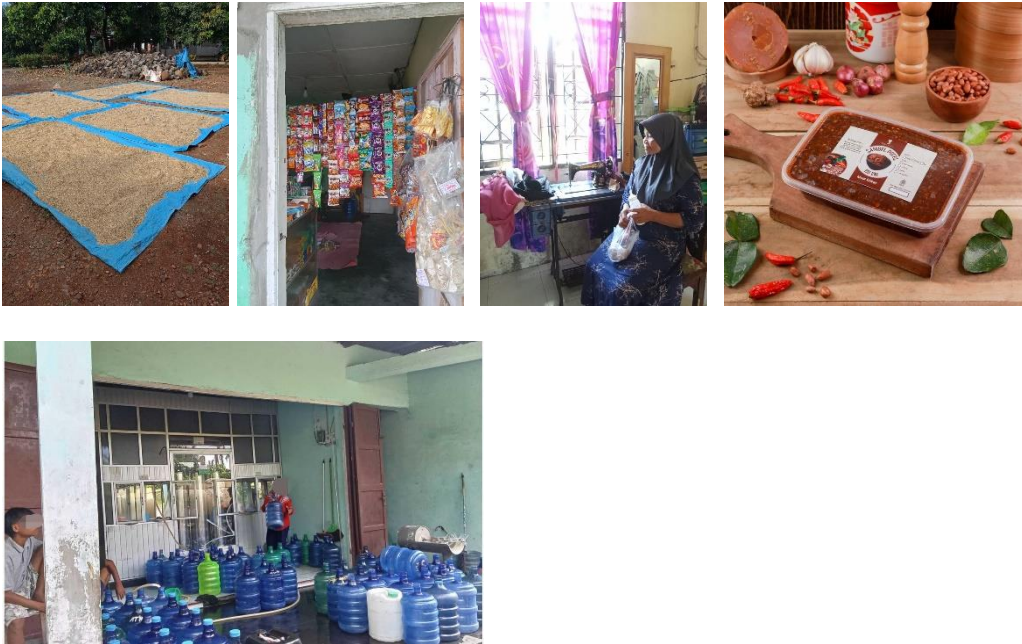
1. Kegiatan Observasi Awal (Wawancara) Peneliti dengan Fasilitator Pendamping dan Nasabah.



2. Kegiatan Pendampingan Usaha oleh Fasilitator kepada Nasabah Program Pemberdayaan



3. Kondisi Usaha Mikro Nasabah Program Pemberdayaan



4. Kegiatan Pertemuan Rutin Nasabah Program Pemberdayaan.



Lampiran 2 : Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

A. Identitas Informan

- Nama Informan :
- Jabatan/Peran : Fasilitator Pendamping / Nasabah / *Community officer*
- Tanggal Wawancara :
- Lokasi Wawancara :
- Jenis Informan : (Pilih: Fasilitator / Nasabah / Pihak Bank)

B. Pertanyaan Wawancara

1. Pertanyaan untuk Fasilitator Pendamping

1. Bagaimana peran Anda sebagai fasilitator dalam program pemberdayaan nasabah di Bank XYZ?
2. Apa saja tugas utama yang Anda lakukan dalam proses pendampingan nasabah?
3. Bagaimana bentuk pendampingan yang Anda berikan terkait pengembangan strategi pemasaran usaha nasabah?
4. Apakah Anda memberikan pelatihan atau edukasi terkait pemasaran? Jika iya, seperti apa bentuknya?
5. Strategi pemasaran apa saja yang biasanya Anda arahkan kepada nasabah?
6. Bagaimana cara Anda membantu nasabah dalam memasarkan produk mereka, baik secara offline maupun online?
7. Kendala apa saja yang sering Anda hadapi dalam proses pendampingan pemasaran nasabah?
8. Bagaimana solusi yang Anda lakukan untuk mengatasi kendala tersebut?
9. Apakah dilakukan evaluasi terhadap perkembangan usaha nasabah? Jika ada, bagaimana prosesnya?
10. Menurut Anda, sejauh mana peran fasilitator mempengaruhi peningkatan strategi pemasaran nasabah?
11. Apakah terdapat target atau indikator keberhasilan dalam pendampingan nasabah? Jelaskan.
12. Bagaimana respon nasabah terhadap pendampingan yang Anda lakukan?

2. Pertanyaan untuk Nasabah (Pelaku Usaha)

1. Bagaimana Anda mengetahui atau bergabung dengan program pemberdayaan Bank XYZ?
2. Apa peran fasilitator dalam membantu usaha Anda?
3. Apakah Anda mendapatkan pendampingan terkait strategi pemasaran? Jelaskan bentuknya.
4. Strategi pemasaran apa yang Anda gunakan setelah mendapatkan pendampingan?
5. Apakah ada perubahan dalam cara Anda memasarkan produk setelah mengikuti program ini?
6. Bagaimana dampak pendampingan terhadap jumlah pelanggan atau penjualan usaha Anda?
7. Kendala apa yang Anda hadapi dalam menerapkan strategi pemasaran?
8. Bagaimana fasilitator membantu Anda dalam mengatasi kendala tersebut?

9. Apakah materi pendampingan mudah dipahami dan diterapkan?
10. Menurut Anda, apakah program ini membantu meningkatkan usaha Anda? Jelaskan.

3. Pertanyaan untuk Pihak Bank

1. Apa tujuan utama program pemberdayaan nasabah yang dijalankan oleh Bank XYZ?
2. Bagaimana peran fasilitator dalam mendukung keberhasilan program tersebut?
3. Bagaimana standar atau SOP dalam proses pendampingan nasabah?
4. Apakah ada pelatihan khusus bagi fasilitator sebelum mendampingi nasabah?
5. Bagaimana sistem evaluasi keberhasilan program pemberdayaan ini?
6. Apa tantangan utama dalam pelaksanaan program pemberdayaan nasabah?

Lampiran 3 : Transkrip Hasil Wawancara Informan

TRANSKRIP HASIL WAWANCARA INFORMAN

Informan: 1 (IK 1)

Jabatan/Peran: Karyawan Bank XYZ

Jenis Informan: Informan Pendukung

Tanggal: 10 Agustus 2026

Lokasi: Kantor Bank XYZ

1. **P:** Apa tujuan utama program pemberdayaan nasabah yang dijalankan oleh Bank XYZ?
K1: Program ini memang dibuat untuk membantu nasabah, bukan hanya dari sisi pembiayaan saja. Jadi nasabah yang punya usaha juga diberikan pendampingan supaya usahanya bisa lebih berkembang. Harapannya nasabah nggak hanya menerima pembiayaan, tapi juga bisa lebih mandiri dalam menjalankan usahanya.
2. **P:** Bagaimana peran fasilitator dalam mendukung keberhasilan program tersebut?
K1: Fasilitator itu yang banyak berhubungan langsung dengan nasabah. Mereka yang datang ke lapangan, melihat kondisi usaha nasabah, memberikan materi, terus mendampingi dan melihat perkembangan nasabah. Jadi fasilitator bisa dibilang sebagai penghubung antara program Bank dengan nasabah di lapangan.
3. **P:** Bagaimana standar atau SOP dalam proses pendampingan nasabah?
K1: Secara umum pendampingan dilakukan secara bertahap. Fasilitator melihat dulu kondisi dan kebutuhan nasabah, setelah itu materi yang diberikan disesuaikan dengan kondisi usaha. Kemudian ada praktik atau penerapan, setelah itu perkembangan nasabah dilihat lagi. Jadi tidak hanya datang kasih materi saja, tapi ada proses pendampingan dan evaluasinya.
4. **P:** Apakah ada pelatihan khusus bagi fasilitator sebelum mendampingi nasabah?

K1: Ada pembekalan untuk fasilitator sebelum turun mendampingi nasabah. Mereka diberikan pemahaman mengenai program, cara melakukan pendampingan, materi yang akan diberikan dan bagaimana menghadapi kondisi nasabah yang berbeda-beda. Karena nasabah juga punya kemampuan yang berbeda, jadi fasilitator harus bisa menyesuaikan cara penyampaiannya.

5. **P:** Bagaimana sistem evaluasi keberhasilan program pemberdayaan ini?

K1: Evaluasinya tidak hanya dilihat dari penjualan naik atau tidak. Yang dilihat juga apakah nasabah memahami materi, apakah nasabah mencoba menerapkannya, bagaimana perkembangan usahanya dan apakah ada perubahan dalam cara mereka menjalankan usaha. Karena memang setiap nasabah kondisinya berbeda, jadi hasilnya tidak bisa disamakan.

6. **P:** Apa tantangan utama dalam pelaksanaan program pemberdayaan nasabah?

K1: Tantangannya salah satunya kemampuan nasabah yang berbeda-beda. Ada yang cepat memahami dan langsung mencoba, tapi ada juga yang masih kesulitan, terutama kalau berkaitan dengan teknologi atau media sosial. Ada nasabah yang memang belum terbiasa menggunakan HP untuk usaha. Selain itu, konsistensi nasabah juga menjadi tantangan, karena materi yang sudah diberikan belum tentu langsung diterapkan secara rutin.

Informan :2 (Fasilitator Pendamping 1)

Jabatan/Peran : Fasilitator Pendamping

Jenis Informan : Informan Utama

Tanggal : 25 Agustus 2026

Lokasi : onlie (gmeet)

1. **P:** Bagaimana peran Anda sebagai fasilitator dalam program pemberdayaan nasabah di Bank XYZ?

IF 1: “Perannya itu mendampingi dan memberikan arahan kepada nasabah. Kami juga membantu nasabah dalam mengembangkan usahanya.”

2. **P:** Apa saja tugas utama yang Anda lakukan dalam proses pendampingan nasabah?

IF 1: “Memberikan pendampingan dan edukasi, melakukan pemantauan usaha nasabah, serta membantu mencari solusi atas masalah yang dihadapi oleh nasabah.”

3. **P:** Bagaimana bentuk pendampingan yang diberikan terkait pengembangan strategi pemasaran usaha nasabah?

IF 1: “Kami membantu nasabah menentukan target pasarnya, bagaimana melakukan promosi, dan menentukan strategi pemasaran yang sesuai dengan usahanya.”

4. **Peneliti:** Bagaimana langkah-langkah pendampingan yang dilakukan kepada nasabah?

IF 1 : “Langkahnya sudah ditentukan dari Bank. Ada beberapa kali pertemuan. Pertama pengenalan, kemudian pemberian materi, setelah itu review dan praktik. Jadi dilakukan bertahap supaya nasabah yang

awalnya belum tahu bisa memahami materinya dan akhirnya bisa melakukannya sendiri.”

5. **P** : Apakah Anda memberikan edukasi atau pelatihan mengenai pemasaran kepada nasabah?

IF 1: “Iya, ada. Biasanya edukasinya sederhana, seperti bagaimana melakukan promosi, menggunakan media sosial, pelayanan kepada pelanggan, dan juga packaging atau cara mengemas produk.”

6. **P**: Strategi pemasaran apa saja yang diarahkan kepada nasabah dalam proses pendampingan?

IF 1: “Strateginya seperti promosi melalui media sosial, dari mulut ke mulut, memberikan promosi kepada pelanggan, dan memperluas jaringan pelanggan. Untuk online bisa menggunakan WhatsApp, Facebook, Instagram, marketplace, dan media sosial lainnya. Kalau offline bisa dilakukan secara langsung kepada lingkungan dan jaringan yang ada di sekitar nasabah.”

7. **P**: Bagaimana cara Anda mengetahui kondisi dan kebutuhan usaha nasabah sebelum memberikan materi pendampingan?

IF : “Awalnya kami mengenali kondisi usaha nasabah terlebih dahulu. Kami melihat permasalahan, kekuatan, kelemahan, dan peluang usahanya melalui SWOT. Dari situ baru bisa ditentukan materi apa yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.”

8. **P** : Apa saja kendala yang sering Anda hadapi dalam proses pendampingan pemasaran nasabah?

IF 1: “Biasanya kendalanya karena pengetahuan nasabah tentang pemasaran masih kurang, kemudian ada keterbatasan modal dan kemampuan menggunakan media digital.”

9. **P**: Bagaimana perbedaan kemampuan nasabah memengaruhi proses pendampingan?

IF : “Nasabah itu kemampuannya berbeda-beda. Ada yang cepat memahami materi, tetapi ada juga yang masih kesulitan, terutama dalam memahami pemasaran dan menggunakan media sosial. Jadi cara penyampaiannya harus disesuaikan dengan kemampuan masing-masing nasabah.”

10. **P** : Apa saja kendala yang sering Anda hadapi dalam proses pendampingan pemasaran nasabah?

IF 1 : “Biasanya kendalanya karena pengetahuan nasabah tentang pemasaran masih kurang, kemudian ada keterbatasan modal dan kemampuan menggunakan media digital.”

11. **P** : Bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut?

IF 1 : “Kami memberikan arahan, pelatihan yang sederhana, kemudian mendampingi secara bertahap. Jadi disesuaikan dengan kemampuan nasabah.”

12. **P** : Bagaimana cara Anda menyampaikan materi agar mudah dipahami oleh nasabah?

IF 1 : “Dari awal kami lihat dulu cara berkomunikasi seperti apa. Jadi bahasanya disesuaikan dengan nasabah. Kalau materinya terlalu sulit, kami sederhanakan dan menggunakan contoh yang dekat dengan usaha mereka.”

13. **P** : Apakah praktik langsung diberikan dalam proses pendampingan?

IF 1 : “Iya. Pendampingannya bertahap, mulai dari pemberian materi, kemudian review, dan dilanjutkan dengan praktik. Jadi nasabah tidak hanya mendengarkan materi, tetapi juga mencoba langsung supaya bisa menerapkannya sendiri.”

14.P : Apakah terdapat media atau aplikasi yang digunakan untuk mendukung proses pendampingan?

IF 1 : “Ada aplikasi Bestiku yang menyediakan materi yang bisa digunakan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Selain itu ada juga aplikasi yang digunakan untuk memantau proses pelatihan dan melakukan pelaporan kegiatan pendampingan.”

15.P : Bagaimana cara Anda melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap perkembangan usaha nasabah?

IF 1 : “Kami melihat perkembangan penjualan, pemasaran, jumlah pelanggan, dan kondisi usaha secara keseluruhan. Dari situ bisa dilihat apakah strategi yang diberikan sudah diterapkan atau masih ada kendala yang perlu ditindaklanjuti.”

16.P : Menurut Anda, apa yang menjadi indikator bahwa proses pendampingan sudah memberikan perkembangan kepada nasabah?

IF 1 : “Bisa dilihat dari pemahaman nasabah terhadap materi, apakah sudah mencoba menerapkan yang diberikan, kemudian ada perkembangan dalam cara menjalankan usaha, pemasaran, dan penjualannya.”

17.P : Apa yang dilakukan apabila nasabah masih mengalami kesulitan setelah diberikan materi?

IF 1 : “Kami memberikan arahan lagi dan mengulang penjelasan kalau memang belum paham. Pendampingannya dilakukan bertahap dan disesuaikan dengan kemampuan nasabah.”

18.P : Bagaimana peran fasilitator dalam membantu nasabah menyelesaikan permasalahan usaha?

IF 1 : “Kami membantu melihat masalah yang dihadapi nasabah, kemudian memberikan arahan dan mencari solusi yang sesuai dengan kondisi usahanya.”

19.P : Secara keseluruhan, bagaimana Anda melihat peran fasilitator dalam membantu nasabah mengembangkan strategi pemasaran usahanya?

IF 1 : “Fasilitator berperan mendampingi, memberikan edukasi dan arahan, membantu nasabah memahami strategi pemasaran, kemudian memantau perkembangannya. Jadi bukan hanya memberikan materi, tetapi juga membantu nasabah sampai bisa mencoba menerapkannya.”

Informan : 3 (Fasilitator Pendamping 2)

Jabatan/Peran : Fasilitator Pendamping

Jenis Informan : Informan Utama

Tanggal : 10 Agustus 2026

Lokasi : Kediaman Fasilitator

1. P : Bagaimana peran Anda sebagai fasilitator dalam program pemberdayaan nasabah di Bank XYZ?

IF 2 : “Sebagai fasilitator pendamping, saya berperan untuk mendampingi nasabah dalam menjalankan dan mengembangkan

usahanya. Jadi bukan hanya memberikan motivasi, tapi juga membantu dalam pemasaran, pengembangan usaha, sampai membantu membuat identitas usaha supaya produknya lebih mudah dikenal.”

2. **P** : Apa saja tugas utama yang Anda lakukan dalam proses pendampingan nasabah?

IF 2 : “Tugas saya melakukan kunjungan dan pendampingan, melihat perkembangan usaha, mendengarkan kendala yang mereka hadapi, memberikan motivasi dan arahan, serta membantu mencari solusi. Selain itu, saya juga membantu nasabah memperkenalkan dan mengembangkan identitas usaha, seperti membuat nama usaha atau merek yang sesuai dengan produk yang dijual.”

3. **P** : Bagaimana bentuk pendampingan yang diberikan terkait pengembangan strategi pemasaran usaha nasabah?

IF 2 : “Saya memberikan pendampingan mulai dari hal yang sederhana. Misalnya kalau nasabah sudah berjualan tetapi belum mempunyai nama atau merek usaha, saya arahkan untuk membuat identitas usaha supaya produknya lebih mudah dikenali. Selain itu, saya juga memberikan arahan tentang cara menawarkan produk, membuat kemasan lebih menarik, mengambil foto produk, dan memanfaatkan media sosial untuk promosi.”

4. **P** : Apakah Anda memberikan pelatihan atau edukasi terkait pemasaran?

IF 2 : “Iya, tetapi lebih banyak dalam bentuk edukasi dan sharing secara langsung saat pendampingan. Saya memberikan pemahaman tentang pentingnya pemasaran dan identitas usaha. Misalnya, usaha akan lebih mudah diingat pelanggan kalau mempunyai nama atau merek. Saya juga mengajarkan cara sederhana menggunakan WhatsApp atau media sosial untuk mempromosikan produk.”

5. **P** : Strategi pemasaran apa saja yang diarahkan kepada nasabah dalam proses pendampingan?

IF 2 : “Strateginya seperti membuat nama atau merek usaha, menggunakan kemasan yang lebih menarik, promosi dari mulut ke mulut, memberikan promo atau harga khusus, memanfaatkan WhatsApp dan media sosial, serta menjaga kualitas produk dan pelayanan.”

6. **P** : Bagaimana penerapan strategi pemasaran secara offline dan online yang diarahkan kepada nasabah?

IF 2 : “Untuk offline, nasabah diarahkan untuk memperkenalkan produk kepada orang-orang di lingkungan sekitar dan membangun identitas usaha supaya produknya lebih mudah dikenali. Kalau online, bisa menggunakan WhatsApp dan media sosial dengan mengunggah foto produk, membuat WhatsApp Status untuk promosi, serta memperkenalkan nama atau merek usaha.”

7. **P** : Kendala apa saja yang sering Anda hadapi dalam proses pendampingan pemasaran nasabah?

IF 2 : “Kendalanya karena sebagian besar usaha nasabah masih sederhana dan dijalankan secara rumahan. Banyak yang belum mempunyai identitas usaha seperti nama usaha, merek, logo, atau kemasan yang menjadi ciri khas produknya. Selain itu, ada juga

nasabah yang belum terbiasa menggunakan media sosial untuk berjualan dan masih kurang memahami cara melakukan promosi.”

8. **P** : Bagaimana Anda menghadapi perbedaan kebutuhan pemasaran dari masing-masing nasabah?

IF 2 : “Kebutuhan setiap nasabah berbeda. Kalau nasabah belum mempunyai identitas usaha, pendampingannya dimulai dari nama atau merek dan kemasan. Kalau sudah ada, bisa diarahkan ke promosi dan pemasaran yang lebih luas. Jadi disesuaikan dengan kondisi usaha masing-masing.”

9. **P** : Bagaimana solusi yang Anda lakukan untuk mengatasi kendala tersebut?

IF 2 : “Saya mencoba memberikan solusi yang sederhana dan sesuai dengan kemampuan nasabah. Misalnya membantu mereka menentukan nama usaha yang mudah diingat dan sesuai dengan produk yang dijual. Setelah itu saya memberikan arahan mengenai penggunaan nama atau merek tersebut pada kemasan maupun saat melakukan promosi.”

10. **P** : Bagaimana upaya yang dilakukan untuk membantu nasabah dalam pemasaran online?

IF 2 : “Untuk pemasaran online, saya juga membantu menjelaskan cara menggunakan WhatsApp atau media sosial secara bertahap.”

11. **P** : Apakah dilakukan evaluasi terhadap perkembangan usaha nasabah?

IF 2 : “Iya, evaluasi dilakukan melalui kunjungan dan pendampingan secara berkala. Saya melihat perkembangan usaha, kondisi penjualan, cara nasabah melakukan pemasaran, dan apakah arahan yang diberikan sudah diterapkan. Saya juga melihat apakah nasabah sudah mulai mempunyai identitas usaha dan lebih aktif dalam mempromosikan produknya.”

12. **P** : Menurut Anda, apa yang menjadi indikator keberhasilan pendampingan kepada nasabah?

IF 2 : “Keberhasilan tidak hanya dilihat dari peningkatan penjualan. Bisa dilihat juga dari perubahan kemampuan nasabah dalam mengelola dan memasarkan usaha. Misalnya sudah mempunyai nama atau merek usaha, memperbaiki kemasan, lebih aktif melakukan promosi, menggunakan media sosial, memperoleh pembeli baru, maupun mengalami peningkatan penjualan.”

13. **P** : Bagaimana respons nasabah terhadap pendampingan yang diberikan?

IF 2 : “Secara umum cukup baik. Nasabah merasa terbantu karena mendapatkan arahan mengenai aspek usaha yang sebelumnya belum terlalu mereka perhatikan, terutama mengenai pentingnya identitas usaha dan kegiatan promosi.”

14. **P** : Bagaimana cara Anda mengetahui apakah arahan yang diberikan sudah diterapkan oleh nasabah?

IF 2 : “Dilihat melalui kunjungan dan pendampingan secara berkala. Kami melihat perkembangan usaha, cara nasabah melakukan pemasaran, dan perubahan yang sudah dilakukan, seperti penggunaan identitas usaha atau aktivitas promosi.”

15. **P** : Secara keseluruhan, bagaimana peran fasilitator dalam membantu nasabah mengembangkan strategi pemasaran usahanya?
IF 2 : “Fasilitator berperan mendampingi, memberikan edukasi dan arahan, membantu nasabah memahami strategi pemasaran, kemudian memantau perkembangannya. Jadi bukan hanya memberikan materi, tetapi juga membantu nasabah sampai bisa mencoba menerapkannya.”

Informan :4 (Fasilitator Pendamping 3)

Jabatan/Peran : Fasilitator Pendamping

Jenis Informan : Informan Utama

Tanggal : 29 Agustus 2026

Lokasi : Online (Gmeet)

1. **P** : Bagaimana peran Anda sebagai fasilitator dalam program pemberdayaan nasabah di Bank XYZ?
IF 3 : “Peran saya sebagai fasilitator itu sebagai pendamping atau sebagai strategis yang menjembatani antara bank dengan nasabah atau pelaku UMKM.”
2. **P** : Apa saja tugas utama yang Anda lakukan dalam proses pendampingan nasabah?
IF 3 : “Saya melakukan asesmen terhadap kondisi dan kebutuhan usaha nasabah, memantau perkembangan usahanya, serta membantu mencari solusi terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah.”
3. **P** : Bagaimana bentuk pendampingan yang diberikan terkait pengembangan strategi pemasaran usaha nasabah?
IF 3 : “Untuk pendampingannya itu seperti pendampingan langsung. Saya berdiskusi dengan nasabah terkait kendala dalam produk atau usahanya. Kemudian mencari tahu harga pasaran dan produk yang mereka pasarkan, mengevaluasi kualitas produknya, kemasannya, dan penetapan harga jual. Selain itu, saya juga membantu menyusun promosi untuk memperluas target pasar.”
4. **P** : Apakah Anda memberikan edukasi atau pelatihan mengenai pemasaran kepada nasabah?
IF 3 : “Iya, edukasi pemasaran diberikan secara individu maupun dalam kelompok kecil. Materinya seperti dasar-dasar digital marketing dan materi yang berkaitan dengan pengembangan usaha.”
5. **P** : Strategi pemasaran apa saja yang diarahkan kepada nasabah dalam proses pendampingan?
IF 3 : “Strateginya disesuaikan dengan kondisi usaha nasabah. Bisa melalui pemasaran lokal, media sosial, telepon, dan Google Maps.”
6. **P** : Bagaimana penerapan strategi pemasaran secara offline yang diarahkan kepada nasabah?
IF 3 : “Untuk offline, nasabah diarahkan untuk menata atau melakukan display produk agar lebih menarik. Selain itu, nasabah juga diarahkan untuk berpartisipasi dalam bazar atau pameran UMKM.”
7. **P** : Bagaimana penerapan strategi pemasaran secara online yang diarahkan kepada nasabah?

- IF 3 :** “Untuk online, nasabah diarahkan memanfaatkan media sosial dan Google Maps sebagai sarana untuk memperkenalkan produk dan usaha.”
- 8. P :** Bagaimana langkah-langkah pendampingan yang dilakukan kepada nasabah?
- IF 3 :** “Pendampingan dilakukan melalui empat kali pertemuan. Pertemuan pertama untuk memperoleh data dan mengetahui kondisi awal nasabah yang sudah disiapkan oleh pihak bank. Pertemuan berikutnya untuk mengetahui kendala dan kebutuhan usaha. Kemudian pertemuan selanjutnya memberikan materi atau edukasi kepada nasabah. Pertemuan terakhir digunakan untuk melakukan evaluasi.”
- 9. P :** Bagaimana proses identifikasi kondisi usaha nasabah sebelum memberikan materi?
- IF 3 :** “Di awal dilakukan identifikasi terhadap kondisi usaha, termasuk mengetahui kekurangan, kendala, serta kebutuhan nasabah. Hasil identifikasi tersebut menjadi dasar dalam menentukan materi dan bentuk pendampingan yang sesuai dengan kondisi usaha nasabah.”
- 10. P :** Bagaimana evaluasi dilakukan terhadap perkembangan usaha nasabah?
- IF 3 :** “Evaluasi dapat dilakukan dengan melihat produk yang terjual serta pemasukan yang diperoleh nasabah pada saat pendampingan.”
- 11. P :** Apa saja kendala yang Anda hadapi dalam memberikan edukasi strategi pemasaran kepada nasabah?
- IF 3 :** “Apalagi kalau dari usia yang senior, mereka belum tahu tentang teknologi. Jadi itu sangat sulit diajarkan.”
- 12. P :** Selain keterbatasan teknologi, apakah terdapat kendala lainnya?
- IF 3 :** “Ada juga keterbatasan modal yang dimiliki oleh nasabah. Selain itu, masih ada nasabah yang kurang memahami cara mempromosikan dan mengemas produk.”
- 13. P :** Bagaimana respons nasabah terhadap kegiatan pendampingan yang diberikan?
- IF 3 :** “Untuk responsnya tidak seragam. Ada yang positif dan juga ada yang negatif.”
- 14. P :** Bagaimana bentuk respons positif dan negatif dari nasabah?
- IF 3 :** “Ada nasabah yang menerima dan menyediakan waktu untuk kegiatan pendampingan. Tetapi ada juga yang menunda pertemuan atau berusaha menghindari pertemuan dengan fasilitator.”
- 15. P :** Bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala dalam pendampingan?
- IF 3 :** “Saya melakukan bimbingan teknis secara sabar dan mengulanginya terus-menerus pada setiap pertemuan. Kemudian menggunakan bahasa yang ringkas atau mudah mereka pahami.”
- 16. P :** Bagaimana cara Anda menyesuaikan materi agar mudah dipahami oleh nasabah?
- IF 3 :** “Sebelum memberikan materi, saya pelajari terlebih dahulu materi yang akan disampaikan. Setelah itu saya ambil intinya atau

saya rangkum menggunakan bahasa yang lebih sederhana agar dapat dipahami oleh nasabah.”

17.P : Apa bentuk upaya lain yang dilakukan dalam proses pendampingan?

IF 3 : “Saya memberikan arahan mengenai penggunaan media sosial dan fitur promosi yang tersedia. Saya juga membantu mengevaluasi sejauh mana nasabah memahami materi yang diberikan serta memberikan motivasi agar nasabah konsisten menjalankan strategi bisnis yang telah diajarkan.”

18.P : Apakah terdapat aplikasi yang digunakan untuk mendukung proses pendampingan?

IF 3 : “Ada aplikasi yang digunakan untuk mendukung proses pendampingan, termasuk penyediaan langkah-langkah atau materi pendampingan dan fitur evaluasi. Selain itu, ada juga aplikasi yang digunakan oleh nasabah yang menyediakan materi pembelajaran berkaitan dengan pengembangan usaha dan peningkatan penjualan.”

19.P : Bagaimana Anda melihat keberhasilan pendampingan yang dilakukan kepada nasabah?

IF 3 : “Keberhasilan pendampingan bisa dilihat dari perubahan usaha nasabah. Ada nasabah bidang makanan dan usaha peternakan ayam potong yang mengalami perkembangan. Perkembangannya terlihat dari semakin luasnya jangkauan usaha dan meningkatnya promosi melalui media sosial, sehingga produk dapat dikenal oleh masyarakat di luar lingkungan tempat usaha.”

20.P : Apakah pengaruh fasilitator terhadap peningkatan strategi pemasaran selalu signifikan?

IF 3 : “Tidak selalu signifikan, karena sebagian nasabah sudah mengetahui atau mempelajari beberapa strategi pemasaran dari perkembangan teknologi digital secara mandiri. Jadi fasilitator lebih berperan dalam membantu, mengarahkan, dan mengatasi kendala yang masih dihadapi nasabah.”

21.P : Apa saja indikator yang dapat digunakan untuk melihat keberhasilan pendampingan?

IF 3 : “Salah satunya bisa dilihat dari pembuatan izin usaha. Untuk peningkatan pendapatan atau perluasan jangkauan usaha tidak selalu bisa dijadikan indikator untuk seluruh nasabah, karena kondisi dan kemampuan setiap nasabah berbeda.”

22.P : Secara keseluruhan, bagaimana peran fasilitator dalam membantu nasabah mengembangkan strategi pemasaran usaha?

IF 3 : “Fasilitator berperan sebagai pendamping, pengarah, edukator, serta penghubung antara bank dan nasabah. Pendampingan dilakukan melalui asesmen kondisi usaha, identifikasi kebutuhan dan kendala, pemberian materi pemasaran, pendampingan penerapan strategi, serta evaluasi perkembangan usaha.”

Informan : 5 (Fasilitator Pendamping 4)
Jabatan/Peran : Fasilitator Pendamping
Jenis Informan : Informan Utama
Tanggal : 29 Agustus 2026
Lokasi : Online (gmeet)

1. **P** : Bagaimana peran Anda sebagai fasilitator dalam mendampingi nasabah?
IF 4 : “Sebagai fasilitator saya berperan dalam mendampingi nasabah untuk mengembangkan usaha yang mereka miliki. Pendampingan tidak hanya berfokus pada kegiatan usaha, tetapi juga membantu nasabah dalam mengelola usahanya, seperti membuat daftar harga, mengenalkan cara mengelola produk, serta membantu nasabah dalam memasarkan produk dengan baik.”
2. **P** : Apa saja kegiatan yang dilakukan dalam proses pendampingan?
IF 4 : “Saya melakukan komunikasi dan pendampingan kepada nasabah, mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, kemudian memberikan edukasi berdasarkan kebutuhan masing-masing nasabah.”
3. **P** : Bagaimana tahapan pendampingan yang dilakukan kepada nasabah?
IF 4 : “Bentuk pendampingan sendiri yang saya gunakan itu ada empat kali pertemuan. Pertemuan pertama melakukan kunjungan dan observasi terkait usaha nasabah. Kemudian kunjungan kedua melakukan atau mengajarkan materi. Yang ketiga yaitu mengimplementasikan atau mempraktikkan materi yang sudah saya berikan. Kemudian yang keempat itu adalah melihat output atau hasil dari pendampingan yang sudah saya lakukan kepada nasabah.”
4. **P** : Apa saja materi yang diberikan dalam pengembangan strategi pemasaran usaha nasabah?
IF 4 : “Salah satu materi yang banyak diberikan adalah mengenai identitas produk. Banyak nasabah yang belum memiliki merek usaha, logo, maupun banner. Jadi saya membantu nasabah membuat identitas usaha yang sederhana agar produk lebih mudah dikenali.”
5. **P** : Strategi pemasaran apa yang lebih banyak diarahkan kepada nasabah?
IF 4 : “Strategi pemasaran lebih banyak diarahkan melalui pemasaran tradisional atau offline karena disesuaikan dengan kondisi wilayah dan lokasi usaha nasabah. Sebagian nasabah berada di daerah pelosok dan berjualan di pasar tradisional.”
6. **P** : Bagaimana penerapan pemasaran secara offline?
IF 4 : “Untuk offline, saya membantu membuat identitas produk seperti banner dan daftar harga. Saya juga memberikan arahan mengenai cara menawarkan produk kepada konsumen, terutama bagi nasabah yang berjualan di pasar tradisional.”
7. **P** : Bagaimana penerapan pemasaran secara online?
IF 4 : “Untuk pemasaran online masih terbatas karena hanya sebagian kecil nasabah yang sudah memahami penggunaan

teknologi. Ada yang menggunakan WhatsApp dan Facebook, tetapi sebagian besar masih mengandalkan pemasaran secara langsung.”

8. **P** : Apakah dilakukan identifikasi atau analisis terhadap kondisi usaha nasabah sebelum memberikan pendampingan?

IF 4 : “Iya, dilakukan identifikasi kondisi usaha melalui SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan dari masing-masing usaha. Dari situ dapat diketahui kebutuhan pendampingan yang sesuai.”

9. **P** : Bagaimana cara mengevaluasi perkembangan usaha nasabah setelah pendampingan?

IF 4 : “Evaluasi dilakukan dengan melihat perubahan yang terjadi setelah pendampingan, termasuk perubahan pada produk dan identitas usaha. Salah satu perubahan yang terlihat adalah nasabah yang sebelumnya belum memiliki merek atau logo kemudian memiliki identitas usaha.”

10. **P** : Apakah perkembangan strategi pemasaran nasabah dapat diamati secara langsung?

IF 4 : “Tidak semuanya dapat diamati secara langsung karena saya tidak selalu mengikuti kegiatan nasabah ketika berjualan. Sebagian nasabah berjualan di pasar pada waktu dini hari sehingga saya tidak terlibat langsung dalam kegiatan penjualan tersebut.”

11. **P** : Apakah pendapatan nasabah juga menjadi bagian yang diperhatikan dalam evaluasi?

IF 4 : “Iya, pada setiap pertemuan saya menanyakan kondisi pendapatan nasabah, apakah mengalami peningkatan, tetap, atau mengalami penurunan. Selama pendampingan tidak ditemukan nasabah yang mengalami penurunan pendapatan, meskipun peningkatannya tidak selalu besar dan ada juga yang masih stagnan.”

12. **P** : Apa kendala yang paling sering dihadapi dalam proses pendampingan?

IF 4 : “Kendala yang paling sering saya temui adalah nasabah masih belum terbiasa menggunakan teknologi dan media sosial untuk berjualan.”

13. **P** : Bagaimana kondisi kemampuan nasabah dalam menggunakan teknologi?

IF 4 : “Hanya sebagian kecil nasabah yang mampu menggunakan media sosial seperti WhatsApp atau Facebook untuk kegiatan pemasaran. Sebagian besar masih mengandalkan pemasaran secara langsung. Ada juga nasabah yang menggunakan telepon genggam secara terbatas atau menggunakan telepon genggam milik anggota keluarga.”

14. **P** : Apakah terdapat kendala lain selain keterbatasan teknologi?

IF 4 : “Ada juga kendala dalam pengelolaan usaha. Sebagian nasabah belum melakukan pencatatan keuangan sederhana, seperti mencatat barang yang masuk dan keluar, modal yang digunakan, hasil penjualan, serta keuntungan atau kerugian.”

15. **P** : Apakah empat kali pertemuan sudah cukup untuk mengembangkan usaha nasabah?

- IF 4 :** “Pendampingan empat kali saja itu kurang untuk proses bagaimana nanti usaha nasabahnya itu berkembang.”
- 16.P :** Apakah terdapat kendala dalam akses internet ketika memberikan materi?
- IF 4 :** “Ada beberapa wilayah tempat tinggal nasabah yang memiliki keterbatasan akses internet. Hal tersebut menjadi kendala ketika materi membutuhkan akses terhadap video atau materi digital.”
- 17.P :** Bagaimana solusi yang dilakukan untuk mengatasi keterbatasan teknologi dan internet?
- IF 4 :** “Biasanya saya mencoba memberikan pendampingan secara bertahap dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh nasabah.”
- 18.P :** Bagaimana cara mengatasi kendala ketika nasabah tidak dapat mengakses materi digital?
- IF 4 :** “Video materi dari Bank XYZ itu saya download biasanya, download dulu. Kemudian juga mungkin ada beberapa nasabah yang enggak terbiasa melihat video. Jadi saya membuat rangkuman, terus diprint kemudian saya berikan kepada nasabah.”
- 19.P :** Apakah ada aplikasi yang digunakan untuk mendukung proses pendampingan?
- IF 4 :** “Ada aplikasi yang disediakan oleh bank untuk mendukung proses pendampingan. Aplikasi tersebut menyediakan materi pendampingan seperti video dan PowerPoint, serta memungkinkan fasilitator membuat materi sesuai kebutuhan nasabah.”
- 20.P :** Apakah nasabah dapat mengakses kembali materi yang telah diberikan?
- IF 4 :** “Ada juga aplikasi yang dapat digunakan oleh nasabah untuk mengakses kembali materi yang telah diberikan. Materi yang digunakan dalam pendampingan dapat diinput oleh fasilitator sehingga dapat diakses kembali oleh nasabah melalui aplikasi tersebut.”
- 21.P :** Apa saja perubahan yang terlihat setelah nasabah mendapatkan pendampingan?
- IF 4 :** “Perubahan yang paling banyak terlihat adalah pada identitas produk. Ada nasabah yang sebelumnya belum memiliki logo usaha kemudian dibuatkan logo. Ada juga tiga nasabah yang sebelumnya belum memiliki banner sehingga dibuatkan banner untuk dipasang pada gerobak atau warung.”
- 22.P :** Apakah ada bentuk bantuan lain dalam kegiatan pemasaran?
- IF 4 :** “Ada nasabah yang sudah memiliki logo dan banner, tetapi membutuhkan bantuan dalam pemasaran melalui WhatsApp. Untuk nasabah seperti itu, saya membantu membuat flyer.”
- 23.P :** Apa indikator yang digunakan untuk melihat keberhasilan pendampingan?
- IF 4 :** “Salah satu indikator yang paling mudah dilihat adalah adanya identitas produk seperti nama usaha, logo, banner, dan daftar harga. Namun, tidak semua nasabah bersedia menggunakan banner atau identitas usaha karena ada yang merasa usahanya hanya melayani masyarakat sekitar dan berada di wilayah pelosok.”
- 24.P :** Bagaimana tingkat keberhasilan pendampingan yang dilakukan?

IF 4 : “Kalau dari penilaian saya, sekitar 7 dari 10 nasabah dapat dikatakan berhasil didampingi. Tetapi empat kali pertemuan masih belum cukup untuk mengembangkan seluruh aspek usaha karena masih ada aspek pemasaran, desain kemasan, dan pengembangan usaha yang membutuhkan pendampingan lebih lanjut.”

25.P : Bagaimana respons nasabah terhadap kegiatan pendampingan?

IF 4 : “Secara umum nasabah menerima masukan dan materi yang diberikan, terutama mengenai identitas produk. Nasabah merasa terbantu dengan adanya identitas produk karena membuat usaha mereka terlihat lebih jelas dan lebih mudah dikenali.”

26.P : Secara keseluruhan, bagaimana peran Anda dalam membantu nasabah mengembangkan strategi pemasaran?

IF 4 : “Peran saya mencakup pendampingan, komunikasi, identifikasi permasalahan, edukasi, praktik, pemberian motivasi, membantu membuat identitas produk, serta melakukan evaluasi. Pendampingan dilakukan secara bertahap mulai dari observasi kondisi usaha, pemberian materi, praktik atau implementasi, sampai evaluasi atau melihat output pendampingan.”

Informan: 6 (Nasabah 1)

Jabatan/Peran: Nasabah

Jenis Informan: Informan Utama

Tanggal: 10 Agustus 2026

Lokasi: Tempat Usaha Nasabah

1. P : Bagaimana Ibu bisa mengikuti program pemberdayaan dari Bank XYZ?

N1 : “Programnya dari Bank. Saya sudah jadi nasabah, terus dari Bank disampaikan kalau ada pendampingan untuk usaha. Nanti ada fasilitator yang datang ke usaha saya untuk mendampingi dan membantu.”

2. P : Apa peran fasilitator dalam membantu usaha Ibu?

N1 : “Fasilitator banyak membantu saya, terutama soal cara jualan. Sebelumnya saya ya jualan saja, kalau ada orang datang beli ya dilayani. Setelah ada pendampingan, saya diajari bagaimana supaya orang lebih tahu sama usaha saya.”

3. P : Apakah Ibu mendapatkan pendampingan terkait strategi pemasaran? Jelaskan bentuknya.

N1 : “Iya, dapat. Dia ngajari cara promosi, cara bikin usaha lebih dikenal, terus juga diajari pakai WhatsApp untuk jualan. Saya juga dibantu buat spanduk supaya orang yang lewat tahu saya jual apa.”

4. P : Strategi pemasaran apa yang Ibu gunakan setelah mendapatkan pendampingan?

N1 : “Sekarang saya lebih sering pasang di status WhatsApp. Kalau ada barang atau makanan yang baru dibuat, saya foto terus saya masukkan ke status. Spanduk juga saya pasang di depan rumah.”

5. P : Apakah ada perubahan dalam cara Ibu memasarkan produk setelah mengikuti pendampingan?

N1 : “Ada. Dulu saya nggak pernah promosi lewat HP. Paling orang sekitar saja yang tahu. Sekarang saya coba kasih tahu lewat WhatsApp. Jadi nggak cuma nunggu orang datang.”

6. **P** : Bagaimana dampak pendampingan terhadap jumlah pembeli atau penjualan usaha Ibu?
N1 : “Lumayan ada perubahan. Ada yang lihat dari status WhatsApp terus datang beli. Memang nggak setiap hari banyak, tapi ada beberapa pembeli baru yang sebelumnya nggak pernah beli.”
7. **P** : Kendala apa yang Ibu hadapi dalam menerapkan strategi pemasaran?
N1 : “Kadang saya lupa mau promosi. Terus kalau mau bikin yang bagus-bagus saya kurang bisa. Saya juga nggak terlalu ngerti HP.”
8. **P** : Bagaimana fasilitator membantu Ibu mengatasi kendala tersebut?
N1 : “Diajarin pelan-pelan. Kalau saya nggak ngerti, dijelaskan lagi. Kadang langsung dipraktikkan sama saya, jadi saya tinggal mengikuti.”
9. **P** : Apakah materi pendampingan mudah dipahami dan diterapkan?
N1 : “Kalau dijelaskan langsung saya lebih ngerti. Kalau cuma dikasih teori saya agak susah. Tapi fasilitator biasanya langsung kasih contoh sesuai jualan saya.”
10. **P** : Menurut Ibu, apakah program ini membantu meningkatkan usaha Ibu? Jelaskan.
N1 : “Iya membantu. Saya jadi tahu kalau jualan itu bukan cuma nunggu pembeli, tapi harus dikenalkan juga. Sekarang saya lebih berani promosi.”

Informan: 7 (Nasabah 2)

Jabatan/Peran: Nasabah

Jenis Informan: Informan Utama

Tanggal: 10 Agustus 2026

Lokasi: Tempat Usaha Nasabah

1. **P** : Bagaimana Ibu bisa mengikuti program pemberdayaan dari Bank XYZ?
N2 : “Programnya memang dari Bank. Saya sudah jadi nasabah, terus Bank memberikan pendampingan untuk usaha. Ada fasilitator yang datang dan nanti mengajarkan tentang usaha sama cara memasarkannya.”
2. **P** : Apa peran fasilitator dalam membantu usaha Ibu?
N2 : “Fasilitator membantu saya melihat apa yang kurang dari usaha saya. Terus dikasih tahu cara supaya jualan saya lebih menarik dan orang lebih gampang tahu.”
3. **P** : Apakah Ibu mendapatkan pendampingan terkait strategi pemasaran? Jelaskan bentuknya.
N2 : “Iya. Saya diajari cara promosi lewat WhatsApp sama Instagram. Terus dia juga kasih tahu bagaimana foto produk dan kasih informasi harga supaya orang yang lihat nggak bingung.”
4. **P** : Strategi pemasaran apa yang Ibu gunakan setelah mendapatkan pendampingan?
N2 : “Saya pakai WhatsApp sama Instagram. Kalau ada produk baru saya foto, terus saya upload. Kalau di WhatsApp biasanya saya masukkan ke status.”
5. **P** : Apakah ada perubahan dalam cara Ibu memasarkan produk setelah mengikuti pendampingan?

- N2 :** “Ada. Dulu saya jarang promosi. Sekarang lebih sering. Dulu mikirnya kalau orang mau beli ya datang sendiri. Sekarang saya coba kasih tahu dulu produknya.”
6. **P :** Bagaimana dampak pendampingan terhadap jumlah pembeli atau penjualan usaha Ibu?
N2 : “Ada peningkatan. Memang nggak langsung banyak, tapi ada beberapa pembeli yang tahu dari WhatsApp dan Instagram. Jadi jangkauan jualannya lebih luas.”
7. **P :** Kendala apa yang Ibu hadapi dalam menerapkan strategi pemasaran?
N2 : “Kadang bingung mau posting apa. Terus saya juga nggak setiap hari sempat pegang HP karena harus mengurus usaha sama rumah.”
8. **P :** Bagaimana fasilitator membantu Ibu mengatasi kendala tersebut?
N2 : “Biasanya dikasih contoh. Misalnya hari ini bisa posting produk apa, terus cara ngomongnya bagaimana. Jadi saya nggak terlalu bingung.”
9. **P :** Apakah materi pendampingan mudah dipahami dan diterapkan?
N2 : “Lumayan mudah karena langsung dicontohkan. Kalau cuma dijelaskan mungkin saya cepat lupa, tapi kalau langsung dipraktikkan lebih ingat.”
10. **P :** Menurut Ibu, apakah program ini membantu meningkatkan usaha Ibu? Jelaskan.
N2 : “Iya membantu. Sekarang saya lebih tahu cara promosi. Sebelumnya saya cuma jualan biasa, sekarang sudah mulai mencoba promosi lewat media sosial.”

Informan: 8 (Nasabah 3)

Jabatan/Peran: Nasabah

Jenis Informan: Informan Utama

Tanggal: 10 Agustus 2026

Lokasi: Tempat Usaha Nasabah

1. **P :** Bagaimana Ibu bisa mengikuti program pemberdayaan dari Bank XYZ?
N3 : “Saya ikut karena memang programnya dari Bank. Jadi bukan saya yang daftar sendiri. Setelah itu saya didampingi fasilitator, biasanya datang untuk melihat usaha dan memberikan arahan.”
2. **P :** Apa peran fasilitator dalam membantu usaha Ibu?
N3 : “Fasilitator membantu kasih arahan. Dia datang, lihat usaha saya, terus kasih tahu apa yang bisa diperbaiki. Terutama masalah promosi.”
3. **P :** Apakah Ibu mendapatkan pendampingan terkait strategi pemasaran? Jelaskan bentuknya.
N3 : “Iya ada. Saya diajari cara menawarkan jualan lewat WhatsApp dan bagaimana membuat orang tertarik sama produk.”
4. **P :** Strategi pemasaran apa yang Ibu gunakan setelah mendapatkan pendampingan?

- N3** : “Saya pakai WhatsApp. Kadang saya pasang di status kalau ada barang. Kalau ada yang tanya baru saya balas.”
5. **P** : Apakah ada perubahan dalam cara Ibu memasarkan produk setelah mengikuti pendampingan?
- N3** : “Kalau cara jualannya ada sedikit berubah. Saya sudah coba pakai WhatsApp. Tapi belum terlalu sering juga karena saya masih belum terbiasa.”
6. **P** : Bagaimana dampak pendampingan terhadap jumlah pembeli atau penjualan usaha Ibu?
- N3** : “Kalau untuk penjualan belum terlalu terasa. Masih kurang lebih sama seperti sebelumnya. Pembeli saya kebanyakan memang orang yang sudah biasa beli.”
7. **P** : Kendala apa yang Ibu hadapi dalam menerapkan strategi pemasaran?
- N3** : “Saya kurang ngerti HP. Kalau yang macam-macam itu saya nggak bisa. Jadi paling saya pakai WhatsApp saja yang saya ngerti.”
8. **P** : Bagaimana fasilitator membantu Ibu mengatasi kendala tersebut?
- N3** : “Diajarin pelan-pelan. Kalau saya nggak bisa, biasanya dibantu. Tapi memang saya sendiri yang masih susah mengikutinya.”
9. **P** : Apakah materi pendampingan mudah dipahami dan diterapkan?
- N3** : “Kalau dijelaskan saya ngerti, tapi pas mau melakukannya sendiri kadang lupa. Apalagi kalau pakai aplikasi atau yang harus bikin-bikin.”
10. **P** : Menurut Ibu, apakah program ini membantu meningkatkan usaha Ibu? Jelaskan.
- N3** : “Membantu untuk pengetahuan. Saya jadi tahu ada cara lain untuk promosi. Tapi kalau untuk penjualan saya belum merasa banyak berubah.”

Informan: 9 (Nasabah 4)

Jabatan/Peran: Nasabah

Jenis Informan: Informan Utama

Tanggal: 10 agustus 2026

Lokasi: Tempat Usaha Nasabah

1. **P** : Bagaimana Ibu bisa mengikuti program pemberdayaan dari Bank XYZ?
- N4** : “Dari Bank yang memberikan programnya. Saya sudah menjadi nasabah, lalu ada pendampingan usaha. Fasilitator yang datang ke tempat usaha saya dan memberikan arahan.”
2. **P** : Apa peran fasilitator dalam membantu usaha Ibu?
- N4** : “Fasilitator lebih banyak memberikan arahan. Dia lihat usaha saya, terus kasih tahu bagaimana supaya usaha lebih dikenal orang.”
3. **P** : Apakah Ibu mendapatkan pendampingan terkait strategi pemasaran? Jelaskan bentuknya.
- N4** : “Iya. Saya pernah diajari tentang spanduk, nama usaha, terus cara menawarkan produk. Katanya usaha juga harus punya tanda supaya orang gampang ingat.”

4. **P** : Strategi pemasaran apa yang Ibu gunakan setelah mendapatkan pendampingan?
N4 : “Saya pakai spanduk. Kalau untuk media sosial saya jarang, karena saya kurang bisa. Jadi saya lebih nyaman jualan langsung sama lewat orang-orang sekitar.”
5. **P** : Apakah ada perubahan dalam cara Ibu memasarkan produk setelah mengikuti pendampingan?
N4 : “Kalau ada. Sekarang saya lebih memperhatikan tampilan usaha. Dulu ya biasa saja. Sekarang saya pasang spanduk supaya orang tahu.”
6. **P** : Bagaimana dampak pendampingan terhadap jumlah pembeli atau penjualan usaha Ibu?
N4 : “Kalau pembeli belum banyak berubah. Masih orang-orang yang itu juga. Ada yang lihat spanduk, tapi belum sampai banyak menambah pembeli.”
7. **P** : Kendala apa yang Ibu hadapi dalam menerapkan strategi pemasaran?
N4 : “Saya kurang paham kalau menggunakan media sosial. Saya juga nggak biasa buat-buat foto atau video untuk jualan.”
8. **P** : Bagaimana fasilitator membantu Ibu mengatasi kendala tersebut?
N4 : “Fasilitator biasanya kasih cara yang sederhana. Kalau saya belum bisa pakai media sosial, dia bilang nggak apa-apa, yang penting mulai dari yang saya bisa dulu.”
9. **P** : Apakah materi pendampingan mudah dipahami dan diterapkan?
N4 : “Kalau dijelaskan langsung mudah. Tapi kalau sudah disuruh pakai HP sendiri saya kadang bingung.”
10. **P** : Menurut Ibu, apakah program ini membantu meningkatkan usaha Ibu? Jelaskan.
N4 : “Kalau untuk pengetahuan iya membantu. Saya jadi tahu usaha perlu dipromosikan. Tapi untuk penjualan belum ada peningkatan yang besar.”

Informan: Informan 10 (Nasabah 5)

Jabatan/Peran: Nasabah

Jenis Informan: Informan Utama

Tanggal: 10 Agustus 2026

Lokasi: Tempat Usaha Nasabah

1. **P** : Bagaimana Ibu bisa mengikuti program pemberdayaan dari Bank XYZ?
N5 : “Program itu memang dari Bank untuk nasabah yang punya usaha. Saya sudah menjadi nasabah, kemudian mendapatkan pendampingan dari fasilitator. Jadi fasilitator datang dan membantu saya dalam menjalankan usaha.”
2. **P** : Apa peran fasilitator dalam membantu usaha Ibu?
N5 : “Fasilitator membantu memberikan arahan. Kalau ada yang kurang dari usaha saya, biasanya diberitahu. Terus dia juga mengajarkan cara promosi.”

3. **P** : Apakah Ibu mendapatkan pendampingan terkait strategi pemasaran? Jelaskan bentuknya.
N5 : “Iya, ada. Saya diajari promosi lewat WhatsApp, cara mengenalkan produk dan cara membuat pembeli tahu kalau ada barang yang dijual.”
4. **P** : Strategi pemasaran apa yang Ibu gunakan setelah mendapatkan pendampingan?
N5 : “Saya pakai status WhatsApp. Kalau ada barang baru atau ada yang mau dijual, saya kasih tahu lewat status.”
5. **P** : Apakah ada perubahan dalam cara Ibu memasarkan produk setelah mengikuti pendampingan?
N5 : “Sedikit ada. Sekarang saya tahu kalau WhatsApp bisa dipakai untuk jualan juga. Dulu saya pakai WhatsApp cuma untuk komunikasi biasa.”
6. **P** : Bagaimana dampak pendampingan terhadap jumlah pembeli atau penjualan usaha Ibu?
N5 : “Kalau penjualan masih kurang lebih sama. Belum ada peningkatan yang banyak. Mungkin karena saya juga belum rutin melakukan promosinya.”
7. **P** : Kendala apa yang Ibu hadapi dalam menerapkan strategi pemasaran?
N5 : “Kadang nggak sempat. Saya harus mengurus usaha dan pekerjaan lain juga. Jadi kalau mau promosi kadang ingat, kadang nggak.”
8. **P** : Bagaimana fasilitator membantu Ibu mengatasi kendala tersebut?
N5 : “Fasilitator sering mengingatkan supaya promosi dilakukan terus. Dia juga bilang nggak perlu yang susah-susah, yang penting rutin dan orang tahu kita jual apa.”
9. **P** : Apakah materi pendampingan mudah dipahami dan diterapkan?
N5 : “Iya, kalau dijelaskan gampang. Saya lebih suka kalau langsung dicontohkan. Kalau cuma teori saya agak susah mengingatnya.”
10. **P** : Menurut Ibu, apakah program ini membantu meningkatkan usaha Ibu? Jelaskan.
N5 : “Membantu, terutama saya jadi tahu cara promosi. Tapi kalau untuk meningkatkan penjualan belum terlalu kelihatan karena saya sendiri belum rutin menerapkannya.”

Lampiran 4 : Dokumentasi Wawancara Informan

DOKUMENTASI WAWANCARA INFORMAN

1. Informan Fasilitator Pendamping



2. Informan Nasabah

