

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran fasilitator pendamping dalam proses pembuatan identitas usaha nasabah BTPN Syariah di MMS Kutalimbaru. Fasilitator pendamping memiliki peran penting dalam memberdayakan nasabah prasejahtera produktif, khususnya perempuan pelaku UMKM, melalui Program Bestee dari BTPN Syariah. Melalui pendekatan komunikasi interpersonal, fasilitator membantu nasabah dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan, termasuk pembuatan identitas usaha seperti logo, banner, dan pendaftaran izin usaha. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, penentuan informan dilakukan dengan cara *purposive sampling*, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tahapan komunikasi interpersonal antara fasilitator pendamping dengan nasabah BTPN Syariah di MMS Kutalimbaru dibagi menjadi lima kategori yang dilihat dari aspek kontak sebagai interaksi awal, keterlibatan sebagai dukungan, keakraban sebagai rasa ketergantungan, perusakan sebagai hambatan dan pemutusan sebagai pengambilan keputusan dalam proses pendampingan. Pendampingan ini bertujuan untuk membuat identitas usaha sehingga dapat meningkatkan branding usaha nasabah, memperluas akses pasar, dan mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Fasilitator Pendamping, Komunikasi Interpersonal, Identitas Usaha BTPN Syariah

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of the facilitator in the process of creating a business identity for BTPN Syariah customers at MMS Kutalimbaru. The facilitator has an important role in empowering productive underprivileged customers, especially women entrepreneurs in micro, small, and medium enterprises (UMKM), through the Bestee Program from BTPN Syariah. Through an interpersonal communication approach, the facilitator helps customers improve their knowledge and entrepreneurial skills, including creating business identities such as logos, banners, and registering business licenses. This study is descriptive qualitative, the determination of informants was carried out by purposive sampling, data collection techniques were carried out by observation, interviews, and documentation. The results of the study showed that the stages of interpersonal communication between the facilitator and BTPN Syariah customers at MMS Kutalimbaru were divided into five categories seen from the aspects of contact as initial interaction, involvement as support, familiarity as a sense of dependence, destruction as an obstacle and termination as decision making in the mentoring process. This mentoring aims to create a business identity so that it can improve customer business branding, expand market access, and support the sustainable growth of UMKM.

Keywords: *Accompanying Facilitators, Interpersonal Communication, Business Identity, BTPN Syariah*