PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora
Vol.5, No.6, Oktober 2026

Komunikasi Interpersonal Fasilitator dalam Pendampingan Nasabah UMKM melalui Program Bestee BTPN Syariah di Kota Samarinda

Lintang Nareswari[1], Kadek Dristiana Dwivayani[2], Ziya Ibrizah[3]
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Mulawarman, Indonesia
E-mail: lintangnareswari22@gmail.com[1], kadek.dwivayani@fisip.unmul.ac.id[2],
ziyaibr@fisip.unmul.ac.id[3]

Article History:
Received: 05 September 2026
Revised: 16 September 2026
Accepted: 21 September 2026

Keywords: *Komunikasi Interpersonal, Penetrasi Sosial, Pendampingan UMKM, Fasilitator, Program Bestee*

Abstract: *Pelaku UMKM di Kota Samarinda masih menghadapi hambatan dalam literasi digital, pemasaran, dan literasi keuangan sehingga membutuhkan pendampingan yang edukatif dan komunikatif. Program Bestee BTPN Syariah menjawab kebutuhan tersebut dengan menempatkan mahasiswa sebagai fasilitator dalam pendampingan nasabah UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori penetrasi sosial dan konsep komunikasi interpersonal DeVito serta komunikasi persuasif sebagai konsep pendukung. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tiga informan yang dipilih secara purposive, observasi partisipatif, dan dokumentasi lalu dianalisis dengan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima indikator diterapkan pada tahapan pendampingan yang berbeda. Keterbukaan dibangun melalui perkenalan dan penjelasan program untuk mengurangi kecurigaan awal, empati ditunjukkan melalui penyesuaian ketersediaan dan kondisi nasabah, sikap mendukung diwujudkan melalui suasana komunikasi yang nyaman dan pemberian motivasi, sikap positif membantu memperkuat keyakinan dan keterlibatan aktif nasabah, sedangkan kesetaraan terlihat dari pelibatan nasabah dalam menentukan materi dan hasil pendampingan. Teori penetrasi menjelaskan perkembangan hubungan melalui interaksi dan pertukaran informasi bertahap. Komunikasi berfungsi sebagai konsep pendukung yang membantu menjelaskan penerimaan pesan tanpa paksaan. Temuan ini menegaskan pentingnya komunikasi yang interpersonal yang terstruktur pada tiap tahapan sehingga mampu meningkatkan efektivitas pendampingan UMKM.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah UMKM mencapai 65,5 juta

unit pada tahun 2025 dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan hampir 97% penyerapan tenaga kerja (Limanseto, 2025). Besarnya peran tersebut menjadikan pemberdayaan pelaku usaha mikro sebagai agenda strategis, tetapi kapasitas pelaku usaha masih terhambat oleh keterbatasan kemampuan adaptasi, pengelolaan usaha, dan pemanfaatan informasi secara efektif.

Di Kota Samarinda, kendala yang dihadapi pelaku UMKM tidak semata bersifat finansial. Ketua UMKM Center Samarinda, menyebutkan bahwa pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan penguasaan teknologi digital, lemahnya strategi pemasaran, rendahnya literasi keuangan, keterbatasan modal, dan kurangnya kemampuan berinovasi (Norhasanah, 2025). Kondisi ini mengindikasikan bahwa persoalan yang muncul tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga berkaitan dengan belum optimalnya komunikasi edukatif yang menjembatani kebutuhan pelaku usaha dengan pengetahuan baru yang diperlukan untuk mengembangkan usahanya.

Salah satu upaya pendampingan terhadap pelaku UMKM diwujudkan melalui Program Bestee yang diinisiasi oleh PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah, bank yang menyalurkan pembiayaan syariah kepada nasabah perempuan prasejahtera pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Bestee dirancang sebagai pendampingan kewirausahaan dengan pendekatan edukasi dan partisipatif. Program ini melibatkan mahasiswa aktif sebagai fasilitator yang menjalankan fungsi pembinaan, pemantauan usaha, dan penyampaian materi pelatihan sesuai kebutuhan usaha nasabah. Dalam pelaksanaannya, fasilitator berperan sebagai penghubung antara modul pembelajaran BTPN Syariah dan kebutuhan riil usaha nasabah UMKM.

Pelaksanaan pendampingan melalui program Bestee masih menghadapi berbagai tantangan komunikasi, seperti rendahnya partisipasi aktif nasabah, perbedaan tingkat pemahaman dan latar belakang, serta rendahnya kepercayaan diri dalam menyampaikan pendapat. Hasil wawancara dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kesan pertama sebagian nasabah meragukan inovasi yang ditawarkan, dan memiliki prasangka negatif terhadap fasilitator, lalu menjadi lebih terbuka setelah mendengar penjelasan fasilitator dan melihat contoh nyata keberhasilan nasabah lain (Adinda 2026; Rachmawati, 2026). Dengan demikian, keberhasilan pendampingan tidak hanya bergantung pada materi yang disampaikan, tetapi juga pada kualitas komunikasi interpersonal fasilitator membangun hubungan, memahami kebutuhan, dan mendorong keterlibatan nasabah selama proses pendampingan.

Komunikasi interpersonal dalam penelitian ini dianalisis melalui lima karakteristik yang dikemukakan oleh DeVito (2016), yaitu keterbukaan *(openness)*, empati *(empathy)*, sikap mendukung *(supportiveness)*, sikap positif *(positiveness)*, dan kesetaraan *(equality)*. Kelima karakteristik tersebut berfungsi sebagai landasan untuk mengidentifikasi kualitas komunikasi fasilitator dengan nasabah selama proses pendampingan. Sementara itu, teori penetrasi sosial yang dikembangkan oleh Altman dan Taylor digunakan untuk menjelaskan perkembangan hubungan interpersonal melalui interaksi dan pertukaran informasi secara bertahap (Altman & Taylor, 1973). Teori ini relevan untuk memahami bagaimana hubungan fasilitator dan nasabah berkembang, terutama karena kepercayaan dan keterbukaan tidak selalu terbentuk sejak pertemuan awal. Adapun komunikasi persuasif ditempatkan sebagai konsep pendukung untuk menjelaskan cara fasilitator menyampaikan pesan, membangun motivasi, serta mendorong nasabah mempertimbangkan penerapan materi sesuai kebutuhan usahanya tanpa paksaan (Lintang et al., 2025; Hadiputra & Muharman, 2021).

Terdapat sejumlah penelitian terdahulu yang telah membahas pendampingan UMKM dari berbagai perspektif. Adhitama et al. (2025) mengkaji komunikasi interpersonal dalam pembinaan UMKM dengan menyoroti kredibilitas pendamping, kepercayaan pelaku usaha, dan validitas data. Penelitian Tampubolon et al. (2024) berfokus pada peran fasilitator BTPN Syariah dalam

pengembangan UMKM, termasuk kendala teknis dan administratif serta strategi pengembangan UMKM, termasuk kendala teknis dan administratif serta strategi pengembangan usaha. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Lintang et al. (2025) menelaah komunikasi persuasif dalam pendampingan sertifikasi halal untuk membangun kesadaran dan memotivasi pelaku UMKM.

Berbagai kajian tersebut menunjukkan pentingnya komunikasi dan pendampingan dalam mendukung pengembangan suatu usaha, tetapi belum secara spesifik membahas kualitas komunikasi interpersonal fasilitator melalui lima karakteristik Devito dalam Program Bestee BTPN Syariah di Kota Samarinda. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan lima karakteristik komunikasi interpersonal menurut DeVito serta memahami perkembangan hubungan fasilitator dan nasabah melalui perspektif teori penetrasi sosial sekaligus komunikasi persuasif sebagai konsep pendukung. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi interpersonal dalam konteks pendampingan dan pemberdayaan UMKM. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pelaksanaan pendampingan program Bestee, khususnya dalam membangun hubungan yang baik, memahami kebutuhan usaha, dan mendorong keterlibatan aktif nasabah selama proses pendampingan.

LANDASAN TEORI

Teori Penetrasi Sosial

Teori penetrasi sosial dikembangkan oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor untuk menjelaskan proses perkembangan hubungan interpersonal dari tingkat superfisial (dangkal) menuju hubungan yang lebih dekat melalui pertukaran informasi dan pengungkapan diri *(self-disclosure)* (Altman & Taylor, 1973 dalam Carpenter & Greene, 2016). Teori ini dikembangkan untuk memahami bagaimana pertukaran informasi membentuk hubungan yang berkembang bertahap dari komunikasi superfisial menuju hubungan intim (Carpenter & Greene, 2016). Lapisan informasi dalam diri seseorang digambarkan dengan analogi bawang *(onion model)*: lapisan luar memuat informasi umum, lapisan dalam memuat informasi yang lebih pribadi, dan pengungkapan diri menjadi modus utama penetrasi yang lebih dalam (Griffin dalam Miftajanna & Irwansyah, 2022). Perkembangan hubungan interpersonal dalam teori ini melalui empat tahap, yaitu orientasi, pertukaran afektif eksploratif, pertukaran afektif, dan pertukaran stabil (Altman & Taylor 1987 dalam Carpenter & Greene, 2016). Dalam penelitian ini, teori tersebut menjadi teori utama untuk memahami bagaimana hubungan fasilitator dan nasabah yang semula terbatas berkembang menjadi lebih terbuka dan nyaman melalui interaksi bertahap selama pendampingan.

Komunikasi Interpersonal Menurut DeVito

DeVito (2016) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai interaksi verbal dan nonverbal antara dua orang atau lebih, yang saling bergantung dan dapat saling memengaruhi dalam suatu hubungan. Efektivitas komunikasi interpersonal ditandai oleh lima karakteristik yang menjadi landasan utama analisis dalam penelitian ini, yaitu (1) keterbukaan, yaitu kesediaan bertukar informasi, gagasan dan perasaan serta menerima saran dan kritik; (2) empati, yakni kemampuan memahami sudut pandang, perasaan, pengalaman dan kondisi pihak lain; (3) sikap mendukung, yaitu menciptakan suasana komunikasi yang aman dan tidak menghakimi; (4) sikap positif, yakni cara memandang diri sendiri dan orang lain secara positif; (5) kesetaraan, yaitu pengakuan bahwa setiap pihak memiliki nilai yang sama sehingga hubungan berlangsung saling menghargai (DeVito, 2016).

Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif dipahami sebagai proses memengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan

melalui pendekatan psikologis tanpa paksaan (Rakhmat dalam Hadiputra & Muharman, 2021). Efektivitasnya dipengaruhi oleh kredibilitas komunikator, kelayakan pesan, pengaruh lingkungan serta pemahaman dan kesinambungan pesan (Ritonga dalam Santoso et al., 2021). Dalam penelitian ini, konsep komunikasi persuasif diposisikan sebagai konsep pendukung untuk menjelaskan cara fasilitator menyampaikan pesan dan mendorong penerimaannya tanpa paksaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menjelaskan penerapan komunikasi interpersonal fasilitator dalam pendampingan nasabah UMKM melalui program Bestee BTPN Syariah di Kota Samarinda secara kontekstual tanpa memanipulasi kondisi lapangan, dengan peneliti sebagai instrumen utama (Sugiyono, 2023).

Informan dipilih secara *purposive* berdasarkan keterlibatan, pengalaman dan relevansinya dengan penelitian (Sugiyono, 2023). *Key* informan adalah fasilitator program Bestee Batch 4 di Kota Samarinda yang memiliki pengalaman mendampingi UMKM, menghadapi tantangan komunikasi serta memberikan edukasi selama proses pendampingan. Sementara itu, informan pendukung adalah nasabah aktif BTPN Syariah yang menerima pendampingan melalui program Bestee serta menerima edukasi mengenai pengembangan usaha.

Tabel 1. Informan Penelitian

Nama	Peran	Keterangan
Adinda Rizky Khairan	Fasilitator	Mahasiswa Universitas Mulawarman; fasilitator selama enam bulan pada 2025 di wilayah Samarinda Utara; berpengalaman memberi edukasi literasi digital, promosi, pencatatan keuangan, dan identitas usaha.
Rachmawati	Fasilitator	Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Mulawarman; fasilitator di wilayah Samarinda Ulu; terlibat dalam edukasi literasi digital, promosi usaha, pencatatan keuangan, dan identitas usaha.
Fitriani	Fasilitator	Ibu rumah tangga, nasabah BTPN Syariah sekaligus pelaku UMKM yang mengikuti pendampingan program Bestee hingga selesai.

Data primer diperoleh dari informan, sedangkan data sekunder berasal dari laporan kegiatan fasilitator, informasi resmi BTPN Syariah, unggahan media sosial, dan literatur ilmiah. Data dikumpulkan melalui pendekatan triangulasi; wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi partisipatif penuh, dan dokumentasi. Analisis data mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman (1984), yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penelitian dilaksanakan melalui lima tahap, yaitu perencanaan, pengumpulan data, analisis data, interpretasi hasil, dan penulisan laporan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan program Bestee berlangsung melalui tahapan sosialisasi, asesmen usaha, penyampaian materi, praktik, hingga evaluasi. Dalam proses tersebut, lima karakteristik komunikasi interpersonal DeVito saling berkaitan: keterbukaan mendorong pertukaran informasi, empati membantu memahami kebutuhan nasabah, sikap mendukung dan sikap positif menjaga keterlibatan, sedangkan kesetaraan memberi ruang bagi nasabah untuk berpartisipasi dalam keputusan pendampingan. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi fasilitator tidak hanya

berfungsi menyampaikan materi, tetapi juga membangun kepercayaan dan mendorong keterlibatan nasabah dalam pengembangan usaha. Hasil dan pembahasan berdasarkan lima karakteristik DeVito dengan teori penetrasi sosial dan komunikasi persuasif sebagai lensa interpretasi.

Keterbukaan *(openness)*

Keterbukaan dalam pendampingan program Bestee dibangun sejak perkenalan melalui penjelasan identitas fasilitator, tujuan, mekanisme dan manfaat program yang bertujuan untuk mengurangi kecurigaan awal nasabah terhadap fasilitator. *"Ada beberapa nasabah yang menolak secara mentah-mentah bahkan belum bertemu secara langsung, bahkan mengira saya penipu. Cara saya menghadapi hal seperti itu, saya jelaskan secara detail, sehingga nasabah memahami penjelasan saya dan akhirnya mereka mau menerima pendampingan"* (Adinda, 2026). Pernyataan nasabah juga turut menguatkan pengalaman fasilitator *"pada awalnya saya sempat ragu ketika dihubungi melalui chat WhatsApp, tapi setelah saya baca penjelasan mbaknya mengenai program, saya mulai percaya dan bersedia mengikuti pendampingan"* (Fitriani, 2026).

Temuan tersebut menunjukkan bahwa keterbukaan tidak terbentuk secara otomatis, tetapi dikembangkan melalui penjelasan yang jelas mengenai identitas, tujuan, dan manfaat program. Pada tahap awal, keterbukaan tampak lebih banyak datang dari fasilitator. Dalam perspektif teori penetrasi sosial, pertukaran informasi awal mengenai identitas dan tujuan program berada pada tahap orientasi, yaitu tahap awal perkembangan hubungan menuju komunikasi yang lebih terbuka, termasuk pembicaraan tentang kondisi dan kendala usaha nasabah. Sementara itu, dalam sudut pandang komunikasi persuasif, penjelasan yang dapat dipahami dan menunjukkan manfaat program membantu penerimaan pesan yang sesuai dengan kebutuhan penerima tanpa adanya tekanan (Ritonga dalam Santoso dkk., 2021). Dengan demikian, keterbukaan menjadi dasar bagi terbentuknya kepercayaan dan kelancaran komunikasi selama proses pendampingan.

Empati *(empathy)*

Empati ditunjukkan melalui upaya fasilitator memahami kondisi, pengalaman, kendala, serta kebutuhan usaha nasabah sebelum menentukan materi pendampingan. Adinda menjelaskan *"melalui proses asesmen, saya bisa paham dengan kondisi dan kebutuhan mereka, lalu saya jadikan acuan untuk menentukan materi pendampingan yang sesuai bagi perkembangan usaha mereka"* (Adinda, 2026). Pemahaman tersebut juga mencakup kondisi pribadi nasabah, terutama ketersediaan waktu *"saya selaku fasilitator menyesuaikan waktu dan kesediaan nasabah sesuai dengan diskusi kedua belah pihak"* (Rachmawati, 2026). Kedua pernyataan fasilitator turut dirasakan oleh nasabah, *"saya merasa, kondisi dan kebutuhan usaha telah dipahami oleh fasilitator, terutama dalam promosi melalui media sosial yang sebelumnya belum pernah saya lakukan, alhasil sekarang usaha saya lebih banyak dikenal orang dan Alhamdulillah job semakin banyak"* (Fitriani, 2026).



Gambar 1. Kegiatan Pengajaran Materi dan Praktik Bersama Nasabah

Temuan ini memperlihatkan bahwa empati tidak berhenti pada mendengarkan cerita nasabah, tetapi juga diwujudkan melalui penyesuaian materi, pendekatan, dan jadwal pendampingan. Hal ini sejalan dengan karakteristik empati DeVito (2016), yaitu memahami pengalaman pihak lain berdasarkan sudut pandangnya. Dalam perspektif teori penetrasi sosial, asesmen dan interaksi selama pendampingan menjadi sarana pertukaran informasi yang memperdalam pemahaman fasilitator terhadap kondisi usaha nasabah dan menandai bergeraknya hubungan ke tahap pertukaran afektif eksploratif. Sementara itu, penyesuaian materi dengan kebutuhan nyata nasabah menunjukkan fungsi pendukung komunikasi persuasif, karena pesan yang relevan lebih memungkinkan untuk dipahami dan dipertimbangkan oleh penerimanya (Ritonga dalam Santoso et al., 2021).

Sikap Mendukung *(supportiveness)*

Sikap mendukung dalam pendampingan program Bestee diwujudkan melalui komunikasi yang terbuka, pemberian arahan sesuai kebutuhan usaha, penjelasan rencana pendampingan, serta pemberian hasil praktik sesuai kebutuhan usaha nasabah. *"Dukungan yang saya berikan itu seperti jalinan komunikasi yang baik dan terbuka dengan nasabah sehingga hubungan menjadi lebih dekat. Kedekatan tersebut membuat mereka nyaman, antusias dan bersedia mengikuti pendampingan hingga selesai"* (Adinda, 2026). Dukungan yang diberikan dapat memperkuat partisipasi aktif nasabah, sebagaimana disampaikan Rachmawati, *"Bahkan ada beberapa nasabah yang mengingatkan saya untuk pertemuan selanjutnya"* (Rachmawati, 2026). Di sisi lain, nasabah turut mengungkapkan *"Saya gak pernah merasa kurang percaya diri selama pendampingan, karena sudah merasa akrab dan komunikasinya juga lancar"* (Fitriani, 2026).



Gambar 2. Penyerahan Hasil Praktik

Temuan ini menunjukkan bahwa dukungan tidak hanya berupa dorongan verbal, tetapi juga tercermin dalam kenyamanan berkomunikasi, kepastian arah pendampingan, dan pemberian hasil praktik sesuai kebutuhan nasabah. Hal ini sejalan dengan karakteristik sikap mendukung menurut DeVito (2016), yaitu terciptanya suasana komunikasi yang aman dan tidak menghakimi. Dalam perspektif teori penetrasi sosial, interaksi berulang dan kedekatan yang berkembang mendorong keterlibatan aktif selama proses pendampingan dan mengarah pada tahap pertukaran afektif, ditandai dengan nasabah yang merasa akrab dan nyaman. Adapun pemberian semangat, motivasi dan doa mencerminkan pendekatan emosional dalam komunikasi persuasif sehingga dapat membantu menjaga semangat nasabah tanpa memaksakan penerimaan pesan (Littlejohn et al., 2017).

Sikap Positif *(positiveness)*

Sikap positif dalam pendampingan program Bestee ditunjukkan melalui upaya fasilitator

menguatkan keyakinan nasabah yang kurang percaya diri terhadap potensi pengembangan usahanya. Fasilitator menegaskan bahwa setiap usaha, baik berskala kecil maupun besar, layak memperoleh pendampingan serta memberikan penjelasan mengenai manfaat program secara realistis. Fasilitator juga turut memberikan semangat, motivasi dan doa kepada nasabah. *"Bagi beberapa nasabah yang kurang percaya diri dan berkecil hati karena kondisi usahanya, saya coba yakinkan bahwa tiap usaha layak berkembang dan menerima pendampingan serta saya jelaskan manfaat program terhadap perkembangan usahanya secara realistis sehingga mereka lebih semangat mengikuti pendampingan"* (Adinda, 2026).

Menurut pengakuan nasabah, penerapan materi pendampingan diikuti perubahan pada usahanya, *"Setelah kita belajar promosi melalui media sosial, member yoga yang awalnya hanya 4 orang Alhamdulillah menjadi 30 orang, dan hasil kerajinan suami juga langsung sold out 40pcs setelah saya upload di WhatsApp dan Facebook"* (Fitriani, 2026). Pengalaman tersebut menunjukkan adanya perubahan yang dirasakan nasabah setelah menerapkan materi pendampingan, khususnya dalam pemanfaatan media sosial dan promosi.

Temuan ini sejalan dengan karakteristik sikap positif DeVito (2016), yaitu menghargai pihak lain dan membangun keyakinan positif dalam interaksi. Fasilitator memadukan pendekatan rasional, yaitu menjelaskan manfaat program secara realistis dengan pendekatan emosional berupa dorongan dan penguatan keyakinan (Littlejohn et al., 2017). Pengalaman nasabah memperlihatkan adanya perubahan perilaku usaha, yakni penerapan promosi digital, yang merupakan efek dari komunikasi persuasif (Soemirat & Suryana, 2014).

Kesetaraan *(equality)*

Kesetaraan dalam pendampingan program Bestee terlihat dari sikap fasilitator yang menghargai pengalaman dan keputusan nasabah serta tidak menempatkan dirinya sebagai satu-satunya pihak yang memahami kondisi usaha. *"Saya selalu mendengarkan pengalaman dan pendapat nasabah tanpa pernah menghakimi. Meskipun saya memiliki pengetahuan mengenai bisnis, saya menyadari bahwa nasabah lebih memahami kondisi usahanya sehingga saya menghargai setiap pengalaman dan keputusan mereka"* (Adinda, 2026). Fasilitator lainnya juga menegaskan bahwa perbedaan latar belakang tidak menjadi penghalang dalam membangun hubungan yang setara dengan nasabah *"Tidak ada perbedaan antara saya sebagai mahasiswa dan Ibu nasabah sebagai pelaku UMKM, meskipun kami memiliki latar belakang yang berbeda komunikasi tetap berjalan dengan baik dan kondusif"* (Rachmawati, 2026).

Penerapan kesetaraan terlihat dalam pelibatan nasabah di setiap menentukan keputusan terutama menentukan materi dan hasil pendampingan berdasarkan kebutuhan usahanya. *"Selama pendampingan kami selalu berdiskusi bareng ya apalagi kalau bahas materi yang mau diajarkan contohnya seperti promosi di media sosial itu"* (Fitriani, 2026). Temuan ini menunjukkan bahwa nasabah tidak hanya menjadi penerima materi, tetapi turut berperan dalam menentukan arah pendampingan. Hal tersebut sejalan dengan karakteristik kesetaraan DeVito (2016), yang menekankan penghargaan terhadap kontribusi setiap pihak meskipun memiliki pengalaman dan pengetahuan berbeda. Suasana komunikasi yang setara dan tidak menghakimi dapat mendukung penerimaan saran tanpa menghilangkan kebebasan nasabah dalam mengambil keputusan (Ritonga dalam Santoso et al., 2021). Dalam perspektif teori penetrasi sosial, pelibatan nasabah dalam keputusan menunjukkan hubungan yang telah lebih terbuka dan adanya timbal balik, yang mengarah pada tahap pertukaran stabil. Dengan demikian, komunikasi fasilitator berlangsung secara dialogis, dengan menempatkan nasabah sebagai subjek yang aktif dalam proses pendampingan.

Sintesis Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima karakteristik komunikasi interpersonal DeVito terlihat dalam situasi yang berbeda tetapi saling melengkapi dalam membangun hubungan antara fasilitator dan nasabah UMKM pada program Bestee. Keterbukaan mengurangi kecurigaan awal dan membuka ruang pertukaran informasi, empati membantu menyesuaikan pendampingan dengan kondisi usaha, sikap mendukung menjaga kenyamanan dan keterlibatan nasabah, sikap positif memperkuat keyakinan nasabah, sedangkan kesetaraan memberi ruang bagi nasabah untuk menentukan kebutuhan pendampingan.

Temuan ini dijelaskan melalui teori penetrasi sosial Altman & Taylor (1973), yang memandang perkembangan hubungan melalui pengenalan dan pertukaran informasi secara bertahap. Seiring berlangsungnya proses pendampingan, komunikasi berkembang menjadi lebih terbuka dan nyaman. Sementara itu, karakteristik komunikasi interpersonal DeVito (2016) digunakan untuk menganalisis kualitas komunikasi yang diterapkan oleh fasilitator, sedangkan komunikasi persuasif menjadi konsep pendukung untuk memahami cara fasilitator menyampaikan pesan dan motivasi. Perloff (dalam Hadiputra & Muharman, 2021) menjelaskan persuasi sebagai proses simbolik ketika komunikator berupaya meyakinkan orang lain untuk mengubah sikap atau perilaku melalui penyampaian pesan dalam suasana yang bebas. Dalam proses pendampingan, hal tersebut tercermin melalui penyesuaian materi, pemberian motivasi, dan pelibatan nasabah dalam menentukan kebutuhan pendampingan tanpa paksaan. Dengan demikian, komunikasi interpersonal tidak hanya menunjang penyampaian materi, tetapi juga membangun hubungan yang mendukung penerimaan pesan dan keterlibatan aktif nasabah.

Tabel 2. Sintesis Hasil Penelitian

Karakteristik DeVito	Temuan Utama	Keterkaitan Teoritis
Keterbukaan *(Openness)*	Perkenalan dan penjelasan program mengurangi kecurigaan awal nasabah.	Penetrasi sosial: tahap awal pengenalan dan pertukaran informasi.
Empati *(Empathy)*	Asesmen dan mendengarkan pengalaman menjadi dasar penyesuaian materi serta waktu pendampingan.	Penetrasi sosial: pertukaran informasi membantu memahami kondisi maupun kendala usaha nasabah.
Sikap Mendukung *(Supportiveness)*	Suasana nyaman dan pemberian motivasi menjaga antusiasme serta partisipasi nasabah.	Penetrasi sosial: hubungan yang berkembang mendorong keterbukaan; Persuasif: kejelasan arah dan pesan yang layak serta penguatan emosional kedua belah pihak
Sikap Positif *(Positiveness)*	Penguatan realistis mendorong keyakinan nasabah untuk mencoba dan menerapkan materi.	Persuasif: pesan rasional dan emosional mendukung penerimaan arahan.
Kesetaraan *(Equality)*	Nasabah dilibatkan dalam setiap penentuan materi maupun hasil pendampingan.	Penetrasi sosial: hubungan lebih terbuka; Persuasif: keputusan tanpa paksaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal fasilitator berperan dalam

membangun hubungan dan mendukung penerimaan pesan selama pendampingan nasabah UMKM melalui program Bestee BTPN Syariah di Kota Samarinda. Kelima karakteristik DeVito diterapkan pada tahap yang berbeda: keterbukaan pada tahap awal, empati pada asesmen, sikap mendukung dan sikap positif pada penyampaian materi dan praktik selama proses pendampingan, serta kesetaraan pada penentuan materi dan hasil pendampingan. Temuan ini relevan dengan teori penetrasi sosial yang menjelaskan perkembangan hubungan melalui interaksi dan pertukaran informasi secara bertahap, dari tahap orientasi hingga hubungan yang lebih akrab dan setara. Lima karakteristik DeVito menjadi landasan untuk menganalisis kualitas komunikasi, sedangkan konsep komunikasi persuasif menjelaskan upaya fasilitator menyampaikan pesan dan motivasi tanpa paksaan. Dengan demikian, penerapan komunikasi interpersonal fasilitator melalui kelima karakteristik DeVito menunjukkan pentingnya komunikasi yang terbuka, empati, mendukung, positif dan setara dalam menyesuaikan pendampingan dengan kebutuhan nasabah.

Berdasarkan temuan penelitian, BTPN Syariah disarankan untuk: (1) penyebaran informasi rekrutmen fasilitator secara konsisten; (2) memperkuat sosialisasi program sebelum pendampingan; dan (3) menambah modul pembelajaran yang sesuai dengan kebutuhan usaha pelaku UMKM

DAFTAR REFERENSI

Adhitama, M. R., Pratama, N. P., Irsyad, M. R. N., & Milad, M. K. (2025). Peran Komunikasi Interpersonal dalam Meningkatkan Efektivitas Pembinaan UMKM di Kota Surabaya. *Jurnal Intelek Insan Cendikia, 2(5), 10161-10167.*

Carpenter, A., & Greene, K. (2016). Social Penetration Theory. *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication*, 1–4.

DeVito, J. A. (2016). *The interpersonal communication book* (14th ed.). Pearson Education Limited.

Hasyim, M. (2024). Penerapan Social Penetration Theory dalam Kehidupan Sehari-Hari. *Journal of Dialogos*, *1*(2), 28–33.

Limanseto H. (2025). *Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia*.

Lintang, N. R., Hasmawati, F., & Manalullaili. (2025). Komunikasi Persuasif dalam Pendampingan Verifikasi Produk Halal di Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan. *Interaction*, *2*(1), 9.

Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of human communication* (11th ed.). Waveland Press.

Miftajanna, S., & Irwansyah, I. (2022). Makna Kencan Online melalui Teori Penetrasi Sosial. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, *6*(2), 242-248.

OJK Institute. (2025, September 9). *UMKM mendunia: Strategi peningkatan skala bisnis menembus pasar nasional dan internasional*. Otoritas Jasa Keuangan.

Rahmandya Hadiputra, G. G., & Muharman, D. (2021). Implementasi Komunikasi Persuasif Menjadi Barista. *Warta ISKI*, *4*(1), 11–16.

Soemirat, S., & Suryana, A. (2014). *Materi pokok komunikasi persuasif (SKOM4326)*. Universitas Terbuka.

Sugiyono, Prof. Dr. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.

Tampubolon, A. A., Nasution, S., & Nasution, U. H. (2024). ANALISIS PERAN FASILITATOR PENDAMPING DALAM PENGEMBANGAN UMKM PADA PT BTPN SYARIAH DI

MMS LABUHAN DELI. *Warta Dharmawangsa*.

Taylor, D. A., & Altman, I. (1987). Communication in interpersonal relationships: Social penetration processes. In M. E. Roloff & G. R. Miller (Eds.), *Interpersonal processes: New directions in communication research* (pp. 257–277). Sage Publications.