

SOSIALISASI DAN PENGUATAN KAPASITAS USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) BAGI MASYARAKAT DI KABUPATEN SIMALUNGUN

Rekson Silaban^{1)*}, Toga Sehat Sihite²⁾, Jovie Febriansyah³⁾, Hendra Crisvin Manullang⁴⁾

^{1),2),3),4)}Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Simalungun

*Email: silaban234@gmail.com

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) constitute a vital sector in supporting the local economy, including in Simalungun Regency. However, MSME operators still face various challenges, such as limited knowledge regarding business management, digital marketing, financial record-keeping, brand development, and business legality. This community service initiative aims to enhance the knowledge and skills of the community specifically MSME operators in managing and developing their businesses more effectively and sustainably. The methods employed included awareness-raising sessions, material presentations, discussions, Q&A sessions, practical exercises, and evaluations. The topics covered included an introduction to MSMEs, business development strategies, digital marketing, basic financial management, product branding, and the importance of business legality. The results indicate an improvement in participants' understanding of the fundamental aspects of MSME management and development. Participants demonstrated enthusiasm throughout the activity and began to grasp the importance of utilizing digital technology to expand their product market reach. This initiative is expected to contribute to capacity building for MSME operators and foster economic growth within the community of Simalungun Regency.

Keywords: MSMEs, Socialization, Community Empowerment, Digital Marketing, Simalungun Regency

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor penting dalam mendukung perekonomian masyarakat, termasuk di Kabupaten Simalungun. Namun, dalam pelaksanaannya masih ditemukan berbagai kendala yang dihadapi pelaku UMKM, antara lain keterbatasan pengetahuan mengenai pengelolaan usaha, pemasaran digital, pencatatan keuangan, pengembangan merek, serta pemahaman mengenai legalitas usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat, khususnya pelaku UMKM, dalam mengelola dan mengembangkan usahanya secara lebih efektif dan berkelanjutan. Metode kegiatan yang digunakan meliputi sosialisasi, penyampaian materi, diskusi, tanya jawab, praktik sederhana, dan evaluasi. Materi yang diberikan mencakup pengenalan UMKM, strategi pengembangan usaha, pemasaran melalui media digital, pengelolaan keuangan sederhana, branding produk, dan pentingnya legalitas usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai aspek-aspek dasar pengelolaan dan pengembangan UMKM. Peserta juga menunjukkan antusiasme dalam mengikuti kegiatan dan mulai memahami pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam memperluas jangkauan pemasaran produk. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat di Kabupaten Simalungun.

Kata Kunci: UMKM, Sosialisasi, Pemberdayaan Masyarakat, Pemasaran Digital, Kabupaten Simalungun

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap penciptaan lapangan pekerjaan, tetapi juga menjadi salah satu sumber pendapatan bagi masyarakat serta mendorong pemanfaatan potensi sumber daya lokal. Di berbagai daerah, UMKM berkembang dalam berbagai bidang, seperti perdagangan, kuliner, kerajinan, jasa, pertanian, dan pengolahan hasil pertanian.

Kabupaten Simalungun memiliki potensi ekonomi masyarakat yang cukup beragam. Potensi tersebut dapat dikembangkan melalui kegiatan usaha yang berbasis pada sumber daya lokal dan kebutuhan masyarakat. Akan tetapi, potensi tersebut belum sepenuhnya diikuti dengan kemampuan pengelolaan usaha yang memadai. Sebagian pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara sederhana dan belum memiliki perencanaan usaha yang sistematis.

Permasalahan lain yang sering dihadapi pelaku UMKM adalah keterbatasan dalam melakukan pemasaran. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola pemasaran dari sistem konvensional menuju pemasaran digital. Media sosial dan berbagai platform digital dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk, membangun hubungan dengan konsumen, serta memperluas pasar. Namun, sebagian pelaku UMKM masih belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk memanfaatkan media digital tersebut secara optimal.

Selain pemasaran, pengelolaan keuangan juga menjadi aspek penting dalam keberlangsungan usaha. Pencatatan pemasukan dan pengeluaran yang sederhana dapat membantu pelaku usaha mengetahui kondisi keuangan, menghitung keuntungan, serta mengambil keputusan usaha secara lebih tepat. Pemahaman terhadap legalitas usaha dan pentingnya identitas produk juga diperlukan agar UMKM dapat berkembang dan memiliki daya saing yang lebih baik.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi dan edukasi mengenai pengembangan UMKM. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengelola usaha, khususnya dalam bidang pemasaran digital, pengelolaan keuangan, branding, dan legalitas usaha.

Tujuan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai peran dan potensi UMKM dalam meningkatkan perekonomian keluarga dan daerah.
2. Meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM mengenai pengelolaan usaha yang efektif.
3. Memberikan pemahaman mengenai strategi pemasaran digital melalui media sosial.
4. Meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan sederhana.
5. Memberikan pemahaman mengenai pentingnya branding dan pengemasan produk.
6. Meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya legalitas usaha.
7. Mendorong pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan usahanya.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif. Peserta dilibatkan secara aktif dalam proses penyampaian materi, diskusi, praktik, dan evaluasi.

Tahapan kegiatan terdiri atas beberapa tahap.

Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan melalui identifikasi kebutuhan masyarakat dan pelaku UMKM. Tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pihak terkait di lokasi kegiatan, menentukan peserta, menyusun materi sosialisasi, serta menyiapkan sarana dan prasarana yang diperlukan.

Tahap Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi dan pelatihan sederhana. Materi yang diberikan meliputi:

- Pengenalan konsep dan karakteristik UMKM;
- Strategi pengembangan usaha;
- Pemasaran digital;
- Pemanfaatan media sosial untuk promosi;
- Branding dan pengemasan produk;
- Pencatatan keuangan sederhana;
- Pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha;
- Pengenalan legalitas usaha; dan
- Diskusi mengenai permasalahan yang dihadapi peserta.

Metode penyampaian dilakukan melalui ceramah interaktif, diskusi, tanya jawab, studi kasus, dan praktik sederhana. Pada materi pemasaran digital, peserta diarahkan untuk memahami cara membuat konten promosi yang sederhana dan menarik serta bagaimana memperkenalkan produk melalui media sosial.

Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan. Evaluasi dapat dilakukan melalui pertanyaan sebelum dan sesudah kegiatan, observasi terhadap keterlibatan peserta, serta diskusi mengenai rencana penerapan materi setelah kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN Pelaksanaan Sosialisasi UMKM

Kegiatan sosialisasi UMKM dilaksanakan dengan melibatkan masyarakat dan pelaku UMKM di Kabupaten Simalungun. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai pentingnya UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Peserta diberikan pemahaman bahwa pengembangan usaha tidak hanya bergantung pada jumlah modal, tetapi juga pada kemampuan mengelola usaha, memahami konsumen, melakukan promosi, dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi.



Gambar 1: Narasumber (Rekson silaban) Memeberikan pemamaparan terkait penguatan kapasitas UMKM

Peserta menunjukkan antusiasme selama kegiatan berlangsung. Hal tersebut terlihat dari keaktifan peserta dalam menyampaikan pertanyaan dan menceritakan berbagai kendala yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha.

Peningkatan Pemahaman mengenai Pengelolaan Usaha

Materi pengelolaan usaha memberikan pemahaman kepada peserta bahwa kegiatan usaha perlu direncanakan dan dikelola secara terstruktur. Peserta diarahkan untuk mengenali produk yang dijual, target konsumen, keunggulan produk, harga jual, biaya operasional, serta strategi pemasaran.

Pemahaman tersebut penting karena pelaku UMKM sering kali lebih berfokus pada kegiatan produksi dan penjualan, sementara aspek perencanaan dan evaluasi usaha belum dilakukan secara rutin. Melalui kegiatan sosialisasi, peserta mulai memahami bahwa evaluasi usaha secara berkala dapat membantu mengetahui kekuatan dan kelemahan usaha.

Pemanfaatan Digital Marketing

Salah satu materi utama dalam kegiatan adalah pemasaran digital. Perubahan perilaku konsumen menyebabkan media digital menjadi salah satu sarana penting untuk memasarkan produk. Peserta diperkenalkan dengan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi yang relatif mudah digunakan.

Peserta diberikan contoh pembuatan konten sederhana yang mencantumkan nama produk, foto produk, harga, keunggulan produk, dan informasi pemesanan. Selain itu, peserta diberikan pemahaman bahwa promosi melalui media digital perlu dilakukan secara konsisten agar produk lebih mudah dikenal oleh calon konsumen. Pemanfaatan digital marketing diharapkan dapat membantu pelaku UMKM memperluas pasar, tidak hanya kepada konsumen di lingkungan sekitar, tetapi juga kepada konsumen dari wilayah lain.

Pencatatan Keuangan Sederhana

Pengelolaan keuangan merupakan bagian penting dalam keberlangsungan UMKM. Dalam kegiatan ini, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran.

Peserta diperkenalkan dengan format pencatatan sederhana yang dapat dilakukan menggunakan buku catatan maupun perangkat digital. Peserta juga diarahkan untuk memisahkan uang usaha dengan uang pribadi. Pemisahan tersebut penting agar pelaku usaha dapat mengetahui kondisi keuangan usahanya secara lebih jelas. Dengan adanya pencatatan keuangan, pelaku UMKM dapat mengetahui jumlah penjualan, biaya yang dikeluarkan, serta perkiraan keuntungan usaha.

Branding dan Pengemasan Produk

Materi branding diberikan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya identitas produk. Produk yang memiliki nama, logo, kemasan, dan informasi yang jelas akan lebih mudah dikenali oleh konsumen.

Peserta diberikan contoh bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga dapat menjadi media komunikasi dengan konsumen. Informasi seperti nama produk, komposisi, kontak pemesanan, dan identitas usaha dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen.

Pemahaman tentang Legalitas Usaha

Legalitas usaha juga menjadi salah satu aspek yang diperkenalkan dalam kegiatan. Peserta diberikan pemahaman bahwa legalitas dapat mendukung perkembangan usaha dan meningkatkan kepercayaan konsumen maupun mitra usaha.

Peserta diarahkan untuk memahami pentingnya mengurus dokumen legalitas yang sesuai dengan jenis dan kondisi usaha masing-masing. Materi ini juga menjadi bagian penting dalam mendorong UMKM agar dapat berkembang dari usaha informal menuju usaha yang lebih terorganisasi.

Evaluasi Kegiatan

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap beberapa aspek dasar pengembangan UMKM. Peserta menjadi lebih memahami pentingnya pemasaran digital, pencatatan keuangan, branding, serta legalitas usaha.

Antusiasme peserta juga terlihat dari diskusi yang berkembang selama kegiatan. Beberapa peserta menyampaikan permasalahan mengenai pemasaran produk, penentuan harga, keterbatasan modal, dan penggunaan media sosial. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM membutuhkan pendampingan yang berkelanjutan, tidak hanya kegiatan sosialisasi satu kali.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi dan penguatan kapasitas UMKM di Kabupaten Simalungun dapat menjadi salah satu upaya untuk

meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengembangkan usaha. Materi mengenai pengelolaan usaha, pemasaran digital, pencatatan keuangan sederhana, branding, pengemasan, dan legalitas usaha memberikan pemahaman yang lebih luas kepada peserta mengenai faktor-faktor yang mendukung keberlangsungan UMKM.

Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM membutuhkan pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan agar pengetahuan yang diperoleh dapat diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan berupa pelatihan dan pendampingan praktis sangat diperlukan, khususnya dalam pemasaran digital, pengelolaan keuangan, pengembangan produk, dan peningkatan kualitas kemasan.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan, disarankan agar kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya tidak hanya dilakukan dalam bentuk sosialisasi, tetapi juga dilanjutkan dengan pendampingan secara berkala. Pendampingan dapat diarahkan pada pembuatan akun pemasaran digital, pembuatan konten promosi, pencatatan keuangan, pengembangan kemasan, serta penguatan legalitas usaha.

Pemerintah daerah, perguruan tinggi, komunitas usaha, dan pihak terkait juga diharapkan dapat membangun kolaborasi dalam memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM sehingga potensi usaha masyarakat di Kabupaten Simalungun dapat berkembang secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). *Pengembangan UMKM melalui Transformasi Digital*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Mulyani, S. (2019). *Konsep dan Implementasi Akuntansi UMKM*. Jakarta: Salemba Empat.
- Munthe, R. N., Lamno, S. M., Modifa, I., Silitonga, S. A., Amani, Z. R., Harahap, D. P. A., ... & Perangin-Angin, D. (2023). Pendampingan Pemasaran UMKM Toko Arumi Shop Cabang Pematangsiantar Di Era 5.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 3(2), 159-165
- Permana, A. Y., Simanjuntak, N., Hutabarat, A., Lumbangaol, A., Simara-mare, D., Peronica, J., ... & Hutaeruk, F. (2024). Pendampingan UMKM Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Di Era Digital Pada UMKM Keripik Singkong Berkah Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 4(1), 75-79
- Purba, E., Damanik, D., Panjaitan, P. D., Tumanggor, B., Tambak, D. G. P., Damanik, P., ... & Wani, A. (2023). Sosialisasi Pengembangan UMKM di Nagori Silau Malaha Kabupaten Simalungun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 3(2), 102-109
- Rizky, C., Anwar, Y., Ardian, N., & Suharsono, R. P. (2024). Strategi Peningkatan Sumber Daya Manusia Pelaku UMKM Desa Melalui Optimasi Platform Digital Dalam Aspek Produksi, Pemasaran Dan Permodalan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 4(2), 235-241
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., Arti, I. M., Asnur, P., Yulianti, F., Azifah, N., ... & Septiani, R. (2023). Pemanfaatan Lahan Pertanian, Sosialisasi Koperasi Syariah Dan Peningkatan Kualitas UMKM Di Lingkungan RW 02 Kelurahan Pabuaran Mekar, Kabupaten Bogor. *Jurnal Pengabdian*

Masyarakat Sapangambei Manoktok
Hitei, 3(2), 96-101

Tambunan, T. (2019). UMKM di Indonesia:
Perkembangan, Kendala dan
Tantangan. Bogor: Ghalia Indonesia.