
**PEMBERDAYAAN UMKM KABUPATEN SIMALUNGUN MELALUI
PENYULUHAN STRATEGI PEMASARAN, DIGITAL MARKETING DAN
PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN**

**Mislan Sihite[✉], Henri Saragih, Januardi Mesakh, Yusuf Ijonris, Robinhot Gultom,
Jeudi A. T. P. Sianturi, Elperida J. Sinurat, Tri Darma Sipayung, Saur Melianna,
Rasmulia Sembiring, Tiur Rajagukguk, Sondang Ni Bulan Marbun,
Toman Panggabean, Kristanty M. N. Nadapdap, Jon Henri Purba**
Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia, Medan, Indonesia
Email: mislansihite@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.46880/methabdi.Vol4No2.pp161-164>

ABSTRACT

Simalungun Regency is one of the regencies in North Sumatra Province, Indonesia. This district is home to the Simalungun Batak people. The Community Service Team (PKM) provides enlightenment to the community and MSME actors in Simalungun Regency in order to increase their income. In general, mothers in the neighborhood live at home and therefore the PKM Team provides a way to increase their income. The aim of PKM is their knowledge and insight in managing a business. Apart from that, this PKM activity is to train the community and MSME players in running their businesses, and this activity provides tips and strategies for managing a business, marketing strategies in doing business, preparing simple business bookkeeping, and the role of digital marketing in a business. This activity equips people in entrepreneurship and motivates them to become entrepreneurs. PKM participants are expected to have creative ideas and be able to run their businesses better, in terms of management, marketing and business capacity, which will ultimately increase income.

Keyword: Empowerment, MSMEs, Community Services.

ABSTRAK

Kabupaten Simalungun adalah salah satu Kabupaten di Propinsi Sumatera Utara Indonesia. Kabupaten ini merupakan rumah bagi masyarakat Batak Simalungun. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melakukan pencerahan kepada masyarakat dan pelaku UMKM di Kabupaten Simalungun dalam rangka menambah pendapatan mereka. PKM pengetahuan dan wawasan mereka dalam mengelola sebuah usaha. Selain itu kegiatan PKM ini adalah untuk melatih para masyarakat dan pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya dan kegiatan ini memberikan kiat dan strategi mengelola usaha, strategi marketing dalam melakukan usaha, penyusunan pembukuan usaha sederhana, dan peran digital marketing dalam suatu usaha. Kegiatan ini membekali masyarakat dalam berwirausaha dan memotivasi mereka untuk berwirausaha. Para ipeserta PKM diharapkan memiliki ide yang kreatif dengan mampu menjalankan usahanya dengan lebih baik, dari aspek manajemen, marketing dan kapasitas usahanya yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci: Pemberdayaan, UMKM, PKM.

PENDAHULUAN

Kabupaten Simalungun ini merupakan rumah bagi masyarakat Batak Simalungun. Jumlah penduduk Kabupaten Simalungun berdasarkan Kementerian Dalam Negeri 2021 berjumlah 1.038.120 jiwa dengan kepadatan 237

jiwa/km. Kabupaten Simalungun memiliki 32 Kecamatan dengan luas 438.660 Ha. Potensi ekonomi yang dimiliki Kabupaten Simalungun sebagian besar didominasi pada sector pertanian, perkebunan dan pariwisata. Di Kabupaten Simalungun terdapat beberapa perkebunan milik

pemerintah seperti PTPN-3, PTPN-4, dan perusahaan perkebunan milik swasta seperti Bridgestone Sumatera Rubber Estate, PT. Toba Pulp Lestari, dll. Salah satu tujuan wisata yang sangat terkenal di Simalungun adalah Parapat di pinggiran Danau Toba. Kabupaten Simalungun memiliki banyak UMKM yang menjadi motor penggerak perekonomian masyarakat. Itulah sebabnya perhatian kepada peningkatan kapasitas UMKM sangat urgent melihat peran yang sangat strategis dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi masyarakat dan daerah.

Suatu bisnis memiliki berbagai tujuan dalam pengelolaannya antara lain : memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, menciptakan kinerja yang menguntungkan perusahaan, menjaga kesejahteraan karyawan perusahaan, melatih pegawai bekerja dengan produktif, menyediakan keuntungan dan pertumbuhan bagi perusahaan, serta menjaga kualitas lingkungan melalui kegiatan operasi perusahaan, mendapatkan citra yang positif di mata masyarakat, market standing, innovation, physical and financial resources, profitability, manager performance and development, worker performance and attitude, public responsibility (Akbar & Alam, 2020; Sembirng, 2014)

Suatu bisnis perlu disusun suatu rencana yang terukur supaya pengelolaan bisnis dapat berjalan dengan baik dan terkendali. Suatu rencana bisnis yang baik memiliki ciri-ciri antara lain: sederhana, spesifik, realistis, dan komplit. Tujuan dari perencanaan bisnis meliputi : untuk memastrikan bahwa perusahaan beroperasi sesuai dengan visi dan misi, perhitungan sumber daya yang diperlukan untuk operasi, perkiraan kapan bisnis akan mengun tungkan, dan mengevaluasi rencana bisnis selanjutnya, Sedangkan rencana bisnis menyangkut : identitas perusahaan, visi dan misi, tinjauan industry, sasaran pasar, rencana produk, rencana operasi, rencana pemasaran, biaya operasional, perhitungan titik impas, analisis dan startegi kompetitif Selanjutnya ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mengelola UMKM antara lain : perencanaan yang matang, pengelolaan keuangan, strategi pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia,

manajemen operasional (Akbar & Alam, 2020; Sihite, 2024).

Sedangkan perlunya pembuatan pembukuan sederhana dimaksudkan untuk membantu kelancaran usaha dan pengelolaan perusahaan khususnya dalam pencatatan dan pelaporan hasil kegiatan usaha. Dengan adanya pencatatan yang baik maka akan didapatkan: mendapatkan informasi atas kegiatan usaha yang telah dilakukan oleh perusahaan, mendapatkan data yang akurat dengan tujuan untuk mengambil keputusan startegis, dapat menyusun rencana pengembangan usaha selanjutnya, mengetahui kinerja perusahaan di masa lalu dan saat sekarang (Widyastuti, 2019). Pemberdayaan UMKM dapat dilakukan melalui: bantuan akses perijinan usaha, bantuan akses permodalan, bantuan akses manajemen usaha modern, bantuan akses pemasaran, bantuan akses teknologi modern, bantuan akses jaringan, bantuan akses bahan baku, bantuan akses peraturan perundang-undangan (Goh et al., 2021).

Strategi meningkatkan penjualan di era digital antara lain: strategi berbasis lingkungan perusahaan, strategi berbasis bauran pemasaran, startegi berbasis bauran promosi, dan strategi berbasis konsumen. Digitalisasi dalam bisnis berkembang sejalan dengan transformasi digital yang semakin cepat yang mengubah cara hidup manusia dalam berbelanja online, e-commerce, pengiriman yang cepat, adanya aplikasi belanja seperti Sphie, Lazada, Tokopedia, Amazon, dengan menawarkan segala kemudahan dan pilihan yang lengkap dan harga yang lebih murah (Atmaja & Maryani, 2021).

TUJUAN KEGIATAN

Tujuan diadakannya Pengabdian pada Masyarakat ini antara lain : Membagi ilmu pengetahuan yang bermanfaat kepada masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraannya, melaksanakan tugas Tri Darma Perguruan tinggi dalam bidang tugas Pengabdian pada masyarakat, melatih keterampilan kepemimpinan, yang didapatkan dosen dalam melaksanakan Pengabdian pada Masyarakat, khususnya dalam pembentukan tim dan termasuk juga manajemen SDM dalam mengelola tim, melatih kemampuan

dalam menyelesaikan masalah, dengan membantu mengasah kemampuan dosen untuk menyelesaikan masalah di suatu lingkungan masyarakat, masalah diatasi dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang diketahui, dikuasai dan yang dimiliki oleh dosen,

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode kegiatan PKM dilaksanakan dengan cara ceramah dan dialog dengan masyarakat pelaku UMKM. Kegiatan dilaksanakan oleh Tim Dosen Fakultas Ekonomi dengan topik: Pemberdayaan UMKM Kabupaten Simalungun disampaikan oleh Bpk. Mislan Sihite, S.E., M.Si, sementara judul makalah: Strategi Pemasaran produk dan Jasa disampaikan oleh Dr. Henri Saragih, dan judul makalah: Penyusunan pembukuan sederhana bagi UMKM disampaikan oleh Januardi Mesakh, dan selanjutnya judul makalah Peran Digital marketing bagi UMKM disampaikan oleh Jusuf Ijonris, S.Kom, M.Pd.



Gambar 1. Perkenalan Narasumber

Kegiatan diawali dengan Doa, selanjutnya Kata Pembukaan dari Kepala Bidang Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Indonesia Bpk.Mislan Sihite, SE, M.Si, selanjutnya Kata Sambutan Direktur BUMD Agromadear Kabupaten Simalungun Bpk.Tri Dharma Sipayung, SE, M.Si, Kata Sambutan Kepala Desa Siantar Bpk. Damanik. Selanjutnya dilaksanakan ceramah dan Tanya jawab. Pelaksanaan kegiatan PKM diikuti berbagai elemen masyarakat dan pelaku UMKM serta unsur pemerintah daerah Acara diakhiri dengan Foto bersama dan makan bersama.



Gambar 2. Foto Bersama Peserta dan Narasumber

KESIMPULAN

UMKM Kabupaten Simalungun sangat membutuhkan pemberdayaan untuk mendampingi dan memajukan usahanya untuk dapat lebih maju dan berkembang. Ada beberapa bentuk pemberdayaan yang dapat dilakukan antara lain : pengetahuan pembukuan usaha, bantuan akses perijinan usaha, bantuan akses permodalan, bantuan akses manajemen usaha modern, bantuan akses pemasaran, bantuan akses teknologi modern, bantuan akses jaringan , bantuan akses bahan baku, bantuan akses peraturan perundang-undangan, dll. Kegiatan peningkatan kapasitas usaha UMKM sangat membantu para pelaku usaha UMKM dalam mengembangkan usahanya lebih maju dan berkembang. Respon dari masyarakat dan pelaku usaha yang hadir sangat antusias mengikuti kegiatan PKM yang dilakukan dan mereka berharap supaya dapat dilanjutkan di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-Commerce: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Atmaja, R., & Maryani, M. (2021). Analisa Perilaku Konsumtif Dan Daya Beli Konsumen Terhadap Penjualan Online Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 88–109.
- Goh, T. S., Purba, D. H. P., Saragih, R., Silalahi, M. P., Sembiring, Y. N., Silitonga, I. M., Situmorang, D. R., Nainggolan, A., Junita, R., Sipayung, T. D., Sagala, F., & Sitorus, P. J. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Kepada Pelaku UMKM Oleh Tax Center Universitas Methodist Indonesia. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 1(2), 84–87.
<https://doi.org/10.46880/methabdi.Vol1No2.pp84-87>

- Sembiring, R. (2014). *Pengantar Bisnis*. LaGood's Publishing.
- Sihite, M. (2024). The Role of Banking Digitalization in Enhancing Competitiveness: A Conceptual Review. *Proceeding of International Conference on Business, Economics, Finance and Technology*, 197–206.
- Widyastuti, S. (2019). Sebuah Sintesis Pada Literatur: Strategi Intervensi Pemasaran Hijau Menuju Pembangunan Berkelanjutan (A Synthesis of Literature: A Green Marketing Intervention Strategy towards Sustainability Development). *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 2(2), 83–94.
<https://doi.org/10.35814/jrb.v2i2.401>