
**PEMBERDAYAAN WANITA PADA UMKM BERBASIS PERTANIAN
DI DESA PURBA HINALANG KABUPATEN SIMALUNGUN**

¹Lamria Sidauruk[✉], ²Patricius Sipayung, ¹Ernitha Panjaitan, ¹Indrawaty Sitepu

¹Fakultas Pertanian, Universitas Methodist Indonesia, Medan, Indonesia

²Fakultas Pertanian, Universitas Katolik Santo Thomas, Medan, Indonesia

Email: lamriasidauruk@yahoo.com

DOI: <https://doi.org/10.46880/methabdi.Vol5No2.pp190-198>

ABSTRACT

Purba Hinalang Village, Simalungun Regency, is a producer of chilies and tomatoes. However, in terms of welfare, these farmers are generally not economically prosperous. The problem is that horticultural products are perishable and their prices fluctuate in the market, so farmers often experience losses due to very low prices. In addition to economic losses, rotting chilies and tomatoes in the field can also become a source of contamination for pests and plant diseases. This Community Partnership Program (PKM) aims to provide solutions to farmers' challenges when harvests are abundant and prices are low. The solution offered is mentoring farmers, particularly housewives, in transferring technology for processing chilies and tomatoes into attractively packaged chili floss and tomato sauce, which adds value and boosts farmers' incomes, especially during abundant harvests and low prices. It also has a longer shelf life. Through mentoring and training farmers using a participatory approach within this Community Service Program (PKM), it is hoped that technology transfer will proceed smoothly and eventually produce home-based entrepreneurs who can increase family incomes and thus improve farmers' welfare.

Keyword: Women's Empowerment, MSMEs, Shredded Chili, Tomato Sauce.

ABSTRAK

Desa Purba Hinalang, merupakan produsen cabai dan tomat di Kabupaten Simalungun. Namun ditinjau dari tingkat kesejahteraannya, umumnya petani tersebut secara ekonomi belum sejahtera. Permasalahannya adalah sifat produk hortikultura yang mudah rusak (Perishable) dan harganya di pasar fluktuatif, maka sering sekali petani mengalami kerugian akibat harga sangat rendah. Harga rendah menyebabkan petani tidak memanen cabai dan tomat karena biaya tenaga kerja lebih mahal daripada harga cabai maupun tomat tersebut. Selain kerugian ekonomi, buah cabai dan tomat yang busuk di lahan juga dapat menjadi sumber kontaminan hama dan penyakit tanaman. Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini ditujukan untuk memberi solusi bagi permasalahan petani melalui pendampingan petani khususnya ibu rumah tangga dalam transfer teknologi pengolahan buah cabai dan tomat menjadi abon cabai dan saus tomat yang dikemas menarik sehingga nilai ekonomisnya meningkat, khususnya ketika panen melimpah dan harga rendah. Disamping itu juga daya simpan lebih lama. Melalui pendampingan dan pelatihan terhadap petani dengan metode partisipatory approach dalam PKM ini diharapkan transfer teknologi tersebut dapat berjalan lancar dan suatu saat akan menghasilkan wirausahawan berbasis home industri sebagai salah satu bentuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang dapat meningkatkan pendapatan keluarga sehingga meningkatkan kesejahteraan petani.

Kata Kunci: Pemberdayaan Wanita, UMKM, Abon Cabe, Saos Tomat.

PENDAHULUAN

Nagori Purba Hinalang, Desa Purba Sipinggan berada pada ketinggian \pm 1300 m dpl adalah salah satu nagori di Kecamatan Purba, Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara, Indonesia. Desa ini berjarak kurang lebih 3 km ke pusat perekonomian Kabupaten Simalungun kedua setelah Pematang Raya yaitu Seribu Dolok. Daerah ini dikenal sebagai penghasil cabai, tomat, nenas, kol, kentang, jeruk, dan kopi. Sebagian besar penduduk Nagori Purba Hinalang, Kabupaten Simalungun memiliki potensi sumber daya alam dan sumberdaya manusia yang relatif baik dibandingkan dengan wilayah lain. Potensi sumber daya alam tersebut menjadikan sektor pertanian Kabupaten Simalungun menjadi sektor utama penopang perekonomian wilayah. Pangsa sektor pertanian dalam PDRB Kabupaten Simalungun tahun 2018 mencapai 49,53% (Saragih et al., 2021). Pada umumnya masyarakat di Kabupaten Simalungun bermata pencaharian sebagai petani hortikultura khususnya cabai dan tomat. Berdasarkan data dari Biro Pusat Statistik yang di release per tanggal 04 Maret 2024, Produksi cabai di Kecamatan Purba berada pada urutan pertama dari seluruh kecamatan di Kabupaten Simalungun, Sementara produksi tomat berada pada urutan ketiga. Hal ini menunjukkan potensi produksi yang sangat baik, dan tentu saja diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan petani di Kecamatan Purba sekitarnya. Namun ditinjau dari tingkat kesejahteraannya, petani di Nagori Purba Hinalang berada pada kategori belum Sejahtera (Purba, 2017).

Berdasarkan hasil survey, Nagori Purba Hinalang merupakan salah satu daerah produsen komoditas tomat dan cabe. Petani tanaman tomat di Nagori tersebut di memiliki luas tanam yang berbeda-beda antara petani yang satu dengan petani lainnya bedasarkan tingkatan luas lahan antara 0,20-1,00 ha (Martauli & Astuti, 2021).. Selain komoditas tomat, petani juga menanam tanaman cabe merah karena secara agroklimat, Kecamatan purba sangat sesuai untuk budidaya cabe merah (Panjaitan et al., 2020; Siregar et al., 2024). Hasil penelitian

menunjukkan luas lahan petani yang digunakan untuk budidaya cabe antara 0,3-0,7 Ha. Dengan luas lahan yang cukup luas petani pastinya memproduksi Cabai merah dalam kisaran 0,5 – 10 Ton per tahun (Saragih et al., 2025) . Produktifitas tanaman tomat dan cabai merah yang tinggi, namun tidak diikuti dengan kondisi harga yang stabil menjadi penyebab kerugian petani. Oleh karena itu Kabupaten Simalungun termasuk menjadi Daerah prioritas dalam pengembangan Riset bidang pertanian.

Permasalahan mitra di Nagori Purba Hinalang adalah harga produk tomat dan cabai sangat fluktuatif, Dimana Ketika produksi tinggi, harga menjadi rendah, sehingga ketika harga sangat murah petani tidak melakukan panen. Sebagaimana sifat produk hortikultura yang mudah rusak (Perishable) dan harganya di pasar fluktuatif, maka sering sekali petani mengalami kerugian akibat harga sangat rendah (Damanik & Ginting, 2013). Harga rendah menyebabkan petani tidak memanen tomat dari lahan pertaniannya karena biaya tenaga kerja lebih mahal daripada harga tomat tersebut, atau buah tomat tersebut dibuang.

Selain kerugian ekonomi akibat biaya budidaya, buah tomat yang busuk di lahan juga dapat menjadi sumber kontaminan hama dan penyakit tanaman (Ariadi et al., 2024). Sementara untuk hasil panen cabai, petani tetap menjual dengan harga rendah walaupun tidak memberi keuntungan bagi petani karena tingginya biaya produksi. Oleh karena itu solusi bagi permasalahan diatas adalah memanfaatkan cabai dan tomat tersebut menjadi produk olahan yang tahan lama disimpan dan dapat dipasarkan lebih mahal. Produk olahan dikemas dengan baik untuk memudahkan penyimpanan, pengangkutan dan pemasarannya. Sehingga ketika harga sangat rendah, buah cabai dan tomat dapat diolah menjadi produk UMKM yang mempunyai nilai ekonomi lebih tinggi (Purwanto et al., 2020). Selanjutnya perlu upaya atau strategi pemasaran yang tepat sehingga produk UMKM tersebut diminati masyarakat dan memberikan keuntungan yang dapat meningkatkan pendapatan petani.

Potensi ekonomi dari budidaya cabai dan Tomat di Nagori Purba Hinalang cukup besar. Dengan siklus tanam yang relatif singkat antara 3 hingga 4 bulan, petani bisa melakukan beberapa kali panen dalam setahun. Harga cabai dan Tomat yang fluktuatif justru menjadi peluang jika petani mampu memanfaatkan hasil panen menjadi peluang usaha industri rumah tangga UMKM Pembuatan Saos tomat dan Abon cabe. Kelompok ibu rumah tangga sebagai pelaku usaha dapat memanfaatkan waktu luang untuk mengolah hasil panen tomat dan cabe. Peluang pasar cukup besar baik lokal maupun kota-kota sekitarnya seperti Pematangsiantar dan Medan. Disamping itu pemasaran juga dapat dilakukan secara digital melalui pemasaran online. Namun, potensi besar ini masih menghadapi sejumlah tantangan karena Sebagian besar petani tergolong pra sejahtera, terbatas dalam hal modal, teknologi dan pengetahuan teknologi pengolahan hasil pertanian (teknologi pasca panen). Namun demikian, semangat dan ketekunan petani Purba Hinalang tidak luntur. Mereka mulai membentuk kelompok tani dan menjalin komunikasi dengan penyuluh pertanian untuk mendapatkan pendampingan.

TUJUAN DAN MANFAAT

Tujuan kegiatan PKM ini adalah mendukung pembangunan pertanian berkelanjutan sesuai dengan Program Asta Cita Presiden Prabowo Poin 6 “Membangun dari desa dan dari bawah untuk pemerataan ekonomi dan pemberantasan kemiskinan” (Mukaddas et al., 2025). Peningkatan pendapatan petani melalui pengembangan UMKM berbasis produk pertanian diharapkan akan meningkatkan pendapatan petani dengan memanfaatkan pasar digital sehingga kesejahteraan petani meningkat. Pemberdayaan ibu rumah tangga dalam membangun UMKM berbasis produk pertanian merupakan salah satu misi RIRN 2017-2045 yaitu menciptakan Masyarakat Indonesia yang inovatif berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi dengan bidang focus pangan dan pertanian (Hasibuan et al., 2024).

Mitra Sasaran PKM ini adalah kelompok tani dengan anggota 10 orang ibu rumah tangga dengan kisaran usia 28 tahun – 54 tahun.

Pekerjaan utama adalah petani dengan luas lahan sendiri antara 0,2- 1 Ha. Rata-rata pendapatan bulanan keluarga berada pada kisaran 2 juta-6 juta tergantung kepada harga pasar produk pertanian. Kelompok tani ibu rumah tangga tersebut kurang berkembang dan relatif tanpa inovasi baru yang dapat meningkatkan pendapatan keluarga. Hal ini sangat sesuai dengan tujuan pengabdian masyarakat ini yaitu memberdayakan para ibu rumah tangga dalam pengolahan cabai menjadi abon cabai serta pengolahan tomat menjadi saus tomat sebagai Produk UMKM berbasis industri Rumah Tangga. Melalui UMKM pengolahan hasil panen dapat dihasilkan dua produk UMKM yaitu saos tomat dan abon cabe (Nikmah et al., 2024). Pengolahan cabai menjadi abon cabe atau cabai kering bisa menjadi salah satu pilihan untuk dapat meningkatkan nilai ekonomi produk pertanian terutama ketika harga rendah (Abdullah et al., 2023; Damanik & Ginting, 2013). Dengan menjadi produk olahan, maka cabai dan tomat tersebut mempunyai masa simpan lebih lama. Kegiatan PKM juga termasuk memberi Solusi untuk aspek pengemasan dan pemasaran produk UMKM yang dihasilkan.

METODE PELAKSANAAN

Tahap Sosialisasi

LPPM UMI bersama dosen dan mahasiswa Fakultas Pertanian melaksanakan kegiatan sosialisasi tentang program yang akan dilaksanakan sesuai dengan prioritas permasalahan yang sudah disepakati bersama mitra. Selanjutnya diuraikan tugas pokok dan fungsi setiap personal yang terlibat. Pada tahap ini juga diminta komitmen dari kelompok tani mitra terhadap keberhasilan pelaksanaan PKM. Tim pengusul menguraikan program kerja kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada kelompok tani tersebut. Pada tahap sosialisasi pemaparan rencana kegiatan, Mitra kelompok tani diminta memberi masukan tentang kegiatan yang akan dilaksanakan bersama lalu disepakati. Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan partisipatif (*participatory approach*).

Tahap Pelatihan

Tahapan pelaksanaan meliputi kegiatan antara lain:

1. Penyuluhan dan Pelatihan teknologi pasca panen melalui demonstrasi pembuatan abon cabai dan saus tomat secara sederhana.
2. Penyuluhan dan pelatihan teknik pengemasan produk saus tomat yang diolah dalam skala rumah tangga. Pengemasan dengan label dan tampilan yang baik akan menarik minat calon konsumen.
3. Penyuluhan dan pelatihan berbagai strategi pemasaran baik on site, online maupun di pasar-pasar tradisional maupun pasar modern.
4. Penyuluhan dan pelatihan manajemen usaha atau analisis bisnis sehingga memberikan margin keuntungan yang maksimal bagi petani mitra. Dalam hal ini termasuk perizinan untuk mendapatkan lisensi halal sebagai P-IRT (Produk Industri Rumah Tangga).

Tahap Penerapan Teknologi

Penerapan teknologi dilakukan melalui :

1. Demonstrasi dan pendampingan pembuatan abon cabai dan saus tomat dengan teknologi dan peralatan sederhana sebagai skala industri rumah tangga.
2. Demonstrasi dan pendampingan pengemasan dan pembuatan label yang menarik.
3. Pelatihan dan pendampingan analisis usahatani, strategi pemasaran dan perizinan usaha

Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan diawal kegiatan, maupun setelah semua kegiatan selesai dilakukan. Evaluasi kegiatan berkenaan dengan ketercapaian tujuan yang hendak dicapai dalam kegiatan ini. Tujuan tersebut adalah apakah ada peningkatan kuantitas produksi dan pemasaran hasil produksi yang berdampak kepada peningkatan pendapatan petani melalui penerapan teknologi yang diberikan.

Tahap Keberlanjutan

Tahap ini merupakan tindak lanjut dari hasil evaluasi. Apabila hasil evaluasi untuk seluruh

komponen solusi yang ditawarkan berhasil, maka dapat dilakukan tindak lanjut melalui peningkatan kapasitas produksi UMKM dan peningkatan jaringan pemasaran. Selanjutnya kegiatan ini bisa menjadi Role model bagi Masyarakat sekitar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Sosialisasi

Sosialisasi kegiatan PKM Pemberdayaan ibu rumah tangga dalam UMKM produksi saus tomat dan abon cabe dilaksanakan pada tanggal 22 Agustus 2025. Sosialisasi dilakukan dengan ceramah dan diskusi tentang rencana kerja serta pembagian tugas setiap personal yang terlibat mulai dari tim pengusul dan mitra (Gambar 1). Pada kegiatan sosialisasi ini ditetapkan rencana kegiatan pendampingan beserta jadwal kegiatan pelatihan yang disepakati bersama (Tabel 1).



Gambar 1. Sosialisasi program bersama Mitra

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pelatihan

No	Tanggal	Kegiatan	Penanggung Jawab
1	06-09-2025	Penyuluhan "Peran Teknologi Pasca Panen"	Ir. Patricius Sipayung, M.Si.
2	06-09-2025	Pelatihan Pembuatan Abon Cabe	Dr. Lamria Sidauruk, MP.
3	14-09-2025	Pelatihan Pembuatan Saos Tomat	Dr. Ernitha Panjaitan, M.Si.
4	14-09-2025	Penyuluhan teknik kemasan dan label yang baik	Dr. Lamria Sidauruk, MP.
5	20-09-2025	Penyuluhan Analisis Usaha,	Ir. Indrawaty Sitepu, MA.

Strategi Pemasaran Penyuluhan Pengajuan izin usaha dan label halal

Ir. Indrawaty Sitepu, MA.

Tahap Pelatihan dan Penerapan Teknologi

Pelatihan dan penerapan teknologi pengolahan tomat dan cabe menjadi produk UMKM saus tomat dan abon cabe yang dilaksanakan kepada khalayak sasaran yaitu para ibu rumah tangga di Desa Purba Hinalang, Kecamatan Purba, Kabupaten Simalungun menghasilkan beberapa pencapaian yaitu:

1. Peningkatan keterampilan dan pengetahuan para ibu rumah tangga.

Sebanyak 23 peserta ibu rumah tangga telah memahami dan mampu mempersiapkan bahan baku dan melaksanakan prosedur pengolahan hasil panen tomat dan cabe menjadi produk industri (UMKM) saus tomat dan abon cabe berkualitas baik dan rasa khas Simalungun yang layak dijual (Gambar 2, Gambar 3 dan Gambar 4). Peserta juga dilatih untuk pembuatan label dan pemilihan kemasan yang layak dan ekonomis Peserta mampu menghitung analisis biaya usaha sehingga diperoleh keuntungan dari produk yang dihasilkan.



Gambar 2. Pengeringan Cabe



Gambar 3. Demonstrasi Pembuatan Abon Cabe



Gambar 4. Pengemasan Abon Cabe oleh Mitra

2. Menghasilkan Produk Abon Cabe dan Saus Tomat

Pada sesi praktik, dari 5 Kg cabe segar yang dikeringkan dengan oven maupun sinar matahari, dapat dihasilkan 25 botol abon cabe dengan volume 200 g per botol. Sedangkan dari bahan baku 10 kg tomat segar yang diolah dapat 50 botol saus tomat dengan volume kemasan 250 ml. Untuk memperoleh rasa khas Simalungun, maka abon cabe diperkaya dengan rasa andaliman sedangkan saus tomat memiliki aroma khas bunga kecombrang (Gambar 5 dan Gambar 6).



Gambar 5. Abon cabe khas Simalungun



Gambar 6. Saus Tomat Khas Simalungun

Pelatihan pembuatan abon cabai dan saus tomat ini bukan hanya memberikan keterampilan teknis dalam mengolah cabai menjadi produk siap jual, tetapi juga membuka wawasan peserta mengenai manajemen usaha, pengemasan, hingga strategi pemasaran. Dengan keterampilan ini, para ibu rumah tangga dapat mengubah hasil pertanian yang melimpah menjadi produk bernilai ekonomis tinggi, sekaligus mengurangi kerugian akibat cabai yang cepat rusak saat panen raya.

Lebih jauh, pelatihan ini berperan dalam membangun kemandirian ekonomi masyarakat. UMKM berbasis olahan cabai dan tomat dapat menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan rumah tangga, dan mendukung gerakan konsumsi produk lokal. Dengan adanya produk abon cabai, masyarakat tidak hanya memiliki alternatif usaha baru, tetapi juga mampu bersaing di pasar modern dengan produk yang higienis, berkualitas, dan berdaya saing.

3. Analisis Usaha dan Strategi Pemasaran

Analisis biaya untuk pembuatan abon cabe dengan asumsi harga cabe dari lahan pertanian Rp. 40.000,- per kg disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis Biaya Pembuatan Abon Cabe

Biaya variabel				
Bahan baku	Vol.	Satuan	Harga	Total Rp)
Cabe merah	3	Kg	40,000	120,000
Cabe caplak	2	Kg	30,000	60,000
Bawang putih	200	g	100	20,000
Bawang merah	200	g	120	24,000
Ebi goreng	200	g	100	20,000
Andaliman	200	g	150	30,000
Botol kaca	25	botol	4,000	100,000
Label	25	Buah	1,000	25,000
Total Biaya Variabel untuk 25 botol (Rp)				399,000
Biaya variabel per botol adalah				15,960
Biaya Tetap				
Peralatan	Volur	satuan	Harga (Rp)	Total Biaya
Chopper ukuran 2	1	buah	415000	415,000
Wajan	1	buah	269000	269,000
Kompors gas	1	Buah	320000	320,000
Pengaduk	2		10000	20,000
Total Biaya Tetap untuk umur ekonomis 5 tahun				1,024,000
Biaya Tetap per hari				569
Harga BEP adalah biaya variabel + biaya tetap =				16,529

Berdasarkan tabel 2 tersebut, maka harga balik modal untuk 1 botol kemasan 200 g abon cabe adalah Rp. 16.529,-. Berdasarkan harga tersebut dapat ditetapkan harga penjualan dengan mempertimbangkan upah tenaga kerja. Berdasarkan hasil diskusi dengan kelompok tani mitra dan mempertimbangkan harga produk sejenis di pasaran maka harga yang disarankan adalah Rp. 25.000,-. Per botol. Margin keuntungan akan semakin besar apabila harga cabe dari lahan lebih murah, atau sebaliknya margin keuntungan akan berkurang apabila harga cabe naik.

Analisis biaya untuk pembuatan saus tomat dengan asumsi harga tomat Rp. 5000,- per kg disajikan pada Tabel 3. Berdasarkan tabel 3 diatas, maka harga balik modal untuk 1 botol kemasan 250 ml saus tomat adalah Rp. 5.570,-. Berdasarkan harga tersebut dapat ditetapkan harga penjualan dengan mempertimbangkan upah tenaga kerja. Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra kelompok tani dan mempertimbangkan harga produk sejenis di pasaran maka harga yang disarankan adalah Rp. 12.000,-.

Tabel 3. Analisis Biaya Pembuatan Saus Tomat

Biaya variabel				
Bahan baku	Vol	Satuan	Harga (Rp)	Total Biaya (Rp)
Tomat segar	5	Kg	5,000	25,000
Bawang bombay	100	g	100	10,000
Bawang putih	100	g	100	10,000
Kecombrang	5	buah	2,000	10,000
Tepung Maizena	1	kotak	6,000	6,000
Cuka (pengawet)	1	botol	7,500	7,500
Botol Plastik	20	botol	1,500	30,000
Label	20	Buah	1,300	26,000
Total Biaya Variabel untuk 25 botol (Rp)				124,500
Biaya variabel per botol adalah				4,980
Biaya Tetap				
Peralatan	Volur	satuan	Harga (Rp)	Total Biaya
Blender ukuran 2	1	buah	450000	450,000
Panci stainless	1	set	240000	240,000
Kompors gas	1	Buah	320000	320,000
Pengaduk	2	Buah	10000	20,000
Saringan staines:	2	Buah	16400	32,800
Total Biaya Tetap untuk umur ekonomis 5 tahun				1,062,800
Biaya Tetap per hari				590
Harga BEP adalah biaya variabel + biaya tetap =				5,570

Strategi yang dilakukan untuk pemasaran saus tomat dan abon cabe untuk tahap awal adalah secara online melalui media sosial para ibu rumah tangga anggota Mitra. Selain itu dapat juga dititipkan di kios-kios yang ada di desa. Pesatnya pemanfaatan berbagai platform media sosial saat dalam aspek pemasaran yang digunakan masyarakat, maka UMKM perlu untuk mengikuti arus tersebut dengan cara melakukan pemasaran digital (Mavilinda et al., 2021; Oktaviani et al., 2025). Pemasaran digital dapat membantu para pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatannya karena dapat menjangkau konsumen potensial lebih luas dengan memanfaatkan berbagai platform digital (Atmanegara et al., 2023). Kedepannya apabila produksi sudah dilakukan secara tetap dan stabil, maka produk tersebut bisa didaftarkan menjadi produk industri rumah tangga (PIRT) untuk mendapatkan izin produksi pangan. Dengan demikian bisa dipasarkan dengan jangkauan lebih luas lagi.

Pemasaran abon cabe harus mempertimbangkan peningkatan kualitas produk, persaingan penetapan harga, strategi promosi yang efektif dengan memanfaatkan berbagai saluran, serta memastikan stabilitas produksi dan distribusi produk yang luas, baik di pasar konsumen (off-trade) maupun di industri makanan (on-trade) (Dwikusuma et al., 2024).

Tahap Evaluasi

Berdasarkan pemantauan terhadap kegiatan kelompok tani mitra, maka 1 minggu setelah pelatihan, kelompok tani mitra telah memproduksi abon cabe secara mandiri sebanyak 50 botol dan saus tomat sebanyak 100 botol. Kegiatan ini berfokus pada pemanfaatan tomat dan cabe, yang merupakan hasil pertanian utama yang melimpah di daerah tersebut, menjadi produk bernilai jual tinggi. Khususnya Ketika harga jual kedua komoditas tersebut sangat rendah. Dengan diolah menjadi saus tomat dan abon cabe, nilai ekonomisnya akan meningkat dan waktu simpan menjadi lebih lama.

Pelatihan ini memberikan peluang bagi ibu rumah tangga untuk mengembangkan usaha

rumahan berbasis produk olahan hasil pertanian. Namun, masih terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan modal awal untuk produksi dalam skala lebih besar dan juga banyaknya produk sejenis yang dijual di pasar dengan harga bersaing. Oleh karena itu perlu rasa yang khas dan special sehingga menjadi nilai lebih bagi produk yang dihasilkan.

Tahap Keberlanjutan

Dampak sosial dari program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat ini sangat signifikan bagi mitra dan bagi masyarakat sekitar. Peran aktif para ibu rumah tangga dalam kegiatan ini akan meningkatkan perekonomian yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan rumah tangga (Syaharany et al., 2025; Telaumbanua & Nugraheni, 2018) (Syaharany et al., 2025; Telaumbanua & Nugraheni, 2018). Namun demikian keberlanjutan program sangat tergantung kepada ketersediaan modal awal bagi kelompok tani. Dampak Sosial lainnya adalah penguatan solidaritas di komunitas. Keberlanjutan program dapat didukung melalui kolaborasi dengan pemerintah daerah, BUMD, lembaga swadaya masyarakat, atau pihak swasta untuk memperluas akses pasar dan pengembangan usaha

KESIMPULAN

Penyuluhan dan pelatihan pembuatan saus tomat dan abon cabe telah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta tentang pengolahan hasil pertanian menjadi produk industri tomat dan abon cabe secara mandiri. Produksi saus tomat dan abon cabe di Desa Purba Hinalang bisa menjadi peluang usaha produk Industri Rumah Tangga (PIRT) sebagai bagian dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Keberlanjutan program dapat dilakukan dengan dukungan modal awal dari pemerintah daerah maupun pihak swasta untuk pengembangan usaha.

UCAPAN TERIMAKASIH

Trimakasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan

Teknologi yang sudah mendanai kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dengan skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) untuk tahun 2025. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Methodist Indonesia yang sudah membantu memfasilitasi kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, W. G., Syarni, P., Pranainingsih, E., & Jabudin, L. O. (2023). Pemberdayaan Kelompok Tani Melalui Pengelolaan Abon Cabai Sebagai Alternatif Pendapatan dan Peningkatan Imunitas Tubuh Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kelurahan Mokoau, Kecamatan Kambu, Kota Kendari. *Jurnal Abditani*, 6(1), 15–20.
- Ariadi, H., Fahrurrozi, A., & Al Ramadhani, F. M. (2024). *Outlook Silvofshery*. Penerbit Adab.
- Atmanegara, S., Mahendra, I. D. M. Y., Ramadhany, E. D., Masruroh, D., & Wati, E. (2023). Peran Electronic Commerce dalam Pemasaran Kewirausahaan untuk Mengembangkan Kinerja UMKM. *Jurnal Simki Economic*, 6(1), 269–281.
- Damanik, A. M., & Ginting, S. (2013). Analisis Perbandingan Kelayakan Usahatani Cabai Merah (*Capsicum Annum L.*) Dengan Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens L.*) (Studi Kasus: Desa Hinalang, Kecamatan Purba, Kabupaten Simalungun). *Journal of Agriculture and Agribusiness Socioeconomics*, 4(9), 94505.
- Dwikusuma, S., Mahardika R, M. G., Farhansyah S, G., Vanya Tatia Kamal, N., Annafi, I., Fardhena F, D., Lailika, N., Wibowo, T., El Rois, R., & Fitri, N. (2024). *Produksi Abon Cabai Sebagai Inovasi Produk Umkm Masyarakat Desa Kalibening, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang*.
- Hasibuan, M. P., Nst, M. A., Panda, F. M., & Agustini, D. (2024). Inovasi Nanoagroteknologi untuk Pertanian Berkelanjutan: Mengintegrasikan Smart Technology dengan Praktik Ramah Lingkungan. *International Journal of Science, Technology and Applications*, 2(1), 25–37.
- Martauli, E. D., & Astuti, R. P. (2021). Peranan Sektor Pertanian Dalam Pembangunan Wilayah Kabupaten Simalungun Provinsi Sumatera Utara. *Agrifor: Jurnal Ilmu Pertanian Dan Kehutanan*, 20(2), 175–188.
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiwaty, N., Siregar, L. D., Andriana, I., & Thamrin, K. M. H. (2021). Menjadi “UMKM Unggul” Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 17–28.
- Mukaddas, J., Sutiharni, P. S., Heryanto, R., & Yunus, L. (2025). Asta Cita Dalam Mendukung Ketahanan Pangan Nasional. *Penerbit Kamiya Jaya Aquatic*.
- Nikmah, A., Kamarudin, A. P., Ramadhan, M., Surahman, B., Jalil, A., Diana, R., Purnama, R. W., & Sabri, S. (2024). Meningkatkan Nilai Tambah Tomat Dengan Pelatihan Mengolah Tomat Segar Menjadi Saus Tomat Di Desa Gunung Bahgie. *ASPIRASI: Publikasi Hasil Pengabdian Dan Kegiatan Masyarakat*, 2(2), 10–21.
- Oktaviani, N. F., Yusnita, R. T., Arisman, A., Rahwana, K. A., Yuniar, E. S., & Irawan, I. A. (2025). Peningkatan Pemahaman Strategi Pemasaran Digital, dan Redesign Kemasan Pada UMKM di Desa Pamokolan Kabupaten Ciamis. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 354–360.
- Panjaitan, E., Lubis, R., Nainggolan, M., & Sidauruk, L. (2020). Pemanfaatan Teknologi sebagai Upaya Mengurangi Resiko Gagal Panen Cabai Merah di Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara. *LOGISTA-Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 582–588.
- Purba, T. Y. (2017). *Dampak Nilai Tukar Petani terhadap Kesejahteraan Petani Cabai Merah (Capsicum annum L.) di Desa Hinalang, Kecamatan Purba, Kabupaten Simalungun*. Universitas Sumatera Utara.
- Purwanto, T., Sukandani, Y., Dwiarta, I. M. B., Prasetyo, A., & Ardiani, M. R. (2020). Memaksimalkan Potensi Usaha Pelaku Umkm Melalui Inovasi Produk Olahan Hasil Pertanian Desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 98–103.
- Saragih, F. N., Kurniawati, F., & Puruhito, D. D. (2025). Analisis Margin Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum Annum L.*) di Desa Saribudolok Kecamatan Silimakuta,

- Kabupaten Simalungun.
AGROFORETECH, 3(1), 309–318.
- Saragih, J. R., Siburian, A., Harmain, U., & Purba, T. (2021). Komoditas Unggulan dan Potensial Sektor Pertanian Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara. *Agro Bali: Agricultural Journal*, 4(1), 51–62.
- Siregar, S., Rangkuti, K., & Panggabean, S. A. (2024). Pendapatan dan Kelayakan Usahatani Tomat (*Solanum lycopersicum* L.) di Kecamatan Merdeka Kabupaten Karo. *Jurnal Agroplasma*, 11(2), 367–374.
- Syahrany, N. S., Aprilianti, S., & Septianawati, W. (2025). Pemberdayaan Ibu PKK dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Keluarga di Era Digital. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(1).
- Telaumbanua, M. M., & Nugraheni, M. (2018). Peran ibu rumah tangga dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga. *Sosio Informa*, 4(2).