

PENGUATAN KAPASITAS PELAKU UMKM MELALUI PEMBEKALAN MANAJEMEN USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DI KABUPATEN SAMOSIR

Mislan Sihite[✉], Ezekiel B. Sitorus, Siti Normi, Elperida J. Sinurat,
Kristanty M. N. Nadapdap, Mangasa Panjaitan, Maludin Panjaitan, Jansen Hutabarat,
Himpun Panggabean, Winarto, Henri Saragih
Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia, Medan, Indonesia
Email: mislansihite1@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.46880/methabdi.Vol6No1.pp149-153>

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are a key pillar of the local economy in Samosir Regency, yet many business actors still face constraints such as limited capital, weak business management, restricted market access, and low utilization of technology. This community service activity aimed to provide MSME actors in Samosir Regency with knowledge and skills in business development strategy, covering product quality improvement, product innovation, marketing development, business management strengthening, and digital technology utilization. The activity was carried out through lecture, discussion, and mentoring methods involving MSME actors as partners. The results show that participants gained a better understanding of the factors influencing business development, the stages of business development from evaluation, planning, implementation, to monitoring and evaluation, as well as practical examples of business management such as the chicken egg business. This activity is expected to encourage MSME actors in Samosir Regency to manage their businesses more professionally and competitively.

Keyword: MSME, Business Development, Business Strategy, Digital Technology, Samosir.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian di Kabupaten Samosir, namun pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, manajemen usaha yang belum optimal, akses pasar yang terbatas, serta rendahnya pemanfaatan teknologi. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pembekalan kepada pelaku UMKM di Kabupaten Samosir mengenai strategi pengembangan usaha, meliputi peningkatan kualitas produk, inovasi produk, pengembangan pemasaran, penguatan manajemen usaha, dan pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan dilaksanakan melalui metode ceramah, diskusi, dan pendampingan dengan melibatkan pelaku UMKM sebagai mitra. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan usaha, tahapan pengembangan usaha mulai dari evaluasi, perencanaan, implementasi, hingga monitoring dan evaluasi, serta contoh praktik manajemen usaha seperti usaha telur ayam. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong pelaku UMKM di Kabupaten Samosir untuk mengelola usahanya secara lebih profesional dan berdaya saing.

Kata Kunci: UMKM, Pengembangan Usaha, Strategi Bisnis, Teknologi Digital, Samosir.

PENDAHULUAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) merupakan salah satu pilar utama Tri Dharma Perguruan Tinggi yang bertujuan

mengimplementasikan hasil pendidikan dan penelitian untuk menjawab kebutuhan masyarakat. Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Indonesia (FE-UMI) berkomitmen



mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pendekatan edukatif, aplikatif, dan berkelanjutan.

Dalam konteks dinamika ekonomi lokal, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kecamatan Pangururan, Kabupaten Samosir, masih menghadapi berbagai kendala, antara lain: keterbatasan literasi keuangan, minimnya ide dan kreativitas dalam menjalankan usaha UMKM-BUMDES, lemahnya manajemen usaha, minimnya pemanfaatan teknologi digital, dan kurangnya akses pembiayaan dan pemasaran.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, FE-UMI menyelenggarakan kegiatan PKM berupa pelatihan dan pendampingan manajemen usaha dan literasi keuangan bagi pelaku UMKM.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, termasuk di Kabupaten Samosir. Kabupaten Samosir memiliki potensi UMKM yang cukup besar, mulai dari sektor pangan, kerajinan, hingga pariwisata, yang dapat menjadi penggerak perekonomian masyarakat setempat.

Namun demikian, banyak pelaku UMKM di Kabupaten Samosir masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal usaha, manajemen usaha yang belum optimal, akses pasar yang masih terbatas, serta rendahnya pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha. Kondisi ini menyebabkan banyak UMKM sulit berkembang dan kurang mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu memahami dan menerapkan strategi pengembangan usaha yang tepat agar bisnis yang dijalankan dapat berkembang secara berkelanjutan dan memiliki daya saing di pasar. Berdasarkan kondisi tersebut, Universitas Methodist Indonesia melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pembekalan pengembangan usaha bagi pelaku UMKM di Kabupaten Samosir, dengan harapan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan usahanya.

TUJUAN DAN MANFAAT

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pembekalan kepada pelaku UMKM di Kabupaten Samosir mengenai strategi pengembangan usaha. Secara khusus, tujuan pengembangan usaha yang disampaikan dalam kegiatan ini meliputi:

1. Meningkatkan pemahaman Manajemen Usaha UMKM-BUMDES
2. Memberikan pemahaman akan pentingnya kolaborasi dalam berusaha
3. Meningkatkan pemahaman peserta tentang pengelolaan keuangan usaha.
4. Membantu peserta menyusun pencatatan keuangan sederhana dan laporan laba-rugi.
5. Meningkatkan pemahaman tentang strategi pemasaran berbasis digital.
6. Memberikan pemahaman tentang perencanaan usaha berkelanjutan.
7. Mendorong transformasi mindset kewirausahaan berbasis profesionalisme dan etika bisnis..

Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman pelaku UMKM di Kabupaten Samosir mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan usaha serta strategi yang dapat diterapkan, sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang secara berkelanjutan, memiliki daya saing, dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian daerah.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh tim dari Universitas Methodist Indonesia dengan mitra pelaku UMKM di Kabupaten Samosir. Sasaran kegiatan adalah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang berada di wilayah Kabupaten Samosir, dengan harapan materi yang disampaikan dapat diterapkan langsung dalam pengelolaan usaha masing-masing peserta.

Materi yang disampaikan dalam kegiatan pembekalan ini meliputi pengertian pengembangan usaha, faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan usaha (sumber daya manusia, modal usaha, teknologi, dan akses pasar), strategi pengembangan usaha UMKM

(peningkatan kualitas produk, inovasi produk, pengembangan pemasaran, penguatan manajemen usaha, dan pemanfaatan teknologi digital), tahapan pengembangan usaha, tantangan yang dihadapi UMKM, peran pemerintah dan lembaga pendukung, serta contoh manajemen usaha telur ayam sebagai studi kasus.

Ceramah dengan beberapa judul Materi yang diberikan meliputi:

1. Manajemen Usaha UMKM
2. Manajemen Keuangan UMKM
3. Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana
4. Strategi Pemasaran Digital
5. Pengelolaan Modal dan Akses Pembiayaan

Kegiatan dilaksanakan dengan metode ceramah dan pemaparan materi menggunakan media presentasi, dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab, serta pendampingan untuk membantu peserta mengaitkan materi dengan kondisi usaha yang mereka jalankan. Alat dan bahan yang digunakan berupa materi presentasi, alat tulis, serta perangkat pendukung presentasi lainnya.



Gambar 1. Pemaparan Materi Pembekalan Usaha

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian dan Tujuan Pengembangan Usaha

Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai pengertian pengembangan usaha, yaitu upaya yang dilakukan pelaku usaha untuk meningkatkan pendapatan, memperluas pasar, meningkatkan kualitas produk, memperkuat daya saing, dan menciptakan lapangan kerja. Pemahaman awal ini menjadi dasar bagi peserta untuk memahami materi lanjutan mengenai faktor dan strategi pengembangan usaha.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengembangan Usaha

Pemaparan selanjutnya menjelaskan empat faktor utama yang memengaruhi pengembangan UMKM, yaitu:

1. Sumber Daya Manusia — kompetensi pelaku usaha dalam manajemen, produksi, pemasaran, dan inovasi sangat menentukan keberhasilan usaha.
2. Modal Usaha — dibutuhkan untuk pengadaan bahan baku, pengembangan produk, peningkatan kapasitas produksi, dan promosi usaha.
3. Teknologi — pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan efisiensi produksi, kualitas produk, dan pemasaran digital.
4. Akses Pasar — UMKM perlu menjangkau pasar yang lebih luas melalui pasar tradisional, toko modern, marketplace, dan media sosial.

Strategi Pengembangan Usaha UMKM

Materi inti kegiatan membahas lima strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM, yaitu:

1. Peningkatan kualitas produk, melalui penggunaan bahan baku berkualitas, penjagaan standar produksi, perbaikan desain dan kemasan, serta menjaga kebersihan dan keamanan produk.
2. Inovasi produk, seperti menciptakan varian rasa baru, membuat produk turunan, memperbaiki desain kemasan, dan mengembangkan produk sesuai tren pasar.
3. Pengembangan pemasaran, baik melalui pemasaran langsung, pemasaran digital (media sosial, marketplace, website usaha), maupun kerja sama dengan toko retail, distributor, restoran, dan komunitas bisnis.
4. Penguatan manajemen usaha, yang mencakup manajemen produksi, manajemen keuangan (pencatatan biaya produksi, pendapatan, dan keuntungan usaha), serta manajemen persediaan.
5. Pemanfaatan teknologi digital, untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan promosi, mempermudah transaksi, dan meningkatkan efisiensi usaha melalui media

sosial, marketplace, dan aplikasi pembayaran digital.

Tahapan Pengembangan Usaha

Peserta juga diperkenalkan pada empat tahapan dalam pengembangan usaha, yaitu:

1. Evaluasi usaha, meliputi kondisi usaha saat ini, kekuatan dan kelemahan usaha, serta peluang pasar.
2. Perencanaan usaha, meliputi target penjualan, strategi pemasaran, dan kebutuhan modal.
3. Implementasi strategi, yaitu pelaksanaan rencana yang telah disusun.
4. Monitoring dan evaluasi, yaitu peninjauan berkala terhadap perkembangan usaha.

Tantangan UMKM serta Peran Pemerintah dan Lembaga Pendukung

Dalam sesi diskusi, teridentifikasi sejumlah tantangan yang masih dihadapi pelaku UMKM di Kabupaten Samosir, antara lain keterbatasan modal usaha, kurangnya kemampuan manajemen, persaingan usaha yang semakin ketat, akses pasar yang terbatas, dan rendahnya pemanfaatan teknologi. Untuk mengatasi tantangan tersebut, pelaku UMKM disarankan untuk meningkatkan keterampilan usaha, mengikuti pelatihan kewirausahaan, membangun jaringan bisnis, dan memanfaatkan teknologi digital.

Pengembangan UMKM juga memerlukan dukungan dari berbagai pihak. Pemerintah dapat memberikan bantuan modal usaha, pelatihan kewirausahaan, akses pembiayaan, dan program pendampingan usaha. Lembaga keuangan berperan dalam menyediakan kredit usaha dan pembiayaan mikro. Sementara itu, perguruan tinggi berperan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, pelatihan manajemen usaha, dan pendampingan UMKM, sebagaimana kegiatan ini dilaksanakan.

Studi Kasus: Manajemen Usaha Telur Ayam

Sebagai contoh penerapan konsep pengembangan usaha, kegiatan ini juga membahas studi kasus manajemen usaha telur ayam. Permintaan telur ayam berasal dari rumah tangga, pedagang pasar, warung makan, industri makanan, serta hotel dan restoran. Peluang usaha ini

didukung oleh peningkatan konsumsi protein masyarakat, harga yang relatif terjangkau, dan pasar yang luas.

Dari sisi pemasaran, saluran yang dapat dimanfaatkan meliputi pedagang pasar tradisional, agen telur, toko sembako, restoran dan rumah makan, serta penjualan langsung ke konsumen. Strategi pemasaran yang disarankan antara lain menjaga kualitas telur, menawarkan harga kompetitif, menjalin kerja sama dengan pedagang, menggunakan media digital dan marketplace, serta menjual dalam bentuk produk turunan. Adapun risiko yang perlu diantisipasi meliputi fluktuasi harga pakan, penyakit ayam, penurunan produksi, fluktuasi harga telur, dan persaingan pasar. Selain itu, kemitraan usaha dengan distributor, rumah makan, dan industri makanan juga menjadi salah satu strategi untuk memperluas pasar dan menjaga keberlanjutan usaha.

Tabel 1. Tingkat Penilaian Pemahaman Peserta Sebelum dan Sesudah PKM Dilaksanakan

No	Pemahaman Materi PKM	Nilai sebelum PKM	Nilai setelah PKM
1	Manajemen Usaha, perencanaan usaha, mindset kewirausahaan	40	80
2	Kolaborasi Usaha	30	75
3	Pengelolaan pembukuan usaha	50	85
4	Marketing Digital	30	80



Gambar 2. Dokumentasi Tim Pengabdian usai Kegiatan Pengabdian di Pesisir Danau Toba

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pembekalan pengembangan usaha bagi pelaku UMKM di Kabupaten Samosir telah memberikan pemahaman mengenai pengertian, tujuan, dan faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan usaha, yaitu sumber daya manusia, modal usaha, teknologi, dan akses pasar. Peserta juga memperoleh pemahaman mengenai strategi pengembangan usaha yang meliputi peningkatan kualitas produk, inovasi produk, pengembangan pemasaran, penguatan manajemen usaha, dan pemanfaatan teknologi digital, serta tahapan pengembangan usaha mulai dari evaluasi, perencanaan, implementasi, hingga monitoring dan evaluasi.

Kegiatan ini juga menegaskan pentingnya dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan, dan perguruan tinggi dalam mendorong perkembangan UMKM. Studi kasus manajemen usaha telur ayam menjadi contoh nyata penerapan strategi pengembangan usaha yang dapat diadaptasi oleh pelaku UMKM di Kabupaten Samosir. Dengan pembekalan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat mengelola usahanya secara lebih profesional, inovatif, dan berdaya saing sehingga mampu berkembang secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Data dan statistik UMKM Indonesia*. Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sihite, M., Sumarsih, Palupi, S. M., Tahapary, G, et al. (2023), *Perilaku Konsumen (Menghadapi Era Society 5.0)*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia
- Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, R. R. (2013). *Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas ASEAN*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *UMKM di Indonesia: Isu-isu penting* (2nd ed.). LP3ES.