Jurnal Pengabdian Multidisiplin
Volume 6 Nomor 3, 2026
Kuras Institute
Scidac Plus

Pemberdayaan Konveksi melalui Standardisasi Produksi, Digitalisasi Manajemen, dan Branding berbasis Literasi Budaya Minangkabau, Indonesia

Trisna Helda*, Vivina Eprillison, Hafizah Delyana, Dinda Tiara, Warhamna, Ine Mai Santia
Universitas PGRI Sumatera Barat, Indonesia
trisnahelda4@gmail.com*

Abstrak

Usaha mikro dan kecil pada bidang konveksi menghadapi tantangan yang tidak hanya berkaitan dengan kapasitas produksi, tetapi juga standardisasi mutu, pencatatan usaha, diferensiasi produk, dan pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat keberdayaan Aka Konveksi di Kelurahan Parik Rantang, Kota Payakumbuh, melalui integrasi standardisasi proses produksi, digitalisasi pencatatan manajemen, serta pengembangan branding berbasis literasi budaya Minangkabau. Pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dan action research melalui sosialisasi dan diskusi kelompok, pelatihan, penerapan teknologi sederhana, pendampingan, serta evaluasi. Data capaian diperoleh dari perbandingan kondisi mitra sebelum dan pada tahap kemajuan program, dokumentasi kegiatan, dan pemeriksaan perangkat kerja yang dikembangkan. Hasil menunjukkan kapasitas produksi meningkat dari 1.500 menjadi 2.000 potong per minggu (33,33%), sedangkan waktu produksi per produk turun dari 90 menjadi 60 menit (efisiensi 33,33%). Proporsi produk yang memerlukan perbaikan turun dari 2,40% menjadi 1,05%, atau menurun 56,25% secara relatif. Mitra juga mulai menerapkan pencatatan arus kas yang lebih terstruktur selama tiga bulan serta mengembangkan produk bermerek yang mengangkat identitas budaya Minangkabau. Harga produk meningkat dari Rp105.000 menjadi Rp115.000 (9,52%), meskipun belum mencapai target awal 20%. Temuan tahap kemajuan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan yang mengintegrasikan perbaikan proses, tata kelola sederhana, dan identitas budaya berpotensi memperkuat produktivitas serta nilai ekonomi usaha. Evaluasi lanjutan diperlukan untuk memastikan keberlanjutan penerapan dan mengukur dampak pemasaran secara lebih sistematis.

Kata Kunci: Aka Konveksi, Branding Budaya, Digitalisasi Usaha, Literasi Budaya Minangkabau

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah berperan dalam menopang aktivitas ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan pengolahan potensi sumber daya setempat. Namun, keberlanjutan usaha produktif tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan barang. Pelaku usaha juga membutuhkan proses produksi yang konsisten, pengendalian mutu, pencatatan keuangan yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan, serta strategi pemasaran yang membangun pembeda produk. Pada usaha konveksi,

Artikel ini menggunakan lisensi Creative Commons Attribution 4.0 International License
© 2026 Penulis

kelemahan pada salah satu aspek tersebut dapat berdampak pada efisiensi, jumlah produk yang harus diperbaiki, dan kemampuan usaha mengembangkan pasar.

Aka Konveksi merupakan usaha produksi pakaian di Kelurahan Parik Rantang, Kota Payakumbuh, yang didukung sekitar sepuluh tenaga kerja. Berdasarkan analisis kondisi awal dalam laporan kegiatan, mitra telah memiliki pengalaman produksi dan tempat usaha sendiri. Meskipun demikian, proses kerja belum sepenuhnya didukung prosedur operasional tertulis dan pemeriksaan mutu yang terstruktur. Pencatatan arus kas, stok, dan pesanan juga belum tertata secara sistematis. Pada sisi produk, desain masih banyak mengikuti pesanan pihak lain sehingga identitas merek dan pemanfaatan bahasa serta budaya Minangkabau sebagai sumber diferensiasi belum dikembangkan secara optimal.

Potensi bahasa dan budaya lokal dapat menjadi sumber penciptaan nilai apabila diterjemahkan secara tepat ke dalam desain, diksi, tagline, dan narasi produk. Dalam konteks ini, literasi budaya tidak diposisikan sebatas penggunaan ornamen visual, tetapi sebagai upaya memahami dan mengolah unsur bahasa serta makna budaya agar relevan dengan karakter produk dan calon konsumen. Pengembangan identitas tersebut perlu disertai pengelolaan produksi dan pemasaran yang memadai agar nilai budaya dapat hadir sebagai bagian dari strategi usaha, bukan sekadar elemen dekoratif (Alyani et al., 2023).

Digitalisasi sederhana juga dapat membantu usaha kecil memperbaiki keteraturan administrasi tanpa harus langsung menggunakan sistem yang kompleks. Pencatatan berbasis spreadsheet, misalnya, dapat mendukung dokumentasi pemasukan, pengeluaran, saldo, stok, dan pesanan. Literatur yang digunakan dalam laporan program menempatkan pemasaran digital, manajemen keuangan UMKM, efisiensi proses, dan pengendalian produk sebagai isu relevan dalam penguatan usaha (Alviani et al., 2025; Salim et al., 2024)

Sejumlah kajian menunjukkan bahwa penguatan UMKM melalui teknologi digital perlu dipahami sebagai proses yang mencakup pembenahan aktivitas usaha, bukan sekadar penggunaan media promosi. Digitalisasi pada aktivitas rantai pasok dan pengendalian kualitas menjadi salah satu aspek yang dibahas dalam upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM. Di sisi lain, pemanfaatan sistem akuntansi digital juga berkaitan dengan kualitas informasi dan pengelolaan kinerja keuangan UMKM (Chandra & Erlyana, 2026). Temuan tersebut memperlihatkan bahwa penguatan usaha perlu memperhatikan keterhubungan antara proses operasional dan tata kelola administrasi.

Pada aspek identitas produk, penelitian tentang digital branding menunjukkan bahwa pengintegrasian nilai budaya lokal dapat memperkuat koherensi strategi merek dan penerimaan pasar, (Zain et al., 2025) juga menekankan pentingnya unsur estetika, bahasa, dan narasi budaya dalam membangun identitas merek UMKM yang autentik serta sesuai dengan karakter audiens (Gustiawan & Sudarmiatin, 2025). (Gustiawan & Sudarmiatin, 2025) Sementara itu, kajian pada UMKM di Sumatera menunjukkan bahwa penguatan merek lokal dan adaptasi teknologi merupakan bagian dari pembahasan peningkatan kinerja produksi usaha (Kemmis et al., 2014). Dengan demikian, standardisasi proses dan mutu produk, keteraturan pencatatan usaha, serta pengembangan identitas budaya perlu dipandang sebagai aspek yang saling melengkapi (Lopung & Rulindo, 2023) .

Meskipun penelitian dan program terdahulu telah membahas digitalisasi UMKM, pengendalian kualitas, dan branding berbasis budaya, ketiga aspek tersebut tidak selalu diterapkan secara terpadu pada satu mitra dengan kebutuhan operasional yang saling berkaitan. Pada Aka Konveksi, persoalan produksi, administrasi usaha, dan identitas merek muncul secara bersamaan. Karena itu, program ini tidak hanya diarahkan pada peningkatan promosi atau pembuatan identitas visual, tetapi menghubungkan pembenahan proses produksi melalui SOP dan checklist QC, pencatatan arus kas serta stok berbasis perangkat digital sederhana, dan pengembangan branding dengan pemaknaan budaya Minangkabau. Integrasi ini diharapkan

memberi nilai tambah karena penguatan identitas produk didukung oleh perbaikan proses dan tata kelola usaha yang menjadi dasar konsistensi produk.

Kontribusi program ini terletak pada penerapan ketiga intervensi tersebut secara partisipatif dan kontekstual sesuai kondisi Aka Konveksi. Unsur budaya Minangkabau tidak hanya ditempatkan sebagai ornamen pada desain, tetapi diolah sebagai sumber makna dalam pengembangan identitas dan narasi produk. Oleh sebab itu, kebaruan program ini bersifat implementatif-kontekstual, yaitu integrasi standardisasi produksi, digitalisasi administrasi sederhana, dan pengembangan identitas merek berbasis literasi budaya Minangkabau dalam satu rangkaian pemberdayaan usaha konveksi.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk mengintegrasikan tiga intervensi: (1) standardisasi proses produksi melalui Standard Operating Procedure (SOP) dan checklist Quality Control (QC); (2) penguatan tata kelola usaha melalui pencatatan arus kas dan stok berbasis perangkat digital sederhana; serta (3) pengembangan desain dan branding produk berbasis literasi budaya Minangkabau yang didukung pemasaran digital. Artikel ini mendeskripsikan proses pemberdayaan dan perubahan terukur yang ditemukan pada tahap kemajuan program (Adisaksana, 2022).

METODE

Kegiatan dilaksanakan pada Aka Konveksi di Kelurahan Parik Rantang, Kota Payakumbuh. Mitra merupakan usaha produktif di bidang produksi pakaian dengan penanggung jawab Desi Suryani, S.Pd. Pendekatan kegiatan bersifat partisipatif dengan orientasi action research. Pendekatan ini dilaksanakan melalui siklus perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi yang melibatkan tim pelaksana bersama mitra. Mitra tidak hanya berperan sebagai peserta kegiatan, tetapi juga dilibatkan dalam mengidentifikasi permasalahan, menentukan prioritas kebutuhan, memberikan masukan terhadap penerapan solusi, serta mengevaluasi perubahan yang terjadi dalam kegiatan usaha.

Pelaksanaan siklus tindakan diawali dengan tahap perencanaan, yaitu mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra melalui sosialisasi dan focus group discussion (FGD). Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim dan mitra menyepakati bentuk intervensi yang meliputi standardisasi produksi melalui SOP dan QC, penguatan pencatatan arus kas dan stok, serta pengembangan desain dan branding berbasis budaya Minangkabau. Tahap berikutnya adalah tindakan, yaitu pelaksanaan pelatihan dan penerapan perangkat yang telah disepakati. Pada tahap observasi, tim mengamati penerapan perangkat tersebut dalam aktivitas produksi dan manajemen usaha serta memeriksa dokumen yang dihasilkan. Selanjutnya, tahap refleksi dilakukan melalui diskusi antara tim dan mitra untuk mengidentifikasi keberhasilan, kendala, dan aspek yang masih memerlukan perbaikan. Hasil refleksi digunakan sebagai dasar untuk menyesuaikan materi pendampingan dan memperkuat penerapan solusi pada kegiatan berikutnya. Dengan demikian, kegiatan berlangsung melalui proses penerapan, pengamatan, refleksi, dan perbaikan secara berulang selama program berjalan.

Tahapan kegiatan meliputi lima langkah. Pertama, sosialisasi dan focus group discussion (FGD) untuk menyepakati kebutuhan, prioritas, peran, dan target kegiatan. Kedua, pelatihan yang berfokus pada SOP dan QC, pencatatan arus kas dan stok, serta pengembangan desain, branding, dan pemasaran digital. Ketiga, penerapan teknologi sederhana, termasuk template SOP dan QC, spreadsheet pencatatan usaha, serta perangkat digital untuk pengembangan dan promosi produk. Keempat, pendampingan langsung dalam proses produksi, pemeriksaan mutu, pengisian catatan usaha, dan pengembangan produk. Kelima, evaluasi melalui observasi, pemeriksaan dokumen, diskusi dengan mitra, dan perbandingan indikator sebelum program dengan capaian pada tahap kemajuan. Kelima langkah tersebut dilaksanakan secara saling berkaitan, dengan hasil observasi dan evaluasi menjadi bahan refleksi untuk menentukan penguatan pendampingan berikutnya.

Data yang disajikan merupakan data capaian sebagaimana tercatat dalam laporan kemajuan program. Indikator kuantitatif mencakup kapasitas produksi mingguan, waktu produksi per produk, jumlah dan proporsi produk yang memerlukan perbaikan, serta harga produk. Indikator kualitatif mencakup ketersediaan perangkat SOP-QC, penerapan pencatatan arus kas dan stok, serta pengembangan produk bermerek berbasis budaya lokal. Perubahan proporsi produk yang memerlukan perbaikan dihitung dengan membandingkan persentase sebelum dan sesudah program. Karena evaluasi ini merupakan evaluasi tahap kemajuan dan tidak menggunakan kelompok pembanding, hasil ditafsirkan sebagai perubahan yang teramati selama pelaksanaan program, bukan sebagai bukti kausal tunggal dari setiap intervensi.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan beberapa instrumen dan sumber data. Pertama, lembar observasi digunakan untuk mencatat kondisi proses produksi, penerapan SOP, pelaksanaan pemeriksaan kualitas produk, serta penggunaan perangkat pencatatan usaha. Kedua, checklist Quality Control (QC) digunakan untuk mengidentifikasi produk yang memerlukan perbaikan berdasarkan aspek ukuran, kerapian jahitan, kesesuaian desain atau sablon, kebersihan, kondisi produk, dan kesesuaian jumlah pesanan. Ketiga, dokumen produksi dan informasi dari mitra digunakan untuk memperoleh data kapasitas produksi mingguan, waktu pengerjaan produk, serta jumlah produk yang memerlukan perbaikan. Keempat, format pencatatan digital berupa spreadsheet digunakan untuk mendokumentasikan arus kas dan stok usaha. Kelima, hasil FGD dan diskusi dengan mitra digunakan untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan, kendala, tanggapan, dan perkembangan penerapan program. Dokumentasi foto juga digunakan sebagai bukti pelaksanaan kegiatan.

Pengumpulan data dilakukan pada tahap identifikasi kondisi awal, selama proses pelatihan dan pendampingan, serta pada evaluasi kemajuan program. Data sebelum program digunakan sebagai dasar pembanding dengan data capaian pada tahap kemajuan program. Konsistensi pencatatan dijaga dengan menggunakan indikator dan format pencatatan yang sama pada saat membandingkan kondisi awal dan kondisi setelah intervensi. Pemeriksaan dilakukan dengan mencocokkan catatan produksi, checklist QC, dan informasi yang disampaikan mitra. Adapun data kualitatif dari observasi, FGD, dan diskusi dirangkum secara deskriptif berdasarkan tema kebutuhan mitra, penerapan solusi, kendala pelaksanaan, dan perubahan praktik usaha.

Data yang disajikan merupakan data capaian sebagaimana tercatat dalam laporan kemajuan program. Indikator kuantitatif mencakup kapasitas produksi mingguan, waktu produksi per produk, jumlah dan proporsi produk yang memerlukan perbaikan, serta harga produk. Indikator kualitatif mencakup ketersediaan perangkat SOP-QC, penerapan pencatatan arus kas dan stok, serta pengembangan produk bermerek berbasis budaya lokal.

Analisis data kuantitatif dilakukan secara deskriptif dengan membandingkan indikator sebelum dan pada tahap kemajuan program. Persentase perubahan kapasitas produksi dan waktu produksi dihitung berdasarkan selisih nilai sebelum dan sesudah program dibandingkan dengan nilai awal. Proporsi produk yang memerlukan perbaikan dihitung dengan membandingkan jumlah produk yang memerlukan perbaikan terhadap total produksi pada masing-masing periode. Sementara itu, data kualitatif dianalisis secara deskriptif melalui pengelompokan informasi hasil observasi, pemeriksaan dokumen, dan diskusi mitra untuk menggambarkan keterlaksanaan kegiatan, perubahan praktik usaha, serta kendala yang ditemukan. Karena evaluasi ini merupakan evaluasi tahap kemajuan dan tidak menggunakan kelompok pembanding, hasil ditafsirkan sebagai perubahan yang teramati selama pelaksanaan program, bukan sebagai bukti kausal tunggal dari setiap intervensi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pelaksanaan kegiatan PkM pada mitra pertama, Aka Konveksi, telah dilakukan melalui tiga aspek kegiatan utama, yaitu produksi, manajemen usaha, serta pemasaran dan kreativitas produk. Kegiatan dilaksanakan secara partisipatif melalui sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan evaluasi. Hasil pelaksanaan menunjukkan adanya keterlibatan aktif mitra dalam setiap kegiatan serta mulai diterapkannya pengetahuan, keterampilan, dan perangkat pendukung yang diberikan dalam kegiatan usaha.

Kegiatan pada aspek produksi diarahkan pada peningkatan keteraturan proses kerja melalui penyusunan dan penerapan Standard *Operating Procedure* (SOP) serta penguatan *Quality Control* (QC). Kegiatan dilakukan berdasarkan kondisi awal produksi Aka Konveksi yang masih menggunakan proses kerja manual dan membutuhkan penataan tahapan kerja serta pemeriksaan mutu secara lebih sistematis. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan observasi dan pendampingan langsung di area produksi untuk memahami alur kerja mitra. Tim PkM bersama mitra mengidentifikasi tahapan produksi yang meliputi persiapan bahan dan pesanan, pemotongan, penjahitan, sablon, serta pemeriksaan akhir. Berdasarkan tahapan tersebut disusun SOP produksi yang sederhana dan disesuaikan dengan kondisi operasional Aka Konveksi.

Selain SOP, dilakukan penguatan QC melalui pemeriksaan terhadap ukuran, kerapian jahitan, kesesuaian desain atau sablon, kebersihan, kondisi produk, dan jumlah pesanan. Form QC disiapkan sebagai instrumen pendukung agar pemeriksaan produk dapat dilakukan secara lebih terstruktur. Pendekatan ini sejalan dengan rancangan program yang menempatkan SOP dan QC sebagai bagian dari peningkatan efisiensi dan konsistensi mutu produksi.



Gambar 1. Pendampingan tim PkM bersama mitra produksi Aka Konveksi

Dokumentasi kegiatan menunjukkan pendampingan langsung tim PkM bersama mitra di lingkungan produksi. Kegiatan ini memberikan kesempatan kepada tim untuk melihat secara langsung proses kerja dan mendampingi mitra dalam penataan proses produksi.



Gambar 2. Pendampingan proses sablon produk Aka Konveksi

Proses sablon merupakan salah satu tahapan produksi yang menjadi bagian dari pengembangan produk mitra. Pendampingan dilakukan dengan memperhatikan kesesuaian desain dan kualitas hasil cetak.



Gambar 3. Aktivitas penjahitan dalam proses produksi Aka Konveksi

Dokumentasi penjahitan memperlihatkan aktivitas produksi secara langsung. Kegiatan tersebut menjadi bagian dari penerapan tahapan kerja produksi yang lebih terstruktur. Hasil pelaksanaan pada aspek produksi menunjukkan bahwa mitra memperoleh pedoman kerja yang lebih jelas melalui SOP dan instrumen pemeriksaan mutu melalui checklist QC. Pada tahap laporan kemajuan 80%, penerapan SOP dan QC terus diperkuat melalui pendampingan dan pembiasaan dalam kegiatan produksi.

Kegiatan pada aspek manajemen usaha diarahkan pada penguatan tata kelola administrasi dan keuangan melalui pemanfaatan teknologi sederhana. Fokus kegiatan meliputi pencatatan cash flow, transaksi, pesanan, dan stok agar pengelolaan usaha dapat dilakukan secara lebih tertib dan terdokumentasi. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pendampingan dan praktik langsung bersama mitra. Tim PkM memperkenalkan format pencatatan yang sederhana sehingga dapat disesuaikan dengan aktivitas usaha Aka Konveksi. Penggunaan perangkat digital, khususnya spreadsheet, diarahkan untuk membantu mitra mencatat pemasukan dan pengeluaran, memantau transaksi, serta mendokumentasikan stok dan pesanan. Penggunaan spreadsheet untuk cash flow, stok, dan pesanan memang telah dirancang dalam proposal sebagai bagian dari digitalisasi tata kelola usaha.



Gambar 4. Pendampingan pengelolaan usaha menggunakan perangkat digital

Dokumentasi menunjukkan kegiatan pendampingan tim PkM bersama mitra dengan menggunakan laptop dan perangkat digital. Kegiatan dilakukan secara langsung agar mitra dapat memahami dan mempraktikkan sistem pencatatan yang diperkenalkan. Sebagai tindak lanjut, disiapkan format cash flow dan pencatatan stok yang dapat digunakan secara rutin oleh mitra. Format tersebut mencakup pencatatan pemasukan dan pengeluaran, saldo, transaksi, stok masuk dan keluar, serta rekapitulasi. Penggunaan format ini diharapkan membantu mitra memperoleh informasi usaha yang lebih teratur untuk mendukung evaluasi dan pengambilan keputusan.

Dokumentasi menunjukkan proses penerapan desain pada produk melalui teknik sablon. Kegiatan tersebut merupakan bagian dari pengembangan produk branded yang mengangkat identitas lokal.



Gambar 5. Produk hasil pengembangan desain Aka Konveksi

Produk yang telah dikembangkan menjadi salah satu hasil nyata kegiatan pada aspek kreativitas produk. Pengembangan tersebut diarahkan untuk menghasilkan produk yang memiliki identitas visual dan nilai budaya yang lebih kuat. Pada aspek pemasaran, mitra juga diarahkan untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Media digital digunakan untuk memperkenalkan produk, menampilkan identitas merek, serta memperluas jangkauan calon konsumen. Penguatan digital marketing merupakan bagian dari rancangan program untuk mendukung pemasaran produk secara lebih mandiri.

Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa mitra mulai memperoleh penguatan dalam pengembangan desain dan branding produk serta pemanfaatan media digital untuk mendukung pemasaran. Tahap selanjutnya diarahkan pada penyempurnaan produk, konsistensi branding, penguatan konten pemasaran, dan evaluasi respons pasar.

Tabel 1. Rekapitulasi Capaian Pelaksanaan Kegiatan pada Mitra

Aspek Kegiatan	Kegiatan yang Dilaksanakan	Capaian Kemajuan
Produksi	Observasi produksi, penyusunan dan penerapan SOP, pendampingan QC	Tersedianya SOP produksi dan checklist QC serta meningkatnya pemahaman mitra terhadap keteraturan proses dan pemeriksaan mutu
Manajemen Usaha	Pendampingan cash flow, transaksi, pesanan, dan stok menggunakan perangkat digital	Tersedianya format pencatatan dan meningkatnya pemahaman mitra dalam pengelolaan administrasi usaha
Pemasaran & Kreativitas	Pengembangan desain, branding, unsur budaya Minangkabau, dan pemasaran digital	Mulai tersedianya produk dengan identitas lokal serta penguatan kemampuan pemasaran digital

Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan pada Aka Konveksi telah mencakup tiga aspek utama yang menjadi prioritas program. Aspek produksi menghasilkan perangkat SOP dan QC untuk mendukung keteraturan proses serta pengendalian mutu. Aspek manajemen usaha menghasilkan perangkat pencatatan cash flow dan stok untuk mendukung tata kelola usaha. Sementara itu, aspek pemasaran dan kreativitas produk menghasilkan pengembangan desain dan branding berbasis identitas budaya Minangkabau serta penguatan pemasaran digital.

Sebelum kegiatan, proses produksi mitra masih membutuhkan pedoman tertulis yang dapat menyamakan tahapan kerja dan instrumen pemeriksaan mutu. Tim bersama mitra kemudian menyusun SOP yang menata tahapan persiapan bahan dan pesanan, pemotongan, penjahitan, sablon atau finishing, pemeriksaan akhir, dan pengemasan. Checklist QC dikembangkan untuk memeriksa ukuran, kerapian jahitan, kesesuaian desain atau sablon, kebersihan, kondisi produk, dan jumlah pesanan. Perangkat ini dimaksudkan untuk membantu pemeriksaan dilakukan secara lebih konsisten dan terdokumentasi (Ratmono et al., 2023; Rois et al., 2026; Sartono et al., 2026) .

Perubahan kuantitatif terlihat pada kapasitas produksi yang meningkat dari 1.500 menjadi 2.000 potong per minggu, atau 33,33%. Waktu produksi per produk turun dari 90 menjadi 60 menit, sehingga efisiensi waktu mencapai 33,33%. Pada saat yang sama, produk yang memerlukan perbaikan berkurang dari 36 dari 1.500 potong (2,40%) menjadi 21 dari 2.000 potong (1,05%). Dengan demikian, proporsi produk yang memerlukan perbaikan turun sebesar 1,35 poin persentase atau 56,25% secara relatif.

Perubahan tersebut memperlihatkan bahwa peningkatan volume produksi pada tahap kemajuan berlangsung bersamaan dengan penurunan proporsi produk yang perlu diperbaiki. SOP memberi urutan kerja yang lebih jelas, sedangkan checklist QC membantu mengarahkan perhatian pada aspek mutu tertentu. Hasil ini sejalan dengan pentingnya standardisasi proses dan evaluasi cacat produk yang juga menjadi perhatian dalam kajian efisiensi produksi dan pengendalian kualitas (Alviani et al., 2025; Febriani & Juwitaningtyas, 2025). Meski demikian, karena program menerapkan beberapa intervensi secara bersamaan dan tidak menggunakan rancangan eksperimental, perubahan tersebut tidak dapat diatribusikan hanya kepada SOP atau QC secara terpisah.

Pada aspek manajemen, kegiatan berfokus pada pencatatan arus kas, transaksi, pesanan, dan stok. Tim memperkenalkan format yang dapat dioperasikan melalui spreadsheet dan mendampingi mitra dalam praktik pencatatan. Format arus kas mencakup pemasukan, pengeluaran, dan saldo, sedangkan pencatatan stok diarahkan untuk mendokumentasikan persediaan masuk dan keluar. Sistem ini dipilih karena relatif sederhana dan dapat disesuaikan dengan rutinitas usaha.

Laporan kemajuan menunjukkan bahwa pencatatan arus kas yang sebelumnya dilakukan secara manual telah diterapkan dengan lebih terstruktur selama tiga bulan. Capaian ini merupakan perubahan proses manajerial yang penting, meskipun belum cukup untuk menyimpulkan adanya peningkatan laba atau kinerja keuangan karena laporan belum menyajikan data laba-rugi, biaya produksi, maupun perbandingan arus kas sebelum dan sesudah program. Pencatatan yang konsisten dapat menjadi dasar untuk menilai biaya, mengendalikan persediaan, dan merencanakan kebutuhan modal. Penguatan administrasi seperti ini relevan dengan kebutuhan transparansi dan efisiensi pengelolaan keuangan usaha kecil (Shobari et al., 2025).

Keberlanjutan aspek ini bergantung pada kebiasaan mitra memperbarui catatan secara rutin dan menggunakan informasi yang tercatat dalam pengambilan keputusan. Karena itu, tindak lanjut tidak cukup berupa penyediaan format, tetapi perlu mencakup pemeriksaan berkala terhadap kelengkapan data, konsistensi pencatatan, dan pemanfaatan rekapitulasi untuk perencanaan usaha.

Intervensi pada aspek pemasaran dan kreativitas diarahkan untuk mengurangi ketergantungan pada desain pesanan pihak lain serta membangun identitas produk yang lebih khas. Tim dan mitra mengembangkan desain produk dengan mengangkat unsur bahasa dan budaya Minangkabau, kemudian menerapkannya pada produk melalui proses sablon. Pendekatan ini menempatkan budaya lokal sebagai sumber gagasan untuk diferensiasi produk dan penguatan narasi merek. Pengembangan desain juga disertai arahan pemanfaatan media digital untuk menampilkan produk, identitas merek, dan narasi budaya kepada calon konsumen.

Pada tahap kemajuan, harga produk meningkat dari Rp105.000 menjadi Rp115.000, atau 9,52%. Peningkatan ini merupakan indikasi awal perkembangan nilai jual setelah pengembangan produk bermerek. Namun, capaian tersebut masih berada di bawah target program sebesar 20%. Harga jual juga tidak dapat dipakai sebagai satu-satunya bukti peningkatan nilai ekonomi karena laporan belum menyajikan data biaya per unit, volume penjualan produk branded, margin keuntungan, atau respons konsumen. Dengan demikian, capaian yang dapat dinyatakan secara hati-hati adalah adanya pengembangan produk bermerek dan kenaikan harga yang tercatat, sedangkan dampaknya terhadap pendapatan dan perluasan pasar masih perlu diukur.

Pemanfaatan media digital berpotensi memperluas penyebaran informasi produk dan menghubungkan cerita budaya dengan identitas merek. Akan tetapi, agar strategi ini dapat dievaluasi, mitra perlu mendokumentasikan indikator pemasaran, misalnya jumlah konten yang dipublikasikan, jangkauan dan interaksi, pertanyaan calon pembeli, jumlah pesanan, serta penjualan produk bermerek (Oakland, 2014). Pemasaran digital akan lebih bermakna apabila narasi budaya, kualitas visual, informasi produk, dan proses pemesanan disajikan secara konsisten. Hal ini sejalan dengan perhatian terhadap strategi pemasaran digital bagi pelaku usaha dan sektor kreatif (Salim et al., 2024).

Secara keseluruhan, capaian menunjukkan perubahan pada tiga dimensi yang saling terkait: operasional produksi, tata kelola usaha, dan diferensiasi produk. Bukti kuantitatif paling jelas terdapat pada kenaikan kapasitas produksi, pengurangan waktu produksi, penurunan proporsi produk yang perlu diperbaiki, dan perubahan harga. Sementara itu, capaian manajemen dan branding pada tahap ini terutama didukung oleh keberadaan perangkat kerja dan bukti penerapan awal. Pemisahan antara hasil yang sudah terukur dan dampak yang masih perlu dikonfirmasi penting agar evaluasi program tetap proporsional.

Tabel 2. Peningkatan Level Keberdayaan Aka Konveksi

Indikator	Sebelum program	Tahap kemajuan	Perubahan
Kapasitas produksi	1.500 potong/minggu	2.000 potong/minggu	Naik 33,33%
Waktu produksi	90 menit/produk	60 menit/produk	Efisiensi 33,33%
Produk perlu perbaikan	36/1.500 (2,40%)	21/2.000 (1,05%)	Turun 56,25% secara relatif
Pencatatan arus kas	Manual	Lebih terstruktur selama 3 bulan	Penerapan sistem pencatatan
Harga produk	Rp105.000	Rp115.000	Naik 9,52%
Produk branded budaya	Belum tersedia secara mandiri	Produk branded dikembangkan	Capaian kualitatif

Pembahasan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat pada Aka Konveksi menunjukkan bahwa penguatan usaha konveksi memerlukan pendekatan yang mengintegrasikan aspek produksi, manajemen usaha, serta pengembangan produk dan pemasaran. Ketiga aspek tersebut saling berkaitan dalam mendukung keberlanjutan usaha. Perbaikan proses produksi perlu diikuti dengan pengelolaan administrasi yang lebih tertib, sedangkan pengembangan produk membutuhkan identitas yang membedakannya dari produk sejenis. Dalam konteks Aka Konveksi, pendekatan partisipatif melalui pelatihan, penerapan perangkat kerja, dan pendampingan memungkinkan solusi disesuaikan dengan kebutuhan serta kondisi operasional mitra.

Standardisasi produksi dan pengendalian mutu. Perubahan kapasitas produksi dan waktu pengerjaan menunjukkan adanya perbaikan pada aspek operasional mitra selama pelaksanaan program. Kapasitas produksi meningkat dari 1.500 menjadi 2.000 potong per minggu, sementara waktu produksi per produk menurun dari 90 menjadi 60 menit. Perubahan ini memperlihatkan bahwa peningkatan jumlah produksi berlangsung bersamaan dengan penggunaan waktu kerja yang lebih efisien. Salah satu upaya yang dilakukan untuk mendukung perbaikan tersebut adalah penyusunan Standard Operating Procedure (SOP) dan checklist Quality Control (QC). SOP memberikan pedoman mengenai urutan tahapan kerja, sedangkan checklist QC membantu mengarahkan pemeriksaan pada aspek-aspek mutu yang perlu diperhatikan.

Penurunan proporsi produk yang memerlukan perbaikan dari 2,40% menjadi 1,05% juga menunjukkan perubahan positif pada hasil produksi. Secara relatif, proporsi tersebut menurun sebesar 56,25%. Temuan ini penting karena peningkatan kapasitas produksi perlu disertai dengan upaya menjaga kualitas agar penambahan volume tidak meningkatkan jumlah produk yang harus diperbaiki. Standardisasi tahapan kerja dan pemeriksaan mutu dapat membantu usaha menjaga konsistensi hasil produksi. Pembahasan

ini relevan dengan perhatian (Alviani et al., 2025; Febriani & Juwitaningtyas, 2025) terhadap efisiensi proses dan pengendalian kualitas produk, sebagaimana dirujuk dalam naskah ini.

Meskipun demikian, perubahan tersebut perlu ditafsirkan secara proporsional. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum program dan pada tahap kemajuan 80%, tanpa menggunakan kelompok pembanding. Selain itu, beberapa intervensi diterapkan secara bersamaan. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas produksi dan penurunan proporsi produk yang memerlukan perbaikan belum dapat dinyatakan sebagai akibat dari penerapan SOP atau checklist QC semata. Hasil ini lebih tepat dipahami sebagai perubahan yang teramati selama program berlangsung dan perlu dikonfirmasi melalui pemantauan lanjutan.

Penguatan manajemen usaha melalui pencatatan digital. Pada aspek manajemen, program diarahkan untuk memperbaiki pencatatan arus kas, transaksi, pesanan, dan stok melalui penggunaan perangkat digital sederhana. Perubahan dari pencatatan manual menuju pencatatan yang lebih terstruktur merupakan langkah awal untuk membangun tata kelola usaha yang lebih tertib. Format pencatatan yang mencakup pemasukan, pengeluaran, saldo, serta pergerakan stok dapat membantu mitra mendokumentasikan aktivitas usaha secara lebih sistematis. Dengan tersedianya catatan yang lebih teratur, informasi usaha berpotensi digunakan untuk memantau transaksi, memperkirakan kebutuhan persediaan, dan mendukung perencanaan kegiatan produksi.

Penerapan pencatatan arus kas yang lebih terstruktur selama tiga bulan merupakan capaian proses manajerial yang penting. Namun, keberadaan format pencatatan belum dengan sendirinya menunjukkan peningkatan laba atau efisiensi keuangan. Untuk menilai dampak tersebut, diperlukan data yang lebih lengkap mengenai biaya produksi, pendapatan, pengeluaran, saldo, dan perbandingan kondisi keuangan sebelum serta sesudah program. Dengan demikian, manfaat awal yang dapat diidentifikasi dari kegiatan ini adalah tersedianya perangkat pencatatan dan mulai diterapkannya pengelolaan administrasi yang lebih sistematis. Upaya ini sejalan dengan relevansi penguatan pengelolaan keuangan bagi usaha kecil sebagaimana dibahas oleh (Shobari et al., 2025) dalam referensi yang digunakan pada naskah.

Keberlanjutan penerapan pencatatan digital bergantung pada konsistensi mitra dalam memperbarui data dan memanfaatkan informasi yang dihasilkan. Oleh sebab itu, pendampingan selanjutnya perlu diarahkan tidak hanya pada keterampilan mengisi format, tetapi juga pada kemampuan membaca rekapitulasi untuk mendukung keputusan usaha. Pemeriksaan berkala terhadap kelengkapan dan ketepatan pencatatan dapat menjadi salah satu cara untuk memastikan bahwa perangkat yang telah dikembangkan benar-benar digunakan dalam kegiatan operasional sehari-hari.

Pengembangan branding berbasis literasi budaya Minangkabau. Pada aspek pemasaran dan kreativitas produk, program diarahkan untuk mengembangkan identitas produk Aka Konveksi melalui pemanfaatan unsur bahasa dan budaya Minangkabau. Pendekatan ini memberi peluang kepada mitra untuk mengolah kekayaan budaya lokal menjadi sumber gagasan desain dan narasi merek. Dalam kegiatan ini, literasi budaya tidak hanya dipahami sebagai penggunaan unsur visual, tetapi juga sebagai upaya memahami makna bahasa dan budaya agar dapat diintegrasikan secara relevan ke dalam identitas produk. Pengembangan desain kemudian diterapkan pada produk melalui teknik sablon dan didukung dengan penguatan pemanfaatan media digital untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen (Ainin et al., 2015; Saura et al., 2023).

Harga produk yang meningkat dari Rp105.000 menjadi Rp115.000 atau sebesar 9,52% menunjukkan adanya perubahan nilai jual yang tercatat selama program. Namun, peningkatan harga tersebut belum mencapai target awal sebesar 20%. Selain itu, harga jual belum dapat digunakan sebagai satu-satunya indikator peningkatan nilai ekonomi karena belum tersedia data yang memadai mengenai biaya per unit, margin keuntungan, volume penjualan produk bermerek, dan respons konsumen. Dengan demikian, hasil yang dapat

dinyatakan pada tahap ini adalah adanya pengembangan produk bermerek berbasis budaya lokal yang disertai kenaikan harga jual, sedangkan pengaruhnya terhadap pendapatan dan daya saing usaha masih perlu diteliti lebih lanjut.

Pemanfaatan media digital dapat mendukung penyebaran informasi produk sekaligus memperkenalkan identitas budaya yang diangkat oleh merek. Akan tetapi, keberhasilan pemasaran tidak cukup dinilai dari tersedianya desain produk atau media promosi (Ginting & Erlyana, 2025; Mediaty et al., 2025). Evaluasi perlu mencakup jumlah konten yang dipublikasikan, jangkauan dan interaksi audiens, pertanyaan calon pembeli, jumlah pesanan, serta penjualan produk bermerek. Pengukuran tersebut diperlukan untuk mengetahui apakah pengembangan identitas budaya benar-benar menarik minat pasar dan mendukung perkembangan usaha. Arah kegiatan ini sejalan dengan perhatian (Salim et al., 2024) terhadap pemanfaatan pemasaran digital bagi pelaku usaha, sebagaimana dirujuk dalam naskah.

Secara keseluruhan, hasil pengabdian memperlihatkan bahwa penguatan Aka Konveksi perlu dilakukan secara terpadu melalui perbaikan proses produksi, penataan administrasi usaha, dan pengembangan identitas produk. Capaian kuantitatif yang teramati meliputi peningkatan kapasitas produksi, pengurangan waktu pengerjaan, penurunan proporsi produk yang memerlukan perbaikan, serta kenaikan harga produk. Sementara itu, pada aspek manajemen dan pemasaran, capaian utama masih berupa tersedianya perangkat kerja, penerapan awal pencatatan digital, dan pengembangan produk bermerek berbasis budaya Minangkabau (Hidayati, 2024). Perbedaan jenis capaian tersebut perlu diperhatikan agar keberhasilan program tidak hanya dinilai dari tersedianya luaran, tetapi juga dari konsistensi penerapan dan manfaatnya bagi mitra.

Keterbatasan evaluasi pada tahap kemajuan 80% adalah belum tersedianya data longitudinal yang memadai untuk menilai keberlanjutan perubahan, data keuangan yang memungkinkan pengukuran dampak terhadap keuntungan, serta indikator pemasaran yang menunjukkan respons konsumen secara terukur. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan perlu memprioritaskan pemantauan rutin terhadap SOP dan QC, evaluasi kelengkapan pencatatan usaha, serta pengukuran kinerja pemasaran dan penjualan produk bermerek. Langkah tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai keberlanjutan hasil pemberdayaan dan kontribusinya terhadap penguatan usaha konveksi berbasis potensi budaya lokal.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Aka Konveksi di Kelurahan Parik Rantang, Kota Payakumbuh, menunjukkan bahwa pemberdayaan yang mengintegrasikan standardisasi produksi, digitalisasi manajemen, dan pengembangan *branding* berbasis literasi budaya Minangkabau dapat mendukung penguatan usaha secara bertahap. Pada tahap kemajuan program sebesar 80%, kapasitas produksi meningkat sebesar 33,33%, waktu produksi per produk berkurang sebesar 33,33%, dan proporsi produk yang memerlukan perbaikan menurun sebesar 56,25% secara relatif. Selain itu, mitra mulai menerapkan pencatatan arus kas secara lebih terstruktur dan mengembangkan produk bermerek yang mengangkat identitas budaya lokal. Harga produk juga mengalami peningkatan sebesar 9,52%, meskipun belum mencapai target awal program sebesar 20%.

Capaian tersebut menunjukkan bahwa penyediaan *Standard Operating Procedure* (SOP) dan *checklist Quality Control* (QC), penerapan pencatatan usaha berbasis perangkat digital sederhana, serta pengembangan identitas produk berbasis budaya lokal merupakan langkah awal dalam memperkuat operasional dan tata kelola usaha. Kegiatan ini memberikan landasan bagi mitra untuk meningkatkan konsistensi produksi, memperbaiki keteraturan administrasi, dan mengembangkan diferensiasi produk yang berpotensi meningkatkan daya saing. Namun, keberlanjutan hasil kegiatan masih memerlukan pendampingan dan evaluasi berkala, terutama untuk memastikan konsistensi penerapan SOP dan QC, keteraturan pencatatan

usaha, serta efektivitas pemasaran produk bermerek berbasis budaya Minangkabau. Evaluasi lanjutan juga diperlukan untuk mengukur perkembangan penjualan, keuntungan usaha, dan respons konsumen terhadap produk yang dikembangkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian kepada masyarakat menyampaikan terima kasih kepada Universitas PGRI Sumatera Barat atas dukungan yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Apresiasi juga disampaikan kepada mitra Aka Konveksi di Kelurahan Parik Rantang, Kota Payakumbuh, atas partisipasi, kerja sama, dan keterlibatan aktif selama pelaksanaan program. Terima kasih turut disampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Adisaksana, H. (2022). The effect of digital transformation, business innovation models, and creativity on MSME performance with competitive advantage as an intervening variable. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, *5*(2), 609–630. https://doi.org/10.31538/iijse.v5i2.2159

Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S., Jaafar, N. I., & Shuib, N. L. M. (2015). Factors influencing the use of social media by SMEs and its performance outcomes. *Industrial Management & Data Systems*, *115*(3), 570–588. https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2014-0205

Alviani, R., Wiyatno, T. N., & Intani, A. E. (2025). Analisis defect dalam meningkatkan kualitas produk pada konveksi XYZ dengan menggunakan metode Plan Do Check Action (PDCA). *Innovative: Journal of Social Science Research*, *5*(3), 7004–7015.

Alyani, I., Saptono, I. T., & Jahroh, S. (2023). Digital transformation drivers for Indonesian MSMEs. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, *7*(1), 423–441. https://doi.org/10.31538/iijse.v7i1.4374

Chandra, E., & Erlyana, Y. (2026). Constructing a culturally anchored visual identity for traditional culinary SMEs in Makassar through design thinking. *Jurnal Desain*, *13*(4), 1649–1665. https://doi.org/10.30998/jd.v13i4.3259

Febriani, M. A., & Juwitaningtyas, T. (2025). Analisis efisiensi waktu pada produksi bakmi kering di CV Sundoro Indonesia berdasarkan kesesuaian waktu proses aktual dengan standar operasional prosedur (SOP). *Jurnal Teknologi Pangan Dan Hasil Pertanian*, *20*(2), 77–85.

Ginting, K. I., & Erlyana, Y. (2025). Pemberdayaan UMKM Mama Ni melalui redesain identitas visual dan kemasan saset berbasis pendekatan partisipatif untuk memperkuat daya saing produk lokal. *Komatika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(2), 118–125. https://doi.org/10.34148/komatika.v5i2.1347

Gustiawan, W. D., & Sudarmiatin. (2025). Cultural heritage as a branding strategy: How Malang's SMEs leverage local identity for authentic marketing. *RISK: Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, *6*(1), 13–23. https://doi.org/10.30737/risk.v6i1.6352

Hidayati, I. (2024). Digital bookkeeping for MSMEs: A review and SWOT analysis. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, *7*(2), 3869–3889. https://doi.org/10.31538/iijse.v7i2.4946

Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, R. (2014). *The Action Research Planner: Doing Critical Participatory Action Research*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-4560-67-2

Lopung, T. M., & Rulindo, R. (2023). Accounting information system and SMEs' financial performance in Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, *15*(2). https://doi.org/10.28932/jam.v15i2.6607

Mediaty, M., Indrijawati, A., Palureng, R. Z., Surisman, S., & Hariana, H. (2025). Implementation of accounting information systems in SME: A systematic literature review. *Golden Ratio of Finance Management*, *5*(1), 52–65. https://doi.org/10.52970/grfm.v5i1.923

Oakland, J. S. (2014). *Total Quality Management and Operational Excellence: Text with Cases* (4th ed.). Routledge.

Ratmono, D., Frendy, & Zuhrohtun. (2023). Digitalization in management accounting systems for urban SMEs in a developing country: A mediation model analysis. *Cogent Economics & Finance*, *11*(2). https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2269773

Rois, T., Fitriani, L. K., & Wachjuni. (2026). Regiocultural branding as a strategic transformation: Bridging market orientation, cultural intelligence, and marketing performance in batik SMEs. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, *19*(1). https://doi.org/10.23969/jrbm.v19i1.31618

Salim, E., Robianto, R., & Afuan, M. (2024). *Digital Marketing Pariwisata*. CV Gita Lentera.

Sartono, S., Kristiawati, E., & Setiawan, A. (2026). Digital transformation in MSME bookkeeping system: Impacts on accuracy and financial decision-making. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, *10*(2), 564–576. https://doi.org/10.29303/jaa.v10i2.820

Saura, J. R., Palacios-Marqués, D., & Ribeiro-Soriano, D. (2023). Digital marketing in SMEs via data-driven strategies: Reviewing the current state of research. *Journal of Small Business Management*, *61*(3), 1278–1313. https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1955127

Shobari, M. N., Junaid, M. T., Malik, A. D., Ahmatang, S. E., & Apriadi, D. (2025). *Manajemen Keuangan UMKM: Meningkatkan Efisiensi & Transparansi*. Takaza Innovatix Labs.

Zain, Y. A., Murtono, T., Rosmiati, A., & Guritno, D. C. (2025). Local responsive branding for MSMEs: A culturally adaptive design framework based on Nusantara philosophy. *Dewa Ruci: Jurnal Pengkajian Dan Penciptaan Seni*, *20*(2). https://doi.org/10.33153/dewaruci.v20i2.7726