



Optimalisasi Sistem Produksi UMKM untuk Meningkatkan Profitabilitas dan Pemasaran Digital.

Marshal Imar Pratama¹, Irni Yusnita², Nichy Oktaviani³, Sudirman⁴, Mexano Hans Gery⁵, Debby Handayani⁶,
Winona Kumara Dewi⁷, Fathiah⁸, Asrul⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Barat

¹marshalimarpratama@gmail.com ³oktavianinichy@gmail.com

Abstract

This community service program aims to optimize the production system of home-based micro, small, and medium enterprises (MSMEs) to improve profitability and strengthen digital marketing capabilities among housewives in Cimparuh Village, Pariaman Tengah District, Pariaman City. The main problems faced by the partners include unstandardized production processes, limited value-added production skills (cake decoration), inaccurate calculation of cost of goods manufactured (COGM) as the basis for pricing, and low utilization of social media as a marketing channel. The program was implemented using a participatory and applicative approach through three main stages: theoretical sessions, hands-on practice, and mentoring. The first stage focused on strengthening production skills and improving workflow through the introduction of tools, materials, and basic cake decoration techniques. The second stage emphasized cost literacy by structuring COGM components and determining selling prices based on actual cost elements to ensure measurable profit margins. The third stage strengthened digital marketing through business account creation, product photography, and the development of consistent promotional content on social media platforms. The results indicate an improvement in participants' competencies across three key aspects: enhanced production skills with higher aesthetic value, better understanding of cost structure and profitable pricing strategies, and effective use of social media as a promotional tool. This program contributes to increasing business readiness and strengthening the long-term profitability potential of village-based MSMEs.

Keywords: Production System, MSMEs, Profitability, Digital Marketing, Optimization

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengoptimalkan sistem produksi UMKM berbasis rumah tangga untuk meningkatkan profitabilitas dan memperkuat pemasaran digital pada ibu rumah tangga (IRT) di Desa Cimparuh, Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman. Permasalahan utama mitra meliputi proses produksi yang belum terstandar, keterbatasan keterampilan produksi bernilai jual (cake decoration), ketidaktepatan perhitungan harga pokok produksi (HPP) sebagai dasar penentuan harga jual, serta rendahnya pemanfaatan media sosial sebagai kanal pemasaran. Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif melalui tiga tahap inti, yaitu penyampaian materi, praktik langsung, dan pendampingan. Tahap pertama berfokus pada penguatan keterampilan produksi dan perapihan alur kerja melalui pengenalan alat, bahan, serta teknik dasar dekorasi kue. Tahap kedua menekankan literasi biaya dengan penyusunan komponen HPP dan penetapan harga jual berbasis biaya riil guna memastikan margin keuntungan yang terukur. Tahap ketiga memperkuat pemasaran digital melalui pembuatan akun bisnis, fotografi produk, serta penyusunan konten promosi yang konsisten di media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan peserta pada tiga aspek utama, yaitu keterampilan produksi yang lebih variatif dan bernilai estetika, pemahaman struktur biaya serta penentuan harga jual yang lebih

menguntungkan, dan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi produk. Program ini berimplikasi pada meningkatnya kesiapan usaha rumahan dan potensi penguatan profitabilitas UMKM desa secara berkelanjutan.

Kata kunci: Sistem Produksi, UMKM, Profitabilitas, Pemasaran Digital, Optimalisasi

© 2026 Jurnal Pustaka Paket

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam mendukung perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan keluarga. Namun, sebagian besar UMKM berbasis rumah tangga masih menghadapi kendala pada aspek sistem produksi, pengelolaan biaya, dan strategi pemasaran. Permasalahan tersebut berdampak langsung pada rendahnya profitabilitas dan keberlanjutan usaha.

Desa Cimparuh, Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman, memiliki potensi ekonomi berbasis usaha rumahan yang dikelola oleh ibu rumah tangga (IRT). Berdasarkan analisis situasi lapangan.

kegiatan produksi yang dilakukan masih bersifat konvensional, belum terstandar dalam bentuk alur kerja yang sistematis, dan belum menerapkan prinsip efisiensi produksi. Salah satu potensi usaha yang berkembang adalah produksi dan dekorasi kue (cake decoration), yang memiliki peluang pasar tinggi pada berbagai momentum acara. Namun demikian, keterampilan produksi yang belum optimal dan belum terintegrasi dengan manajemen biaya menjadi hambatan utama dalam peningkatan keuntungan usaha.

Dalam perspektif manajemen biaya, perhitungan harga pokok produksi (HPP) yang tidak akurat dapat menyebabkan kesalahan dalam penetapan harga jual dan berpotensi menurunkan margin keuntungan. Blocher dkk. menjelaskan bahwa sistem manajemen biaya yang terstruktur membantu pelaku usaha dalam mengendalikan biaya serta mengambil keputusan harga yang tepat guna menjaga profitabilitas [1]. Kondisi di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menentukan harga berdasarkan perkiraan bahan baku tanpa memperhitungkan biaya tenaga kerja, overhead, dan penyusutan alat.

Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan optimalisasi sistem produksi yang terintegrasi dengan literasi biaya usaha. Selain aspek produksi dan biaya, tantangan lain yang dihadapi UMKM adalah pemasaran. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah paradigma pemasaran konvensional menjadi pemasaran berbasis digital. Kotler dan Keller menegaskan bahwa pemasaran modern menekankan integrasi komunikasi digital dan penciptaan nilai pelanggan melalui platform daring sebagai strategi memperluas jangkauan pasar [5]. Namun demikian,

pemanfaatan media sosial oleh mitra di Desa Cimparuh masih terbatas pada komunikasi personal dan belum dimaksimalkan sebagai sarana promosi dan branding usaha.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu pendekatan pengabdian kepada masyarakat yang tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis produksi, tetapi juga mengoptimalkan sistem produksi secara menyeluruh melalui standarisasi proses, perhitungan biaya berbasis komponen riil, serta integrasi pemasaran digital. Optimalisasi sistem produksi dipandang sebagai upaya rekayasa sederhana dalam meningkatkan efisiensi kerja, akurasi penetapan harga, dan daya saing usaha. Dengan demikian, program pengabdian ini dirancang untuk meningkatkan profitabilitas UMKM berbasis rumah tangga melalui integrasi keterampilan produksi, literasi biaya, dan pemasaran digital secara berkelanjutan.

2. Metode Pengabdian Masyarakat

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif berbasis optimalisasi sistem produksi. Pendekatan ini dirancang agar mitra tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga mampu menerapkan sistem produksi yang lebih terstandar, efisien, dan terintegrasi dengan pengelolaan biaya serta pemasaran digital. Tahapan metode terdiri atas lima tahap utama sebagai berikut.

2.1 Tahap Analisis dan Persiapan Sistem

Tahap awal dilakukan melalui survei lapangan di Desa Cimparuh untuk menganalisis kondisi sistem produksi UMKM berbasis rumah tangga. Analisis difokuskan pada:

- a. Alur proses produksi (workflow)
- b. Efisiensi penggunaan waktu dan bahan
- c. Pola penentuan harga jual
- d. Tingkat pemanfaatan media sosial untuk pemasaran

Selain itu dilakukan koordinasi dengan perangkat desa terkait jadwal, lokasi kegiatan, dan peserta. Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, disusun modul pelatihan yang meliputi:
1. optimalisasi proses produksi dan teknik dekorasi kue,
2. perhitungan harga pokok produksi (HPP) dan

penentuan harga jual berbasis komponen biaya riil, serta

3. pemasaran digital berbasis media sosial.

Pada tahap ini juga dilakukan penyediaan alat dan bahan praktik untuk memastikan proses pelatihan berjalan efektif.

2.2 Tahap Sosialisasi dan Pengukuran Kondisi Awal

Tahap sosialisasi bertujuan menyampaikan tujuan, manfaat, serta alur kegiatan kepada peserta. Pada tahap ini dilakukan pre-test untuk mengukur kondisi awal peserta terkait:

- a. Pemahaman sistem produksi dan teknik dekorasi
- b. Pengetahuan perhitungan biaya usaha
- c. Kemampuan penggunaan media sosial untuk promosi
- a. Metode yang digunakan adalah ceramah interaktif dan diskusi partisipatif untuk menggali permasalahan nyata yang dihadapi mitra.

2.3 Tahap Implementasi Optimalisasi Sistem Produksi

- a. Optimalisasi Proses Produksi Peserta dilatih menyusun langkah kerja yang lebih sistematis, mulai dari persiapan bahan, proses dekorasi, hingga finishing produk. Pendekatan ini bertujuan meningkatkan efisiensi waktu dan konsistensi kualitas hasil.
- b. Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Penetapan Harga Jual Peserta dibimbing menyusun struktur biaya yang mencakup bahan baku, tenaga kerja, dan biaya tidak langsung. Selanjutnya dilakukan simulasi penetapan harga jual berbasis margin keuntungan yang rasional guna meningkatkan profitabilitas usaha.
- c. Integrasi Pemasaran Digital Peserta didampingi membuat akun bisnis, melakukan fotografi produk sederhana, serta menyusun konten promosi yang menarik dan konsisten di media sosial. Tahap ini bertujuan mengintegrasikan sistem produksi dengan strategi pemasaran digital.

2.4 Tahap Implementasi Optimalisasi Sistem Produksi

Tahap inti merupakan pelaksanaan intervensi melalui metode demonstrasi, praktik langsung, simulasi, dan pendampingan teknis. Implementasi difokuskan pada tiga komponen utama, yaitu optimalisasi proses produksi, penguatan perhitungan biaya usaha, dan integrasi pemasaran digital. Pada

komponen pertama, peserta dilatih menyusun langkah kerja produksi yang lebih sistematis dan efisien melalui pengelompokan tahapan kerja, penentuan urutan proses yang logis, pengurangan pemborosan bahan dan waktu, serta peningkatan konsistensi kualitas hasil. Prinsip standarisasi proses diperkenalkan agar peserta memiliki pola kerja yang lebih terstruktur dan dapat direplikasi secara konsisten pada produksi berikutnya. Pada komponen kedua, peserta dibimbing menyusun struktur biaya secara komprehensif yang mencakup biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead (listrik, gas, air), serta penyusutan alat produksi. Kegiatan dilanjutkan dengan simulasi penentuan harga jual berbasis margin keuntungan yang rasional sehingga peserta mampu meningkatkan akurasi penetapan harga dan mendorong peningkatan profitabilitas usaha. Pada komponen ketiga, peserta didampingi dalam pembuatan akun bisnis pada platform media sosial, teknik fotografi produk sederhana dengan pencahayaan optimal, penyusunan caption dan konten promosi, serta strategi konsistensi unggahan dan interaksi pelanggan. Integrasi ini bertujuan menghubungkan sistem produksi yang telah terstandar dengan pemasaran digital agar produk yang dihasilkan dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan peluang penjualan secara berkelanjutan.

2.5 Tahap Pendampingan dan Monitoring BerkelaJjutan

Setelah pelatihan inti, dilakukan pendampingan melalui metode coaching clinic dan mentoring. Pendampingan difokuskan pada:

- a. Penyempurnaan alur produksi
- b. Konsultasi perhitungan harga
- c. Evaluasi konten promosi digital
- d. Monitoring perkembangan pesanan dan respons pasar

Pendampingan bertujuan memastikan bahwa optimalisasi sistem produksi benar-benar diimplementasikan secara berkelanjutan dan tidak berhenti pada tahap pelatihan.

2.6 Tahap Evaluasi dan Pengukuran Dampak

Evaluasi dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif untuk mengukur efektivitas program. Indikator evaluasi meliputi:

- a. Perbandingan skor pre-test dan post-test
- b. Konsistensi dan kualitas produk yang dihasilkan
- c. Kemampuan menyusun HPP dan harga jual secara mandiri

- d. Aktivitas dan keterlibatan pada akun media sosial bisnis
 - e. Tingkat kepuasan peserta melalui kuesioner
- Data evaluasi digunakan untuk menilai peningkatan kapasitas peserta serta potensi peningkatan profitabilitas UMKM setelah penerapan sistem produksi yang lebih terstandar dan terintegrasi dengan pemasaran digital.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Cimparuh dilaksanakan secara sistematis sesuai dengan tahapan metode yang telah dirancang. Kegiatan ini berfokus pada optimalisasi sistem produksi UMKM berbasis rumah tangga melalui penguatan keterampilan produksi, perhitungan biaya, dan integrasi pemasaran digital.

3.1 Kondisi Awal Sistem Produksi Mitra

Hasil analisis awal menunjukkan bahwa peserta telah memiliki pengalaman dasar dalam membuat kue, namun sistem produksi yang diterapkan masih bersifat konvensional. Alur kerja belum tersusun secara sistematis dan belum terdapat standarisasi proses. Penetapan harga jual masih berbasis perkiraan bahan baku tanpa mempertimbangkan komponen biaya tenaga kerja dan overhead, sehingga margin keuntungan belum terukur secara optimal.

Dari aspek pemasaran, media sosial telah digunakan, tetapi belum dimanfaatkan sebagai sarana promosi dan branding usaha secara terstruktur.

3.2 Implementasi Optimalisasi Sistem Produksi

Tahap implementasi dilakukan melalui pendekatan demonstrasi dan praktik langsung untuk memperbaiki sistem produksi yang berjalan. Optimalisasi dimulai dari penyusunan ulang langkah kerja produksi agar lebih sistematis dan efisien.

Sebagaimana terlihat pada Gambar 1, proses awal produksi menunjukkan tahapan kerja yang belum terstandar. Peserta cenderung bekerja berdasarkan kebiasaan tanpa pembagian langkah yang jelas.



Gambar 1. Proses awal pembuatan kue sebelum standarisasi sistem produksi.

Setelah dilakukan pendampingan, peserta mulai menerapkan prinsip standarisasi proses kerja yang lebih terstruktur. Praktik optimalisasi teknik dekorasi dilakukan dengan memperhatikan urutan kerja, konsistensi tekstur, dan komposisi visual.



Gambar 2. Praktik optimalisasi teknik dekorasi melalui penerapan langkah kerja sistematis.

Penerapan alur kerja yang lebih tertata berdampak pada peningkatan efisiensi waktu dan konsistensi hasil. Tahap finishing dilakukan dengan memperhatikan detail estetika dan kerapian permukaan.



Gambar 3. Proses finishing dan penguatan kualitas hasil dekorasi. Hasil akhir menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek estetika dan nilai jual produk. Produk yang dihasilkan tidak lagi sekadar dekorasi sederhana, tetapi telah menampilkan kombinasi warna, tekstur, dan desain yang lebih variatif.



Gambar 4. Produk akhir setelah optimalisasi sistem produksi. Dari sisi literasi biaya, peserta dilatih menghitung harga pokok produksi secara komprehensif dengan memasukkan biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya tidak langsung. Simulasi penetapan harga jual berbasis margin keuntungan dilakukan untuk memastikan adanya peningkatan profitabilitas usaha. Peserta menunjukkan perubahan pola pikir dari penetapan harga berbasis perkiraan menjadi berbasis struktur biaya yang terukur.

Pada aspek pemasaran digital, peserta mulai memahami pentingnya konsistensi promosi dan identitas merek. Integrasi sistem produksi yang telah terstandar dengan pemasaran digital memberikan peluang perluasan pasar dan peningkatan potensi penjualan.

3.3 Dampak terhadap Profitabilitas dan Kesiapan Usaha

Evaluasi melalui observasi dan post-test menunjukkan peningkatan kapasitas pada tiga aspek utama, yaitu keterampilan produksi, kemampuan perhitungan biaya, dan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. Standarisasi sistem produksi membantu peserta memahami hubungan antara efisiensi kerja dan margin keuntungan. Peningkatan kualitas produk berimplikasi langsung pada peningkatan daya tarik pasar.

Secara keseluruhan, optimalisasi sistem produksi yang terintegrasi dengan manajemen biaya dan pemasaran digital mampu meningkatkan kesiapan usaha dan potensi profitabilitas UMKM berbasis rumah tangga di Desa Cimparuh.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada optimalisasi sistem produksi UMKM berbasis rumah tangga melalui pelatihan cake decoration, penguatan perhitungan harga pokok produksi (HPP) dan penetapan harga jual, serta penerapan teknik pemasaran melalui media sosial pada IRT Desa Cimparuh, Kota Pariaman telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas peserta. Pelaksanaan program ini tidak hanya memperkuat keterampilan teknis, tetapi juga membangun pola kerja produksi yang lebih terarah dan bernilai ekonomis. Peningkatan kemampuan peserta terlihat dari hasil dekorasi kue yang menjadi lebih kreatif, lebih variatif, lebih rapi, serta memiliki kualitas visual yang lebih layak dipasarkan, sehingga produk tidak lagi dipandang sebagai konsumsi rumah tangga semata, tetapi sebagai komoditas yang memiliki nilai jual dan daya saing.

Dari aspek literasi usaha dan profitabilitas, peserta telah memahami komponen biaya dalam perhitungan HPP secara lebih komprehensif serta mampu menentukan harga jual yang lebih rasional dan menguntungkan. Pemahaman ini mendorong perubahan pola pikir peserta dari penetapan harga berbasis perkiraan menjadi penetapan harga berbasis struktur biaya yang terukur. Dengan demikian, peserta mulai memahami bahwa keuntungan usaha dipengaruhi oleh ketepatan perhitungan biaya,

efisiensi proses produksi, serta kemampuan menjaga konsistensi kualitas produk. Selain itu, peserta juga mengalami peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, mulai dari pembuatan akun usaha, pengambilan foto produk dengan teknik sederhana, hingga publikasi konten pemasaran digital yang lebih terencana.

Secara keseluruhan, integrasi penguatan keterampilan produksi, manajemen biaya, dan pemasaran digital terbukti mampu menumbuhkan motivasi berwirausaha serta membuka peluang usaha rumahan yang lebih siap berkembang bagi IRT Desa Cimparuh. Program ini berimplikasi pada peningkatan produktivitas ekonomi keluarga dan berpotensi menjadi embrio pengembangan UMKM berbasis rumah tangga di tingkat desa, terutama melalui penerapan sistem produksi yang lebih tertib, penetapan harga jual yang lebih tepat, dan perluasan jangkauan pasar melalui media digital. Sebagai tindak lanjut, diperlukan pendampingan berkelanjutan, khususnya dalam penguatan branding produk, perbaikan kemasan dan identitas usaha, pengurusan legalitas dasar usaha, serta perluasan akses pasar agar usaha yang dirintis peserta dapat berkembang secara lebih stabil dan berkelanjutan.

Ucapan Terimakasih

Tim pengabdi menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Sumatera Barat yang telah memberikan dukungan institusional sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Apresiasi juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Cimparuh, Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman, beserta jajaran perangkat desa yang telah memberikan izin, fasilitas tempat, serta dukungan administratif selama pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada Tim PKK Desa Cimparuh yang telah berperan aktif dalam membantu koordinasi peserta, memobilisasi kehadiran IRT, serta mendukung kelancaran teknis di lapangan. Partisipasi aktif para peserta pelatihan juga menjadi faktor penting keberhasilan kegiatan ini, khususnya dalam mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dengan antusias dan komitmen yang tinggi. Akhirnya, tim pengabdi juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyediaan sarana, prasarana, serta dukungan moral sehingga kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.

Daftar Rujukan

- [1] Blocher, dkk, Manajemen Biaya, Diterjemahkan oleh Susty A Ambariani, Salemba Empat, Jakarta, 2000, hal. 21.

- [2] Daryanto, 2011. Manajemen Pemasaran. Cetakan 1. Bandung : Satu Nusa Yogyakarta.
- [3] Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, Penerbit Andi, yogyakarta, 2007, hal. 154-159.
- [4] Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran, Universitas Negeri Malang: Erlangga.
- [5] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- [6] Slamet A, Sumarli (2002). “Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada Industri Kecil Genteng Pres”. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Dinamika*, Vol. 11 no 2.
- [7] Subagjo A (2007). Manajemen Pengolahan Kue dan Roti. Graha Ilmu. Yogyakarta: 23-37
- [8] A. Baradja and R. A. T. Sudalyo, “Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Keberlanjutan UMKM Kuliner di Surakarta,” *Jurnal Pustaka Paket*, vol. 1, no. 1, pp. 43–46, 2022.
- [9] A. Baradja and T. I. Tjendrowasono, “Pemberdayaan UMKM melalui Literasi Digital dan Pemasaran Online di Instagram,” *Jurnal Pustaka Paket*, vol. 2, no. 1, pp. 16–19, 2023.
- [10] S. W. Pramesti and R. Hidayat, “Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana untuk Meningkatkan Kinerja UMKM di Kabupaten Sukoharjo,” *Jurnal Pustaka Paket*, vol. 2, no. 2, pp. 55–60, 2023.