
PENDAMPINGAN MANAJEMEN PRODUKSI DAN *BRANDING* PRODUK USAHA UMKM TELOGO WUNGU DESA SUMBER GEDE LAMPUNG TIMUR

| Diterima: 22 Juni 2025

| Direview: 20 Juli 2025

| Disetujui: 21 Agustus 2025 |

***Elmira Febri Darmayanti¹, Jawoto Nusantoro², Angga Kurniawan³, Aprilia
Wahyuningrum⁴, Khairil Anwar⁵**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro^{1,2,3},

Email: efdarmayanti@gmail.com

ABSTRAK

Program ini bertujuan memberikan pemahaman dan kesadaran tentang pentingnya manajemen produksi agar UMKM Telogo Wungu dapat meningkatkan kapasitas produksinya secara berkala, dan meningkatkan *branding* produk UMKM Telogo Wungu sehingga dapat mejangkau seluruh pasar, baik nasional maupun internasional. Kegiatan melibatkan 15 anggota Kelompok Wanita Tani, dilakukan melalui observasi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Dua pelatihan diselenggarakan: pertama tentang manajemen produksi dan desain kemasan, kedua tentang pemasaran digital dan branding. Teknologi produksi ditingkatkan melalui inovasi berupa mesin produksi, sementara pemasaran dioptimalkan melalui website dan media sosial. Hasil menunjukkan peningkatan kapasitas produksi sebesar 187%, pengetahuan manajemen produksi naik 41,67%, 40% peserta dapat mendesain kemasan, dan pengetahuan pemasaran digital meningkat 36%. Website dan media sosial berhasil memperluas jangkauan bisnis, termasuk tampilnya profil di halaman pertama Google. Program ini memberikan dampak positif bagi pengembangan UMKM dan mendukung pencapaian SDGs terkait kemiskinan, pekerjaan layak, dan pertumbuhan ekonomi.

Kata kunci : UMKM, digitalisasi, produksi, pemasaran, Desa Sumbergede

ABSTRACT

This program aims to increase the production capacity and digital marketing of UMKM "Telogo Wungu" in Sumbergede Village, East Lampung. The activity involved 15 members of the Women Farmer Group and was carried out through observation, socialization, training, mentoring, and evaluation. Two training sessions were held: the first focused on production management and packaging design, and the second on digital marketing and branding. Production technology was improved through innovation in the form of production machinery, while marketing was optimized via websites and social media. The results showed a 187% increase in production capacity, a 41,67% improvement in participants' knowledge of production management, 40% of participants were able to design packaging, and knowledge of digital marketing increased by 36%. The website and social media successfully expanded business reach, including appearing on the first page of Google search results. This program had a positive impact on UMKM development and supported the achievement of SDGs related to poverty, decent work, and economic growth.

Keywords: *UMKM, digitalization, production, marketing, Sumbergede Village*

PENDAHULUAN

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, yaitu sebesar 61,1% pada tahun 2023. Di samping itu, sebanyak 68% penduduk Indonesia tinggal di wilayah pedesaan, yang menyimpan potensi besar untuk pengembangan UMKM (Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal 2021). Melihat potensi ini, tim pengabdian kepada masyarakat memilih UMKM Telogo Wungu sebagai mitra dalam upaya pemberdayaan dan pengembangan usaha.

UMKM Telogo Wungu berlokasi di Desa Sumbergede, Kecamatan Sekampung, Lampung Timur, dengan jumlah penduduk sekitar 8.442 jiwa, yang mayoritas berprofesi sebagai petani dan buruh tani (BPS 2021). Didirikan pada tahun 2020 oleh Bapak Tri Wibowo bersama istri, UMKM Telogo Wungu berawal dari bantuan modal pandemi COVID-19 dengan produk pertama berupa tepung mocaf. UMKM ini **memberdayakan para ibu rumah tangga** yang tergabung dalam Kelompok Wanita Tani untuk membantu proses produksi hingga pemasaran. Kini, Bahan utama yang digunakan sekaligus **memanfaatkan bahan pangan lokal** yang dihasilkan oleh petani Desa Sumbergede.

UMKM Telogo Wungu menghasilkan berbagai produk, di antaranya tepung ubi jalar ungu, tepung kacang koro pedang, kopi biji okra, teh bawang dayak, serta produk-produk turunan tepung mocaf seperti rempeyek, opak gambir, brownies kukus, dan tiwul mocaf. Produk dari UMKM Telogo Wungu telah diakui oleh pemerintah Kabupaten Lampung Timur, yang dibuktikan dengan penunjukan UMKM ini sebagai perwakilan kabupaten dalam setiap pameran sejak tahun 2022.



Gambar 1. Produk UMKM Telogo Wungu

Kapasitas produksi UMKM Telogo Wungu dalam 3 tahun terakhir produk mocaf mengalami peningkatan sebesar 15% dari 2021 ke 2022, namun tidak mengalami perubahan dari 2022 ke 2023. Ubi Jalar Ungu dan Koro Pedang masing-masing mengalami kenaikan kapasitas produksi sebesar 20% dari tahun 2022 ke 2023. Meskipun ada variasi dalam tingkat

kenaikan, tren umum menunjukkan bahwa UMKM Telogo Wungu berhasil meningkatkan kapasitas produksinya dari tahun ke tahun dengan rata-rata peningkatan 18.33%.

Persediaan bahan baku produksi UMKM Telogo Wungu bergantung pada hasil petani desa. Ketika musim panen tidak berlangsung, persediaan bahan baku sulit didapat. Sebaliknya, jika sedang musim panen, bahan baku menjadi berlimpah. Produk tepung organik dan produk turunannya yang telah diproduksi dikemas secara sederhana menggunakan plastik standing pouch dan diberi label stiker dengan logo Telogo Wungu, namun tanpa menyertakan informasi produk. Pemasaran produk UMKM Telogo Wungu saat ini hanya di sekitar kecamatan Sekampung saja dengan cara dititipkan ke warung-warung sekitar desa dan di pasar Kecamatan Sekampung. Produk dari UMKM ini belum dikenal oleh masyarakat diluar kecamatan karena hanya diperkenalkan dari mulut ke mulut.

Dengan memberdayakan ibu-ibu dan memanfaatkan hasil panen petani di Desa Sumbergede, UMKM ini memiliki potensi besar untuk mengembangkan ekonomi lokal. Program ini sejalan dengan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), khususnya Proyek Pengabdian Masyarakat (PPM). PPM memberikan kesempatan mahasiswa untuk terlibat dalam proyek- proyek pengabdian masyarakat yang diinisiasi oleh dosen.

Tujuan kegiatan pengabdian ini antara lain: memberikan pemahaman dan kesadaran tentang pentingnya manajemen produksil agar UMKM Telogo Wungu dapat meningkatkan kapasitas produksinya secara berkala, dan meningkatkan *branding* produk UMKM Telogo Wungu sehingga dapat mejangkau seluruh pasar, baik nasional maupun internasional.

Kegiatan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh pelaku usaha UMKM Telogo Wungu dan memajukan potensi ekonomi Desa Sumbergede, Lampung Timur. Kapasitas produksi yang terbatas dan belum adanya digitalisasi pemasaran menjadi hambatan utama bagi UMKM Telogo Wungu untuk berkembang, sehingga perlu adanya peningkatan teknologi produksi, pelatihan SDM, serta penerapan strategi pemasaran digital dan *branding* agar UMKM ini mampu meningkatkan skala usaha dan daya saingnya.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program mencakup obeservasi, sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, evaluasi, dan fokus pada keberlanjutan program. Setiap langkah diarahkan untuk meningkatkan kinerja dan kapasitas UMKM secara bertahap, dengan tujuan

akhir untuk memberikan dampak positif yang signifikan bagi perkembangan UMKM ini. Adapun langkah-langkah kegiatan dapat dilihat pada Gambar 2 berikut:



Gambar 2. Langkah-langkah Pelaksanaan Pengabdian

Uraian langkah-langkah pengabdian adalah sebagai berikut:

- 1) Observasi: Tim pengabdian masyarakat melakukan kunjungan ke lokasi mitra, melakukan wawancara dengan pemilik UMKM untuk membahas permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan mencari solusi yang tepat.
- 2) Sosialisasi: pengabdian masyarakat menyelenggarakan sesi sosialisasi dalam bentuk FGD dengan melibatkan pemilik, karyawan, tim pengabdian masyarakat, dan pihak terkait lainnya. Tujuan sosialisasi adalah untuk menjelaskan tujuan kegiatan, rencana pelaksanaan, jadwal, serta target yang ingin dicapai.
- 3) Pelatihan: Tim pengabdian masyarakat mengadakan sesi pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan SDM agar mampu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Pelatihan mencakup berbagai bidang seperti desain, manajemen bahan baku, pemasaran digital, dan branding.
- 4) Penerapan Teknologi: Tim pengabdian masyarakat bersama mitra melakukan pengadaan peralatan produksi modern seperti mesin penepung dan pengering. Selain itu, tim pengabdian masyarakat juga menerapkan manajemen stok berbasis mobile, website e-commerce, profil bisnis Google, WhatsApp Business, dan Instagram Business, dengan memberikan bantuan instalasi dan panduan penggunaan.
- 5) Pendampingan dan Evaluasi: Kegiatan pendampingan dilakukan secara intensif dan berkala, termasuk kunjungan langsung ke lokasi UMKM untuk memantau progres produksi, manajemen, dan pemasaran digital. Evaluasi dilakukan setelah implementasi solusi, melalui

FGD dengan pemilik, karyawan, dan pihak terkait untuk mengevaluasi peningkatan kapasitas produksi dan optimasi pemasaran digital.

- 6) Keberlangsungan Program: Keberlanjutan program dinilai berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan. SDM yang telah terlibat dalam pelatihan diharapkan memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi untuk mengatasi masalah di masa depan. Teknologi yang telah diterapkan juga diharapkan dapat terus digunakan sehingga program dapat berjalan secara berkelanjutan setelah kegiatan pengabdian selesai

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan sesuai dengan metode yang telah direncanakan, mulai dari sosialisasi hingga evaluasi. Adapun hasil kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Pelatihan Manajemen Produksi dan Desain Kemasan

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam mengelola bahan baku secara efisien serta dalam merancang desain kemasan yang menarik, sehingga dapat mendukung keberlanjutan program. Kegiatan dilaksanakan pada Jumat, 15 November 2024, dan terbagi menjadi dua sesi. Sesi pertama, yang berlangsung pada pukul 09:00-10:45, mengangkat tema "Manajemen Produksi dan Bahan Baku" dengan narasumber Elmira Febri Damayanti. Sesi kedua, pukul 10:45-12:15, membahas tema "*Branding*" dengan narasumber Angga Kurniawan. Gambar narasumber menyampaikan materi pelatihan dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Penyampaian Materi Oleh Narasumber

Untuk mengukur keberhasilan kegiatan pada tema pertama, dilakukan pre-test sebelum kegiatan dimulai dan post-test setelah kegiatan selesai. Jenis soal pilihan ganda 20 soal. Hasil post-test dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel.1 Pengukuran Efektivitas Pelatihan Manajemen Produksi

| No | Keterangan | Pre Test | Post Test | Kenaikan |
|-----------------------|-----------------|-----------|-----------|---------------|
| 1 | Nilai Terendah | 50 | 75 | - |
| 2 | Nilai Tertinggi | 70 | 95 | - |
| 3 | Nilai Rata-rata | 60 | 85 | 41,67% |
| Jumlah Peserta | | 20 | 20 | |

Efektivitas dengan peningkatan rata-rata nilai dari 60 pada pre-test menjadi 85 pada post-test, atau sekitar 41,67%. Nilai terendah meningkat dari 50 menjadi 75, dan nilai tertinggi dari 70 menjadi 95, yang mencerminkan peningkatan pemahaman peserta dalam materi yang disampaikan.

2) Pelatihan Pemasaran Digital dan *Branding*

Pelatihan ini bertujuan memberikan peningkatan pengetahuan bagi mitra dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pemasaran produk seperti optimasi konten untuk SEO, sementara branding digunakan untuk membedakan produk mitra dengan sejenis dengan memperkuat brand melalui logo dan maskot yang dibuat. Pelatihan dilaksanakan menjadi 3 Sesi dengan narasumber dari tim pengabdian kepada masyarakat. Sesi 1 membahas "*Branding* Dasar: Cara Membangun Identitas Usaha" disampaikan oleh Elmira Febri Damayanti, sesi 2 "*Cara Mudah Branding* di Instagram dan website untuk Bisnis" disampaikan oleh Angga Kurniawan, M.Sc.

Pengukuran keberhasilan pelatihan diukur melalui pre test dan post test, soal post test terdiri dari soal pilihan ganda 20 soal. Hasil pengukuran keberhasilan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel.2 Pengukuran Efektivitas Pelatihan Branding

| No | Keterangan | Pre Test | Post Test | Kenaikan |
|-----------------------|-----------------|-----------|-----------|----------|
| 1 | Nilai Terendah | 55 | 70 | - |
| 2 | Nilai Tertinggi | 70 | 100 | - |
| 3 | Nilai Rata-rata | 62.5 | 85 | 36% |
| Jumlah Peserta | | 20 | 20 | |

Rata-rata nilai peserta meningkat dari 62,5 pada pre-test menjadi 85 pada post-test, yang berarti terjadi peningkatan sekitar 36%. Nilai terendah juga mengalami kenaikan dari 55 menjadi 70, sedangkan nilai tertinggi meningkat dari 70 menjadi 100.

Pada kesempatan ini tim pengabdian kepada masyarakat juga memperkenalkan website telogo wungu serta implemntasi SEO, dimana dalam uji coba SEO dengan kata kunci “Tepung Mocaf Lampung” website serta google profil bisnis telogo wungu tampil di halaman pertama Google.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan dampak positif pada peningkatan kapasitas produksi dan digitalisasi pemasaran UMKM "Telogo Wungu" di Desa Sumbergede, Lampung Timur. Beberapa hasil dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Peningkatan Kapasitas Produksi: Melalui penerapan teknologi inovasi produksi seperti mesin penepung dan mesin peniris minyak, kapasitas produksi meningkat sebesar 187% per jam, dari cara manual menjadi lebih efisien dengan penggunaan mesin.
- 2) Digitalisasi Pemasaran dan Branding: Melalui optimalisasi website dan pemanfaatan Google Profil Bisnis, website Telogo Wungu berhasil memperluas jangkauan pasar dan tampil di halaman pertama pencarian Google dengan kata kunci yang relevan. Dari data dashboard, total kunjungan mencapai 117 dalam tiga bulan, terutama dari Google Penelusuran dan Google Maps.
- 3) Efektivitas Pelatihan: Pelatihan manajemen produksi dan desain kemasan menghasilkan peningkatan rata-rata pemahaman sebesar 41,67%, dan 40% peserta berhasil mengembangkan desain kemasan. Pelatihan pemasaran digital dan branding menghasilkan peningkatan pengetahuan sebesar 36%.
- 4) Keberlanjutan Program: Program ini juga mendorong keberlanjutan UMKM melalui pembentukan tim pengelola produksi dan pemasaran, serta panduan rencana keberlanjutan yang memastikan UMKM mampu mengelola produksi dan pemasaran secara mandiri.

Secara keseluruhan, program ini meningkatkan daya saing dan efektivitas UMKM "Telogo Wungu," mendukung keberlanjutan usaha di tingkat desa, serta berkontribusi pada pencapaian SDGs yang terkait dengan pengentasan kemiskinan, penyediaan pekerjaan layak, dan pertumbuhan ekonomi

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Santi Dwi, Nuri Andarwulan, Purwiyatno Hariyadi, and Friska Citra Agustia. 2014. "Formulasi Dan Karakterisasi Cake Berbasis Tepung Komposit Organik Kacang Merah, Kedelai Dan Jagung [The Formulation and Characterization of Cake Based on Organic Composite Flour: Red Bean, Soybean, and Corn]." *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan* 3(2): 54–59.
- BPS. 2020. "DATA BPS Lampung Timur." <https://lampungtimurkab.bps.go.id/indicator/12/33/1/jumlah-penduduk-lampung-timur-berdasar-kecamatan.html>.
- Damayanti, Rima et al. 2024. "Pengolahan Hasil Non-Test Angket, Observasi, Wawancara Dan Dokumenter." *Student Research Journal* (3): 259–73. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v2i3.1343>.
- Dewanto, Fiky Budi, Muhammad Habib Purnama Febrian, Muhammad Raihan Amir, and Ida Farida Adi Prawira. 2023. "Penerapan SEO Dalam Strategi Pemasaran Perusahaan." *Jurnal Maneksi* 12(4): 709–15.
- Dewi, NPNC, and D A D Nasution. 2023. "Pentingnya Penerapan E-Commerce Bagi UMKM Sebagai Salah Satu Bentuk Pemasaran Digital Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0." *Jurnal Pijar* 1(3): 566–77.
- Hanim, Lathifah, and MS. Noorman. 2018. *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA*.
- Harini, Noor et al. 2023. "Pendampingan Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Perekonomian Desa." *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement* 4(2): 363–75.
- Indonesia, Kadin. 2023. "Produk Domestik Bruto (PDB) UMKM 2023." *Kadin.id*. <https://kadin.id/en/analisa/ojk-target-kontribusi-umkm-ke-pdb-naik-70-di-2028-ini-caranya/>.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. 2021. "Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi." <https://www.kemendes.go.id/>.
- Manto, Rizky Amalia, Ria Indriani, and Yanti Saleh. 2023. "Peran Kelompok Wanita Tani (KWT) Terhadap Peningkatan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus KWT Muda Mandiri Desa Dutohe Barat Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango)." *Agri-Sosioekonomi* 19(2): 761–68.
- Munthe, Asmaira, M. Yarham, and Ridwana Siregar. 2023. "Peranan UMKM Terhadap Perekonomian Indonesia." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi* 2(3): 593–614.
- Pasinggi, Eko Suropto, Irene Devi Damayanti, Sepsriyanti Kannapadang, and Marchelin Marchelin. 2023. "Pendampingan UMKM Barrent Foods, Desa Wisata Randanan Untuk Peningkatan Kapasitas Produksi Dan Pemasaran Abon Ikan Mas." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 1(10): 2547–52.

- Riska Amalia, Siti Syaodah, Susilawati Susilawati, and Riki Gana Suyatna. 2023. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo." *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis* 2(1): 295–301.
- Rivanthio, Tubagus Riko. 2020. "Perancangan Website E-Commerce Rikas Collection." *Tematik* 7(2): 186–95.
- Yulianti Yulianti, Ridwan Said Ahmad, and Supriadi Torro. 2023. "Pengaruh Pretest Dan Posttest Terhadap Motivasi Belajar Sosiologi Pada Siswa Kelas XI IPS Di UPT SMA Negeri 2 Jenepono." *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (Jupendis)* 2(1): 236–45.