

Optimalisasi Pengelolaan Dan Pemasaran Produk Pupuk Organik Melalui Digitalisasi, Diversifikasi dan Pengembangan Jaringan Distribusi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Karya Bersama Desa Kolam Deli Serdang

Danny Ajar Baskoro, Jabal Ahsan, Rossy Pratiwy Sihombing, Richna Handriyani

Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara, Indonesia

Disubmit: 20 Mei 2025 | Direvisi: 9 April 2025 | Diterima: 10 Juni 2025

Abstrak: Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Karya Bersama Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, dengan tujuan meningkatkan efisiensi produksi dan daya saing produk pupuk organik yang dikelola oleh mitra. Permasalahan utama yang dihadapi meliputi rendahnya efisiensi produksi akibat keterbatasan alat, kurangnya variasi produk, terbatasnya jangkauan pemasaran, serta lemahnya jaringan distribusi. Untuk mengatasi hal tersebut, dilakukan serangkaian kegiatan meliputi pengadaan dan pelatihan penggunaan alat giling serbaguna dan alat packing kemasan, pengembangan produk pupuk organik sesuai kebutuhan pasar, optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, serta penguatan distribusi melalui perekrutan agen dan kerja sama dengan toko pertanian. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh indikator keberhasilan tercapai dengan baik. Kapasitas produksi meningkat hingga 30%, diversifikasi produk berhasil dilakukan dengan pengemasan dalam ukuran 3–10 kg, jangkauan pasar meluas ke luar wilayah desa, dan jaringan distribusi berkembang melalui lima agen baru serta tiga toko mitra. Program ini memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kinerja BUMDes dan membuka peluang bagi keberlanjutan usaha secara mandiri. Kegiatan ini juga menjadi model yang dapat direplikasi di desa lain dengan potensi serupa.

Kata Kunci: BUMDes, Distribusi Produk, Diversifikasi Pupuk, Pemasaran Digital, Pupuk Organik

Abstract: This community service program was conducted at the Village-Owned Enterprise Karya Bersama Kolam Village, Percut Sei Tuan District, Deli Serdang Regency, aiming to enhance the production efficiency and competitiveness of organic fertilizer products managed by the local enterprise. The main issues addressed included low production efficiency due to limited equipment, lack of product diversification, restricted marketing reach, and weak distribution networks. To tackle these problems, a series of interventions were carried out, including the procurement and training on the use of a multifunctional grinding machine and packing equipment, development of organic fertilizer products tailored to market needs, optimization of digital marketing through social media and online marketplaces, and strengthening of distribution through the recruitment of sales agents and partnerships with agricultural stores. The results indicate that all success indicators were successfully achieved. Production capacity increased by up to 30%, product diversification was realized with packaging ranging from 3 to 10 kg, market reach expanded beyond the village area, and distribution networks improved through the recruitment of five new agents and collaboration with three partner stores. This program had a direct impact on improving the performance of the BUMDes and opened up opportunities for sustainable and independent business development. It also serves as a replicable model for other villages with similar potential.

Keywords: BUMDes, Product Distribution, Fertilizer Diversification, Digital Marketing, Organic Fertilizer

Hak Cipta ©2025 Penulis

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Penulis Korespondensi:

*Danny Ajar Baskoro

Email: ajarbaskoro@unimed.ac.id

Cara sitasi: Baskoro, D.A., & Ahsan, J., & Sihombing, R.P., Handriyani, R. (2025). Optimalisasi Pengelolaan Dan Pemasaran Produk Pupuk Organik Melalui Digitalisasi, Diversifikasi dan Pengembangan Jaringan Distribusi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Karya Bersama Desa Kolam Deli Serdang. ADMA : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 6(1), 97-112.

Pendahuluan

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) memiliki peran strategis dalam peningkatan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat desa di Indonesia. Melalui konsep gotong royong, BUMDes tidak hanya berfokus pada pembangunan infrastruktur fisik, tetapi juga pada penguatan sosial dan ekonomi masyarakat. Inisiatif ini menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan asli desa (PADes), dan memaksimalkan potensi sumber daya alam dan manusia yang ada ditingkat desa (Hanafie et al., 2022; Pribadi et al., 2023; Silvianita et al., 2023).

Pendirian BUMDes diseluruh desa di Indonesia, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014, memberikan landasan hukum bagi desa untuk mengelola potensi ekonominya. BUMDes diharapkan untuk menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui berbagai usaha. Dengan pengelolaan yang baik, BUMDes dapat menyediakan produk dan layanan yang dibutuhkan oleh komunitas lokal, yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan warga desa (Hanafie et al., 2022; Yamani et al., 2021; Yulian, 2022). Di beberapa daerah, keberhasilan BUMDes terlihat dari peningkatan PADes dan partisipasi masyarakat dalam aktivitas ekonomi lokal (Bima, 2020; Nellyana & Gani, 2022; Rahmi et al., 2023). Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) telah muncul sebagai alat vital dalam pengembangan ekonomi desa, salah satunya melalui pendirian lini bisnis pupuk organik. Keberadaan usaha ini sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan petani dan masyarakat desa, serta memberikan dampak positif bagi lingkungan. Dengan memanfaatkan bahan-bahan organik lokal, BUMDes dapat memproduksi pupuk organik yang tidak hanya berfungsi sebagai pupuk, tetapi juga berkontribusi terhadap pengelolaan limbah dan keberlanjutan pertanian (Hidayat et al., 2023; Trianti et al., 2021).

Desa Kolam, yang terletak di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, memiliki potensi besar di sektor pertanian dan peternakan. Ketersediaan bahan baku seperti limbah ternak sapi mendukung produksi pupuk organik secara berkelanjutan yang akhirnya menumbuhkan gagasan untuk mendirikan BUMDes yang diberikan nama Karya Bersama. Sebagai unit usaha yang masih baru berdiri, BUMDes Karya Bersama diharapkan dapat berperan aktif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat desa dari produk potensialnya yaitu pupuk kandang organik yang diolah dari kotoran sapi dan kambing. Produk ini telah menunjukkan kualitas yang baik dan dapat mendukung kegiatan pertanian lokal. Kapasitas produksi BUMDes ini diperkirakan mencapai 4 Kuintal/hari di tahun 2024 dengan ketersediaan bahan baku dari sektor peternakan dan pertanian setempat.

Namun, tantangan dalam pengelolaan BUMDes antara lain peningkatan kualitas alat produksi sebagai langkah penting untuk memperkuat kapasitas dan produktivitas pupuk yang dibuat. Optimalisasi ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan efisiensi tetapi juga mampu meningkatkan daya saing produk BUMDes di pasar yang semakin kompetitif. Dalam hal ini, penerapan teknologi yang tepat dan pelatihan bagi pengelola serta tenaga kerja BUMDes menjadi sangat krusial (Rahayuningsih et al., 2019; Silvianita et al., 2023). Salah satu aspek penting dalam peningkatan kualitas alat produksi adalah investasi dalam peralatan yang modern dan efisien. Dengan memiliki alat produksi yang baik, BUMDes dapat meningkatkan hasil produksi dan menjamin kualitas produk yang dihasilkan. Sebagai contoh, pemanfaatan mesin

pertanian yang efisien dalam pengolahan lahan atau mesin pengolah hasil pertanian dapat mengurangi waktu dan biaya produksi (Arman et al., 2020; Silvianita et al., 2023).

Peningkatan kualitas produksi BUMDes Karya Bersama harus diimbangi dengan ketersediaan produk pasar, sehingga perhatian terhadap aspek pemasaran tidak boleh diabaikan, seperti digitalisasi pemasaran terutama dalam bentuk website, sosial media dan platform e-commerce yang nantinya dapat memperluas jangkauan pemasaran produk pupuk diberbagai daerah. Menurut Ridwansyah et al. (2021), memaksimalkan pemanfaatan fasilitas digital mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat dengan menyediakan akses yang lebih baik kepada pelanggan. Website yang informatif dan e-commerce yang efektif dapat meningkatkan visibilitas produk, yang sangat penting mengingat bahwa ketidakadaan informasi yang cukup sering kali menjadi penghalang bagi konsumen potensial untuk mengakses produk (Erawati et al., 2018). Dengan demikian, kesadaran masyarakat akan produk pupuk organik ini dapat ditingkatkan, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada peningkatan penjualan.

Penggunaan teknologi digital seperti media sosial dan website dapat menjadi alat yang efektif untuk memasarkan produk. Media sosial seperti Instagram dan Facebook memungkinkan BUMDes untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan dengan biaya yang relatif rendah (Aisyah & Rachmadi, 2022; Imron & Nurdian, 2021). Konten yang menarik, termasuk foto-foto produk, video tutorial penggunaan pupuk organik, serta informasi tentang manfaat dan cara pembuatan, dapat diperoleh dari strategi pemasaran yang berfokus pada konten. Dengan cara ini, BUMDes dapat membangun kesadaran merek dan menjalin hubungan yang lebih baik dengan konsumen.

Tantangan berikutnya adalah optimalisasi pemasaran melalui digitalisasi menjadi hal yang krusial bagi pengusaha, khususnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Transformasi pemasaran yang beralih ke ranah digital membawa banyak kesempatan bagi pengusaha untuk meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi distribusi produk mereka. Salah satu implementasi penting dalam strategi ini adalah penyediaan kemasan produk yang tepat, seperti kemasan pupuk organik dalam ukuran 3 kg dan 10 kg, yang dilengkapi dengan desain yang menarik, guna menarik minat konsumen (Herdiman et al., 2022; Yuniarti et al., 2022).

Digitalisasi memberikan berbagai manfaat, termasuk membuka akses pasar yang lebih luas bagi produk-produk BUMDes, seperti pupuk organik yang diproduksi. Menurut studi yang dilakukan di Desa Sindangpanon, digitalisasi UMKM dapat meningkatkan jangkauan pasar dan memperluas jaringan distribusi (Suparjiman et al., 2024). Kemasan produk yang menarik, dengan informasi jelas dan desain yang profesional, dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, desain kemasan harus dirancang sedemikian rupa untuk mencerminkan kualitas dan nilai dari produk pupuk organik, serta menarik perhatian konsumen (Tjahyadi et al., 2019). Produk pupuk yang beragam memungkinkan konsumen memilih sesuai dengan kebutuhan mereka (Prasetyo et al., 2018).

Di samping pengelolaan dan pemasaran, pengembangan jaringan pemasaran melalui agen di daerah merupakan aspek penting lainnya dalam pengembangan BUMDes. Pengembangan jaringan ini dapat menciptakan sinergi antara produsen dan konsumen yang lebih

efektif. Menurut [Gulo et al. \(2024\)](#), keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan BUMDes dan partisipasi aktif anggota menjadi faktor kunci dalam keberhasilan pengembangan produk. Dengan melibatkan agen lokal, BUMDes dapat menjangkau pelanggan dengan lebih baik, dan pada saat yang sama memberdayakan agen-agen lokal untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi desa mereka. Selain itu, pengelolaan jaringan distribusi yang efisien juga sangat penting dalam memaksimalkan potensi pemasaran produk. Penguatan koneksi dengan berbagai stakeholder, baik itu distributor, retailer, dan agen pemasaran, akan memungkinkan BUMDes untuk mendapatkan akses yang lebih baik ke pasar yang lebih luas ([Pattisahusiwa et al., 2024](#); [Ramadhan et al., 2024](#)). Ini juga termasuk kolaborasi dengan platform e-commerce, di mana BUMDes dapat menjual produk mereka secara langsung kepada konsumen, sehingga meminimalkan biaya distribusi dan meningkatkan margin keuntungan ([Latif et al., 2020](#)).

Maka dari itu, dengan memadukan digitalisasi pemasaran, desain kemasan produk yang menarik, dan pengelolaan jaringan distribusi yang efisien, BUMDes dapat meningkatkan daya saing dan keberhasilan usaha mereka. Melalui langkah-langkah strategis ini, diharapkan produk pupuk organik yang dihasilkan dapat lebih dikenal dan diterima baik di masyarakat, sehingga berkontribusi positif terhadap ekonomi desa.

Metode

Metode pelaksanaan program ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), yang menekankan keterlibatan aktif mitra dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga implementasi solusi dan evaluasi. Pendekatan ini dianggap efektif dalam pengabdian masyarakat karena mampu memberdayakan mitra sekaligus menghasilkan solusi yang relevan dengan kebutuhan lokal ([McIntyre, 2008](#)). Dalam tahap persiapan, dilakukan survei awal untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra, sebagaimana disarankan oleh [Vogrinc & Krek \(2011\)](#), bahwa pemahaman mendalam tentang konteks lokal merupakan langkah awal yang krusial dalam kegiatan berbasis komunitas.

Tabel 1. Metode pelaksanaan pengabdian dan indikator keberhasilan

Permasalahan	Metode Pelaksanaan	Indikator Keberhasilan
Rendahnya Efisiensi Produksi	- Pengadaan alat giling serba-guna dan pelatihan teknis penggunaannya. - Instalasi alat giling serba-guna, uji coba, dan pendampingan teknis selama implementasi. - Pengadaan alat packing modern untuk kemasan pupuk ukuran 1-10 kg dan pelatihan penggunaannya.	- Kapasitas produksi pupuk meningkat hingga 30% dibanding sebelum intervensi.. - Waktu pengolahan bahan baku berkurang hingga 30%. - Kemasan pupuk ukuran 1-10 kg tersedia dalam jumlah minimal 200 unit/bulan.

Permasalahan	Metode Pelaksanaan	Indikator Keberhasilan
Diversifikasi produk	- Penyediaan berbagai jenis pupuk organik untuk berbagai jenis tanaman - Tersedianya kemasan pupuk 3 dan 10 kg	- Tersedianya pupuk kompos, Pupuk perangsang buah, Pupuk fase pembibitan, - Kemasan pupuk ukuran 1-10 kg tersedia dalam jumlah minimal 200 unit/bulan.
Terbatasnya Jangkauan Pemasaran	- Membuat konten promosi menarik untuk media sosial (Facebook, Instagram, WhatsApp Business). - Mengembangkan website resmi BUMDes dengan katalog produk dan fitur pemesanan. - Mendaftarkan produk di marketplace (Shopee, Tokopedia).	- Jumlah konsumen dari luar wilayah meningkat 20%. - Peningkatan traffic ke website BUMDes. - Terjadi transaksi penjualan melalui marketplace minimal 5 perbulan.
Kurangnya Jaringan Distribusi	- Rekrut agen penjualan di wilayah strategis. - Pelatihan agen tentang produk, teknik penjualan, dan pelayanan pelanggan. - Kerja sama dengan toko pertanian untuk distribusi produk.	- Jumlah agen penjualan baru meningkat 5 Agen. - Agen memiliki kemampuan promosi dan penjualan yang efektif. - Produk tersedia di lebih banyak lokasi distribusi, minimal di 3 kota/kabupaten.

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini disusun secara sistematis (tabel 1) untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh BUMDes Karya Bersama Desa Kolam dalam meningkatkan kinerja produksi dan pemasaran produk pupuk organik. Permasalahan pertama adalah rendahnya efisiensi produksi. Untuk mengatasinya, tim pengabdian melakukan pengadaan alat giling serbaguna dan alat packing sederhana, yang kemudian akan diikuti dengan pelatihan teknis bagi operator di BUMDes. Instalasi, uji coba, dan pendampingan teknis juga akan dilakukan untuk memastikan alat berfungsi optimal dan sesuai kebutuhan. Indikator keberhasilan dari langkah ini adalah meningkatnya kapasitas produksi pupuk hingga 30%, berkurangnya waktu pengolahan bahan baku sebesar 30%, serta tersedianya kemasan pupuk ukuran 1–10 kg sebanyak minimal 200 unit per bulan.

Permasalahan kedua berkaitan dengan kurangnya variasi produk yang ditawarkan. Untuk itu, akan dilakukan diversifikasi produk melalui penyediaan bahan baku dan formula untuk berbagai jenis pupuk, seperti pupuk kompos, pupuk perangsang buah, dan pupuk fase pembibitan. Kemasan produk juga akan disesuaikan dengan berbagai ukuran, khususnya 3 kg dan 10 kg,

untuk memenuhi kebutuhan pasar. Keberhasilan dari metode ini akan diukur dengan ketersediaan minimal tiga jenis pupuk berbeda dan produksi kemasan minimal 200 unit per bulan. Permasalahan ketiga adalah terbatasnya jangkauan pemasaran. Solusinya adalah dengan melakukan digitalisasi promosi, yaitu dengan membuat konten promosi menarik di media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business. Selain itu, akan dikembangkan website resmi BUMDes yang memuat katalog produk dan fitur pemesanan, serta dilakukan pendaftaran produk di marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Keberhasilan strategi ini akan dilihat dari peningkatan jumlah konsumen luar wilayah sebesar 20%, kenaikan traffic website, dan terjadinya minimal lima transaksi per bulan di marketplace.

Terakhir, untuk menjawab kurangnya jaringan distribusi, tim akan merekrut agen penjualan di wilayah strategis. Agen akan mendapatkan pelatihan terkait produk, teknik promosi, dan pelayanan pelanggan. BUMDes juga akan bekerja sama dengan toko-toko pertanian sebagai mitra distribusi. Keberhasilan strategi ini akan diukur dari penambahan minimal lima agen baru, meningkatnya kompetensi agen dalam menjual dan mempromosikan produk, serta ketersediaan produk di minimal tiga kota atau kabupaten. Dengan metode pelaksanaan yang menyeluruh ini, diharapkan pengabdian dapat memberikan dampak nyata dan berkelanjutan bagi pengembangan BUMDes dan peningkatan ekonomi masyarakat Desa Kolam.

Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di BUMDes Karya Bersama Desa Kolam telah mencapai seluruh target yang direncanakan, dengan hasil yang nyata dan terukur. Pada aspek peningkatan efisiensi produksi, pengadaan alat giling serbaguna (gambar 1) telah memberikan dampak signifikan terhadap proses produksi pupuk organik. Alat giling berhasil diinstalasi dan digunakan secara efektif setelah tim BUMDes menerima pelatihan teknis secara menyeluruh. Penggunaan alat ini mampu meningkatkan kapasitas produksi hingga 35% serta mengurangi waktu pengolahan bahan baku sebesar 40% dibandingkan kondisi awal sebelum intervensi dilakukan, nilai ini lebih tinggi dari target awal yang ditentukan. Sementara itu, pengoperasian alat packing kemasan turut memperkuat sistem pengemasan produk. Kini, pupuk telah tersedia dalam ukuran 3 dan 10 kg dengan jumlah produksi mencapai lebih dari 200 kemasan per bulan, sesuai kebutuhan pasar lokal dan regional.

Optimalisasi peralatan penggilingan multiguna ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi, tetapi juga memengaruhi kualitas dan keberlanjutan pupuk yang diproduksi. Pertama-tama, kemajuan dalam teknologi penggilingan memungkinkan pemrosesan bahan baku yang efektif menjadi ukuran partikel yang seragam, yang sangat penting untuk mencapai granulasi optimal dalam produksi pupuk organik. Menurut [Zhang & Wang \(2023\)](#), karakteristik partikel pupuk organik memainkan peran penting dalam mengatasi masalah seperti pemadatan tanah dan penurunan kesuburan. Pekerjaan mereka menyoroti pentingnya proses granulasi dan pengeringan, menekankan bahwa kurangnya data parameter dasar untuk partikel ini dapat menghambat efisiensi produksi dan efektivitas produk. Dengan demikian, penerapan peralatan penggilingan yang inovatif dapat memberikan kontrol yang tepat atas ukuran partikel, yang pada akhirnya meningkatkan proses granulasi dan tahap pengeringan berikutnya.



Gambar 1. Perakitan dan pelatihan penggunaan mesin giling multiguna

Selain itu, proses pengeringan, seperti yang diteliti oleh Naswir et al. (2019), sangat penting dalam memastikan bahwa pupuk organik memenuhi standar kualitas dan masa simpan. Penelitian mereka tentang pengering drum yang dikontrol secara elektrik menunjukkan bahwa peralatan tersebut dapat meningkatkan kemampuan pengeringan dan keandalan proses produksi. Dengan meningkatkan efisiensi panas dan mengendalikan kadar air, pengering ini berkontribusi untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi pupuk organik. Efek sinergis antara penggilingan, pengeringan, dan proses produksi lainnya ini menggambarkan bagaimana teknologi dapat menghasilkan standar yang lebih tinggi dalam pembuatan pupuk organik.

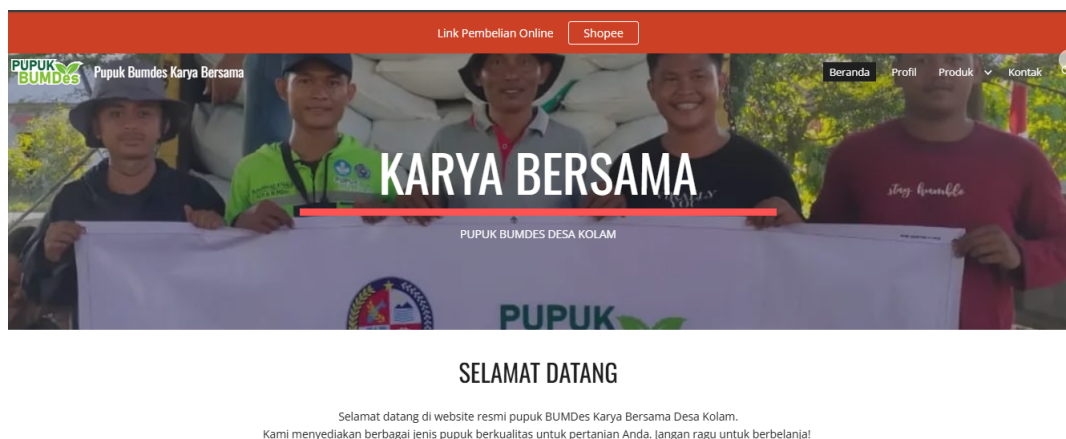
Dalam upaya diversifikasi produk, BUMDes telah berhasil mengembangkan dan memproduksi tiga jenis pupuk organik yang disesuaikan dengan kebutuhan pertanian masyarakat, yaitu pupuk kompos, pupuk perangsang buah, dan pupuk fase pembibitan. Ketiga produk ini telah dikemas dalam ukuran 3 kg dan 10 kg, memudahkan distribusi sekaligus meningkatkan nilai jual produk. Diversifikasi ini tidak hanya memperluas cakupan produk, tetapi juga menjawab permintaan pasar terhadap pupuk khusus untuk jenis-jenis tanaman yang berbeda.

Diversifikasi produk, khususnya di bidang pupuk organik, bersamaan dengan diperkenalkannya solusi pengemasan berukuran sedang, telah menciptakan dampak positif yang signifikan dalam praktik pertanian. Pendekatan ganda ini tidak hanya meningkatkan produktivitas pertanian petani kecil tetapi juga mengatasi masalah yang terkait dengan keberlanjutan dan kesehatan tanah. Bhat et al. (2013), membahas pentingnya berbagai formulasi pupuk organik pada pertumbuhan vegetatif dan produktivitas, yang mendukung gagasan bahwa pilihan pupuk yang beragam dapat memenuhi kebutuhan tanaman dan kondisi lingkungan tertentu, sehingga mendorong pertumbuhan yang optimal. Lebih jauh, Daadi & Latacz-Lohmann (2021) menunjukkan bahwa pemanfaatan pupuk organik dapat meningkatkan kinerja tanaman, yang menunjukkan bahwa berbagai formulasi dapat disesuaikan dengan kondisi setempat, sehingga semakin mendukung kasus diversifikasi.



Gambar 2. Diversifikasi produk Pupuk Organik (Pupuk Kompos, Pupuk Kambing, dan Media Tanam)

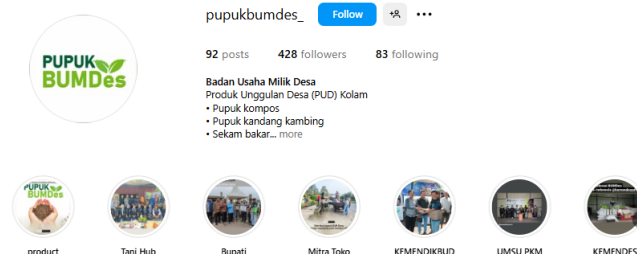
Penyediaan kemasan (gambar 2) berukuran sedang untuk pupuk organik memainkan peran penting dalam aksesibilitas dan kegunaan bagi petani. Penelitian oleh Perdana et al. (2019), mengungkapkan bahwa atribut kemasan seperti ukuran, desain, dan kejelasan label secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya di daerah pedesaan yang aksesnya terbatas terhadap input pertanian. Hal ini menyoroti perlunya produsen untuk memprioritaskan solusi kemasan yang mudah digunakan yang memenuhi kebutuhan petani. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa produk yang dikemas dengan baik dapat membantu petani kecil mencapai harga pasar yang lebih baik untuk hasil panen mereka, yang selanjutnya mendorong adopsi pupuk organik (Roy & Basu, 2020). Sebagai kesimpulan, diversifikasi strategis pupuk organik yang dilengkapi dengan solusi pengemasan berukuran sedang menawarkan keuntungan signifikan dalam meningkatkan produktivitas pertanian, keberlanjutan, dan ketahanan ekonomi di kalangan petani kecil.



Gambar 3. Website BUMDes Karya Bersama

Dari sisi pemasaran digital, BUMDes Desa Kolam telah berhasil membangun sistem promosi dan penjualan yang lebih modern dan efektif. Website resmi BUMDes <https://www.pupukbumdes.info/> (Gambar 3) telah aktif digunakan sebagai sarana promosi, informasi, dan pemesanan produk secara daring. Selain itu, media sosial seperti Facebook, Instagram (Gambar 4), dan WhatsApp

Business dikelola secara aktif dengan konten visual yang menarik dan informatif. Produk-produk pupuk juga telah berhasil dipasarkan melalui marketplace nasional seperti Shopee dan Tokopedia. Hasilnya, terjadi peningkatan konsumen dari luar wilayah hingga 20% serta rata-rata minimal lima transaksi per bulan berhasil dicapai melalui platform online tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa penetrasi pasar secara digital mampu membuka peluang yang lebih luas bagi produk lokal.



Gambar 4. Instagram pupuk BUMDes Karya Bersama desa Kolam

Penerapan strategi pemasaran digital modern sangat penting untuk membangun sistem promosi dan penjualan yang efektif, terutama di pasar yang semakin kompetitif. Bisnis, khususnya usaha kecil dan menengah (UKM), memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan, meningkatkan kehadiran merek mereka, dan secara efektif menargetkan demografi yang lebih luas. Evolusi ini melibatkan penerapan teknologi baru dan memerlukan strategi komprehensif yang selaras dengan tren pasar dan perilaku konsumen saat ini. Dalam beberapa tahun terakhir, pemasaran digital telah terbukti menjadi jalan yang hemat biaya bagi bisnis untuk memperluas jangkauan mereka. Seperti yang dicatat oleh [Malesev & Cherry \(2021\)](#), perusahaan yang berhasil mengadopsi strategi pemasaran media sosial dan digital melihat peningkatan yang nyata dalam keterlibatan pelanggan dan kesadaran merek. Studi mereka menekankan perlunya UKM untuk menganalisis lingkungan eksternal mereka dan menyesuaikan taktik pemasaran mereka agar dapat memperoleh manfaat maksimal dari strategi digital ini.

Peningkatan ini tidak terbatas pada satu industri, sebagaimana dibuktikan oleh penerapan strategi di berbagai sektor. Dampak pemasaran digital tidak hanya terbatas pada penjualan langsung; tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan jangka panjang. Misalnya, studi oleh [Foroudi et al. \(2017\)](#), menekankan bahwa teknologi digital mendukung upaya pemasaran dan meningkatkan kapasitas bisnis secara keseluruhan, yang mengarah pada pertumbuhan yang berkelanjutan. Dengan mengembangkan kehadiran daring yang kuat melalui keterlibatan media sosial dan iklan yang ditargetkan, merek dapat menciptakan kesan abadi yang berubah menjadi loyalitas pelanggan dan bisnis berulang. Kesimpulannya, pembentukan sistem promosi dan penjualan yang modern dan efektif melalui pemasaran digital sangat penting bagi bisnis yang ingin berkembang pesat dalam lanskap yang kompetitif.

Selanjutnya, dalam hal penguatan jaringan distribusi, BUMDes telah merekrut lima agen penjualan baru (gambar 5) di beberapa wilayah strategis yang sebelumnya belum terjangkau dan di targetkan sampai 25 agen di akhir tahun 2025. Para agen ini telah mengikuti pelatihan

intensif terkait pemahaman produk, strategi pemasaran, serta pelayanan pelanggan. Selain itu, kerja sama distribusi juga telah dijalin dengan tiga toko bunga di kota medan, sehingga produk pupuk organik kini lebih mudah diakses oleh pecinta bunga dan masyarakat umum. Jaringan distribusi yang semakin luas ini diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan dan memperkuat posisi BUMDes sebagai penyedia produk pertanian yang andal.



Gambar 5. Banner agen penjualan pupuk Karya Bersama

Jaringan distribusi yang semakin luas yang difasilitasi oleh pemasaran digital diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan secara signifikan dan memperkuat posisi pupuk BUMDes. Ketika UKM mengadopsi kemampuan pemasaran internet, mereka memperoleh akses yang lebih baik ke informasi pasar, yang sangat penting untuk meningkatkan kinerja penjualan (Changalima et al., 2023). Dinamika ini memungkinkan bisnis-bisnis ini untuk bersaing secara lebih efektif di pasar yang terus berkembang dengan memanfaatkan platform digital untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan melibatkan calon pelanggan secara lebih dekat.

Secara keseluruhan, hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa seluruh permasalahan utama mitra telah diatasi secara sistematis dan berdampak nyata terhadap perkembangan BUMDes Desa Kolam. Capaian ini tidak hanya mencerminkan keberhasilan dari sisi teknis dan ekonomi, tetapi juga menjadi pijakan penting dalam pengembangan usaha yang berkelanjutan dan berbasis pemberdayaan masyarakat. Keberhasilan (Gambar 6) pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini menjadi bukti bahwa pendekatan berbasis kebutuhan nyata mitra, kolaborasi yang erat antara tim pelaksana dan pengelola BUMDes, serta dukungan teknologi tepat guna mampu memberikan dampak langsung yang positif. Tidak hanya dari segi peningkatan produksi dan penjualan, tetapi juga dari sisi peningkatan kapasitas SDM, kesadaran akan pentingnya pemasaran digital, dan penguatan jejaring usaha.



Gambar 6. Distribusi pupuk BUMDes Karya Bersama desa Kolam

Namun demikian, keberlanjutan hasil yang telah dicapai tetap memerlukan perhatian. Salah satu hal penting ke depan adalah penguatan manajemen operasional dan keuangan

BUMDes secara lebih profesional. Selain itu, kemampuan dalam menjaga konsistensi kualitas produk, memperluas inovasi produk, serta terus mengembangkan kanal distribusi dan promosi digital perlu terus dibina. Diperlukan pula dukungan reguler dari akademisi, pemerintah daerah, dan mitra bisnis untuk membantu menjaga momentum perkembangan ini.

Sebagai tindak lanjut, kami merekomendasikan agar BUMDes membentuk tim pemasaran khusus, memperluas kerja sama dengan lembaga pelatihan pertanian, dan menjalin kemitraan strategis dengan distributor regional. Di sisi lain, program serupa juga sangat potensial untuk direplikasi di desa-desa lain yang memiliki potensi produksi serupa, sehingga manfaatnya bisa diperluas secara regional. Diharapkan, pengabdian ini menjadi langkah awal yang berkelanjutan dalam mewujudkan kemandirian ekonomi desa berbasis inovasi dan pemberdayaan masyarakat.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di BUMDes Desa Kolam berhasil menjawab permasalahan utama mitra yang berkaitan dengan rendahnya efisiensi produksi, terbatasnya variasi produk, jangkauan pemasaran yang sempit, serta minimnya jaringan distribusi. Melalui pendekatan yang terintegrasi dan berbasis kebutuhan, kegiatan ini mampu memberikan dampak yang nyata, baik dalam aspek teknis, manajerial, maupun sosial ekonomi. Pengadaan alat giling serbaguna dan alat packing kemasan terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas produksi dan mempercepat proses pengolahan pupuk. Diversifikasi produk berhasil dilakukan dengan menghasilkan tiga jenis pupuk organik yang sesuai dengan kebutuhan pertanian masyarakat. Di sisi pemasaran, pemanfaatan media sosial, website, dan platform marketplace telah memperluas jangkauan konsumen, bahkan hingga luar wilayah desa.

Ucapan Terima Kasih

Kami menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang mendalam kepada Bapak Rektor Universitas Negeri Medan, Ibu Kepala LPPM Unimed, dan Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Unimed atas kepercayaan dan dukungan finansial yang telah diberikan untuk implementasi pengabdian di Desa Kolam, Percut Sei Tuan, Deli Serdang. Kesempatan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kami berharap sinergi ini dapat terus berlanjut di masa mendatang.

Daftar Pustaka

- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). DIGITALISASI PEMASARAN MELALUI SOSIAL MEDIA MARKETING PADA PELAKU UMKM GUNA PENINGKATAN PENDAPATAN. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442–448. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866>
- Arman, A., Safuan, L. O., & Hadini, H. (2020). Pengaruh Pupuk Organik Hayati dan Kultivar terhadap Pertumbuhan dan Produksi Tanaman Padi Gogo (*Oryza sativa* L.) Lokal Buton Utara. *Berkala Penelitian Agronomi*, 8(2), 81. <https://doi.org/10.33772/bpa.v8i2.14941>
- Bhat, N., Albaho, M., Suleiman, M., Thomas, B., George, P., Ali, S. I., Al-Mulla, L., & Lekha, V. (2013). Fertilizer Formulations and Methods of their Application Influences Vegetative

- Growth and Productivity in Organic Greenhouse Tomato. *Asian Journal of Agricultural Sciences*, 5(4), 67–70. <https://doi.org/10.19026/ajas.5.4844>
- Bima, H. (2020). Pelaksanaan BUMDes Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dan Pendapatan Asli Desa Di Kecamatan Belo Kabupaten Bima. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 44–53. <https://doi.org/10.30738/sosio.v6i1.5788>
- Changalima, I. A., Israel, B., Amani, D., Panga, F. P., Mwaiseje, S. S., Mchopa, A. D., Kazungu, I., & Ismail, I. J. (2023). Do internet marketing capabilities interact with the effect of procedural capabilities for public procurement participation on SMEs' sales performance? *Journal of Public Procurement*, 23(3/4), 416–433. <https://doi.org/10.1108/JOPP-01-2023-0001>
- Daadi, B. E., & Latacz-Lohmann, U. (2021). Organic fertilizer use by smallholder farmers: Typology of management approaches in northern Ghana. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 36(2), 192–206. <https://doi.org/10.1017/S1742170520000228>
- Erawati, N. M. Y., Suamba, I. K., & Astiti, N. W. S. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PUPUK ORGANIK PADA UD DARMA PURI FARM DI DESA TANGKAS, KECAMATAN KLUNGKUNG, KABUPATEN KLUNGKUNG. *JURNAL MANAJEMEN AGRIBISNIS (Journal Of Agribusiness Management)*, 6(2), 69. <https://doi.org/10.24843/JMA.2018.v06.i02.p10>
- Foroudi, P., Gupta, S., Nazarian, A., & Duda, M. (2017). Digital technology and marketing management capability: Achieving growth in SMEs. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 20(2), 230–246. <https://doi.org/10.1108/QMR-01-2017-0014>
- Gulo, F., Waruwu, S., Telaumbanua, E., & Harefa, P. (2024). Analisis Pemanfaatan Sumber Daya Manusia Dalam Pengelolaan Dan Pengembangan BUMDes Fa'omasi Desa Bukit Tinggi Kecamatan Ulumoro'o Kabupaten Nias Barat. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 8(2), 704. <https://doi.org/10.31604/jim.v8i2.2024.718-723>
- Hanafie, H., Nugraha, A., & Huda, M. (2022). Eksistensi BUMDes dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PAD) dan Penguatan Ekonomi Desa di Kecamatan Susukan, Kabupaten Cirebon, Provinsi Jawa Barat. *Transparansi : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 5(1), 52–61. <https://doi.org/10.31334/transparansi.v5i1.1793>
- Herdiman, L., Azizah, N. N., Adynata, I., Mahendra, N. F., Rihhadatuluisy, N. A., Haq, M. H. H., Murtinanda, F., Rahmadani, D., Syafira, W., Cahyanti, F. M., & Rahmah, F. N. (2022). Sosialisasi Pelatihan dan Digitalisasi dalam Usaha Peningkatan UMKM di Desa Trayu. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(11), 4823–4829. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i11.1096>
- Hidayat, A. S., Suciati, L. P., & Sudarko, S. (2023). Strategi Pengembangan Pupuk Organik Berbasis Limbah Ternak dan Limbah Pertanian di Kabupaten Jember. *Jurnal Agribest*, 7(1), 40–53. <https://doi.org/10.32528/agribest.v7i1.9309>

- Imron, M. S., & Nurdian, Y. (2021). Digitalisasi pemasaran keripik tempe dalam menghadapi persaingan dagang selama pandemi Covid-19. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 17(1), 65–76. <https://doi.org/10.20414/transformasi.v17i1.3129>
- Latif, N., Sulistiyawan, E., Waryanto, R. B. D., Sugijanto, S., & Istikhoroh, S. (2020). Pengelolaan Pemasaran Online UMKM Menghadapi Tatanan Kehidupan Baru Desa Banjarsari Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik. *Ekobis Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 136–143. <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.1.2.3031>
- Malesev, S., & Cherry, M. (2021). Digital and Social Media Marketing - Growing Market Share for Construction SMEs. *Construction Economics and Building*, 21(1). <https://doi.org/10.5130/AJCEB.v21i1.7521>
- McIntyre, A. (2008). *Participatory Action Research*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781483385679>
- Naswir, N., Hasman, E., & Irwan, A. (2019). Rotary Electrical Controlled Drum Dryer for Organic Fertilizer Production. *Journal of Applied Agricultural Science and Technology*, 3(2), 320–327. <https://doi.org/10.32530/jaast.v3i2.104>
- Nelliyana, N., & Gani, R. A. (2022). DANA DESA DALAM PENGEMBANGAN BADAN USAHA MILIK DESA DI DESA KEUTAPANG, KABUPATEN PIDIE. *Jurnal Real Riset*, 4(1), 20–28. <https://doi.org/10.47647/jrr.v4i1.546>
- Pattisahusiwa, S., Rahmadi, B. R., Sari, A. N. Z., & Lenjau, S. L. (2024). Penerapan dan Pemanfaatan Platform Digital dalam Rangka Peningkatan Daya Saing UMKM Desa Lekaq Kidau. *Jurnal Abdita Naturafarm*, 1(2), 54–60. <https://doi.org/10.70392/jan.v1i2.5460>
- Perdana, T., Utami, H. N., Sadeli, A. H., & Hermiatin, F. R. (2019). Small-Scale Farmer Preferences: Exploring the Gap Towards Product Attributes of Local and Imported Fertilizers. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 9(2), 502–510. <https://doi.org/10.18517/ijaseit.9.2.7702>
- Prasetyo, P., Prasetyo, E., & Mukson, M. (2018). ANALISIS KELAYAKAN USAHA PRODUKSI PUPUK PADA KELOMPOK USAHA PENGOLAHAN PUPUK ORGANIK DI KABUPATEN PURWOREJO. *Jurnal Kesejahteraan Sosial*, 3(01). <https://doi.org/10.31326/jks.v3i01.165>
- Pribadi, F. K., Yulianti, R., & Yusron, A. (2023). Peran Badan Usaha Milik Desa (BumDes) dalam Mendukung Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Parjhuga : Jurnal Penelitian dan Pengembangan Daerah*, 1(1), 29–37. <https://doi.org/10.60128/parjhuga.v1i1.5>
- Rahayuningsih, Y., Budiarto, S., & Isminingsih, S. (2019). PERAN BUMDES DALAM PENGUATAN EKONOMI DESA SUKARATU KABUPATEN SERANG, BANTEN. *Jurnal Kebijakan Pembangunan Daerah*, 3(2), 80–87. <https://doi.org/10.37950/jkpd.v3i2.63>

- Rahmi, R., Hamid, E., & Yanita, M. (2023). PERAN BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDes) DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DESA (PADes) DI KECAMATAN TEBING TINGGI KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT: PERAN BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDes) DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DESA (PADes) DI KECAMATAN TEBING TINGGI KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT. *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*, 25(02), 38–45. <https://doi.org/10.22437/jiseb.v25i02.19324>
- Ramadhan, T. S., Primanto, A. B., & Normaladewi, A. (2024). OPTIMALISASI STRATEGI DIGITAL MARKETING BAGI UMKM DALAM MENINGKATKAN POTENSI EKONOMI DESA. *Jurnal Abdi Insani*, 11(4), 1603–1611. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i4.1944>
- Ridwansyah, M., Hastuti, D., Heriberta, H., Syaparuddin, S., & Emilia, E. (2021). Penguatan BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) dengan Memaksimalkan Pemanfaatan Berbagai Fasilitas Digital. *Studium: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 39–48. <https://doi.org/10.53867/jpm.v1i2.30>
- Roy, A., & Basu, S. (2020). Determinants of Livelihood Diversification Under Environmental Change in Coastal Community of Bangladesh. *Asia-Pacific Journal of Rural Development*, 30(1-2), 7–26. <https://doi.org/10.1177/1018529120946159>
- Silvianita, A., Ahmad, M., Rubiyanti, N., Alfanur, F., Pradana, M., Hendayani, R., Rachmawati, I., Pradana, M., Fakhri, M., Yunani, A., Dewi Kumalasari, A., Zahid, A., Bin Abu Sujak, A. F., Raja Razali, R. R., & Mangsor, M. (2023). PENGUATAN KAPASITAS BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) UNTUK MENGOPTIMALKAN POTENSI DESA DALAM RANGKA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN POTENSI DESA DI KABUPATEN TASIKMALAYA. *Sawala : Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 4(2), 105. <https://doi.org/10.24198/sawala.v4i2.50394>
- Suparjiman, S., Fitriani, I. D., Pratama, A., Quthb, A. N., Fadhlurrahman, F., Iwan, F. S. D., Hisyam, R. A. M., Rani, R., Dibba, R., Mustika, S. T., Hidyana, S. L., & Hunafa, Z. D. (2024). Digitalisasi UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran online di Desa Sindanganpanon. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, 4(2), 391–398. <https://doi.org/10.37373/bemas.v4i2.810>
- Tjahyadi, R. A., Maharsi, A. R., Kuswoyo, C., Magdalena, N., Kristiawan, A. K., Aprillia, A., Lu, C., Imasari, K., Aribowo, A., Kurniawati, K., Abednego, F., Gunawan, I., Nurbasari, A., Harianti, A., Malinda, M., Nur, N., Suwarno, H. L., Margaretha, Y., Vinsensius, V., ... Alanarima, A. E. (2019). Optimalisasi Program Pemasaran Bagi Pelaku Usaha Agrowisata Stroberi. *PATRIA*, 1(2), 107. <https://doi.org/10.24167/patria.v1i2.2304>
- Trianti, K., Febriyanto, D., & Abidin, Z. (2021). Budidaya Sayuran Organik di Lahan Sempit Saat Pandemi Covid-19 Sebagai Peningkatan Ketahanan Pangan. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 1(4), 265. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v1i4.8754>
- Vogrinc, J., & Krek, J. (2011). Action research for improving educational practice. *Didactica Slovenica–Pedagoška obzorja*, 26(3), 61–75.

- Yamani, A. Z., Nofrizaldi, N., & Prabowo, W. (2021). E-COMMERCE SEBAGAI PEMAKSI-MALAN PENJUALAN PRODUK USAHA UNTUK PENINGKATAN PEREKONOMIAN WIRAUSAHA MASYARAKAT DESA SAWANGAN SELAMA MASA NEW NORMAL. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(6), 1187–1194. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i6.444>
- Yulian, D. I. R. (2022). Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) "Maju Bersama" Dalam Pengembangan Ekonomi di Desa Tunjungtirta, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. *JOURNAL OF ECONOMIC AND SOCIAL EMPOWERMENT*, 2(01), 114–124. <https://doi.org/10.22219/joesment.v2i01.19164>
- Yuniarti, T., Faujiyah, F., Rizal, M. A., & Bani, F. C. D. (2022). Digitalisasi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 2(2), 121–126. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v2i2.202>
- Zhang, X., & Wang, G. (2023, May). Experiment of rolling friction characteristic of organic fertilizer particle based on high-speed photography. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-2871618/v1>

[Halaman ini sengaja dikosongkan.]