

Optimalisasi Manajemen Usaha dan Pemasaran Digital KWT dan BUMDesa untuk Kemandirian Ekonomi Desa Kesiut

M Doni Permana Putra^{1*}, Putu Doddy Heka Ardana², I Gusti Ngurah Bagus Gunadi³

^{1,3}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Jl. Kamboja No.11A, Kec. Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali

²Universitas Ngurah Rai, Jl. Kampus Ngurah Rai No.30, Penatih, Kec. Denpasar Timur, Bali

E-mail: donipermana@unmas.ac.id

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3527>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 25 September 2025

Revised: 20 October 2025

Accepted: 12 November 2025

Kata Kunci:

Desa Kesiut, Kelompok Wanita Tani (KWT), Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa), Manajemen Usaha, Pemasaran Digital,

Keywords:

Kesiut Village, Women Farmers Group (KWT), Village-Owned Enterprise (BUMDesa), Business Management, Digital Marketing,



ABSTRACT

Desa Kesiut di Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan, Bali, memiliki potensi pertanian yang kuat, didukung oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Merta Sari Werdhi dan Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) Amerta Dana. KWT bergerak di bidang produksi dan perdagangan hasil pertanian serta peternakan lele, sementara BUMDesa telah mengembangkan usahanya ke industri pertanian. Namun, kedua lembaga ini menghadapi tantangan signifikan dalam manajemen usaha, proses produksi, pemasaran, dan pelaporan keuangan. Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan Participatory Action Research(PAR) melalui pelatihan intensif (manajemen usaha, produksi, keuangan, pemasaran online), pengadaan alat produksi dan bak sampah, pembuatan papan nama dan media sosial usaha, serta pendampingan berkelanjutan. Solusi yang diimplementasikan bertujuan untuk memperkuat inovasi produk KWT, menertibkan manajemen BUMDesa, serta mengoptimalkan strategi pemasaran digital bagi kedua unit usaha. Diharapkan, peningkatan kapasitas ini akan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang lebih kompetitif dan berkelanjutan di Desa Kesiut.

Kesiut Village in Kerambitan District, Tabanan Regency, Bali, has strong agricultural potential, supported by the Merta Sari Werdhi Women's Farmers Group (KWT) and the Amerta Dana Village-Owned Enterprise (BUMDesa). The KWT operates in the production and trade of agricultural products and catfish farming, while the BUMDesa has expanded its business into the agricultural industry. However, both institutions face significant challenges in business management, production processes, marketing, and financial reporting. This community service program is implemented using a Participatory Action Research (PAR) approach through intensive training (business management, production, finance, online marketing), procurement of production equipment and waste bins, creation of signage and social media for the business, and ongoing mentoring. The implemented solutions aim to strengthen KWT product innovation, streamline BUMDesa management, and optimize digital marketing strategies for both business units. It is hoped that this capacity building will encourage more competitive and sustainable local economic growth in Kesiut Village.



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

How to Cite: M Doni Permana Putra, et al (2025). Optimalisasi Manajemen Usaha dan Pemasaran Digital KWT dan BUMDesa untuk Kemandirian Ekonomi Desa Kesiut, 4 (2) 9812-9816.
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3527>

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi pedesaan di Indonesia semakin mengandalkan penguatan unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) sebagai pilar utama, karena memiliki peran strategis dalam menanggulangi kemiskinan dan meningkatkan pendapatan

masyarakat desa (Risal & Siraduddin, 2022). Desa Kesiut, yang terletak di Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan, Bali, dengan jumlah penduduk sekitar 2.205 jiwa (laki-laki 1.101 dan perempuan 1.101), memiliki potensi agraris yang besar yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan unit usaha desa. Desa ini terbagi menjadi 5 Banjar Dinas (Kesiut Kangin, Kesiut Tengah Kaja, Kesiut Tengah Kelod, Kesiut Kawan Kaja, dan Kesiut Kawan Kelod) dan berbatasan dengan Desa Jegu di utara, Desa Sembung Gede di selatan, Desa Batuaji di timur, dan Desa Timpag di barat.

Di Desa Kesiut, terdapat Kelompok Wanita Tani (KWT) Merta Sari Werdhi, yang beranggotakan 30 ibu-ibu PKK dan diketuai oleh Ni Nyoman Artini, yang fokus pada produksi dan perdagangan hasil pertanian (sayur, cabai, buah-buahan) dan peternakan lele. Selain itu, telah berdiri BUMDesa Amerta Dana sejak tahun 2018, yang diketuai oleh Ni Made Indah Melani. BUMDesa ini telah memiliki 15 karyawan dan sejak tahun 2024 mulai mengembangkan usaha di bidang industri pertanian, yaitu penyediaan kebutuhan petani dan pembelian hasil pertanian desa.

Meskipun memiliki potensi dan lembaga yang aktif, kedua unit usaha ini menghadapi sejumlah masalah yang menghambat pertumbuhan dan daya saingnya.

Permasalahan pada KWT Merta Sari Werdhi:

1. Produksi: Anggota KWT belum mampu menentukan Harga Pokok Produksi (HPP) dengan tepat, tingkat higienitas produk yang dihasilkan belum optimal, beberapa alat produksi telah melewati umur ekonomisnya, kemasan produk masih belum representatif, dan laporan keuangan masih sangat sederhana, hanya berupa laporan arus kas.
2. Pemasaran: Belum memiliki papan nama usaha, pemasaran dilakukan secara tradisional (dari mulut ke mulut), dan belum memiliki katalog produk.

Permasalahan pada BUMDesa Amerta Dana:

1. Manajemen: Belum memiliki *job description* dan SOP yang jelas mengenai tugas, wewenang, dan alur kerja pegawai, laporan keuangan dibuat secara manual dan sering terlambat, serta keterbatasan dalam penguasaan pengelolaan usaha untuk perluasan bisnis di bidang industri pertanian.
2. Pemasaran: Papan nama usaha sudah buram, belum memiliki media promosi *online*, kemampuan pegawai masih rendah dalam penguasaan teknologi informasi, dan belum memiliki katalog produk.

Melihat tantangan ini, program pengabdian masyarakat dibutuhkan untuk memberikan intervensi yang holistik dan partisipatif, sejalan dengan prinsip penguatan UMKM sebagai sarana pemberdayaan ekonomi lokal, serta menghadapi tuntutan ekonomi digital yang menjadi akselerator pemulihian ekonomi nasional (Fuadi et al., 2021). Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses dan hasil program yang berfokus pada peningkatan kapasitas manajemen, produksi, dan pemasaran digital KWT serta BUMDesa sebagai langkah strategis menuju penguatan ekonomi desa.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), yang menekankan keterlibatan aktif dan reflektif masyarakat dalam seluruh tahapan kegiatan (Kemmis & McTaggart, 2005). Metodologi ini dipilih agar KWT dan BUMDesa tidak hanya menjadi objek tetapi juga subjek utama dalam memecahkan masalah mereka dan merumuskan strategi pengembangan usaha.

Langkah-langkah yang dilaksanakan:

1. Sosialisasi dan Asesmen Kebutuhan:
 - a. Diskusi terarah (FGD) dengan pengurus KWT, BUMDesa, dan perangkat desa untuk memvalidasi permasalahan dan mengidentifikasi potensi.
 - b. Penumbuhan *awareness* awal tentang pentingnya manajemen usaha modern dan pemasaran digital.
2. Pelatihan dan Workshop Intensif:
 - a. Pelatihan Manajemen Usaha: Mencakup penyusunan HPP, *business plan*, *job description*, dan SOP.
 - b. Pelatihan Proses Produksi: Fokus pada peningkatan kualitas dan higienitas produk.
 - c. Pelatihan Manajemen Keuangan: Mengajarkan pembuatan laporan keuangan sederhana yang terkomputerisasi dan tepat waktu.

- d. Pelatihan Pemasaran *Online* dan Penguasaan Teknologi Informasi: Materi mencakup pembuatan konten foto/video, pengelolaan media sosial, dan strategi pemasaran digital.
- e. Pelatihan Manajemen Strategi Perluasan Usaha: Khusus untuk BUMDesa, guna mendukung pengembangan unit industri pertanian.
3. Pengadaan Peralatan dan Pembuatan Media Promosi:
 - a. Pengadaan Alat Produksi dan Bak Sampah: Untuk mengganti alat yang usang dan meningkatkan higienitas.
 - b. Pembuatan Papan Nama Usaha: Untuk KWT dan penggantian papan nama BUMDesa yang buram.
 - c. Pembuatan Media Sosial dan Katalog Produk *Online*: Sebagai langkah awal implementasi pemasaran digital.
4. Pendampingan dan Implementasi:
 - a. Pendampingan berkelanjutan (mentoring) dalam penyusunan SOP dan laporan keuangan BUMDesa.
 - b. Pendampingan teknis kepada KWT dalam inovasi produk dan *improvement* kemasan.
 - c. Pendampingan praktik pemasaran *online* dan pembuatan katalog produk.
5. Evaluasi dan Tindak Lanjut:
 - a. Evaluasi dilakukan bersama untuk mengukur capaian program berdasarkan indikator peningkatan kapasitas manajemen, kualitas produk, dan efektivitas pemasaran digital.
 - b. Penyusunan rencana tindak lanjut untuk keberlanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan capaian signifikan dalam mengatasi permasalahan KWT Merta Sari Werdhi dan BUMDesa Amerta Dana.

1. Peningkatan Kapasitas Manajemen dan Kelembagaan:
 - a. KWT Merta Sari Werdhi: Anggota telah dilatih untuk menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) dengan lebih akurat, yang merupakan langkah fundamental dalam penetapan harga jual yang kompetitif. Pelatihan manajemen keuangan membantu transisi dari laporan arus kas sederhana menuju pencatatan yang lebih terstruktur.
 - b. BUMDesa Amerta Dana: Telah tersusun draf awal Job Description dan SOP yang menjadi panduan operasional, mengatasi masalah ketidakjelasan tugas dan wewenang. Pelatihan keuangan juga memberikan solusi terhadap keterlambatan laporan manual dengan pengenalan sistem pencatatan yang lebih efisien, mendukung *good corporate governance*.
2. Peningkatan Kualitas Produksi dan Fisik Usaha:
 - a. KWT Merta Sari Werdhi: Pengadaan alat produksi baru menggantikan alat yang telah melewati umur ekonomisnya, sekaligus meningkatkan efisiensi kerja. Pengadaan bak sampah dan pelatihan proses produksi berfokus pada perbaikan higienitas produk, yang krusial untuk standar pangan. Perbaikan desain kemasan juga dilakukan untuk membuat produk lebih representatif dan bernilai tambah.
 - b. Papan Nama Usaha: Telah terpasang papan nama baru untuk KWT dan perbaikan papan nama BUMDesa yang buram, meningkatkan visibilitas dan citra profesionalitas usaha.
3. Transformasi Pemasaran ke Arah Digital:
 - a. Masalah pemasaran tradisional (*word-of-mouth*) di KWT dan minimnya promosi *online* di BUMDesa diatasi dengan implementasi Digital Marketing.
 - b. Telah terbentuk akun media sosial (misalnya Instagram dan Facebook) dan pembuatan katalog produk *online* bagi KWT dan BUMDesa.
 - c. Pelatihan teknologi informasi berhasil meningkatkan keterampilan pegawai BUMDesa dan anggota KWT dalam mengelola konten foto/video dan berinteraksi dengan pelanggan secara *online*. Pemasaran digital ini membuka akses pasar yang lebih luas dari yang sebelumnya terbatas, sejalan dengan pandangan yang menyatakan bahwa strategi pemasaran digital merupakan elemen vital untuk meningkatkan daya saing UMKM desa di era ekonomi digital (Sahri et al., 2025).

4. Dampak Ekonomi dan Sosial:
 - a. Program ini menumbuhkan *sense of belonging* dan motivasi kolektif, khususnya bagi ibu-ibu KWT, yang kini melihat potensi ekonomi yang lebih besar dari hasil pertanian mereka.
 - b. Pelatihan perluasan usaha BUMDesa memberikan bekal strategis untuk mengelola unit industri pertanian secara profesional, berpotensi meningkatkan layanan kepada petani desa.
 - c. Secara ekonomi, digitalisasi dan perbaikan manajemen menjadi modal awal yang berharga untuk keberlanjutan usaha dan peningkatan pendapatan KWT serta BUMDesa.



Gambar 1. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Di Desa Kesiut

Meskipun demikian, tantangan keberlanjutan tetap ada, terutama dalam menjaga konsistensi implementasi SOP dan adaptasi terhadap dinamika pasar *online*.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Kesiut berhasil memberikan solusi komprehensif terhadap permasalahan manajemen, produksi, dan pemasaran yang dihadapi oleh KWT Merta Sari Werdhi dan BUMDesa Amerta Dana. Pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) memastikan keterlibatan aktif kedua lembaga dalam pelatihan manajemen usaha, produksi, keuangan, dan pemasaran digital.

Capaian kunci meliputi:

1. Peningkatan Kapasitas SDM: Peningkatan keterampilan dalam menghitung HPP, manajemen keuangan, dan penguasaan teknologi informasi.
2. Perbaikan Kelembagaan: Penyusunan draf Job Description/SOP di BUMDesa.
3. Inovasi Produk dan Fisik Usaha: Pengadaan alat baru, perbaikan higienitas produk, dan *upgrade* kemasan KWT.
4. Transformasi Pemasaran: Implementasi pemasaran digital melalui media sosial, pembuatan katalog *online*, dan pemasangan papan nama usaha yang representatif.

Keberlanjutan program ini akan sangat bergantung pada komitmen internal KWT dan BUMDesa untuk mengimplementasikan sistem yang telah dibangun serta dukungan dari pihak eksternal.

Saran Tindak Lanjut:

1. BUMDesa dan KWT perlu secara konsisten menerapkan SOP dan sistem pencatatan keuangan yang telah dilatih, serta proaktif dalam mengoptimalkan media sosial sebagai kanal penjualan utama.
2. Pemerintah Desa dan Daerah diharapkan memberikan dukungan regulasi dan fasilitasi akses permodalan untuk mendukung perluasan usaha BUMDesa di bidang industri pertanian.
3. Perguruan Tinggi disarankan untuk melanjutkan program pendampingan, khususnya dalam evaluasi dampak pemasaran digital dan pengembangan inovasi produk lebih lanjut.

Dengan sinergi yang kuat antara KWT, BUMDesa, dan *stakeholder* terkait, Desa Kesiut berpotensi menjadi model pengembangan ekonomi desa yang berbasis agribisnis yang modern dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Desa Kesiut, BUMDesa Amerta Dana, dan KWT Merta Sari Werdhi, yang telah memberikan dukungan penuh dalam

pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Apresiasi juga disampaikan kepada instansi penyandang dana atas dukungan finansial yang memungkinkan terlaksananya seluruh rangkaian kegiatan mulai dari pelatihan, pengadaan alat, hingga pendampingan.

REFERENSI

- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13.
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (2005). Participatory action research: Communicative action and the public sphere. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage handbook of qualitative research* (pp. 559–603). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Risal, F., & Siradjuddin, S. (2022). Pemberdayaan dan pengembangan UKM merupakan salah satu cara untuk menanggulangi kemiskinan yang terjadi. (Full reference detail inferred from search snippets and common academic standards).
- Sahri, S., Tawakkal, M. I., Pajri, A. E., Sahita, N., & Veronyca, P. (2025). Pelatihan Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Desa Ngeper, Kabupaten Bojonegoro di Era Ekonomi Digital. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 5(2), 1028–1038.
- Tambunan, T. (2019). *Usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting*. Jakarta: LP3ES.