



website. :

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH>

Article Info : Recived 9 Mei 2026

Revised: 3 Juni 2026

Accepted : 4 Agustus 2026

Implementasi *Quality-Based Marketing* Pada Produk Jagung BUMDes Sebagai Upaya Menjalin Kemitraan Dengan Perusahaan Pakan Ayam

Roby Putra Irawan¹, Julius Putra Novaomasi Gulo², Naufal Hidayatullah³, Revinda Azzalia Putri Wijaya⁴, Falliyah Noor Rachmah⁵, Agustina Mogi⁶, Surya Budiman⁷

PT. BANK BNI (PERSERO) TBK¹, PT. Amer Permata Mandiri², PT. OCS Global Services³, PT. Gamma Mitra Lestari⁴, Universitas Pamulang^{5,6,7}

Email: ¹⁾robbydr9293@gmail.com, ²⁾juliusgulo11@gmail.com, ³⁾naufalhdyt12@gmail.com,
⁴⁾revindaapwijaya@gmail.com, ⁵⁾falliyahnur@gmail.com, ⁶⁾dosen01557@unpam.ac.id,
⁷⁾dosen00464@unpam.ac.id

Corresponding Author: robbydr9293@gmail.com

Abstrak. Implementasi *Quality-Based Marketing* Pada Produk Jagung Bumdes Sebagai Upaya Menjalin Kemitraan Dengan Perusahaan Pakan Ayam. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Kecamatan Kopo, Kabupaten Serang, dalam meningkatkan daya saing melalui tiga aspek utama yaitu: Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM), Manajemen Pemasaran, dan Manajemen Keuangan. Permasalahan yang muncul berasal dari keterbatasan kapasitas pengurus BUMDes, belum optimalnya pengelolaan keuangan, pemasaran yang masih bersifat lokal, serta minimnya digitalisasi dalam operasional. Kegiatan ini dilakukan melalui pemaparan materi, diskusi, studi kasus, dan tanya jawab interaktif bersama pengurus BUMDes. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan mampu meningkatkan pemahaman pengurus mengenai standar mutu pemasaran, pencatatan keuangan sederhana berbasis aplikasi, serta pentingnya perencanaan dan pengembangan SDM yang profesional. Dengan demikian, kegiatan PKM ini memberikan kontribusi positif pada peningkatan tata kelola, efisiensi operasional, dan kesiapan BUMDes menghadapi persaingan yang lebih luas.

Kata Kunci: BUMDes, Manajemen SDM, Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, Daya Saing.

Abstract. *A Implementation of Quality-Based Marketing for Village-Owned Enterprises (BUMDes) Corn Products as an Effort to Establish Partnerships with Chicken Feed Companies. This Community Service (PKM) activity aims to provide assistance to Village-Owned Enterprises (BUMDes) in Kopo District, Serang Regency, in increasing their competitiveness through three main aspects: Human Resource Management (HR), Marketing Management, and Financial Management. The problems that emerged stemmed from the limited capacity of BUMDes management, suboptimal financial management, localized marketing, and minimal digitalization in operations. 2 This activity was conducted through material presentations, discussions, case studies, and interactive Q&A sessions with BUMDes management. The results showed that the assistance improved the management's understanding of marketing quality standards, simple app-based financial recording, and the importance of professional HR planning and development. Thus, this PKM activity positively contributed to improving governance, operational efficiency, and BUMDes' readiness to face broader competition.*

Keywords: BUMDes, HR Management, Financial Management, Marketing Management, Competitiveness.

PENDAHULUAN

Wilayah Kecamatan Kopo, Kabupaten Serang, merupakan salah satu kawasan dengan potensi ekonomi desa yang cukup berkembang. Berbagai sektor usaha masyarakat, mulai dari perdagangan, pertanian, hingga layanan jasa, memiliki peluang untuk dikembangkan secara optimal melalui lembaga ekonomi desa, yaitu Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). BUMDes berperan penting sebagai instrumen penggerak perekonomian desa karena mampu mendorong lahirnya unit-unit usaha yang berorientasi pada peningkatan pendapatan masyarakat dan desa. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian BUMDes di Kecamatan Kopo masih menghadapi persoalan mendasar dalam pengelolaan organisasi dan unit usaha. Pengelolaan masih bersifat konvensional dan belum sepenuhnya menerapkan prinsip manajemen modern yang menekankan akuntabilitas, efisiensi, dan orientasi mutu.

Kondisi ini berimplikasi pada tidak optimalnya kinerja beberapa unit usaha, termasuk unit usaha jagung yang memiliki potensi strategis untuk dikembangkan sebagai komoditas kemitraan dengan perusahaan pakan ayam.

Isu utama yang muncul berkaitan dengan belum optimalnya penerapan pemasaran berbasis kualitas (*Quality-Based Marketing*) pada produk jagung. Standar kualitas yang dipersyaratkan industri pakan ayam, seperti kadar air, kebersihan, ukuran biji, serta konsistensi mutu antar-batch, belum dapat dipenuhi secara konsisten. BUMDes juga belum menerapkan mekanisme grading, pencatatan mutu, maupun dokumentasi visual sebagai bagian dari komunikasi nilai produk. Ketidaksiapan tersebut membuat posisi tawar BUMDes lemah di hadapan calon mitra industri dan menghambat proses negosiasi dalam membangun hubungan kemitraan jangka panjang.

Keterbatasan dalam aspek pemasaran diperburuk dengan minimnya pemanfaatan



media digital sebagai sarana penyebaran informasi kualitas produk. Promosi masih dilakukan secara pasif dan tidak terarah, tanpa dukungan katalog produk, sertifikasi, atau bukti visual mengenai mutu jagung. Selain itu, rantai pasok belum terstandarisasi karena petani mitra belum memiliki prosedur panen dan pascapanen yang seragam. Ketidadaan SOP terkait pengeringan, pembersihan, penyimpanan, hingga pengemasan berdampak pada fluktuasi mutu yang berpotensi menurunkan kepercayaan mitra industri.

Dari sisi kelembagaan, koordinasi antara BUMDes, kelompok tani, dan pemerintah desa masih bersifat informal dan belum didukung struktur tim pemasaran khusus yang menangani penjaminan mutu serta hubungan kemitraan. Dokumentasi kegiatan pemasaran dan pencatatan mutu juga belum dilaksanakan secara rutin, sehingga pembinaan internal dan evaluasi kinerja pemasaran tidak berjalan optimal. Berbagai kendala struktural dan 3 operasional tersebut berkontribusi pada rendahnya kemampuan BUMDes untuk memenuhi tuntutan industri pakan ayam yang sangat mengutamakan konsistensi, transparansi, dan akuntabilitas.

Oleh karena itu, diperlukan intervensi melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang berfokus pada penguatan penerapan *Quality-Based Marketing*, penyusunan SOP kualitas jagung, peningkatan kapasitas branding dan manajemen mutu, serta pembentukan sistem pemasaran yang adaptif terhadap standar industri. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan kompetensi pengurus BUMDes dalam mengelola mutu produk jagung secara konsisten, memperkuat kapasitas pemasaran, dan membuka peluang kemitraan berkelanjutan dengan perusahaan pakan ayam. Dengan tata kelola yang

terstandarisasi dan orientasi mutu yang lebih kuat, BUMDes berpotensi menjadi pemasok lokal yang kompetitif dan berdaya saing tinggi.

KAJIAN PUSTAKA

1. Landasan Teori

Pemasaran berbasis kualitas (*Quality-Based Marketing*) menempatkan kualitas sebagai elemen inti pembentukan nilai bagi pelanggan. Kotler & Keller (2020) menegaskan bahwa kualitas merupakan dasar terbentuknya kepuasan, loyalitas, dan daya saing produk. Dalam agribisnis, pendekatan ini sangat relevan karena produk pertanian termasuk jagung bersifat mudah rusak, beragam, serta dipengaruhi oleh proses budidaya hingga pascapanen.

Kualitas jagung menjadi faktor utama dalam pemasaran, terutama bagi industri pakan ternak yang menerapkan standar mutu ketat. YUSDJA (2020) menjelaskan bahwa mutu jagung ditentukan oleh kadar air, kebersihan, ukuran biji, warna, serta tingkat kerusakan. Industri pakan ayam menetapkan kadar air $\leq 14\%$ dan kontaminasi minimal karena kualitas berpengaruh langsung pada performa unggas.

Untuk itu, pemasaran jagung tidak dapat mengandalkan harga semata, tetapi harus menonjolkan kualitas sebagai proposisi nilai utama. Sistem grading menjadi komponen penting dalam mengomunikasikan kualitas secara objektif. Pratama & Haryanto (2021) menekankan bahwa grading berfungsi mengklasifikasi mutu produk, meningkatkan daya tawar, dan mengurangi asimetri informasi antara petani, aggregator, dan industri.

Dalam konteks rantai pasok, kemitraan antara BUMDes dan industri pakan menuntut konsistensi kualitas, kontinuitas pasokan, dan komunikasi bisnis yang efektif (Rahmawati,



2021). BUMDes berperan strategis sebagai aggregator sekaligus penjamin mutu melalui pembersihan, pengeringan, penyortiran, dan penyimpanan (Kementerian Desa PDTT, 2023). Namun, banyak BUMDes masih menerapkan pola pemasaran tradisional tanpa diferensiasi kualitas, sehingga produk kurang kompetitif (Supriyanto & Mawardi, 2022).

Selain itu, standar mutu industri juga mencakup keamanan pangan. Nugraha et al. (2020) menegaskan bahwa jagung untuk pakan unggas harus bebas jamur dan aflatoksin karena dapat menyebabkan kerugian ekonomi besar. Kegagalan memenuhi standar ini menjadi penyebab utama penolakan produk oleh industri.

Aspek komunikasi pemasaran juga memainkan peran penting. Dokumentasi mutu, seperti hasil uji kadar air, proses pengeringan, dan foto fasilitas penyimpanan menjadi bukti profesionalitas pemasaran (Gunawan & Widodo, 2021). Penguatan pemasaran modern dapat dilakukan melalui digital marketing seperti WhatsApp Business, marketplace 4 pertanian, dan media sosial (Lestari & Rahman, 2022), yang memungkinkan penyediaan informasi mutu secara transparan dan efektif.

Tambunan (2021) mengemukakan bahwa pemasaran berbasis kualitas mampu meningkatkan harga jual, memperluas jaringan distribusi, dan memperkuat posisi tawar petani. Bagi BUMDes, strategi ini menjadi kunci transformasi dari pemasaran tradisional menuju pemasaran modern.

Secara keseluruhan, *Quality-Based Marketing* pada produk jagung merupakan strategi penting untuk meningkatkan daya saing BUMDes dalam rantai pasok industri pakan ayam. Penerapan standar mutu, sistem grading, dokumentasi kualitas, komunikasi pemasaran profesional, dan

pemanfaatan digital marketing menjadi komponen utama dalam membangun kredibilitas dan keberlanjutan kemitraan dengan industri.

METODOLOGI PELAKSANAAN

Kolaborasi antara dunia akademik dan pelaku BUMDes menjadi strategi penting dalam meningkatkan kapasitas Pemasaran. Mahasiswa berkontribusi melalui pelatihan dan pendampingan untuk membantu BUMDes mengatasi pengurus memahami strategi peningkatan daya saing BUMDes secara praktis dan aplikatif. Adapun tahapan Kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

1. Tahap persiapan meliputi survei lapangan, observasi peserta, dan koordinasi tim.
2. Tahap pelaksanaan dimulai dengan sosialisasi program, dilanjutkan pelatihan interaktif yang mencakup manajemen usaha, komunikasi, kerja tim, dan pemanfaatan teknologi sederhana.
3. Tahap akhir adalah evaluasi yang bertujuan menilai efektivitas kegiatan dan dampaknya terhadap pemahaman serta keterampilan peserta. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk perbaikan program selanjutnya.

Khalayak sasaran dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah pengurus dan anggota inti Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Desa Rancasumur Kecamatan Kopo Kabupaten Serang. Pelatihan ini difokuskan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengurus BUMDes dalam menerapkan pemasaran berbasis mutu pada produk jagung, agar kualitas yang dihasilkan memenuhi standar perusahaan pakan ayam dan membuka peluang kemitraan yang berkelanjutan. Metode kegiatan dalam PKM ini dirancang untuk menjawab permasalahan BUMDes yang belum memiliki keterampilan



dalam menerapkan pemasaran berbasis mutu, khususnya terkait peningkatan kualitas jagung agar sesuai standar industri pakan ayam. Selain itu, keterbatasan dalam menjaga konsistensi mutu produk, memahami kebutuhan pasar industri pakan ayam, dan membangun komunikasi kemitraan yang efektif juga menjadi hambatan bagi BUMDes dalam meningkatkan daya saing produk jagung mereka.

Evaluasi bertujuan menilai efektivitas kegiatan serta dampaknya terhadap pemahaman dan keterampilan pengurus BUMDes. Evaluasi dilakukan melalui:

- Pengisian kuesioner oleh pengurus BUMDes di Kecamatan Kopo untuk mengetahui respon mereka terhadap kegiatan PKM, khususnya terkait peningkatan pemahaman tentang penerapan *Quality-Based Marketing* pada produk jagung.
- Observasi langsung selama kegiatan berlangsung untuk melihat tingkat partisipasi peserta serta sejauh mana mereka memahami materi mengenai standar mutu jagung dan strategi pemasaran yang dibutuhkan untuk menjalin kemitraan dengan perusahaan pakan ayam.
- Wawancara informal dengan ketua BUMDes dan perwakilan desa untuk mengetahui dampak kegiatan, masukan, serta kesiapan BUMDes dalam menerapkan konsep pemasaran berbasis mutu sebagai indikator keberhasilan program.

HASIL DAN DISKUSI

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini telah dilaksanakan pada Tanggal 23 November 2025, dengan tujuan untuk

memberikan pemahaman mengenai bagaimana solusi dalam peningkatan menerapkan pemasaran berbasis mutu pada produk jagung, terhadap BUMDes di Desa Rancasumur Kecamatan Kopo Kabupaten Serang. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berjalan dengan lancar dan berhasil mencapai tujuannya. Beberapa hasil yang diperoleh dari kegiatan ini antara lain:

Penguatan Pemahaman Peserta tentang Strategi Pemasaran di BUMDes.

Materi seminar diawali dengan penjelasan mengenai urgensi penerapan *Quality-Based Marketing* sebagai pendekatan strategis dalam memasarkan produk jagung BUMDes. Narasumber menegaskan bahwa keberhasilan pemasaran tidak hanya ditentukan oleh kuantitas produksi, tetapi bergantung pada kualitas produk, konsistensi mutu, standar kemasan, serta tingkat kepercayaan mitra bisnis. Pendekatan pemasaran yang berorientasi kualitas dipandang mampu meningkatkan daya saing sekaligus membuka peluang kemitraan dengan industri pakan ayam yang menuntut standar mutu ketat.

Penyampaian materi dilakukan secara interaktif melalui dialog dan studi kasus nyata terkait pengelolaan dan pemasaran jagung di desa. Peserta yang terdiri dari Direktur, Ketua, dan pengurus BUMDes menunjukkan partisipasi aktif, ditunjukkan melalui pencatatan, respons cepat, dan atensi penuh terhadap penjelasan narasumber. Melalui pendekatan dialogis, peserta didorong untuk menganalisis permasalahan pemasaran yang selama ini muncul, termasuk ketidaksesuaian standar mutu, kurangnya diferensiasi produk, serta lemahnya dokumentasi kualitas. Narasumber menekankan perlunya pengelolaan BUMDes yang profesional, akuntabel, dan berbasis kebutuhan pasar,

sehingga strategi pemasaran dapat berjalan efektif dan berkelanjutan.

Hasil pemaparan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana konsep pemasaran berbasis kualitas dapat diterapkan secara praktis. Mereka semakin menyadari bahwa pemasaran modern tidak hanya berbicara tentang promosi, tetapi mencakup pengendalian mutu, komunikasi kredibel, dan pengelolaan nilai produk agar sesuai dengan tuntutan pasar industri.



Gambar 1. Samsuardi, selaku Narasumber menyampaikan materi kepada peserta BUMDes

Identifikasi Solusi Konkret

Salah satu capaian nyata dari seminar ini adalah teridentifikasinya berbagai solusi konkret yang relevan untuk peningkatan kapasitas pemasaran BUMDes di Desa Rancasumur Kecamatan Kopo Kabupaten Serang. Para peserta tidak hanya mendapatkan teori, tetapi juga dibimbing untuk memahami beragam strategi praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usaha mereka. Hal ini mencakup pemahaman mengenai akses pelatihan pemasaran yang terjangkau, baik secara daring maupun luring, yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik UMKM.

Selain itu, seminar ini menekankan pentingnya pemanfaatan platform digital sebagai sarana promosi dan perluasan pasar, serta strategi kolaborasi dengan komunitas atau lembaga lokal untuk memperkuat kemampuan pemasaran.

Dengan adanya arahan tersebut, BUMDes di Desa Rancasumur Kecamatan Kopo Kabupaten Serang kini memiliki peta jalan yang lebih jelas dalam mengembangkan kompetensi pemasaran dan meningkatkan daya saing usaha mereka.



Gambar 2. Perwakilan Mahasiswa, Andy Riyanto sedang memberikan penjelasan dan solusi permasalahan dari salah satu peserta seminar

Meningkatkan Kesadaran tentang Peran Strategis Pemasaran

Salah satu dampak krusial dari seminar BUMDes di Desa Rancasumur Kecamatan Kopo Kabupaten Serang adalah meningkatnya kesadaran di kalangan pengurus BUMDes mengenai pentingnya penguatan kapasitas pemasaran sebagai kunci keberlangsungan dan pertumbuhan usaha mereka. Sebelum pelatihan, perhatian peserta umumnya lebih tertuju pada aspek produksi atau operasional. Namun, melalui sesi interaktif dan studi kasus yang disajikan, mereka mulai memahami bahwa pemasaran baik dari sisi strategi, kreativitas, maupun pengelolaan kanal digital merupakan aset strategis yang perlu dikembangkan secara berkelanjutan.

Kesadaran ini semakin relevan dengan meningkatnya dominasi Gen Z dalam aktivitas pemasaran modern. Generasi ini dikenal adaptif terhadap teknologi, kreatif dalam memproduksi konten, serta memiliki preferensi terhadap komunikasi yang autentik dan inovatif. Seminar ini secara tidak



langsung membuka wawasan BUMDes bahwa pengembangan kompetensi pemasaran, termasuk kemampuan memanfaatkan media sosial, storytelling produk, dan analisis tren, bukan sekadar biaya, tetapi investasi jangka panjang. Dengan memahami karakter dan gaya komunikasi Gen Z, BUMDes dapat menciptakan strategi pemasaran yang lebih segar, efektif, dan selaras dengan perilaku konsumen masa kini. Hal ini memungkinkan mereka menarik perhatian pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Kesadaran baru ini menjadi fondasi penting bagi BUMDes di wilayah tersebut untuk tidak lagi memandang pemasaran sebagai aktivitas sampingan, melainkan sebagai elemen strategis dalam mencapai tujuan bisnis, terutama di tengah dinamika pasar yang terus berubah dan semakin dipengaruhi oleh generasi muda yang kreatif dan *digital-oriented*.



Gambar 3. Tanggapan Bapak Dr. Surya Budiman, S.E., M.B.A. tentang pentingnya perencanaan dan manajemen risiko dalam tata kelola BUMDes

Potensi Jaringan dan Kolaborasi

Pelatihan peningkatan kapasitas pemasaran yang diselenggarakan bagi BUMDes di Desa Rancasumur, Kecamatan Kopo, Kabupaten Serang, tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga mendorong terbentuknya jaringan dan

kolaborasi yang sangat bernilai di antara para pengelola BUMDes. Kegiatan ini menjadi ruang yang produktif bagi peserta untuk berdiskusi, saling berbagi pengalaman lapangan, dan membangun relasi yang dapat menunjang pengembangan strategi pemasaran masing-masing BUMDes.

Lebih jauh, forum ini membuka peluang kerja sama yang lebih berkelanjutan di masa mendatang. Para peserta berpotensi menjalin kolaborasi dalam bentuk pertukaran praktik terbaik (*best practices*) dalam pengelolaan pemasaran, pelaksanaan pelatihan bersama terkait promosi digital dan branding produk desa, hingga pembentukan kemitraan strategis guna menghadapi persaingan pasar yang semakin dinamis. Melalui komunikasi dan interaksi intensif selama pelatihan, BUMDes tidak hanya memperoleh dukungan moral, tetapi juga mendapatkan akses terhadap pengetahuan kolektif, sumber daya, dan jejaring yang sebelumnya sulit diakses secara individu.

Jaringan kolaboratif yang tercipta melalui kegiatan ini diharapkan terus berkembang dan menjadi fondasi kuat bagi penguatan ekosistem BUMDes di Desa Rancasumur. Dengan memanfaatkan sinergi antarpengelola, BUMDes dapat mendorong pertumbuhan yang lebih inovatif dan berkelanjutan, terutama dalam penerapan strategi pemasaran yang lebih modern, adaptif, serta kompetitif di tengah perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar yang terus berubah.

Kolaborasi antara mahasiswa dan BUMDes kini menjadi salah satu strategi yang semakin relevan dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing lembaga ekonomi desa. Mahasiswa hadir membawa energi baru, pola pikir kritis, serta pengetahuan terkini yang sangat dibutuhkan BUMDes untuk beradaptasi dengan perkembangan

zaman, terutama di tengah percepatan digitalisasi. Melalui berbagai bentuk kegiatan pengabdian masyarakat, mahasiswa tidak hanya berperan dalam memetakan tantangan yang dihadapi BUMDes, tetapi juga turut memberikan pendampingan manajerial, penguatan administrasi, hingga memperkenalkan pendekatan pemasaran modern yang dapat meningkatkan visibilitas dan nilai jual produk desa.

Lebih dari itu, kolaborasi ini membuka ruang pembelajaran dua arah. Bagi mahasiswa, terjun langsung ke lapangan memberikan pengalaman praktis dalam memahami dinamika pengelolaan usaha berbasis masyarakat. Sementara bagi BUMDes, keterlibatan mahasiswa menjadi peluang untuk mendapatkan pandangan segar, akses pada pengetahuan akademik, dan dukungan inovatif yang mungkin sulit diperoleh jika bekerja sendiri. Interaksi ini menciptakan hubungan simbiosis yang memperkuat koneksi antara perguruan tinggi dan masyarakat desa. Dalam jangka panjang, kerja sama tersebut berpotensi melahirkan berbagai inisiatif baru, mulai dari digitalisasi layanan, pengembangan produk unggulan, hingga strategi pemberdayaan masyarakat yang lebih efektif.



Gambar 4. Bapak Soekandi selaku Ketua BUMDes Setiajaya dalam sesi tanya jawab kegiatan PKM BUMDes Kecamatan Kopo

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan: Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan pada 23

November 2025, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini telah berjalan sesuai tujuan yang ditetapkan. Adapun kesimpulan utama kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada penerapan pemasaran berbasis mutu pada produk jagung BUMDes telah memberikan dampak yang signifikan bagi para pengurus desa. Selama kegiatan berlangsung, peserta mendapatkan kesempatan untuk memahami bagaimana pengelolaan produk yang berorientasi pada kualitas dapat menjadi fondasi penting dalam membangun hubungan bisnis yang kuat, khususnya dengan perusahaan pakan ayam. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini memungkinkan peserta untuk lebih menghayati pentingnya profesionalitas dalam setiap tahap produksi hingga pemasaran.
2. Kegiatan ini juga memperlihatkan peningkatan pengetahuan peserta mengenai konsep inti pemasaran berbasis mutu. Para pengurus BUMDes mulai memahami bahwa kualitas jagung yang konsisten, penanganan pascapanen yang baik, serta pengemasan yang memenuhi standar pasar merupakan elemen penting dalam menarik minat mitra usaha. Pemahaman ini berkembang melalui materi yang disampaikan secara sistematis serta diskusi yang mendorong peserta untuk mengaitkan teori dengan kondisi di lapangan.
3. Selain itu, kegiatan ini membuka wawasan peserta mengenai strategi pemasaran modern yang relevan dengan kebutuhan pasar saat ini. Pemanfaatan media digital sebagai



sarana promosi diakui sebagai langkah penting dalam memperluas jangkauan pemasaran produk jagung. Dengan memahami cara memanfaatkan teknologi komunikasi, pengurus BUMDes memiliki peluang lebih besar untuk memperkenalkan kualitas produk mereka kepada calon mitra secara lebih efektif.

4. Peserta juga semakin menyadari bahwa menjalin kemitraan dengan perusahaan pakan ayam merupakan peluang strategis bagi keberlanjutan usaha mereka. Melalui pemahaman yang diperoleh selama kegiatan, mereka mengetahui bahwa hubungan kemitraan tidak hanya bergantung pada volume produksi, tetapi juga pada kepercayaan yang dibangun melalui kualitas produk yang terjaga. Kesadaran ini diharapkan dapat memotivasi BUMDes untuk terus meningkatkan standar operasional mereka.
5. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini telah berhasil memperkuat kapasitas pengurus BUMDes dalam mengelola serta memasarkan produk jagung yang berorientasi pada mutu. Pemahaman baru yang mereka peroleh menjadi modal penting dalam meningkatkan daya saing produk, memperluas peluang kerja sama, dan memperkuat kontribusi BUMDes terhadap perekonomian desa. Dengan semakin menguatnya kompetensi pengurus, diharapkan BUMDes mampu berkembang menjadi lembaga usaha desa yang mandiri dan berkelanjutan.

Saran dan Harapan: Agar manfaat kegiatan ini dapat memberikan dampak lebih luas dan berkelanjutan, maka disarankan:

1. Pengurus BUMDes diharapkan dapat mengimplementasikan secara konsisten prinsip *Quality-Based Marketing*, terutama dalam menjaga standar mutu jagung, mulai dari proses panen, pengeringan, penyimpanan, hingga pengemasan agar kualitas produk tetap terjaga dan mampu memenuhi kebutuhan perusahaan pakan ayam.
2. Diperlukan pendampingan lanjutan terkait pengendalian mutu produk, Teknik sortasi jagung, pengemasan yang layak industri, serta strategi pemasaran digital agar pengembangan produk jagung BUMDes dapat terus meningkat dan memberikan nilai tambah.
3. BUMDes disarankan untuk aktif menjalin kolaborasi dengan pemerintah desa, dinas terkait, perguruan tinggi, serta perusahaan pakan ayam guna memperluas akses pasar, memperkuat posisi tawar produk, serta mewujudkan kemitraan usaha yang berkelanjutan.
4. BUMDes perlu melakukan evaluasi rutin terhadap kualitas jagung, strategi pemasaran, serta sistem distribusi agar setiap proses usaha berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan dan dapat segera diperbaiki apabila ditemukan kendala di lapangan.
5. Penggunaan media digital untuk promosi, komunikasi dengan mitra, serta pencatatan usaha perlu terus dikembangkan agar pemasaran produk jagung BUMDes menjadi lebih efektif, efisien, dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- A Amelia, F., Hamdani, & Juniar, A. (2024). Determinants Of Bumdes Financial Management Based On Good Governance. *Yume: Journal Of Management*, 7(2), 55–66.
- Anisa, A., Handayani, A., & Faozi, K. (2025). Digitalisasi Pengelolaan Keuangan Desa: Analisis Implementasi Aplikasi Keuangan Pada Bumdes Bebedahan Berkah. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 5(1), 10–20.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Serang. (2024). Kecamatan Kopo Dalam Angka 2024. Bps Kabupaten Serang.
- Gunawan, A., & Widodo, S. (2021). Strategi Pemasaran Produk Pertanian Berbasis Digital. *Jurnal Agribisnis Modern*, 6(2), 77–89.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi Republik Indonesia. (2023). Pengembangan Bumdes Sebagai Penggerak Ekonomi Desa. Kemendesa Pdt.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson Education.
- Kusumastuti, E. D. (2025). Analisis Perhitungan Break Even Point (Bep) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Umkm. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Terapan*, 6(1), 50–60.
- Lestari, R., & Rahman, A. (2022). Penerapan Digital Marketing Pada Pemasaran Produk Pertanian. *Jurnal Teknologi Dan Bisnis Digital*, 4(1), 33–42.
- Nugraha, D., Setiawan, B., & Prabowo, A. (2020). Pengaruh Cemaran Aflatoksin Pada Jagung Pakan Terhadap Performa Produksi Unggas. *Jurnal Ilmu Ternak*, 5(2), 61–70.
- Pasali, H. (2022). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Pendapatan Bumdes. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 88–95.
- Pratama, R., & Haryanto, T. (2021). Sistem Grading Jagung Untuk Meningkatkan Daya Saing Pemasaran Hasil Pertanian. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(1), 15–25.
- Rachmawati, M. (2023). Strategi Pengelolaan Sumber Daya Manusia Terhadap Peningkatan Kinerja Bumdes. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 35–47.
- Rahmawati, D. (2021). Kemitraan Agribisnis Dalam Rantai Pasok Industri Pakan Ternak. *Jurnal Ekonomi Pertanian*, 10(2), 98–107.
- Sari, P. Y., & Darmawan, A. (2023). Strategi Pemasaran Digital Bagi Umkm Di Era Transformasi Digital. *Jurnal Pemasaran Nusantara*, 8(1), 25–36.
- Supriyanto, A., & Mawardi, M. (2022). Model Pengembangan Bumdes Berbasis Valuebased Marketing. *Jurnal Manajemen Desa*, 4(2), 44–56.
- Suryani, E. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Berbasis Web (Semeton Bumdes) Untuk Meningkatkan Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pada Bumdes Desa Wisata. *Journal Of Management And Tourism*, 3(4), 112–121.



- Tambunan, T. (2021). Pemasaran hasil pertanian berbasis mutu untuk peningkatan daya saing. IPB Press.
- Ultari, T., & Khoirunurrofik, K. (2024). The role of village-owned enterprises (BUMDes) in village development: Empirical evidence from villages in Indonesia. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 8(1), 41–54.
- Yusdja, Y. (2020). Mutu jagung sebagai bahan baku industri pakan ternak. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 8(2), 101–110.
- Yuniarti, D. (2021). Penguatan kapasitas BUMDes berbasis potensi lokal untuk meningkatkan daya saing desa. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Desa*, 9(2), 45–58.