

# **PENGELOLAAN RANTAI PASOKAN HILIR BERBASIS DIGITAL PADA UMKM BAMBU KREATIF DI DESA MEKARSARI**

**Fitrin Rawati Suganda<sup>1</sup>, Desi Qoriah<sup>2</sup>, Ira fauziah<sup>3</sup>,  
Fajar Surya Firdaus<sup>4</sup>**

Universitas Garut<sup>1</sup>, Universitas Garut<sup>2</sup>, Universitas Garut<sup>3</sup>, Universitas Garut<sup>4</sup>

## **Abstrak**

Peningkatan manajemen rantai pasokan UMKM Bambu Kreatif pada rantai hilir, yaitu dengan pengelolaan jaringan distribusi, agar produk bisa sampai ke konsumen dengan cepat dan tepat. Fenomena yang terjadi pada UMKM Bambu Kreatif yaitu belum optimalnya pemahaman para pelaku bisnis Bambu Kreatif di wilayah rantai pasokan hilir, yaitu bagaimana penyampaian produk yang cepat dan tepat kepada konsumen di era digital saat ini. Para pelaku UMKM Bambu Kreatif, masih memasarkan produknya ke konsumen secara konvensional, mereka belum memahami sepenuhnya jaringan distribusi yang berbasis digital, yang bisa mereka gunakan untuk menyampaikan produknya kepada konsumen. Sehingga menyebabkan penjualan yang stagnan, dan tidak pernah ada peningkatan dari tahun ke tahunnya. Sehingga diperlukan solusi terhadap permasalahan ini. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menemukan solusi pada permasalahan tersebut di atas ini. Metode yang digunakan adalah melalui pelatihan-pelatihan terkait manajemen rantai pasokan, yaitu pengelolaan pada rantai pasokan hilir, bagaimana mengelola jaringan distribusi berbasis digital yaitu *marketplace* yang paling banyak digunakan para pemasar digital yaitu Shopee dan *social media* TikTok. Kemudian bagaimana cara membuat akun, mempersiapkan objek-objek yang akan dipasarkan, membuat toko *online*, sampai mereka mampu berjualan di toko *online* dan mengelola toko *online* yang merupakan jaringan distribusi atau rantai pasokan hilir, agar produk bisa sampai ke konsumen dengan cepat dan tepat.

**Kata kunci:** Rantai pasokan, pemasaran digital, UMKM, Media Sosial, Jaringan Distribusi

## ***Abstract***

*Improving the supply chain management of Creative Bamboo MSMEs in the downstream chain, namely by managing the distribution network, so that products can reach consumers quickly and precisely. The phenomenon that occurs in Creative Bamboo MSMEs is that the understanding of Creative Bamboo business people in the downstream supply chain area is not optimal, namely how to deliver fast and appropriate products to consumers in the current digital era. Creative Bamboo MSME players, still marketing their products to consumers conventionally, they do not fully understand the digital-based distribution network, which they can use to deliver their products to consumers. Thus causing stagnant sales, and there has never been an increase from year to year. So a solution to this problem is needed. This community service aims to find solutions to the problems mentioned above. The method used is through trainings related to supply chain management, namely management of the downstream supply chain, how to manage a digital-based distribution network, namely the marketplace most widely used by digital marketers, namely Shopee and TikTok social media. Then how to create an account, prepare objects to be marketed, create an online store, until they are able to sell in an online store and manage an online store which is a distribution network or downstream supply chain, so that products can reach consumers quickly and precisely.*

***Keywords:*** *Supply chain, digital marketing, MSMEs, Social Media, Distribution Networks*

## **I. Pendahuluan**

Untuk menjadi berhasil dalam dunia bisnis tidak bisa hanya mengandalkan perusahaan sebagai individu, hal ini berlaku untuk bisnis apapun dan dalam skala apapun. Saat ini persaingan di dunia bisnis merupakan persaingan antara integrasi rantai pasokan, dari mulai rantai hulu yaitu pemasok sampai ke rantai hilir yaitu sampai ke konsumen. Pengelolaan rantai pasokan diperlukan oleh suatu perusahaan agar mencapai kinerja perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Adiba *et al*, 2021) hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik praktik manajemen rantai pasok diterapkan maka semakin baik pula kinerja perusahaan.

Dari rantai hulu sampai hilir merupakan rangkaian kegiatan yang berkaitan erat dengan pengelolaan aliran material atau bahan baku, finansial dan informasi, sampai aliran produk ke konsumen, di mana para pelakunya adalah pemasok, internal perusahaan, jaringan distributor, dan konsumen, hal ini lebih terkenal dengan istilah *supply chain*. Menurut Lu (2011), *supply chain* didefinisikan sebagai kelompok perusahaan yang berpartisipasi saling berhubungan yang menambah nilai pada aliran perubahan input dari sumber asalnya untuk produk akhir atau jasa yang diminta oleh konsumen akhir.

Dengan demikian perusahaan harus berupaya agar produk yang diciptakan bisa sampai ke konsumen dengan cepat dan tepat. Bagaimana supaya produk bisa sampai ke konsumen dengan cepat dan tepat, disini perusahaan perlu mengelola rantai pasokan sebaik mungkin dari mulai rantai pasokan hulu sampai ke hilir. Hal ini berlaku untuk semua skala perusahaan baik itu perusahaan skala kecil, menengah, dan skala besar. Salah satu skala perusahaan yang mendapat perhatian lebih dari pemerintah adalah UMKM, karena eksistensi UMKM dalam menyokong perekonomian Indonesia sudah tidak diragukan lagi, fakta empiris, UMKM inilah yang tetap bertahan terhadap gonjangan resesi dalam perekonomian, termasuk yang tetap bertambah dari imbas pandemi covid 19.

Salah satu permasalahan yang terjadi pada UMKM di era bisnis digital saat ini adalah berkaitan dengan menyampaikan produknya ke konsumen secara digital, atau memasarkan produknya secara digital. Persoalan pemasaran dan promosi

merek masih menjadi salah satu kendala terbesar bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan skala bisnisnya di Indonesia (<https://ekonomi.bisnis.com>, 2019).

Salah satu UMKM adalah UMKM Bambu Kreatif yang ada di desa Mekarsari Kecamatan Selaawi Kabupaten Garut. UMKM Bambu Kreatif ini membuat aneka kerajinan dari bambu. Kegiatan membuat aneka kerajinan dari bambu ini merupakan salah satu kegiatan untuk dapat meningkatkan ekonomi masyarakat di Desa Mekarsari. Desa Mekarsari memiliki sumber daya alam yang cukup, salah satunya yaitu bambu yang dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan penghasilan yang pada akhirnya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Mekarsari.

Fenomena yang terjadi pada UMKM Bambu Kreatif ini adalah terkait pengelolaan rantai pasokan, yaitu khususnya rantai pasokan hilir, dimana dalam menyampaikan ke konsumen belum begitu efektif dan efisien, yaitu terkait jaringan distribusi yang belum optimal. Penyampaian produk ke konsumen selain masih secara konvensional, sudah menggunakan jaringan berbasis *digital*, namun baru sebatas penggunaan facebook dan WhatsApp, yang mana hasil yang diharapkan belum optimal. Sehingga perlu jaringan atau saluran distribusi berbasis digital melalui *market place* atau aplikasi lain yang benar-benar lebih efektif dan efisien.

Dengan adanya *marketplace*, penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi di tempat yang berbeda tanpa harus bertemu, tidak ada biaya operasional yang harus dikeluarkan di awal, dan komunikasi bisa lebih mudah melalui internet, serta proses pemasaran pun menjadi lebih mudah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Rini, 2021) hasil temuannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara langsung yang positif dan signifikan antara keunggulan e-commerce terhadap kinerja manajemen rantai pasokan dengan nilai *direct effect* sebesar 0.189. Serta terdapat pula peran penggunaan *E-Marketplace* sebagai variabel mediasi pada pengaruh tidak langsung antara keunggulan *e-commerce* terhadap kinerja manajemen rantai pasokan dengan nilai *indirect effect* sebesar 0.195.

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk membangun jaring distribusi untuk memasarkan produk UMKM Bambu Kreatif yaitu dengan melakukan optimalisasi *digital marketing*, terutama pada sektor sosial media *marketing* dan

*marketplace*. Yaitu dengan membangun dan mengoptimalkan jaringan distribusi secara digital melalui aplikasi Sophee dan Tik tok yang saat in banyak digunakan oleh para pemasar digital. Menurut Zaroni (2017) keberadaan saluran distribusi ini semestinya bukan sekedar dipandang sebagai sarana penjualan. Sejatinya, jaringan distribusi menjadi pintu terdepan dalam membangun *customer engagement*, melalui saluran-saluran distribusi ini, *brand* bisa menggali *anxiety and desire* konsumen.

Setelah melakukan observasi, teridentifikasi beberapa permasalahan yang dialami para pelaku UMKM Bambu Kreatif di Desa Mekarsari, salah satunya adalah pelaku bisnis Bambu Kreatif masih kebingungan menentukan jaringan distribusi yang paling optimal yang dapat menyampaikan produknya kepada konsumen dengan cepat dan tepat, serta bisa efektif dan efisien. Agar pendapatan yang dihasilkan dapat memenuhi target. Fenomena masalah lainnya adalah bahwa beberapa pelaku bisnis Bambu Kreatif belum memahami secara komprehensif terhadap pengetahuan di bidang teknologi informasi, khususnya teknologi internet yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana jual beli.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan cara melakukan pelatihan pemanfaatan *E-Commerce* Shopee, dan media sosial. TikTok sebagai jaringan distribusi pada rantai hilir pada UMKM Bambu Kreatif sebagai upaya pengelolaan rantai pasokan yang diharapkan berdampak pada peningkatan ekonomi warga Desa Mekarsari.

## **II. Metode**

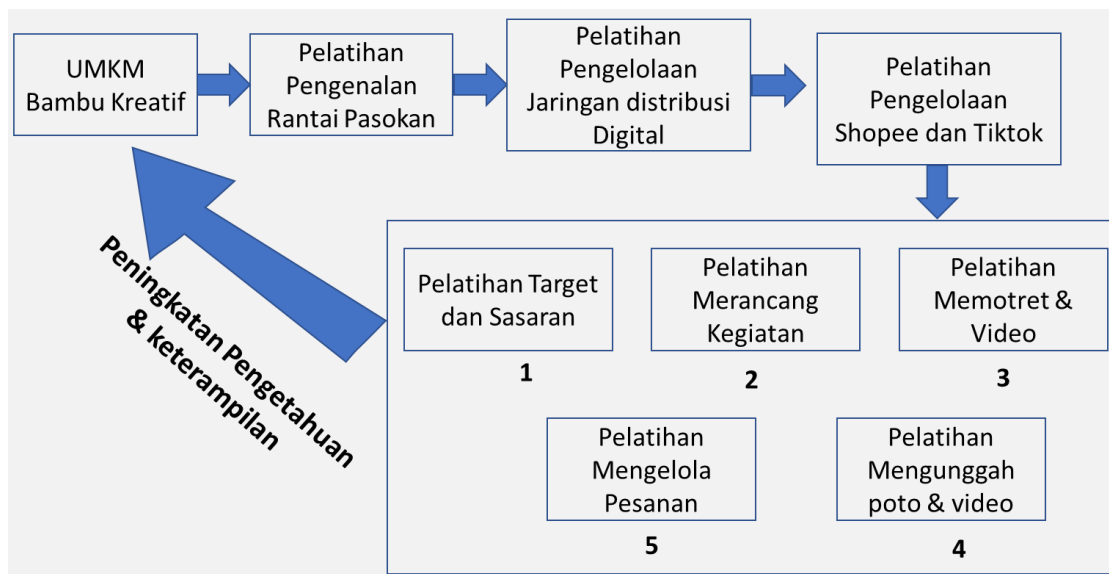
Metode yang digunakan adalah berupa metode pelatihan yang bisa meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pada UMKM Bambu Kreatif dalam mengelola jaringan distribusi pemasaran berbasis digital yaitu *E-Commerce* Shopee, dan media sosial. TikTok. Kegiatan ini berlokasi di desa Mekarsari Kecamatan Selaawi Kabupaten Garut. Yang menjadi mitra pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Mekarsari ini, adalah UMKM Bambu Kreatif, yang merupakan badan usaha milik desa atau BUM Desa Mekarsari. Untuk membantu kelancaran kegiatan pengabdian maka kegiatan pengabdian ini

melibatkan dua orang mahasiswa, yang mempunyai tugas membantu kelancaran pengabdian kepada masyarakat ini.

Kegiatan UMKM Bambu Kreatif ini adalah membuat anyaman dan kreasi lainnya dari bahan dasar bambu, seperti anyaman bakul nasi, anyaman tempat tisu, anyaman untuk tempat air mineral gelas, tempat untuk termos air panas, cangkir dari bambu, dan beberapa produk berbahan dasar bambu lainnya.

Berdasarkan masalah yang dihadapi, maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran bagi kegiatan ini maka diadakan pendekatan kepada pihak terkait yaitu pelaku UMKM Bambu Kreatif yang ada di Desa Mekarsari Kecamatan Selaawi Kabupaten Garut. Pelatihan diawali dengan penjelasan atau uraian mengenai pengelolaan rantai pasokan secara umum, sampai fokus pada rantai pasokan hilir, yaitu bagaimana menemukan saluran distribusi yang paling optimal untuk menyampaikan produk ke konsumen. Kemudian pelatihan penggunaan salah satu jenis *marketplace* yaitu Shopee dan sosial media TikTok yang terbukti merupakan saluran distribusi berbasis digital yang paling banyak digunakan oleh para pemasar. Kegiatan tersebut bertujuan memberikan pengarahan, cara penggunaan dan manfaat Shopee dan TikTok. Sehingga pelaku UMKM Bambu Kreatif dapat berjualan secara daring dengan membuat toko *online* di aplikasi Shopee dan juga aplikasi Tik Tok.

Dengan membuka toko *online* diharapkan terbentuknya jaringan distribusi yang efektif dan efisien pada wilayah manajemen rantai pasokan, sehingga dengan kata lain cakupan wilayah pemasarannya bisa lebih luas. Pelatihan ini dilaksanakan oleh dua orang dosen sebagai ketua dan anggota. Ketua yang mempunyai tugas dan wewenang mengarahkan dan mengkoordinasikan setiap kegiatan pengabdian. Sedangkan dosen anggota bertugas membantu semuan kegiatan ketua. Selain itu, pengabdian ini melibatkan dua orang mahasiswa sebagai pembantu umum dan membantu secara teknis dilapangan. Metode pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dilakukan dalam beberapa tahap, setiap tahapan mempunyai target pencapaian yang berbeda, namun tidak dapat dipisahkan satu sama lain dalam mencapai tujuan pengabdian kepada masyarakat ini. Metode pelatihan pada pengabdian masyarakat ini seperti disajikan pada Gambar 1.



**Gambar 1. Metode Pengabdian Kepada Masyarakat**

Berdasarkan pada Gambar 1, setiap tahapan kegiatan mempunyai target yang ingin dicapai, untuk lebih jelasnya, tahapan pelatihan dan target yang ingin dicapai disajikan dalam Tabel 1.

**Tabel 1. Pelatihan dan Target Capaian**

No	Jenis Pelatihan	Target yang ingin dicapai
1	Pengenalan Rantai pasokan	- Meningkatkan pemahaman dalam mengintegrasikan para pelaku dalam bisnis
2	Pengelolaan Jaringan Distribusi Digital	- Meningkatkan pemahaman dalam pengelolaan jaringan distribusi berbasis digital
	<b>Pengelolaan Shopee &amp; Tiktok :</b>	
3	Analisis Target dan sasaran	- Meningkatkan pemahaman dalam mengobservasi para pesaing produk sejenis, atau produk yang hampir sama - Dapat melakukan <i>benchmarking</i> terhadap pesaing dalam berjualan <i>online</i> di Sophee dan Tiktok, meliputi, observasi harga, tampilan foto dan atau video produk, cara pembayaran, agar UMKM Bambu Kreatif dalam merancang kegiatan yang akan dilakukan dalam memasarkan produknya secara <i>online</i> .

4	Merancang Kegiatan	- Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam merancang nama akun, merancang harga dan sistem pembayaran produk, tampilan produk, durasi tampilan produk.
5	Memotret dan Membuat Video	- Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat visual foto atau video yang akan diunggah agar bisa menarik konsumen
6	Mengunggah Foto & Video	- Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengunggah foto, dan atau video
7	Mengelola Pesanan	- Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola pemesanan pada akun seller, dari mulai membuka notifikasi agar tidak melewatkan pesanan, memproses pesanan yang masuk ketika barang sudah dibayar oleh pembeli, mengemas pesanan yang rapi dan aman sesuai dengan barang yang akan dikirim, yang bisa memastikan bahwa barang tersebut selamat dengan aman sampai ke tangan konsumen secara langsung. Kemudian menempelkan label pengiriman melalui jasa kirim dan penentuan jasa kirim sesuai dengan kemampuan sumber daya UMKM Bambu Kreatif.

### III. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari pelaksanaan dari berbagai tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu dengan meningkatnya pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan para pelaku bisnis UMKM Bambu Kreatif. Hasil yang diperoleh dari pelatihan Pengenalan Rantai Pasokan, sesuai dengan target yaitu meningkatnya pengetahuan dan pemahaman para pelaku bisnis UMKM Bambu Kreatif tentang konsep pengelolaan rantai pasokan, para pelaku yang terkait dalam bisnis Bambu kreatif, dari mulai pemasok, perusahaan, jaringan distribusi, sampai ke konsumen. Mereka memahami bahwa persaingan di dunia bisnis, bukan hanya persaingan individu perusahaan, akan tetapi merupakan persaingan antara rantai pasokan yang terintegrasi dari mulai pemasok, sampai produk tersebut sampai ke konsumen.

Pada pelatihan Analisis Target dan sasaran Pengelolaan Jaringan Distribusi Digital, hasil yang diperoleh sesuai dengan target, yaitu meningkatnya pemahaman



dan pengetahuan terkait pengelolaan jaringan distribusi digital. Mereka memahami bahwa jaringan distribusi digital merupakan rantai hilir pada manajemen rantai pasokan yang berpengaruh besar terhadap kinerja perusahaan, khususnya kinerja penjualan, karena jaringan distribusi digital ini dapat mengantarkan produk ke konsumen secara efektif dan efisien.

Pelatihan Analisis Target dan sasaran, hasil yang dicapai sesuai target, yaitu meningkatnya pengetahuan dan keterampilan para pelaku Bisnis Bambu Kreatif, yang pertama peningkatan pengetahuan dan pemahaman keterampilan dalam mengobservasi dan menganalisis pesaing yang berjualan pada *platform* yang sama yaitu Sophee dan Tiktok, meliputi penetapan harga jual, membandingkan tampilan foto dan video produk dengan pesaingnya, termasuk kedalam kegiatan *benchmarking*, atau melihat kinerja pesaing yang berada dikelasnya, sehingga UMKM Bambu Kreatif, bisa mencontoh, untuk mendapatkan kinerja yang sama baiknya atau bahkan melebihi kinerja dari pesaingnya.

Dari kemampuan observasi ini menjadi dasar atau pengetahuan bagi UMKM Bambu Kreatif untuk merancang kegiatan, yaitu setelah mengikuti pelatihan, UMKM Bambu Kreatif mampu menetapkan harga jual yang kompetitif, membuat akun di Sophee dan di Tiktok. Kemudian mampu merancang tampilan produk yang menarik. Meningkatnya pengetahuan dan kemampuan dalam merancang dan menetapkan sistem pembayaran yang tepat.

Kemudian hasil dari pelatihan memotret dan membuat video atau konten, yaitu meningkatnya kemampuan memotret dan membuat video atau konten produk, kemudian meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengunggah foto ataupun video produk yang akan dipasarkan di Sophee maupun Tiktok. Kemudian meningkatnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola pesanan, dari mulai menyalakan notifikasi, mengemas pesanan dengan rapi dan aman, memilih jasa pengiriman yang sesuai, sampai memastikan bahwa barang sampai ke konsumen dengan aman dan selamat. Berikut adalah dokumentasi hasil dari kegiatan pengabdian pada UMKM Bambu Kreatif, seperti disajikan pada Gambar 2 s.d Gambar 5 berikut ini:



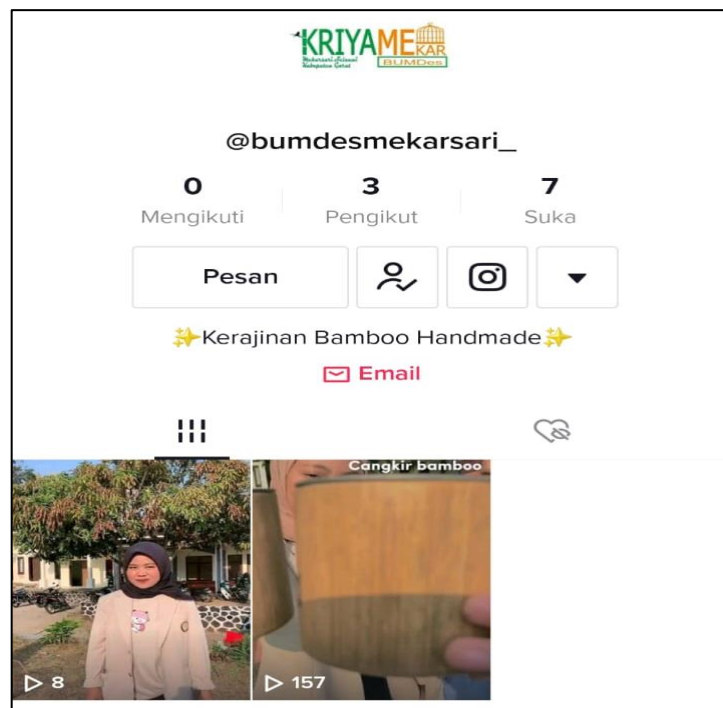
**Gambar 2. Hasil Pelatihan Memotret Produk**



**Gambar 3. Hasil Pelatihan Memotret Produk**



**Gambar 4. Akun Sophee Bamboo Creative dengan Nama “BumdesKriyaMekar” beserta foto produk yang telah diunggah**



**Gambar 5. Akun Tiktok beserta Konten yang diunggah**

#### IV. Kesimpulan

Hal yang menjadi penentu keberhasilan UMKM salah satunya dari kemampuan mengintegrasikan semua rantai yang ada pada pengelolaan rantai pasokan. Sehingga dari mulai pemasok sampai produk tiba ke konsumen, bisa secara efektif dan efisien. Jaringan distribusi merupakan rantai hilir yang merupakan hal yang sangat penting, karena fungsinya adalah mengantarkan produk yang dihasilkan perusahaan ke konsumen, dan dari kegiatan inilah perusahaan dapat memperoleh pendapatan, yaitu pendapatan dari penjualan. Pada era pemasaran digital saat ini, secara empiris bahwa jaringan distribusi digital lebih efektif dan efisien dalam menghantarkan produk ke konsumen. Karena jangkauannya bisa lebih luas, dan juga biaya pendistribusian dapat disesuaikan dengan kemampuan perusahaan. Dari kegiatan pengabdian pada UMKM Bambu Kreatif, dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pada pelaku bisnis UMKM Bambu Kreatif pada pengelolaan rantai pasokan hilir, yaitu mengelola jaringan distribusi berbasis digital pada *platform* Sophee dan Tiktok, yang nantinya diharapkan berdampak pada peningkatan penjualan dan lebih lanjut pada peningkatan ekonomi para pelaku UMKM Bambu Kreatif di Desa Mekarsari Kecamatan Selaawi Kabupaten Garut.

#### Daftar Pustaka

- Adiba E.M., Suaibah. L., Ramadhan F. (2021). Pengaruh Praktik Manajemen Rantai Pasok terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Agroindustri Obat Tradisional dan Rempah Lokal Madura, *Jurnal Ilmu Manajemen* 9(4.), 1529-1536.
- Andri D.P, Y. (2019). Pengembangan UMKM: Pemasaran dan Promosi Masih Jadi Kendala. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20191213/12/1181057/Pengembangan-UMKM-pemasaran-dan-promosi-masih-jadi-kendala>.
- Zaroni. (2017). Mengelola Distribusi dan Logistik. <https://supplychainindonesia.com/mengelola-distribusi-dan-logistik/>. [Diakses 20 Juli 2022].
- Lu, Dawei.(2011). *Fundamentals of Supply Chain Management*. ISBN 978-87-7681-798-5. Ventus Publishing Aps. London Business School.
- Rini, P.L. (2021). Penggunaan *e-Marketplace* sebagai Mediasi antara Keunggulan *e-Commerce* dan Kinerja Manajemen Rantai Pasokan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(6), 673-678.