

# **PRIMARY ACTIVITIES DALAM SUPPLY CHAIN MANAGEMENT: SUATU LANGKAH AWAL PADA BUMDes RANCABANGO, KECAMATAN TAROGONG KALER, KABUPATEN GARUT**

Sherlywati, S.E., M.M.<sup>1</sup>, Dr.Yenni Carolina, S.E., M.Si.<sup>2</sup>, Yani Monalisa, S.E., M.M.<sup>3</sup>, Tan Kwang En, S.E., M.Si., Ak., CA.<sup>4</sup>, Yunita Christy, S.E., M.Si.<sup>5</sup>, Dr.Rapina, S.E., M.Si., Ak., CA.<sup>6</sup>, Sinta Setiana, S.E., M.Si.<sup>7</sup>, Nunik Lestari Dewi, S.E., M.Sc., Ak., CA.<sup>8</sup>, Meyliana, S.E., M.Si., Ak., CA.<sup>9</sup>, Silvia<sup>10</sup>, Ester Natalia<sup>11</sup>

<sup>1,3</sup>Program Studi Manajemen,  
Universitas Kristen Maranatha,  
Bandung, Indonesia  
<sup>2,4,6,10,11</sup>Program Studi Magister  
Akuntansi, Universitas Kristen  
Maranatha, Bandung, Indonesia  
<sup>5,7,8,9</sup>Program Studi Akuntansi,  
Universitas Kristen Maranatha,  
Bandung, Indonesia

Artikel

Diterima : 18 Februari 2021

Disetujui : 07 Juli 2021

Email : [meyliana@eco.maranatha.edu](mailto:meyliana@eco.maranatha.edu)

## **Abstrak**

Suatu rangkaian pendampingan pengembangan BUMDes Rancabango, Kecamatan Tarogong Kaler, Kabupaten Garut terus dilakukan oleh Program Studi Magister Akuntansi Universitas Kristen Maranatha. Program kerja di tahun 2021 secara khusus menghasilkan desain *supply chain management primary activities* terhadap produk-produk unggulan dari Kabupaten Garut yang rencananya akan didistribusikan kepada *enduser*, termasuk di Kota Bandung. Metode dan prosedur pada penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pembahasan hasil penelitian ini berupa desain *supply chain management* yang berfokus kepada kelompok aktivitas-aktivitas utama yang terdiri dari: *inbound logistics, operation, outbound logistics, marketing and sales, services*.

**Kata Kunci:** Pengembangan BUMDes, *Supply Chain Management, Primary Activities, Inbound Logistics, Outbound Logistics*.

## **Abstract**

*A series of mentoring for the development of BUMDes Rancabango, Tarogong Kaler District, Garut Regency has been carried out steadily by the Magister of Accounting Department. Maranatha Christian University. The work programme in 2021 specifically produces primary activities of supply chain management design for superior products from Garut Regency which are planned to be distributed to end users in Garut and Bandung. The methods and procedures in this research are descriptive with a qualitative approach. The discussion of the results of this study is a supply chain management design that focuses on the primary activities groups consisting of inbound logistics, operations, outbound logistics, marketing and sales, and services.*

**Keywords:** *BUMDes development, supply chain management, primary activities, inbound logistics, outbound logistics.*

## PENDAHULUAN

Program Studi Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomi mengembangkan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat. Secara spesifik, Program Studi mengembangkan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Jawa Barat, Garut. BUMDes menjadi prioritas PkM fakultas karena keberadaannya yang strategis dalam menolong kemajuan perekonomian desa dan dukungan pemerintah yang tinggi. BUMDes adalah lembaga usaha desa yang dikelola secara swadaya oleh masyarakat dan aparat desa dengan memanfaatkan potensi desa untuk menumbuhkan perekonomian di setiap desa. Secara khusus, Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 39 tahun 2010 mendefinisikan BUMDes sebagai berikut:

”BUMDes adalah usaha desa yang dibentuk/didirikan oleh pemerintah desa yang kepemilikan modal dan pengelolaannya dilakukan oleh pemerintah desa dan masyarakat.”

Kemudian, pembentukan dan pelaksanaan BUMDes ini juga didasarkan pada UU No. 6/2014 tentang Desa, Peraturan Pemerintah No.43/2014 tentang peraturan pelaksanaan UU No.6/2014 tentang Desa sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah No.47 Tahun 2015, UU No. 32/2004 tentang Pemerintah Daerah, dan Peraturan Menteri Desa, Untuk semakin memperkuat keberadaan BUMDes, menerbitkan Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Permendes) No.4 Tahun 2015 tentang pendirian, pengurusan dan pengelolaan dan pembubaran BUMDes.

Keberadaan BUMDes ini diharapkan mampu menjadi pilar kesejahteraan bangsa dan menuju kehidupan desa yang otonom sesuai dengan UU No.6/2014 (Marwan Jafar- Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi, 2018). Secara umum, BUMDes memiliki dua arti penting. Pertama, secara komersil, kehadiran BUMDes dapat meningkatkan penghasilan masyarakat setempat dan juga membuka lapangan pekerjaan yang baru dan mengurangi pengangguran sehingga urbanisasi juga dapat berkurang secara perlahan. Kedua, secara pelayanan publik, BUMDes diharapkan mampu berkontribusi di bidang layanan sosial, seperti pemberian beasiswa, layanan rumah sakit, dan lain-lain.

Sejak tahun 2018, Program Studi Magister Akuntansi berusaha untuk menolong BUMDes di kecamatan Tarogong Kaler, Garut. Inisiasi yang dilakukan adalah mulai dari memetakan potensi dan permasalahan BUMDes (12 desa) sampai pada kegiatan pelatihan dan pendampingan usaha (3 desa prioritas: Rancabango, Sukajadi, dan Sirnajaya). Kemudian pada tahun 2019, tim dari Program Studi mengimplementasikan beberapa program spesifik untuk tiga desa prioritas. Misalnya di Desa rancabango, tim menolong kepala desa untuk melakukan proses perekrutan pengurus BUMDes karena SDM (Sumber Daya Manusia) yang terbatas. Dari 12 orang yang diakses untuk menjadi pengurus, ada 3 yang terpilih menjadi calon pengurus untuk seterusnya ditindaklanjuti oleh kepala desa. Contoh lain di Desa Sukajadi, tim menolong BUMDes di dalam membuat studi kelayakan bisnis untuk usaha air siap minum berbasis *chlorine dioxide*. Sedangkan di Desa Sirnajaya, tim memberikan pelatihan pengelolaan keuangan dan pendampingan usaha pom bensin mini. Setiap

kegiatan yang dilakukan pada tahun 2019 ini diinisiasi didasarkan pada peta potensi dan masalah BUMDes yang dilakukan pada tahun 2018.

Pada tahun 2021 ini, kami berusaha untuk mengembangkan usaha BUMDes dengan mendesain *supply chain management* untuk mendistribusikan produk unggulan desa- desa di Garut ke pasar kota, seperti Bandung. PkM ini secara khusus menghasilkan *desain supply chain management primary activities* terhadap produk-produk unggulan dari Garut yang rencananya akan didistribusikan ke pihak *enduser*, termasuk di kota Bandung.

## **KAJIAN TEORI**

### ***Supply Chain Management***

Rantai pasokan (*supply chain*) adalah rangkaian aktivitas yang terlibat dalam pemindahan produk (seperti peralatan mesin) dan layanan tambahannya (seperti pemasangan, pemeliharaan, atau perbaikan) dari pemasok akhir ke pelanggan akhir (Jacoby, 2014). Rantai pasokan terdiri dari semua pihak yang terlibat, secara langsung atau tidak langsung, dalam memenuhi permintaan pelanggan. Rantai pasokan tidak hanya mencakup produsen dan pemasok, tetapi juga pengangkut, gudang, pengecer, dan bahkan pelanggan itu sendiri. Di dalam setiap organisasi, seperti pabrik, rantai pasokan mencakup semua fungsi yang terlibat dalam menerima dan memenuhi permintaan pelanggan. Fungsi-fungsi ini termasuk, tetapi tidak terbatas pada, pengembangan produk baru, pemasaran, operasi, distribusi, keuangan, dan layanan pelanggan. Rantai pasokan bersifat dinamis dan melibatkan aliran informasi, produk, dan dana yang konstan di berbagai tahapan. Istilah rantai pasokan memunculkan gambaran produk atau pasokan yang bergerak dari pemasok ke produsen ke distributor ke pengecer ke pelanggan di sepanjang rantai tersebut. Istilah rantai pasokan juga dapat menyiratkan bahwa hanya ada satu pihak yang terlibat di setiap tahap. Pada kenyataannya, produsen dapat menerima material dari beberapa pemasok dan kemudian memasok ke beberapa distributor. Jadi, kebanyakan rantai pasokan sebenarnya adalah jaringan (Chopra et al, 2016).

Sementara itu *Supply Chain Management* (SCM) adalah serangkaian rantai pasokan yang memaksimalkan nilai ekonomis pada produk akhir. SCM mencakup nilai tambah proses produksi saat terjadi di sepanjang rantai, tetapi tidak termasuk aktivitas produksi atau konversi awal, sehingga aktivitas dasar seperti pertanian akan dianggap sebagai aktivitas manufaktur bukan aktivitas SCM (Jacoby, 2014). Sementara itu, definisi SCM juga didefinisikan oleh Christopher (1998) sebagai rantai pasokan yang mewakili jaringan organisasi yang terlibat melalui hubungan antara hulu dengan hilir dalam berbagai proses dan aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk produk dan jasa di tangan konsumen akhir. SCM melibatkan manajemen di seluruh jaringan organisasi dari bagian hulu ke hilir, baik dari hubungan dan aliran material, informasi dan sumber daya. Tujuan SCM adalah untuk menciptakan nilai, meningkatkan efisiensi, dan memuaskan pelanggan (Lalwani et al, 2016). SCM juga melibatkan pengelolaan jaringan hubungan di dalam perusahaan dan antar organisasi serta unit bisnis yang saling bergantung yang terdiri dari pemasok bahan baku, pembelian, fasilitas produksi,

logistic, pemasaran, dan system terkait yang memfasilitasi aliran maju dan mundur bahan, layanan, keuangan, dan informasi dari produsen hingga konsumen tingkat akhir dengan manfaat menambah nilai, memaksimalkan keuntungan melalui efisiensi dan mencapai kepuasan pelanggan (Stock dan Boyer, 2009).

SCM memindahkan unit analisis dari pabrik, gudang, atau perusahaan ke seluruh rantai pasokan. Karena rantai pasokan biasanya mencakup banyak perusahaan, SCM secara khusus menyoroti pentingnya koordinasi antar perusahaan yang dinamakan integrasi rantai pasokan. Tetapi integrasi rantai pasokan membutuhkan sistem informasi yang hemat biaya serta dapat menghubungkan dengan banyak perusahaan (Romeijn, 2002). Orang-orang menggunakan istilah berbeda untuk rantai aktivitas dan organisasi. Ketika mereka menekankan operasi, mereka mengacu pada prosesnya; ketika mereka menekankan pemasaran, mereka menyebutnya distribusi; ketika mereka melihat nilai tambah, mereka menyebutnya rantai nilai; ketika mereka melihat bagaimana permintaan pelanggan dipenuhi, mereka menyebutnya rantai permintaan (Waters, 2003).

Dalam rantai nilai Porter terdapat dua bagian aktivitas yaitu aktivitas primer dan sekunder. Aktivitas primer terdiri dari pengadaan logistik dalam perusahaan, operasi, pengadaan logistik luar perusahaan, pemasaran dan penjualan, dan layanan. Aktivitas primer fokus pada rantai nilai yang menguntungkan bagi konsumen. Hal ini merupakan proses yang saling bergantung yang menghasilkan nilai dan akhirnya menghasilkan permintaan. Rantai nilai yang efektif menghasilkan keuntungan (Sople, 2012).

Untuk menjalankan rantai pasokan dengan sukses, lebih banyak hal yang diperlukan seperti logistik dan transportasi, pemasaran, penelitian operasi, perilaku organisasi, pengorganisasian industri dan biaya transaksi, serta pembelian dan pemasokan. Pelanggan akhirlah yang memberikan nilai pada suatu produk. Nilai dan manfaat suatu produk dapat ditingkatkan dengan ketersediaannya kapanpun dan dimanapun barang tersebut diperlukan. Dibutuhkan sistem pemeriksaan yang dilakukan oleh semua entitas yang terlibat dalam proses menghasilkan produk atau layanan secara bersamaan. Semua aktivitas berorientasi pada tingkat layanan tertentu. Orientasi layanan tidak terbatas pada pelanggan akhir, tetapi juga berlaku untuk setiap entitas yang menerima produk dan jasa dari pemasok. Efisiensi terdiri dari beberapa dimensi. Dimensi teknologi membutuhkan pilihan proses yang menghasilkan output tanpa membuang-membuang input (Hartmunt, 2004).

Dalam *Value Chain Management*, terdapat 2 aktivitas, yaitu *primary activity* dan *support activity*. Dalam *primary activity*, terdapat 5 kegiatan, sebagai berikut:

1. *Inbound Logistics, which involve relationships with suppliers and include all the activities required to receive, store and disseminate inputs.*
2. *Operations are all the activities required to transform inputs into outputs (products, and services).*
3. *Outbound Logistics, which involve relationships with customers and include all the activities required to collect, store and distribute the output.*

4. *Marketing and Sales are activities that inform buyers about products and services, induce buyers to purchase them and facilitate their purchase.*
5. *Service includes all the activities required to keep the product or service working effectively for the buyer after it is sold and delivered (Sweeney, 2009).*

### ***Rantai Pasokan Internal***

Empat fungsi terkait pasokan terdiri atas pengadaan, produksi, logistik, dan penjualan. Fungsi pasokan/penawaran meliputi pengadaan, produksi, dan logistic, tetapi penjualan, yang merupakan fungsi permintaan, termasuk dalam fungsi yang berhubungan dengan penawaran. Alasannya adalah bahwa peran utama fungsi penjualan, seperti menciptakan dan mendorong permintaan serta memuaskan pelanggan, memiliki pengaruh besar pada fungsi penawaran. Misalnya, departemen penjualan lebih menyukai berbagai lini produk, meluncurkan program promosi, dan menerima pesanan meskipun jadwal pengiriman yang diperlukan ketat. Kegiatan sisi permintaan memperkenalkan kompleksitas, ketidakstabilan, dan ketidakpastian pada sisi penawaran. Akibatnya, menghubungkan fungsi pasokan seperti pengadaan, produksi, dan logistic dengan fungsi permintaan seperti penjualan merupakan karakteristik dari rantai pasokan internal.

### ***Rantai Pasokan Eksternal***

Umumnya, produsen barang jadi terhubung dengan pemasok bahan baku dan suku cadangnya serta pelanggan akhir melalui fungsi pengadaan dan penjualan. Ada beberapa jenis rantai pasokan eksternal tergantung pada kekuatan, ketergantungan, keseimbangan, dan aspek lain dari hubungan antara pembeli dan penjual. Dalam rantai pasokan eksternal, penjual biasanya ingin menerima pesanan semaksimal mungkin dan membuat/mengirimkan pesanan secara efisien. Di sisi lain, pembeli ingin mendapatkan produk yang dibutuhkannya dalam jumlah yang dibutuhkan saat itu. Keterkaitan antara penjual dan pembeli yang memiliki prinsip yang berbeda merupakan karakteristik rantai pasokan eksternal (Nakano, 2020).

## **METODE**

### ***Objek Penelitian***

Objek dalam pengabdian masyarakat ini adalah BUMDes Rancabango yang terletak di Desa Rancabango, Kecamatan Tarogong Kaler, Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat.

### ***Metode dan Prosedur Penelitian***

Pengabdian masyarakat ini menggunakan metode dan prosedur penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh BUMDes Rancabango dan potensi yang dimiliki oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) di sekitar BUMDes Rancabango. Metode spesifik yang dilakukan adalah Studi Lapangan (*field study*), *Focus Group Discussions* (FGD) dan *Coaching Interaktif Learning* dengan pengurus BUMDes.

Pendekatan-pendekatan yang dilakukan oleh tim kami untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang terdapat di BUMDes Rancabango yaitu:

1. Tim abdimas membentuk dan melakukan *Focus Group Discossions* (FGD) untuk pemetaan dan pembagian tugas masing-masing sebelum melakukan diskusi dengan pengurus BUMDes.
2. Tim berdiskusi dengan Ketua BUMDes untuk mendapatkan gambaran umum tentang permasalahan BUMDes Rancabango.
3. Tim melakukan observasi mengenai setiap produk yang akan diperjualbelikan melalui BUMDes untuk mendapatkan informasi mengenai kualitas produk dan masalah-masalah umum lainnya.
4. Melakukan FGD dengan para pengurus BUMDes untuk mengkonfirmasi semua permasalahan yang telah diobservasi pada tahap sebelumnya dan memetakan apa yang harus dilakukan oleh BUMDES ke depannya sehubungan menggunakan metode *Value Chain Management* (VCM).
5. Evaluasi bersama antara Tim FGD Universitas Kristen Maranatha.

### ***Jenis dan Sumber Data***

Sumber data yang dikumpulkan dan dianalisis pada penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu informasi yang diperoleh langsung melalui melalui diskusi langsung dengan pengurus BUMDes mengenai jenis produk yang akan diperjualbelikan, kapasitas produksi, jumlah dan letak UKM yang memproduksi, permasalahan yang selama ini dihadapi seperti pengepakan dan pengiriman, dan pemasaran. Proses diskusi untuk mencari informasi tersebut dilakukan secara langsung kepada Pengurus BUMDes dengan menggunakan media *zoom* (daring). Sumber data sekunder yang digunakan dalam abdimas ini didapatkan dari berbagai sumber seperti *studi literature*, seperti buku, jurnal, dll.

### ***Teknik Analisis Data***

Teknik analisis data dalam penelitian ini dikelola dengan menggunakan teknik analisis deskriptif, yaitu menjelaskan secara sistematis hasil diskusi dan observasi produk yang telah dilakukan. Beberapa langkah yang dilakukan dalam proses analisa data deskriptif menurut Moleong (2007) dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar foto dan sebagainya. Setelah ditelaah, langkah selanjutnya adalah reduksi data, penyusunan satuan, kategorisasi dan yang terakhir adalah penafsiran data. Analisa deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai jenis-jenis produk yang akan dijual, kapasitas produksi, jumlah UKM yang memproduksi, permasalahan yang selama ini dihadapi. Untuk mengidentifikasi kompetensi UKM yang ada disekitar BUMDes Rancabango, kami menggunakan pendekatan *value chain management* yang berfokus pada kelompok aktivitas-aktivitas utama (*primary activities*). Kelompok aktivitas utama terdiri atas: aktivitas *inbound logistics, operation, outbound logistics, marketing and sales, service*.

## PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat pada saat ini dilakukan pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang bertempat di Desa Rancabango, Kabupaten Garut – Jawa Barat. BUMDes tersebut dipimpin oleh kepala Bumdes yang bernama Bapak Erna Setriana. Tujuan utama dari diadakan kerjasama ini adalah untuk memajukan BUMDes dengan cara membantu memberdayakan masyarakat di sekitar BUMDes, dengan memproduksi berbagai macam produk, seperti jajanan sampai souvenir khas Garut. Produk-produk dari masyarakat sekitar ini yang nantinya akan dipasarkan oleh BUMDes, tidak hanya ke daerah sekitar BUMDes, namun bisa sampai keluar kota bahkan ke seluruh Indonesia.

Aktivitas dalam pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan secara *online* (daring) dikarenakan situasi yang sekarang ini yang tidak memungkinkan.

Kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah :

- berdiskusi dan menyepakati usulan usaha untuk mendistribusikan produk unggulan desa ke kota;
- merancang *value chain management* untuk usaha ini di BUMDes Rancabango;
- mensosialisasikan rancangan *value chain management*;
- implementasi usahanya dan pendampingan.

Pada saat ini, produk unggulan yang dapat dikelola oleh BUMDES Rancabango adalah berupa :

- Cenderamata (*souvenir*), kerajinan akar wangi, miniatur domba Garut, dsb
- Makanan olahan (*Frozen food*) seperti lempeng goreng, baso aci, dsb

Bahan hasil pertanian (*healty food*) seperti sayuran, buah-buahan, dan sebagainya.

### Aktivitas Utama (*Primary Activities*)

#### *Inbound Logistics*

Definisi *Inbound logistic* dimana melibatkan hubungan dengan supplier dan semua kegiatan yang berkaitan dengan penerimaan, penyimpanan dan pendistribusian bahan baku. Namun jika kita terapkan dalam kegiatan BUMDes ini, maka ada sedikit perbedaan antara teori dengan praktek di lapangan, terutama dikarenakan BUMDes tidak menerima dan mengolah bahan baku.

*Inbound Logistic* pada BUMDes dapat terbagi menjadi 3, yaitu:

#### 1. Proses penerimaan (*receive*)

Di BUMDes proses penerimaan berupa penerimaan produk dari supplier BUMDes dan pengecekan barang untuk memastikan produk yang diterima dalam kondisi sesuai dengan SOP. Pada bagian ini staf BUMDes perlu diberikan panduan standar kualitas produk yang diterima atau ditolak pada saat penerimaan dari para supplier.

#### 2. Proses penyimpanan (*store*)

Merupakan kelanjutan dari proses penerimaan, dimana barang yang telah diterima dan dicek, akan dicatat dan disimpan oleh staf BUMDes. Pada bagian ini Staf BUMDes memerlukan:

1. Panduan pembukuan untuk mencatat penerimaan dan pengeluaran produk.

2. Rak untuk menyimpan produk. Disarankan rak tertutup, untuk mengurangi resiko debu, kotor, rusak, sampai tikus. Hrag rak mulai dari Rp. 500,000 / unit.
  3. *Freezer* / mesin pendingin. Aset ini perlu dimiliki oleh BUMDes untuk memastikan produk yang diterima dari supplier tetap terjaga kualitasnya, sampai produk siap dikirim ke pelanggan. Harga *freezer* dimulai dari Rp. 3,500,000 / unit. Harap dipastikan listrik di kantor BUMDes memiliki daya yang cukup. Selain itu perlu adanya perawatan secara periodik untuk menjaga kondisi mesin pendingin tetap optimal.
3. Proses distribusi (*disseminate*)
- Merupakan proses dimana staf BUMDes akan mempersiapkan produk berdasarkan pesanan para pelanggan. Pada proses ini staf BUMDes memerlukan:
1. Panduan daftar pesanan para pelanggan
  2. Stiker BUMDes, sebagai identitas bahwa produk-produk yang dijual merupakan hasil upaya BUMDes dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat di sekitar BUMDes. Harga stiker dapat berkisar Rp. 350/pcs.

### **Operation**

Definisi *operation* merupakan rangkaian aktivitas merubah *input* menjadi *output*. Dikarenakan BUMDes dari awal tidak mengelolah bahan baku, namun menerima dari supplier dalam bentuk barang jadi / produk, maka pada bagian ini akan lebih menitikberatkan pada pengemasan / *packaging*.

Pengemasan akan sangat bergantung sekali terhadap produk yang akan dijual oleh BUMDes. Saat ini BUMDes telah mempersiapkan 3 kategori produk, yaitu makanan, hasil bumi dan souvenir. Berikut adalah usulan pengemasan untuk masing-masing kategori produk.

#### 1. Makanan (*food*)

Makanan dapat dibagi menjadi makanan beku dan makanan non beku. Kelebihan makanan beku dibandingkan makanan non beku adalah jangkauan pengiriman makanan beku akan lebih luas daripada makanan non beku. Namun untuk memastikan kualitas makanan beku dan makanan non beku terjaga dengan baik, maka kemasan dalam bentuk vakum akan sangat disarankan. Untuk itu dibutuhkan mesin vakum dan plastic vakum. Harga mesin vakum dimulai dari Rp. 100,000 / unit dan harga plastic vakum mulai Rp. 57,000 per 100 pcs plastic dengan ukuran 18 cm x 25 cm.

Selain itu, setelah divakum, ada baiknya untuk makanan beku dikirim dengan menggunakan box *Styrofoam* dan untuk makanan non beku dikemas dengan *bubble wrap* untuk menghindari kerusakan selama di ekspedisi. Harga kotak *Styrofoam* dimulai dari Rp. 14,500 / box dan harga *bubble wrap* mulai dari Rp. 6,700 ukuran 10m x 30 cm.

#### 2. Hasil bumi (*agriculture*)

Pengemasan hasil bumi biasanya ditawarkan dengan menggunakan kemasan plastik atau kemasan non plastik (kertas). BUMDes perlu melakukan pengemasan ulang (*repackaging*) untuk produk hasil bumi, sebagai bentuk identitas bahwa produk hasil bumi ini dihasilkan oleh supplier di



sekitar BUMDes ataupun merupakan hasil bumi dari Garut. Contoh produk hasil bumi yang bisa dikemas ulang adalah alpukat Garut dan gula semut Garut. Harga sablon / *printing plastic* kemasan dimulai dari Rp. 600/pcs.

Selain itu, dos juga dibutuhkan untuk pengiriman hasil bumi keluar kota. Biasanya dos hasil bumi dibuat dengan model berlubang di sisi-sisinya untuk memastikan hasil bumi mendapatkan sirkulasi udara sehingga hasil bumi tidak rusak selama di ekspedisi.

### 3. Cendera mata (*souvenir*).

Kemasan untuk cendera mata sangat bergantung sekali dengan target pasar yang ingin diraih. Berbeda dengan produk makanan dan produk hasil bumi yang memiliki segmen pasar yang lebih luas, segmen pasar untuk souvenir lebih kecil (*niche market*). Bilamana pelanggan yang ingin dituju adalah pelanggan kelas *middle – low*, maka kemasan cinderamata dapat menggunakan bubblewrap dan dos. Namun jika pelanggan yang ingin dituju adalah pelanggan kelas *middle – up*, atau pelanggan B to B (*Business to Business*), seperti Perusahaan yang membutuhkan souvenir untuk acara tertentu, maka kemasan cendera mata perlu dibuat eksklusif, seperti dalam bentuk kotak *acrylic* atau kotak kayu dengan sentuhan batik Garut, untuk memperkuat identitas Garut. Selain itu dalam pengiriman souvenir, dibutuhkan kotak kayu (*wooden box*) untuk memastikan souvenir dikirim dengan aman.

## ***Outbound Logistics***

### **Proses Pemesanan (*Ordering Process*)**

Kegiatan proses pemesanan produk dalam hal ini, dilakukan langsung oleh konsumen atas produk yang mereka inginkan. Dalam proses pemesanan, informasi yang akurat mengenai logistik adalah hal yang paling penting. Informasi yang diberikan harus akurat dan sesuai dengan spesifikasi produk yang ditawarkan untuk dijual.

Dalam proses pemesanan pada BUMDES Rancabango dilakukan dengan menggunakan media elektronik yaitu aplikasi *whatsapp* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Setelah pesanan diterima, BUMDES akan merekap setiap pemesanan tersebut. (Pemesanan barang dilakukan melalui proses pre order).
2. Setelah pesanan direkap, maka selanjutnya BUMDES akan berkoordinasi dengan setiap penjual sesuai dengan produk yang dipesan.
3. Setelah mendapat rekapan pesanan dari BUMDES, penjual mulai mempersiapkan barang/produk yang dipesan oleh konsumen.
4. Setelah semua siap, maka penjual akan mengirimkan barang/produknya tersebut kepada BUMDES dan BUMDES akan mendistribusikan kepada konsumen.

Apabila proses pemesanan menggunakan media *whatsapp* ini sudah dapat dilakukan oleh BUMDES dengan baik, maka untuk rencana ke depannya, BUMDES dapat menggunakan aplikasi/media yang lebih banyak lagi yaitu berupa :

- Instagram
- *Market place* seperti shoppee, Tokopedia

Selain itu juga, untuk ke depannya, ada beberapa yang harus dipersiapkan BUMDES dalam menunjang keberhasilan dari proses pemesanan ini yaitu :

- *E-catalogue product*
- Instagram *account official*
- Whatsapp *business official*
- *Market place account*
- *Training Instagram, market place*

Setelah proses pemesanan ini selesai dilakukan oleh BUMDES, maka selanjutnya langkah berikutnya adalah proses penyimpanan dan penataan produk yang akan dikirimkan kepada pembeli. Oleh karena itu, BUMDES juga perlu memikirkan desain dalam hal pengepakan sebelum barang tersebut di kirimkan, misalkan untuk frozen food apakah memerlukan plastik nilon, barang divakum (bebas udara), *bubble wrap*, sedangkan untuk souvenir dapat menggunakan kotak kayu agar barang tidak rusak pada saat pengiriman.

### **Penyimpanan dan Penataan (*Storage and Display*)**

Penyimpanan dan penataan merupakan suatu proses atau aktivitas yang mana suatu barang/produk sudah ditempatkan di tempat yang seharusnya. Aktivitas penyimpanan yang selama ini sudah berlangsung di Bumdes Rancabango adalah menyimpan makanan frozen food di freezer kulkas produsen. Bumdes hanya akan mengambil sejumlah barang sesuai pesanan yang masuk ke Bumdes. Makanan seperti baso aci, yang difrozen hanya basonya saja dan yang lainnya dimasukkan ke dalam kemasan plastik makanan tanpa difrozen kemudian dimasukkan ke freezer kulkas, sehingga seperti bawang dan seledri seringkali jadi rusak/tidak segar. Bumdes Rancabango tidak memiliki display atau tempat untuk menata barang yang akan dijual (*souvenir*), karena souvenir-souvenir ini baru direncanakan untuk dijual. Sama halnya untuk produk *fresh and healthy* seperti sayuran, beras organik, buah-buahan dan palawija masih belum ada tempat penyimpan karena belum dijalankan bisnisnya.

Adapun usulan perbaikan penyimpanan makanan (sebagai persediaan) untuk jenis makanan *frozen food* (seperti baso aci dan lempeng goreng) yaitu penggunaan mesin *vacuum* dengan menggunakan plastik nylon dan menyimpan makanan tersebut difreezer khusus (*freezer box*) bukan di freezer kulkas biasa yang menyatu dengan makanan lainnya. Kemudian Bumdes harus melakukan *trial and error* terhadap makanan *frozen food* untuk membuat label *expired date* dan *date of production*. Selain itu, Bumdes harus memberikan informasi bagaimana cara penyajian makanan tersebut dan *ingredients*. Bumbu-bumbu kering dan sayuran seperti daun bawang dan seledri lebih baik dikemas terpisah dan dimasukkan saat frozen food akan dikirim untuk mengurangi kerusakan/perubahan bentuk/tidak segar. Kemudian metode persediaan yang harus diterapkan baik

oleh produsen maupun Bumdes Rancabango adalah metode FIFO (*First In Frist Out*), artinya barang/produk yang pertama kali masuk *freezer* maka produk tersebut yang pertama kali juga harus dikeluarkan.

Display atau penataan lebih kepada produk souvenir (produk akar wangi dan miniatur domba). Produk souvenir ini alangkah lebih bagus jika Bumdes memiliki outlet tersendiri dikantor Bumdes untuk memajang produk-produk souvenir tersebut. Akan tetapi produk souvenir yang dipajang sebaiknya dalam jumlah yang minimum saja untuk menghindari penumpukan persediaan. Produk souvenir seperti akar wangi dapat dipajang didisplay kaca seperti produk tempat tissue, taplak, lampu-lampu meja, vas bunga, sarung bantal, dll. Sedangkan untuk miniatur domba dapat dikemas terlebih dahulu dengan menggunakan box *acrylic/transparent glass* agar lebih elegant untuk contoh dioutlet. Produk-produk souvenir tersebut sebaiknya dibuat berdasarkan *pre-order* atau konsumen bisa request *customized product*. Jadi tidak perlu banyak persediaan untuk souvenir cukup sample saja yang akan didisplay dioutlet. Untuk pemeliharaan pengurus BUMdes dapat melakukan pemeliharaan sebulan sekali terhadap produk display agar terawat, tidak rusak atau kotor.

Produk *fresh and healthy* seperti sayuran, palawija dan buah-buahan cara penanganan pasca panen seringkali memerlukan perbedaan perlakuan. Hal ini perlu menjadi perhatian bagi petani di Desa Rancabango agar kualitas produk yang dihasilkan setara dengan produk-produk yang masuk kedalam supermarket. Sayuran yang dipanen sebaiknya sayuran yang umurnya sesuai (jangan masih muda atau terlalu tua), setelah panen perlu ada tahap penyortiran sesuai dengan kebutuhan (sesuaikan dengan jenis sayurannya). Jika ingin menyimpan persediaan maka perlu ruangan pendinginan awal (*recooling*) yang steril. Untuk buah-buahan setelah panen, biasanya masuk ketahap pencucian/pembersihan, *degreening* (penghilangan warna hijau) dan *colour adding* (perbaikan warna), pelapisan lilin, fumigasi, pengemasan/pengepakan dan penyimpanan (Siswadi, 2007).

### **Pengiriman dan Pendistribusian (*Delivery and Distribution*)**

Proses pengiriman dan transportasi merupakan bagian yang harus dikelola dengan baik karena berhubungan dengan proses pemindahan pemesanan konsumen dan tentunya menimbulkan biaya.

Pengelolaan pengiriman produk pesanan dalam BUMDES ini dapat dilakukan dengan menggunakan tiga pendekatan, yaitu:

1. Mengoperasikan pengangkutan produk pesanan menggunakan kendaraan pribadi milik BUMDES.

Pendekatan ini dapat dilakukan apabila pesanan dari konsumen masih dalam lingkup/wilayah Garut, dengan tetap mempertimbangkan factor biaya dan mungkin ke depannya dapat memberikan *value* lebih baik BUMDES (menggunakan SDM warga desa rancabango)

2. Menggunakan fasilitas jasa ekspedisi.

Penggunaan jasa ekspedisi ini juga harus mempertimbangkan biaya, ketepatan waktu pengantaran dan keamanan dari produk yang dikirim.

### 3. Melakukan kerjasama dengan ekspedisi tertentu.

Pendekatan ketiga ini tidak menutup kemungkinan untuk dapat dilakukan oleh BUMDES apabila frekuensi pengiriman sudah cukup banyak, pelayanan dari jasa ekspedisi juga memuaskan, sehingga dengan adanya kerjasama antara BUMDES dengan jasa ekspedisi ini dapat memberikan keuntungan lebih bagi kedua belah pihak.

Proses pengiriman produk, dan pendistribuan bagi produk-produk yang disediakan oleh BUMDES pun perlu dilakukan dengan bekerjasama dengan pihak lain. Selain proses jual beli dilakukan oleh konsumen, BUMDES (sebagai penengah) dan penjual, BUMDES juga perlu memperluas ruang lingkup mereka bukan hanya kepada *end user*, tetapi juga dapat mendistribusikan setiap produk yang mereka jual ke unit lainnya.

BUMDES dapat melakukan kerjasama dengan unit-unit tertentu misalkan instansi pemerintah, institusi pendidikan dan instansi-instansi lainnya dalam hal pengadaan produk souvenir, sedangkan untuk produk-produk *frozen food*, BUMDES dapat berkolaborasi dengan warung indomie, warteg, kafe-kafe, dan untuk hasil pertanian BUMDES dapat mendistribusikan barang-barang tersebut pada hotel, restoran, maupun agen lainnya di sekitar Garut.

### **Pemasaran, Penjualan dan Pelayanan (*Marketing, Sales and Service*)**

Pemasaran dan penjualan merupakan gerbang utama pendistribusian produk BUMDES kepada para konsumennya. Agar proses bisnis BUMDES dapat berlangsung secara berkelanjutan, maka strategi pemasaran perlu ditetapkan. Strategi pemasaran utama dalam menjalankan roda usaha di BUMDES adalah Strategi Pemasaran STP (*Segmentation, Targeting, and Positioning*) dan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix 9P*). Kedua strategi ini akan menjadi dasar bagi arah usaha yang akan dijalankan oleh BUMDES Rancabango.

Strategi pemasaran STP akan menjadi arah bagi BUMDES dalam menjalankan usaha dan menembak target konsumen sesuai tepat. Adapun usulan penetapan strategi pemasaran STP BUMDES Rancabango adalah sebagai berikut:

#### 1. *Segmentation*

Segmentasi merupakan upaya memetakan pasar sesuai persamaan diantara calon konsumen, misal berdasarkan usia, tempat tinggal, penghasilan, gaya hidup, atau bagaimana cara calon konsumen mengkonsumsi suatu produk.

Segmen yang dirasakan tepat untuk dimasuki oleh BUMDES Rancabango adalah segmen keluarga muda, instansi perusahaan dan pemerintah, serta UMKM seperti kafe, warung-warung tempat makan, *start up digital* seperti tani hub.

#### 2. *Targeting*

Setelah BUMDES Rancabango menentukan segmentasi peta pasar yang akan dimasuki, selanjutnya BUMDES perlu menetapkan dan memutuskan satu atau lebih segmen yang akan menjadi sasaran pemasaran BUMDES. Targeting ini menjadi penting untuk menentukan

ukuran luasnya target pasar yang akan dibidik. Adapun usulan target pasar yang dapat dijadikan target pasar oleh BUMDES adalah sebagai berikut:

1. Target keluarga muda

Target dari segmen keluarga muda ini adalah target end-user dari BUMDES Rancabango. Tingkat penghasilan keluarga muda ini ditargetkan pada kelas menengah ke bawah. Pilihan produk yang dapat ditawarkan untuk target *end-user* keluarga muda ini adalah kategori produk fresh & healthy product serta frozen food, dimana saat ini produk yang dimiliki oleh mitra UMKM BUMDES adalah baso aci, lempeng goreng, dan sayuran serta buah-buahan khas Rancabango

2. Target Instansi Perusahaan dan Pemerintahan

Target dari segmentasi instansi perusahaan dan pemerintahan adalah target penjualan souvenir khas Garut. Target instansi pemerintahan yang dapat dijajaki adalah pemerintahan daerah Jawa Barat serta pemerintahan kota Bandung. Hal ini dikarenakan kebudayaan yang masih sama disekitar provinsi Jawa Barat. Sementara untuk target instansi perusahaan adalah dengan menawarkan produk souvenir khas Garut menjadi salah satu symbol souvenir perusahaan. Jadi berharap perusahaan mau menggunakan produk souvenir khas Garut menjadi produk souvenir perusahaan.

3. Target UMKM di sekitar Garut

Yang menjadi target UKM bagi pendistribusian serta pemasaran produk BUMDES Rancabango adalah kafe-kafe kelas menengah kebawah, warung-warung makan menengah kebawah, serta start up yang dapat menjadi mata rantai penjualan produk, baik *frozen food* yang dapat dijual langsung oleh mitra BUMDES ini, maupun *fresh product* untuk didistribusikan lagi kepada konsumen akhir.

3. *Positioning*

Positioning adalah usaha yang dilakukan perusahaan agar dikenal oleh masyarakat. Positioning yang dapat dilakukan oleh BUMDES Rancabango adalah membangun citra produk dengan kesehatan yang alami. Misalnya Sehat dengan Produk Alami, Sehat tanpa MSG, atau Produk Garut Produk Berkualitas yang Menyehatkan.

Dari strategi pemasaran STP ini, BUMDES dapat memunculkan keunikan produk (*Unique Selling Product*) serta perbedaannya (*differentiation*) dibandingkan dengan pesaingnya. Keunikan dan perbedaan ini perlu diciptakan sebelum produk dipasarkan. Contoh keunikan yang bisa diangkat oleh BUMDES adalah Baso Aci Tanpa MSG, Produk Souvenir Domba Garut dengan Lampu atau Suara tertentu, dsb.

Penetapan Strategi Pemasaran STP serta keunikan dan perbedaan unik dengan pesaingnya akan menjadi dasar pembentukan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix 9P*). Bauran pemasaran perlu

ditetapkan agar kinerja usaha BUMDES dapat terarah dan jelas dalam menjalankan roda usaha BUMDES. Berikut adalah uraian bauran pemasaran yang diusulkan untuk BUMDES Rancabango:

1. **Produk:** perlu dimatangkan lagi mengenai desain produk beserta keunggulan sampai kemasan produknya sehingga menjadi added value untuk produk yang akan dijual
2. **Price:** ditetapkan untuk kelas menengah kebawah
3. **Promotion:** sarana dan media promosi yang dapat dilakukan oleh BUMDES adalah sebagai berikut:
  - *Marketing channel: 1. Word of Mouth, 2. Internal networking, 3. Social Media, 4. Maintaining current customers*
  - program-program promosi yang memungkinkan untuk diadakan
    - Info promo via *broadcast Whatsapp*
    - Festival Produk Lokal Garut
    - Diskon Gede tiap Bulan tanggal cantik 2.2 3.3 4.4 melalui sosial media dan *market place*
    - Live IG pengenalan produk
  - Media promo: *IG Ads, endorsement, food blogger*
4. **Place:** merupakan bagian dari pendistribusian produk serta bagaimana produk diperjualbelikan kepada konsumen. Untuk jalur distribusi, sudah dipaparkan pada bagian *outbound activity*, sementara jenis outlet yang dapat diadakan oleh BUMDES adalah sebagai berikut:
  - *Outlet offline:* BUMDES Rancabango
  - *Online outlet:*
    - IG, WA Bisnis, Shopee/Tokped
    - Website seperti REGOPANTES.COM
5. **Process (inbound activity)**
  - Dokumentasi proses pembuatan (video, foto, artikel)
  - Dokumentasi proses produksi dapat menjadi nilai tambah bagi konsumen, sangat baik untuk ditunjukkan bahkan dijadikan tempat wisata (misal tempat pembuatan souvenir)
6. **People (supporting key (activities) Value Chain Management)**
7. **Physical evidence**
  - Produk fisik hanyalah salah satu dari sekian banyak *physical evidence*. Logo, *e-brochure/catalogue*, respon yang cepat dan ramah kepada konsumen, seragam tim, website resmi dapat menunjukkan seperti apa citra produk yang ditawarkan kepada konsumen.
  - Maka dari itu, diperlukan Kemasan yang menarik, penataan lokasi sebagai tempat wisata/beristirahat, mascot yang menggambarkan kekuatan produk/*brand*, *website* resmi seperti regopantes.com

8. **People opinion:** membangun testimoni pelanggan sebagai bahan review para calon konsumen. Saat ini pola konsumsi konsumen adalah akan melakukan pengecekan terlebih dahulu testimoni konsumen sebelum memutuskan membeli produk. *Review*/testimoni merupakan alat bantu promosi, evaluasi meningkatkan kualitas, namun sekaligus menjadi boomerang bagi konsumen ketika mendapatkan review yang kurang baik dari konsumen lainnya.
9. **Political aspect:** memanfaatkan *moment* pilkada, mengikuti perkembangan kementerian umkm dan kementerian pedesaan yang akan mengembangkan jalur distribusi dari desa ke kota.

Adapun untuk pelayanan yang dapat dilakukan oleh BUMDES dalam rangka meningkatkan loyalitas dan kepuasan konsumen terhadap produk-produk BUMDES, ada beberapa cara yang dapat dilakukan dalam rangka menjalin relasi dengan konsumen dan calon konsumen secara berkelanjutan. Berikut adalah beberapa usulan yang dapat dilakukan agar meningkatkan pelayanan dan bahan evaluasi bagi BUMDES Rancabango:

1. memberikan free product pada minimum nominal pembelian tertentu
2. meminta testimoni pada kolom penilaian produk
3. meminta testimoni pada story IG setelah diberikan *free product*, bahasa *persuasive* dan *social impact*, misal: share postinganmu akan mengenalkan keluarga petani kepada banyak orang, berkontribusi mensejahterakan petani Indonesia
4. memberikan edukasi kesehatan, tips mengelola keuangan, dll kepada konsumen melalui pesan singkat *WA/email/blog*
5. semua saran dan testimoni dijadikan bahan evaluasi untuk *product development and innovation*

Dan dalam rangka membuka keluasan pasar BUMDES (*market size*), maka BUMDES perlu melakukan beberapa strategi yang dapat menemukan pasar-pasar baru bagi pemasaran dan penjualan produk-produknya. Beberapa langkah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Berkolaborasi dengan umkm di kota, bisnis digital sayuran, gerai ritel, horeka, komunitas-komunitas (vegetarian, kearifan lokal, dll)
2. Kerjasama dengan perusahaan-perusahaan souvenir untuk menawarkan ke perusahaan/kantor-kantor untuk menjadikan souvenir Garut sebagai souvenir perusahaan  
kerjasama dengan pemda-pemda Jawa Barat dan Pemkot Bandung untuk souvenir karena masih berada dalam satu kebudayaan yang serupa.

## SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat BUMDes Rancabango ini menghasilkan:

1. Produk unggulan yang dapat dikelola oleh BUMDES Rancabango adalah berupa :
  - Cenderamata (*souvenir*), kerajinan akar wangi, miniatur domba Garut, dan sebagainya
  - Makanan olahan (*Frozen food*) seperti lempeng goreng, baso aci, dan sebagainya
  - Bahan hasil pertanian (*healty food*) seperti sayuran, buah-buahan, dan sebagainya
2. Kelompok aktivitas utama terdiri atas: aktivitas *inbound logistics, operation, outbound logistics, marketing and sales, service*.
3. Inbound Logistics dapat terbagi menjadi 3, yaitu:
  - Proses penerimaan (*receive*)
  - Proses penyimpanan (*store*)
  - Proses distribusi (*disseminate*)
4. *Operation*, merupakan rangkaian aktivitas merubah *input* menjadi *output*. Dikarenakan BUMDes dari awal tidak mengelolah bahan baku, namun menerima dari supplier dalam bentuk barang jadi / produk, maka pada bagian ini akan lebih menitikberatkan pada pengemasan / *packaging*. Pengemasan akan sangat bergantung sekali terhadap produk yang akan dijual oleh BUMDes. Saat ini BUMDes telah mempersiapkan 3 kategori produk, yaitu makanan, hasil bumi dan souvenir
5. *Outbond Logistic* terhadap produk unggulan dari BUMDes Rancabango:
  - Proses Pemesanan
  - Penyimpanna dan penataan
  - Pengiriman dan Pendistribusian
  - Penasaran, penjualan dan pelayanan
6. Pemasaran, Penjualan dan Pelayanan (*Marketing, Sales and Service*)

Strategi pemasaran STP akan menjadi arah bagi BUMDES dalam menjalankan usaha dan menembak target konsumen sesuai tepat. Adapun usulan penetapan strategi pemasaran STP BUMDES Rancabango adalah sebagai berikut: *Segmentation, Targeting, Positioning*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chopra, Sunil., dan Meindl, Peter. 2016. *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*. England: Pearson Education.
- Christopher, M. 1998. *Logistics and Supply Chain Management – Strategies for reducing cost and improving service*. Volume 3. London et al.
- Hartmunt, Stadler. 2004. *Supply Chain Management and Advanced Planning Concepts Models Software and Case Studies*. Germany: Springer Berlin.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. 2017, *Operations Management for Organizational Excellence : Introduction to Total Quality 7<sup>th</sup> Edition*. London: Pearson Education, Inc.
- Jacoby, David. 2014. *Guide to Supply Chain Management*. New York: PublicAffairs.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. Global Edition. United States of America: Pearson Education Limited.



- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Edisi 14. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Lalwani, Chandra C., dan Mangan, John J. 2016. *Global Logistics and Supply Chain Management*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit Offset, Bandung.
- Nakano, Mikiyama. 2020. *Supply Chain Management: Strategy and Organization*. Singapore: Springer Nature Singapore.
- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2015 Tentang Pendirian, Pengurusan dan Pengelolaan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa. Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. [http://jdih.kemendes.go.id/katalog/peraturan\\_menteri\\_desa\\_pembangunan\\_daerah\\_tertinggal\\_dan\\_transmigrasi\\_nomor\\_4\\_tahun\\_2015](http://jdih.kemendes.go.id/katalog/peraturan_menteri_desa_pembangunan_daerah_tertinggal_dan_transmigrasi_nomor_4_tahun_2015). Diunduh pada tanggal 18 Februari 2021.
- Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2015 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa. Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. <https://peraturan.bkpm.go.id/jdih/userfiles/batang/PP%2047%202015%20Perubahan%20PP%2043%202014%20tentang%20Peraturan%20Pelaksanaan%20UU%206%202014%20tentang%20Desa.pdf>. Diunduh pada tanggal 18 Februari 2021.
- Romeijn, H. Edwin. 2002. *Supply Chain Management: Models, Applications, and Research (Applied Optimization)*. Dordrecht: Kluwer Academic Publisher.
- Siswadi. (2007). Penanganan Pasca Panen Buah-Buahan dan Sayuran. *INNOFARM : Jurnal Inovasi Pertanian Vol. 6, No. 1, 2007 (68- 71)*
- Sople, Vinod V. 2012. *Supply Chain Management*. New Delhi: Dorling Kindersley.
- Stock, J. dan Boyer, S. 2009. Developing a Consensus Definition of Supply Chain Management: A Qualitative Study. *International Journal of Physical Distribution and Logistics*. Volume 39(8). Hal 690-711.
- Sweeney, E.: Supply Chain Management and the Value Chain. Supply Chain Perspectives, the *Journal of the National Institute for Transport and Logistics*, Vol. 10, Issue 2, September 2009, p.13-15.
- Undang Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa. Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. [https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU\\_2014\\_6.pdf](https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2014_6.pdf). Diunduh pada tanggal 18 Februari 2021.
- Waters, Donald. 2003. *Logistics: An Introduction to Supply Chain Management*. Great Britain: Ashford Colour Press Ltd, Gosport.