Jurnal Kuat
Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan

PENINGKATAN KINERJA PENJUALAN OLAHAN BEKU MELALUI PEMASARAN DIGITAL PRODUK MENDEKATI KEDALUWARSA PADA UKM PASAR CIROYOM

Supriyati*, Ramadhan S. Bahri, Asti Khoerunisa, Tyas Sylva Fitrian Natansya, Rika Sovyatun Nissa, Kevin Fernaldy

Komputerisasi Akuntansi, Universitas Komputer Indonesia

*Corresponding author
Email: supriyati@email.unikom.ac.id

Abstrak

Rumah olahan produk beku di Pasar Ciroyom salah satunya adalah UKM Rumah Beku dan PD Ajat yang berlokasi di Kelurahan Ciroyom, Kec. Andir, Kota Bandung. UKM Rumah Beku dan PD Ajat termasuk dalam klaster Usaha Kecil bidang Penjualan Produk Beku (Frozen Food). Dalam menjual produknya Organisasi UKM Rumah Beku dan PD Ajat masih mengadopsi metode tradisional dalam strategi pemasaran dan penjualan produk mereka, tanpa memanfaatkan aplikasi. Berdasarkan temuan dari wawancara dan observasi langsung dengan pemilik bisnis, beberapa tantangan telah diidentifikasi. Salah satu masalah utama adalah ketidakmampuan mengendalikan masa kedaluwarsa produk, yang menyebabkan produk yang sudah kedaluwarsa harus dibuang dan tidak dapat dijual lagi. Untuk menanggulangi masalah tersebut, langkah yang diambil adalah menerapkan sebuah aplikasi yang telah dirancang dan disesuaikan khusus, bertujuan untuk memperkuat strategi pemasaran dan penjualan produk yang mendekati masa kedaluwarsa. Hal ini diharapkan dapat mengoptimalkan penjualan sebelum produk melewati tanggal kedaluwarsa, serta meningkatkan pendapatan bagi UKM Rumah Beku dan PD Ajat. Berdasarkan temuan dari mitra yang telah dinilai, dapat disimpulkan bahwa mereka memerlukan sebuah platform yang mampu memasarkan dan menjual produk yang dekat dengan tanggal kedaluwarsa dengan harga diskon. Diharapkan langkah ini mampu meningkatkan performa penjualan usaha mereka melalui pemanfaatan teknologi informasi.

Kata kunci: Olahan Produk Beku, Usaha Mikro, Penjualan, Aplikasi E-Commerce, Produk Menjelang Kedaluwarsa

Abstract

One establishment that handles frozen products in Ciroyom Market is Frozen Home SME and PD Ajat, located in Ciroyom Village, Andir Subdistrict, Bandung City. These entities specialize in selling frozen foods and fall under the Small Business category. Regarding marketing and sales strategies, SME Rumah Beku and PD Ajat currently depend solely on traditional methods and have not yet incorporated applications. Through interviews and direct observations with business owners, it was identified that a significant challenge lies in the lack of control over product expiration dates. Consequently, products surpassing expiry dates must be discarded, rendering them unsellable. To address this issue, a strategy has been devised to implement a tailored application capable of marketing and selling products nearing expiration dates. This approach aims to facilitate the sale of products before they expire, thereby enhancing the turnover for SME Rumah Beku and PD Ajat. Drawing from the challenges encountered by the assessed partners, it is evident that they require a platform to promote and distribute products nearing expiration at discounted rates. This initiative aims to support SME Rumah Beku and PD Ajar in enhancing their sales performance through information technology.

Keywords: Processed Frozen Products, Micro Businesses, Sales, E-Commerce Applications, Products Before Expiry

© 2024 Penerbit PKN STAN Press. All rights reserved

PENDAHULUAN

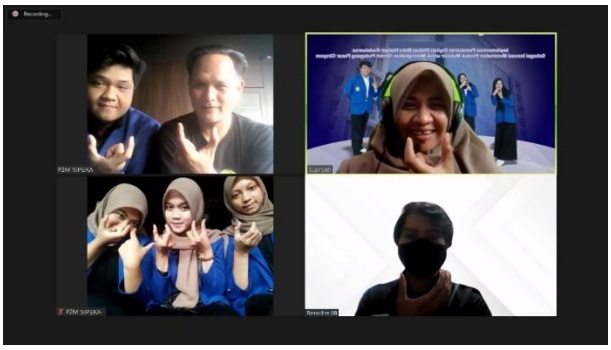
Penjualan barang dan jasa memainkan peran kunci sebagai fondasi dari operasi bisnis suatu perusahaan. Saat ini, sebagian besar perusahaan telah mengintegrasikan teknologi informasi dalam pengelolaan kegiatan penjualan mereka (Supriyati, Suharman, dan Supriadi 2023). Perkembangan teknologi saat ini menunjukkan ragam karakteristik di berbagai sektor, memberikan kesempatan bagi individu untuk bersaing dalam berbagai bidang yang terkait dengan teknologi yang semakin maju (Supriyati et al. 2024). Produk frozen food yang kian laris dan diminati oleh masyarakat tentu membuat para pelaku usaha di bidang ini memiliki potensi penjualan yang besar. Tingginya minat masyarakat terhadap produk olahan beku atau *frozen food* terjadi secara signifikan pada saat masa Pandemi Covid-19 tahun 2020 ketika diberlakukannya *Work From Home* (WFH) dan semua kegiatan dianjurkan untuk dilakukan di rumah masing-masing,

© 2024 Segala bentuk plagiarisme dan penyalahgunaan hak kekayaan intelektual akibat diterbitkannya paper pengabdian masyarakat ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

menjadikan produk *frozen food* menjadi sebuah opsi yang digunakan oleh masyarakat sebagai pengganti dalam memenuhi kebutuhan nutrisi mereka. Keunggulan dalam kualitas, cita rasa, dan ragam variasi yang sebanding dengan makanan di restoran menjadi faktor utama yang memikat minat banyak orang terhadap produk ini.

Salah satu tempat pengolahan produk beku di Pasar Ciroyom adalah UKM Rumah Beku dan PD Ajat yang terletak di Kelurahan Ciroyom, Kecamatan Andir, Kota Bandung. Kedua UKM tersebut termasuk dalam kelompok Usaha Kecil yang berfokus pada penjualan produk beku. Dalam strategi penjualan mereka, UKM Rumah Beku dan PD Ajat masih mengandalkan metode konvensional dan belum memanfaatkan aplikasi dalam upaya pemasaran dan penjualan produk. Gambar 1 dan Gambar 2 menampilkan mitra P2M PD Ajat, Rumah Beku dan tim pelaksana P2M di Pasar Ciroyom.

Gambar 1. Mitra P2M PD Ajat dan pelaksana P2M



Gambar 2. Mitra P2M rumah beku dan pelaksana P2M

Hasil dari wawancara dan observasi langsung dengan pemilik usaha menunjukkan bahwa salah satu masalah utama adalah kurangnya kontrol terhadap masa kedaluwarsa produk, menyebabkan pembuangan produk yang telah kedaluwarsa dan tidak dapat dijual lagi. Untuk mengatasi masalah ini, langkah yang diambil adalah menerapkan sebuah aplikasi yang telah dirancang dan disesuaikan khusus, bertujuan untuk memperkuat strategi pemasaran dan penjualan produk yang mendekati masa kedaluwarsa. Tujuannya adalah agar produk dapat terjual sebelum melewati masa kedaluwarsa, serta meningkatkan omzet bagi UKM Rumah Beku dan PD Ajat.

Setelah mempelajari masalah yang dialami oleh mitra yang telah ditinjau, dapat disimpulkan bahwa mereka memerlukan sebuah platform yang mampu memasarkan dan menjual produk yang mendekati masa kedaluwarsa dengan harga diskon. Diharapkan inisiatif ini dapat membantu UKM Rumah Beku dan PD Ajat dalam meningkatkan performa penjualan mereka, serta memanfaatkan teknologi informasi dan digitalisasi secara lebih efektif.

Saat ini, semua perusahaan diharapkan untuk melakukan transformasi ke dalam ranah digital. Perkembangan teknologi terus berlanjut dengan adanya inovasi baru dalam cara informasi disajikan (Supriyati et al. 2022). Selama satu dekade terakhir, istilah 'disrupsi' telah menjadi sering disebut dan menjadi topik pembicaraan yang umum dalam dunia bisnis. Istilah ini mengacu pada perubahan yang mengganggu atau mengubah beberapa aspek yang dulunya relevan. Disrupsi digital merujuk pada transformasi yang mengganggu stabilitas bisnis konvensional di era digital. Di era ini, bisnis yang tidak mengintegrasikan teknologi dan internet sebagai elemen kunci dalam operasional mereka berisiko mengalami penurunan dan kemungkinan kegagalan (Avianti dan Syahrir 2020). Bill Gates pernah mengatakan: "*If your business is not on the internet, then your business will be out of business.*" Menurut pernyataan dari Bill Gates, internet dan bisnis saling terkait erat. Bisnis yang tidak memanfaatkan internet akan ketinggalan. Signifikansi kemajuan teknologi, khususnya di bidang teknologi informasi, perusahaan secara tak langsung terdorong untuk mengikuti perkembangan teknologi tersebut (Supriyati dan Bahri 2022). Istilah disrupsi digital juga dapat diinterpretasikan sebagai sebuah proses transformasi. Hal ini menandai langkah awal menuju adopsi model bisnis baru yang lebih terfokus pada platform digital (Avianti dan Syahrir 2020) (Supriyati dan Bahri 2020). Dalam era Revolusi Industri 4.0, kita mencatat bahwa ekonomi digital telah menyebabkan peningkatan signifikan dalam otomatisasi yang mempengaruhi dinamika ekonomi (Supriyati dan Bahri 2022) (S. Supriyati et al. 2023).

Sehingga tujuan pelaksanaan P2M ini adalah untuk meningkatkan kinerja penjualan UKM Rumah Beku dan PD Ajat dengan menggunakan aplikasi penjualan olahan produk beku hampir kedaluwarsa. Program ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing bisnis UKM Rumah Beku dan PD Ajat, bukan hanya secara lokal, nasional, atau regional, tetapi juga dalam lingkup global.

© 2024 Segala bentuk plagiarisme dan penyalahgunaan hak kekayaan intelektual akibat diterbitkannya paper pengabdian masyarakat ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Tabel 1. Metode pelaksanaan P2M

No.	Tahapan Pelaksanaan	Prosedur	Partisipasi Mitra	Waktu
1	Kuesioner Pra-P2M	Kuesioner Pra-P2M digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang masalah yang dihadapi dan kondisi saat ini dari perusahaan, serta potensi dan tujuan yang ingin dicapai melalui Program Pengabdian Masyarakat (P2M).	Mengisi kuesioner Pra-P2M	Bulan ke-1
2	Menentukan target pasar dan pendataan produk	Bimbingan dalam menetapkan pasar sasaran dan pengumpulan data produk.	Mendata segmentasi pasar penjualan produk dan produk-produk perusahaan	Bulan ke-1
3	Menyiapkan requirement penerapan aplikasi	Pendampingan penyiapan requirement penerapan aplikasi	Menyiapkan perangkat untuk menerapkan aplikasi	Bulan ke-2
4	Workshop pendataan produk pada aplikasi	Workshop pendataan produk pada aplikasi	Menyiapkan produk dan SDM bagian Operator	Bulan ke-3
5	Workshop pelaksanaan transaksi pada aplikasi	Workshop pelaksanaan transaksi pada aplikasi	Menyiapkan contoh transaksi	Bulan ke-4
6	Workshop pembuatan laporan penjualan	Workshop pembuatan laporan penjualan	Menyiapkan bukti transaksi	Bulan ke-5
7	Workshop Tata Kelola Perusahaan	Workshop Tata Kelola Perusahaan	SDM bagian penjualan dan operasional	Bulan ke-6
8	Evaluasi dan Implementasi	Evaluasi dengan metode wawancara dan pengisian kuesioner kepada mitra P2M	Menyiapkan Karyawan IT	Bulan ke-7
9	Kuesioner Pasca-P2M	Kuesioner Pasca-P2M diisi berkaitan dengan capaian P2M, peningkatan mitra, dan masukan berupa kritik dan saran tentang pelaksanaan P2M yang dirasakan langsung oleh mitra.	Mengisi kuesioner Pasca-P2M	Bulan ke-7

P2M diharapkan dapat membantu mitra mengatasi masalahnya, meningkatkan kualitas mitra perusahaan, dan meningkatkan daya saing mereka. P2M juga bertujuan untuk menginspirasi mahasiswa agar lebih peduli terhadap masyarakat, memahami bahwa pengetahuan yang mereka peroleh harus digunakan untuk kebaikan masyarakat, dan menambah pengalaman akademis mereka. Hasil dari P2M ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengabdian dan penelitian di masa depan.

METODE

Cara yang digunakan dalam menjalankan Program Pengabdian Masyarakat (P2M) ini adalah dengan mengadakan workshop dan memberikan pendampingan, yang dijelaskan melalui langkah-langkah yang tertera pada Tabel 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Meskipun UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian, pengembangan mereka memiliki beberapa tantangan (Ambarwati et al., 2024; Pambreni et al., 2024). Pelaksanaan tahapan-tahapan pada P2M di UMKM PD Ajat dan Rumah Beku menggunakan aplikasi SIPEKA menghasilkan kemajuan yang baik bagi perusahaan dalam strategi penjualan produk menjelang kedaluwarsa, selain itu, terlihat adanya peningkatan dalam penjualan perusahaan. Hal ini didasarkan pada hasil wawancara dan penilaian terakhir melalui kuesioner bersama dengan UMKM PD Ajat, Rumah Beku dan Pengelola Pasar tentang pelaksanaan P2M pada usahanya dan juga terkait dengan pengelolaan di Pasar Ciroyom, maka didapatkan hasil, yaitu:

A. Penentuan target pasar dan pendataan produk
   Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui target pasar dan sebaran penjualan produk olahan beku yang dilakukan oleh PD Ajat maupun Rumah Beku. Berdasarkan hasil pendataan penjualan pada usaha masing-masing maka diperoleh sebaran penjualan produk adalah sebagai berikut:
   1) *Reseller* (membeli produk untuk dijual kembali)

© 2024 Segala bentuk plagiarisme dan penyalahgunaan hak kekayaan intelektual akibat diterbitkannya paper pengabdian masyarakat ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

2) Penjual makanan matang dari olahan produk frozen food
3) Pembeli umum untuk dikonsumsi sendiri

Gambar 3 dan Gambar 44 menampilkan pelaksanaan pendampingan penentuan target pasar melalui sebaran penjualan dan pendataan produk dari masa kedaluwarsa paling cepat sampai paling lama.

Gambar 3. Pendampingan penentuan target pasar

Gambar 4. Pendampingan pendataan produk

B. Penyiapan *requirement* penerapan aplikasi dan diskusi kebutuhan mitra dalam aplikasi
Tahapan ini diperlukan untuk mengetahui kapasitas *device* yang dimiliki oleh mitra, agar dapat disesuaikan dengan aplikasi yang akan diterapkan.

Gambar 5, Requirement kebutuhan aplikasi

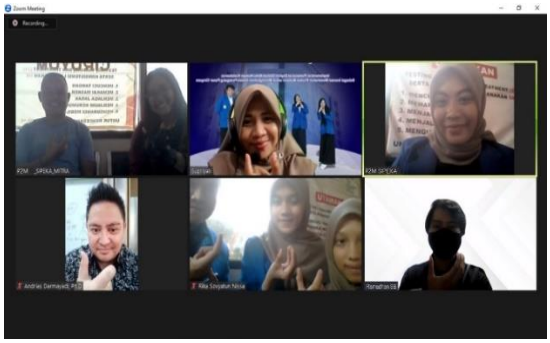
Setelah mengetahui kapasitas device dan kebutuhan mitra dalam aplikasi yang akan diterapkan, maka dilakukan pengembangan aplikasi untuk memberikan pengalaman pengguna yang baik ketika menggunakan aplikasi.

Aplikasi yang akan diterapkan pada mitra bernama aplikasi Sistem Informasi Penjualan akan Kedaluwarsa atau disebut "SIPEKA". Aplikasi ini dapat memfasilitasi mitra dalam melakukan aktivitas penjualan produk sampai mengelola laporan keuangan terutama untuk mengontrol produk-produk yang menjelang masa kedaluwarsa. Sistem informasi akuntansi adalah suatu entitas yang terdiri dari berbagai unsur, baik yang bersifat fisik maupun non-fisik, yang bekerja secara terpadu untuk mengubah data keuangan menjadi informasi yang berharga bagi manajer dan pihak eksternal dalam proses pengambilan keputusan (S. Supriyati dan Bahri 2020). Aplikasi ini memberikan akses kepada Pengelola Pasar, Mitra Pasar atau Penjual Olahan beku, dan juga Customer untuk melakukan proses jual beli secara online. Gambar 6 menampilkan proses pengembangan aplikasi SIPEKA.

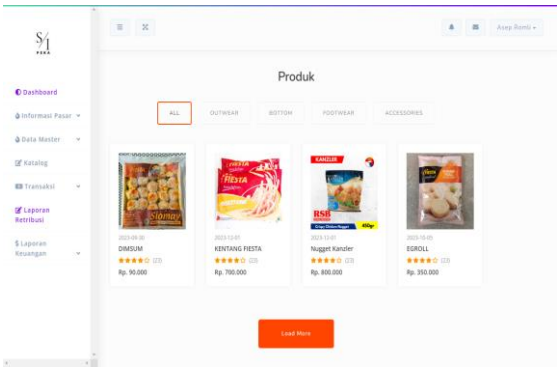
Gambar 6. Pengembangan aplikasi SIPEKA

C. Workshop pendataan produk pada aplikasi
Setelah aplikasi dikembangkan sesuai dengan kebutuhan mitra, aplikasi didemokan secara langsung melalui workshop yang diikuti oleh mitra dan pengelola pasar. Workshop pertama dilakukan dengan melakukan pelatihan kepada mitra untuk mengelola produk dan mendata produk-produk mereka menggunakan aplikasi SIPEKA. Gambar 7 dan 8 menampilkan pelaksanaan Workshop pendataan produk dan hasil katalog produk ketika berhasil ditambahkan melalui aplikasi SIPEKA.

© 2024 Segala bentuk plagiarisme dan penyalahgunaan hak kekayaan intelektual akibat diterbitkannya paper pengabdian masyarakat ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

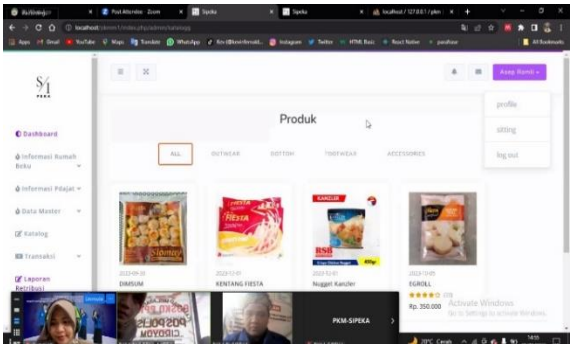


Gambar 7. Workshop pendataan produk pada aplikasi SIPEKA



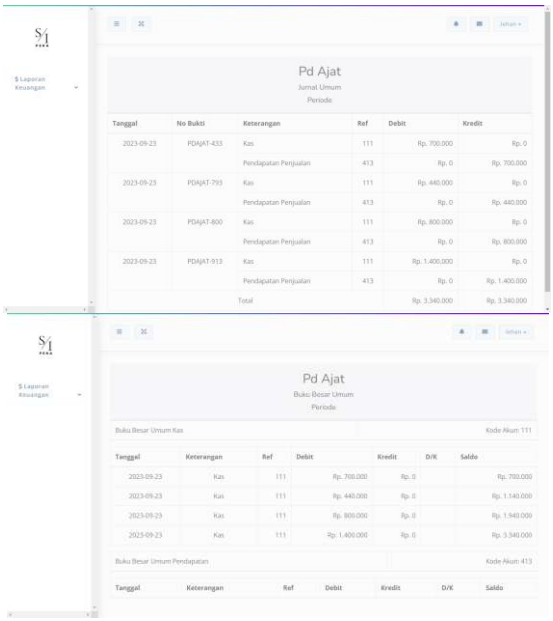
Gambar 8. Katalog produk aplikasi SIPEKA

D. Workshop pelaksanaan transaksi pada aplikasi
Setelah produk berhasil ditambahkan melalui aplikasi, selanjutnya dilakukan workshop untuk mitra melakukan transaksi penjualan produk maupun pencatatan pengeluaran.



Gambar 9. Workshop pelaksanaan transaksi pada aplikasi

E. Workshop pembuatan laporan penjualan
Laporan keuangan dihasilkan secara otomatis oleh aplikasi SIPEKA dan akan terus update selama masih ada transaksi yang ditambahkan. Gambar 10 menampilkan hasil luaran aplikasi setelah melakukan transaksi-transaksi. Sehingga laporan keuangan yang dihasilkan dapat digunakan sebagai acuan perusahaan dalam mengambil keputusan.



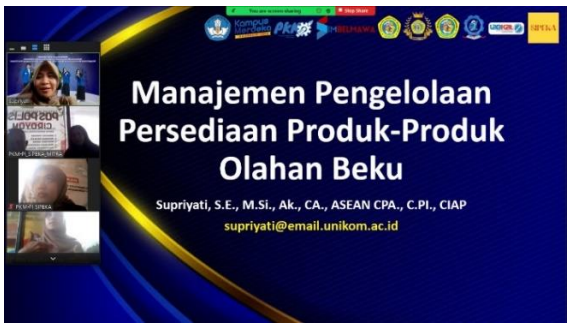
Gambar 10. *Output* luaran aplikasi SIPEKA

F. Workshop Tata Kelola Perusahaan
Sebagai dasar penguatan dan pembekalan dasar untuk pengelola pasar dan penjual produk olahan Beku Pasar Ciroyom, pada P2M ini dilakukan juga Workshop tata kelola perusahaan dengan topik "Manajemen Pengelolaan Persediaan Produk-Produk Olahan Beku". Tuntutan integrasi global dan transisi dari perekonomian yang didorong oleh industri ke perekonomian yang didorong oleh informasi menghadirkan peluang bagi dunia usaha untuk meningkatkan efektivitas operasional, efisiensi, dan tata kelola mereka di tingkat lokal dan global (Supriyati, Suharman, et al. 2023). Gambar 11 menampilkan pelaksanaan Workshop Manajemen Pengelolaan Persediaan Produk-Produk Olahan Beku. Ekonomi manajerial membantu manajer dalam mengalokasikan sumber daya yang langka secara efisien, merencanakan strategi perusahaan, dan melaksanakan taktik yang efektif (Supriyati, Sampe, et al. 2023). Strategi perusahaan dalam mengelola persediaan produk yang melibatkan SDM bagian penjualan dan operasional termasuk juga strategi dalam pemasaran, ini penting bagi para pedagang di Pasar Ciroyom. Penting untuk melakukan pendampingan dan berdiskusi tentang strategi, pemasaran, setidaknya mempertahankan pangsa pasar atau menciptakan segmen baru dalam pemasaran (Andrianto et al. 2023).
Pemasaran digital sendiri memiliki beberapa atribut seperti berikut ini:

a. Inisiatif untuk meningkatkan keterlibatan bisnis dengan pelanggan melalui pemanfaatan teknologi.

© 2024 Segala bentuk plagiarisme dan penyalahgunaan hak kekayaan intelektual akibat diterbitkannya paper pengabdian masyarakat ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

b. Komunikasi elektronik (menggunakan teknologi interaktif) yang memfasilitasi akses informasi antara pelanggan (baik dalam komunitas maupun secara individual) dan sebaliknya.
c. Upaya untuk menjalankan seluruh kegiatan bisnis melalui internet, bertujuan untuk melakukan penelitian, analisis, dan perencanaan guna menemukan, menarik, dan mempertahankan pelanggan.
d. Upaya untuk mempercepat proses transaksi jual-beli barang dan jasa (terutama), serta pertukaran informasi dan ide melalui internet.



Gambar 11. Workshop manajemen pengelolaan persediaan produk-produk olahan beku

G. Evaluasi dan Implementasi Program P2M

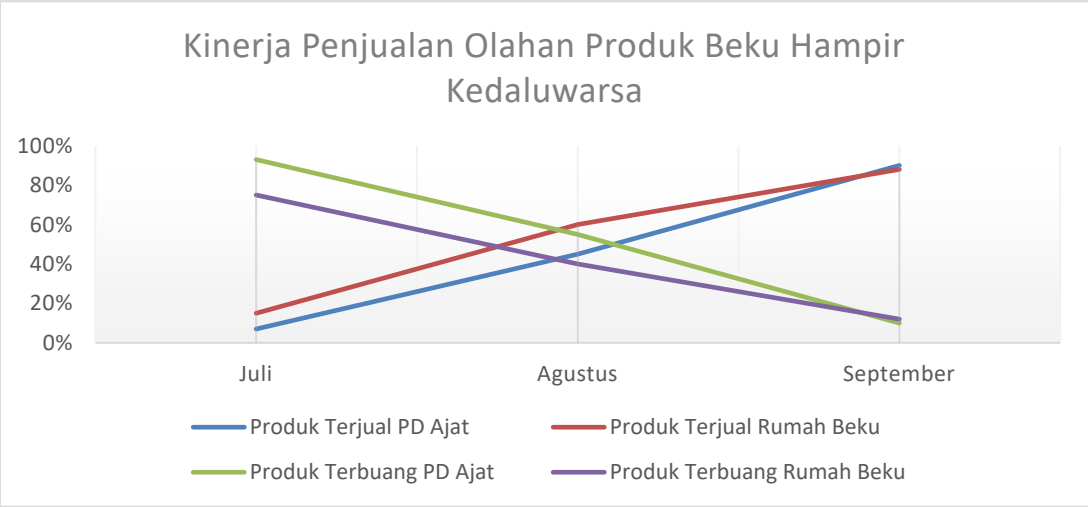
Evaluasi program P2M dilakukan untuk mengetahui capaian yang diraih selama pelaksanaan P2M. Selain dilakukan evaluasi bersama tim pelaksana dilakukan juga evaluasi dengan wawancara dan pengisian kuesioner kepada mitra P2M. Kuesioner P2M digunakan untuk mendapatkan gambaran tentang kondisi setelah pelaksanaan P2M, sebagai pedoman untuk menilai keberhasilan program atau untuk mengidentifikasi area yang dapat ditingkatkan dalam penelitian atau pelaksanaan P2M di masa mendatang. Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner, didapatkan hasil sebagai berikut:

1) Peningkatan Keberdayaan Mitra

Peningkatan keberdayaan mitra diukur dengan kuesioner yang diberikan kepada mitra dan melihat kinerja penjualan mitra terhadap produk-produk menjelang masa kedaluwarsa. Karena bagaimana kemampuan kerja individu dalam organisasi adalah faktor krusial yang menjadi dasar untuk menjaga kelangsungan bisnis (Supriyati, Nelfianti, et al. 2023). Berdasarkan hasil kuesioner, maka dapat dilihat melalui Gambar 12 di mana terjadi peningkatan penjualan produk menjelang masa kedaluwarsa pada PD Ajat maupun Rumah Beku dalam rentang bulan Juli-September 2023 dan terjadi penurunan produk yang terbuang.

2) Keterampilan pelaku usahanya meningkat

Keterampilan ini meliputi kemampuan mitra dalam menggunakan aplikasi (melakukan pendataan produk, melakukan transaksi, membuat laporan keuangan) dan mengelola persediaan produk usahanya. Aplikasi yang digunakan untuk meningkatkan keterampilan pelaku usaha adalah aplikasi pemasaran dan penjualan olahan produk beku hampir kedaluwarsa. Keterampilan dalam mengelola produk olahan beku termasuk dalam memahami tanggal kedalwuarsa yang biasanya ditulis "best before" atau "use by". Label 'Best before' menunjukkan waktu di mana makanan tetap mempertahankan kualitasnya, sementara 'Use by date' menunjukkan hari terakhir di mana makanan



Gambar 12. Grafik kinerja penjualan olahan produk beku hampir kedaluwarsa

© 2024 Segala bentuk plagiarisme dan penyalahgunaan hak kekayaan intelektual akibat diterbitkannya paper pengabdian masyarakat ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Tabel 2. Hambatan, solusi dan tindak lanjut P2M

No	Hambatan	Solusi	Tindak Lanjut
1	Tidak memiliki gambaran yang tepat mengenai target pasar	Menentukan target pasar	Melakukan pencatatan semua pelanggan dan mengelompokkannya berdasarkan kategori masing-masing.
2	Belum memiliki photo setiap produk	Photo produk yang baik dan menarik	Pelatihan photo produk
3	Belum memanfaatkan media sosial sebagai platform pemasaran	Membuat dan mengelola media sosial yang menarik dan efektif	Pelatihan tentang pemanfaatan media sosial dalam konteks bisnis
4	Tidak menerapkan strategi pemasaran digital	Melakukan penerapan iklan di media sosial	Mengaktifkan iklan melalui Facebook Ads dan IG Ads
5	Belum menerapkan aplikasi dalam pemasaran dan penjualan produknya	Mempersiapkan kebutuhan user untuk aplikasi penjualan olahan produk beku hampir kedaluwarsa	Mengimplementasikan aplikasi penjualan olahan produk beku hampir kedaluwarsa

masih aman untuk dikonsumsi jika disimpan sesuai dengan petunjuk penyimpanan yang tertera pada kemasan (Dyah dan Arini 2017). Ciri-ciri makanan kedalwuarsa, yaitu:

a. Susu dan keju: ketika telah dikeluarkan dari wadah aslinya.
b. Daging, ikan, dan tahu: jika terjadi perubahan warna, terasa lendir, atau mengeluarkan bau yang tidak biasa.
c. Sayuran dan buah: jika terdapat pertumbuhan jamur atau pembentukan lendir.
d. Makanan kering: ketika kondisi kemasannya sudah tidak layak atau tidak dalam kondisi yang baik.
e. Makanan dalam kaleng: ketika menghasilkan gas, terlalu berlendir, atau berbau tidak normal.

Selain pencapaian yang telah disebutkan di atas, evaluasi dari hasil pengabdian dan upaya pemberdayaan masyarakat didokumentasikan dalam Tabel 2. Tabel ini mencantumkan kendala yang muncul selama pelaksanaan pengabdian, solusi yang diadopsi, dan langkah-langkah tindak lanjut yang diterapkan untuk memastikan pencapaian tujuan pelaksanaan pengabdian dan penyelesaian setiap masalah yang muncul.

KESIMPULAN

Inovasi dalam penjualan olahan produk beku hampir kedaluwarsa digunakan untuk membantu UKM dalam memanfaatkan semua produk agar tidak terbuang ketika terlewat masa kedaluwarsanya. Bisnis yang mempertahankan prosesnya secara konvensional, akan tertinggal. UKM Rumah Beku dan PD Ajat merupakan salah satu dari banyak UMKM yang memiliki peluang besar untuk mengembangkan bisnisnya. Pengabdian kepada Masyarakat pada bidang UMKM harus terus digalakan karena UMKM yang baik di suatu daerah akan meningkatkan kesejahteraan di daerah tersebut, dan memberikan dampak positif pemulihan ekonomi nasional. Pengembangan UMKM digital harus ditingkatkan secara terus-menerus guna mendukung peningkatan daya saing global UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Program Studi Komputerisasi Akuntansi Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Komputer Indonesia serta DP2M Universitas Komputer Indonesia atas bantuan pendanaan yang telah diberikan, sehingga P2M ini dapat dilaksanakan. Juga kepada mitra P2M, Pengelola Pasar Ciroyom, PD Ajat dan Rumah Beku. Serta panitia penyelenggara SEMBADHA 2023, Laboratorium Komputerisasi Akuntansi Terpadu (LABKAT) KA FTIK UNIKOM, Editor in Chief Jurnal KUAT, dan berkolaborasi dengan Program Kreativitas Mahasiswa Penerapan IPTEK Aplikasi Sipeka,

PUSTAKA

Ambarwati, R. D., Rachma A., & Bagas J. (2024). Pendampingan Pengembangan Kapasitas Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah 'HD Production (Dapur HD Bintaro)' di Kota Tangerang Selatan. *KUAT: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan* 6(1 SE-Articles):18–22.

Andrianto, M. S., Raharjo, T., Rismawan, R., Huda, A.N., & Kurniana K. (2023). Pendampingan Inovasi Strategi Pemasaran UKM Tunas Jaya Tenda. *KUAT: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan* 5(1):47–52.

Avianti, I., & Syahrir, S. (2020). *Digital Governance*

© 2024 Segala bentuk plagiarisme dan penyalahgunaan hak kekayaan intelektual akibat diterbitkannya paper pengabdian masyarakat ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Inovasi dengan Etika dan Integritas. Cetakan Pe. Jakarta: PT. Kaptain Komunikasi Indonesia.

Dyah, L., & Arini, D. (2017). Faktor-Faktor Penyebab Dan Karakteristik Makanan Kadaluarsa Yang Berdampak Buruk Pada Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Teknologi dan Industri Pangan* 2(1):15–24.

Pambreni, Y., Maghfuriyah, A., & Udriyah, U. (2024). Peningkatan Usaha Keripik Singkong Berbasis Teknologi Tepat Guna Menuju UMKM yang Berdaya Saing Pasca Pandemi. *KUAT: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan* 6(1 SE-Articles):35–40.

Supriyati, S., & Bahri, R.S. (2020). Model Design of Accounting Information Systems for Village Owned Enterprises ({BUMDes}). *{IOP} Conference Series: Materials Science and Engineering* 879:12093.

Supriyati, S., Bahri, R.S., & Maulana, D.F. (2021). Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Laporan Keuangan Pondok Pesantren Pada Forum Pondok Pesantren Jawa Barat. *Al-Khidmat Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(2):137–45.

Supriyati, S., Nelfianti, F., Hrp, A.K.Z, Bilgies, A.F, Rahmat, R., Suwarni, T., Ismawati, L., Dewi, I.C., Hasan, M., Oktiani, N., Supriadi, B., Maryam, S., & Rahayu, S. (2023). *Sumber Daya Manusia Organisasi Kewirausahaan*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Supriyati, S., Radiansyah, A., Maulidizen, A., Harahap, M.G., Irawan, J.L., Desti, Y, Rohima, S., Sangkala, M., Polimpung, L.J.C., Sakinah. Y.P., & others. (2023). Kewirausahaan Era Society 5.0.

Supriyati, S., & Bahri, R. S. (2020). Model Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Laporan Keuangan Pondok Pesantren Berbasis SAK ETAP. *@is The Best : Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise* 4(2):151–65.

Supriyati, S., Bahri, R. S., Khoerunisa, A., Natansya, T.S.F., Nissa, R.S., & Fernaldy, K. (2024). Implementasi aplikasi pemasaran digital olahan beku hampir kedaluarsa pada pedagang Pasar Ciroyom Bandung. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat* 7(1):19.

Supriyati, S., Bahri, R.S., Nugraha, S.C., & Fernaldy, K. (2023). Implementasi aplikasi digital marketing sebagai strategi penjualan untuk meningkatkan kinerja pendapatan UMKM di wilayah Cisaranten Kulon." *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat* 6(1):25–37.

Supriyati, S., Mulyani, S., Suharman, H., & Supriadi, T. (2022). The Influence of Business Models, Information Technology on the Quality of Accounting Information Systems Digitizing MSMEs Post-COVID-19. *Jurnal Sistem Informasi* 18(2):36–49.

Supriyati, S., Sampe, F., Pakiding, D.L., Yuniar, C.R., Polimpung, L.J.C., Ambartiasari, G., Margono, B., Rivai, D.R., Junaida, E., Sirojudin, H.A., Tahendrika, A,, Basmar, E., Fitriani, N., Ariyandani, N., & Sastaviana, D. (2023). *Ekonomi Manajerial & Strategi Bisnis*. diedit oleh M. R. Kurnia, A. Nugraha, dan S. Y. Mutiara. Kab. Serang Banten: PT Sada Kurnia Pustaka.

Supriyati, S., Suharman, H., & Supriadi, T. (2023). Business strategy and use of information technology toward ASEAN MSMEs performance in the post-pandemic crisis. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)* 10(5):886–97.

Supriyati, S., Supriyati, S., & Bahri, R.S. (2022). Peningkatan Kapasitas Kinerja Relawan Karang Taruna Jawa Barat Dalam Membantu Pembuatan Laporan Pengelolaan Penggunaan Dana Covid-19 Untuk Pemerintah Kota/Desa. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5(1):10–17.

© 2024 Segala bentuk plagiarisme dan penyalahgunaan hak kekayaan intelektual akibat diterbitkannya paper pengabdian masyarakat ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.