

SALE PISANG GO DIGITAL: CERITA SUKSES UMKM RASA ALAMI MENAikkan OMZET 50% DENGAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA

Dwi Vernanda¹, Susilawati², Azhis Sholeh Buchori³

^{1,2,3}Politeknik Negeri Subang (Jawa Barat)

Abstract

Kata Kunci:

Alat pengering
otomatis, E-
commerce,
Pemberdayaan
UMKM, Sale pisang

Kabupaten Subang dengan produksi pisang mencapai 80.043,42 ton per tahun memiliki potensi besar untuk pengembangan industri olahan pisang, salah satunya sale pisang. UMKM Rasa Alami di Desa Cijengkol menghadapi kendala serius dalam proses produksinya karena masih mengandalkan penjemuran konvensional yang membutuhkan waktu 5-6 hari dan sangat bergantung pada cuaca. Saat musim hujan, aktivitas produksi terpaksa dihentikan sehingga berdampak pada kapasitas output yang tidak stabil. Permasalahan lain adalah sistem pemasaran yang terbatas pada pasar lokal dengan omzet sekitar Rp 8 juta per bulan serta pencatatan keuangan yang belum tertata dengan baik. Untuk mengatasi hal tersebut, program pengabdian ini mengimplementasikan tiga solusi utama melalui pendekatan partisipatif. Pertama, pembuatan alat pengering otomatis yang dirancang menggunakan Autocad dan diproduksi selama tiga bulan melalui proses manufaktur yang melibatkan pengelasan dan perakitan komponen. Kedua, pengembangan platform e-commerce berbasis website untuk memperluas jangkauan pasar. Ketiga, implementasi sistem manajemen keuangan berbasis aplikasi mobile agar pencatatan transaksi lebih terorganisir. Metode pelaksanaan dimulai dari identifikasi masalah melalui wawancara mendalam, dilanjutkan dengan perancangan dan pembuatan solusi, kemudian pelatihan intensif kepada mitra mencakup pengoperasian alat, maintenance, pengelolaan website penjualan, dan penggunaan aplikasi keuangan. Evaluasi menggunakan model CIPPO untuk mengukur efektivitas program secara komprehensif. Hasil yang dicapai cukup menggembirakan dimana alat pengering mampu mempercepat proses menjadi hanya 12-15 jam dengan suhu terkontrol. Dampak terukur menunjukkan peningkatan kapasitas produksi dari 1,2 ton menjadi 1,8 ton per bulan atau naik 55 persen, sementara omzet penjualan melonjak dari Rp 8,5 juta menjadi Rp 12,7 juta atau bertambah 50 persen dalam periode Oktober-November. Selain itu, mitra berhasil melakukan transaksi penjualan hingga ke luar pulau yang sebelumnya tidak pernah tercapai, menunjukkan bahwa kombinasi teknologi tepat guna dengan digitalisasi usaha efektif meningkatkan daya saing UMKM.

A. Pendahuluan

Kabupaten Subang merupakan salah satu wilayah sentra produksi pisang di Jawa Barat dengan total produksi mencapai 80.043,42 ton pada tahun 2022. Ketersediaan bahan baku yang melimpah ini membuka peluang bagi

masyarakat untuk mengembangkan usaha pengolahan pisang (Rizaty., 2022). Salah satu UMKM yang memanfaatkan potensi tersebut adalah UMKM Rasa Alami yang berlokasi di Kampung Cijengkol, Desa Cijengkol, Kecamatan Serangpanjang.

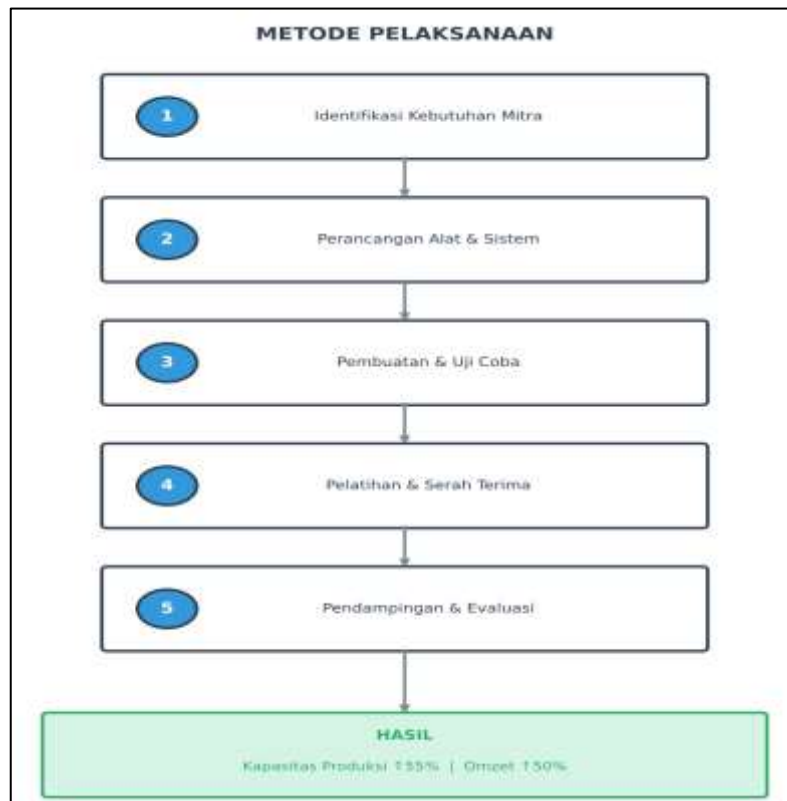
UMKM Rasa Alami berdiri sejak tahun 2013 dan mempekerjakan 5 orang karyawan. Usaha ini mengolah pisang ambon menjadi berbagai produk makanan ringan, antara lain sale pisang, keripik pisang aneka rasa, keripik talas, pangsit gulung, molen mini, sistik rasa kencur, keripik bawang, dan keripik singkong. Semua produk telah memiliki izin PIRT nomor 21432130 758-22. Produk unggulan yang menjadi primadona adalah sale pisang kering dan crispy dengan cita rasa manis alami tanpa pemanis buatan. Keunikan produk ini terletak pada tekstur yang renyah karena diolah dengan campuran tepung terigu dan tapioka, serta rasa manis yang berasal dari pisang ambon matang sempurna.

Meskipun permintaan pasar terhadap sale pisang terus meningkat, UMKM Rasa Alami menghadapi beberapa kendala dalam pengembangan usaha. Pertama, proses pengeringan sale pisang masih dilakukan secara manual dengan menjemur di bawah sinar matahari. Metode ini membutuhkan waktu 5-6 hari untuk menghasilkan sale pisang yang benar-benar kering. Proses penjemuran sangat bergantung pada kondisi cuaca dan memerlukan lahan yang cukup luas serta tenaga kerja yang banyak. Keterbatasan ini berdampak langsung pada kapasitas produksi yang tidak dapat ditingkatkan meskipun permintaan pasar ada.

Kedua, sistem pemasaran dan penjualan yang dilakukan masih konvensional atau offline. Daerah pemasaran hanya terbatas di sekitar Kabupaten Subang sehingga UMKM kesulitan memperluas jangkauan konsumen. Padahal, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dapat membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan hingga tingkat nasional (Higuera-Castillo et al., 2023). Ketiga, pengelolaan keuangan masih dilakukan secara manual tanpa sistem pencatatan digital yang terstruktur. Kondisi ini menyulitkan mitra dalam melakukan analisis keuangan dan pengambilan keputusan bisnis.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini hadir untuk memberikan solusi komprehensif melalui implementasi teknologi tepat guna dan sistem penjualan berbasis digital. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan kapasitas produksi, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan omzet penjualan, serta meningkatkan kemampuan mitra dalam pengelolaan usaha yang lebih modern dan efisien. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang bagi keberlanjutan dan pengembangan UMKM Rasa Alami.

B. Metode Pelaksanaan



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di UMKM Rasa Alami, Kampung Cijengkol RT 03 RW 02, Desa Cijengkol, Kecamatan Serangpanjang, Kabupaten Subang pada bulan Oktober 2023. Peserta kegiatan adalah pemilik UMKM beserta 5 orang karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi dan penjualan. Pelaksanaan program melibatkan tim pengabdian yang terdiri dari 3 orang dosen dan 6 orang mahasiswa dari Politeknik Negeri Subang dengan keahlian di bidang teknik mesin dan sistem informasi.

Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan mitra dalam setiap tahapan. **Tahap pertama** adalah identifikasi kebutuhan mitra melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam yang dilakukan pada 28 Februari 2023. Pada tahap ini, tim melakukan analisis permasalahan dan mengidentifikasi solusi yang tepat sesuai dengan kondisi dan kebutuhan mitra. **Tahap kedua** adalah perancangan alat pengering sale pisang menggunakan software AutoCAD 2008 dengan spesifikasi yang disesuaikan dengan kapasitas produksi dan kondisi lokasi UMKM. Secara paralel, dilakukan juga perancangan sistem penjualan berbasis website dan aplikasi mobile yang user-friendly.

Tahap ketiga adalah pembuatan alat pengering sale pisang otomatis dengan metode hot air dan pengembangan platform digital. Alat pengering dirancang dengan sistem otomatis yang dapat mengatur suhu dan waktu

pengeringan, sehingga proses menjadi lebih efisien dan tidak bergantung pada cuaca (Geng et al., 2022). Website penjualan dikembangkan dengan fitur katalog produk, sistem pemesanan online, dan integrasi dengan platform e-commerce.

Tahap keempat adalah pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan pada 14 Oktober 2023. Materi pelatihan meliputi pengoperasian alat pengering, pemeliharaan rutin, penggunaan website penjualan, optimalisasi media sosial untuk promosi, pemanfaatan platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee, serta pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi digital (Zairi & Al-mashari, 2002). Metode pelatihan menggunakan kombinasi ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung agar peserta dapat memahami dan mengaplikasikan dengan baik. Tahap terakhir adalah serah terima alat dan sistem secara resmi melalui penandatanganan Berita Acara Serah Terima (BAST), dilanjutkan dengan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan mitra dapat mengoperasikan secara mandiri.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Kegiatan Pertama

Identifikasi kebutuhan mitra, kegiatan ini dilakukan dengan mengunjungi mitra yaitu UMKM Rasa Alami. Identifikasi dengan melihat bagaimana pengelolaan sale pisang mulai dari bahan baku hingga penjualannya.



Gambar 2. Ketua UMKM (Bahan baku sale pisang)

Bahan baku pisang ambon yang dihabiskan selama sebulan mencapai 1 ton. Pisang ambon yang diolah menjadi sale pisang harus benar-benar matang agar mendapatkan cita rasa manis alami. Selanjutnya pisang ambon yang matang dijemur agar benar-benar kering, kemudian diolah menjadi sale pisang crispy.



Gambar 3. Proses Pengeringan Sale Pisang

Proses pengeringan sale pisang berlangsung selama 5-6 hari dengan cuaca yang panas. Keterbatasan lahan penjemuran dan pengaruh cuaca serta terbatasnya sumber daya manusia membuat UMKM kesulitan dalam menambah kapasitas produksinya.

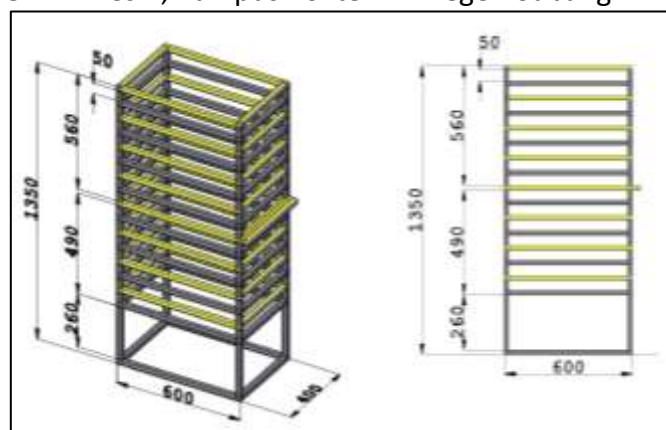


Gambar 4. Penjualan sale pisang

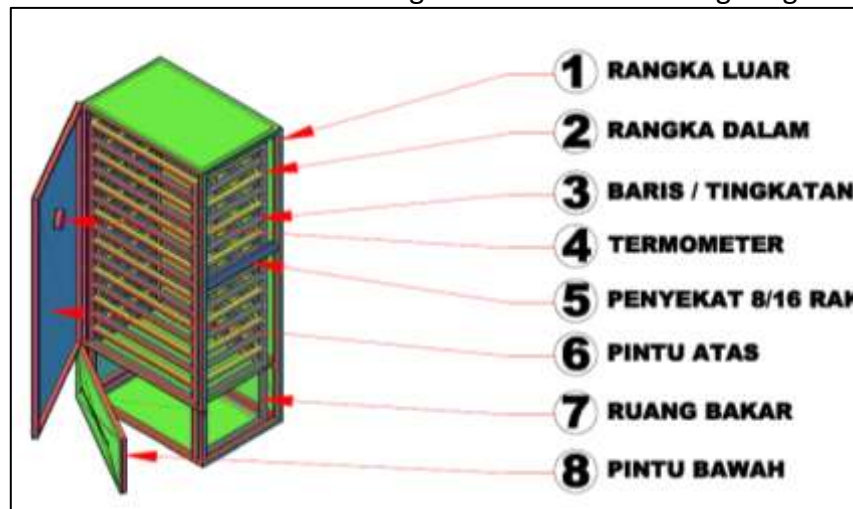
UMKM Rasa Alami menjual hasil produksi di rumah dan di tempat makan sekitar Desa Cijengkol, Kecamatan Serang Panjang.

2. Kegiatan Kedua

Perancangan alat pengering sale pisang menggunakan software AutoCAD 2008. Kegiatan desain dilakukan di Laboratorium Komputert, Gedung Teknik Mesin, Kampus Politeknik Negeri Subang.



Gambar 5. Desain Rangka Dalam Alat Pengering Sale Pisang



Gambar 6. Desain Alat Pengering Sale Pisang 2 in 1/8 dan 16 rak

Spesifikasi alat pengering sale pisang berukuran Panjang 680 mm, Lebar 440 mm dan Tinggi 1420 mm sumber bahan bakar yang digunakan adalah gas LPG. Alat pengering sale pisang memiliki total 16 rak yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan kapasitas produksi dari mitra UMKM. Prinsip kerja alat pengering sale pisang yaitu kompor memanaskan suhu dari bawah, suhu panas mengalir dari samping menuju ke rak, dan proses pengeringan sale pisang berlangsung (Chen & Pan, 2021). Di antara rak ke 8 dan 9 terdapat rak khusus yang dapat menyekat udara panas mengalir, rak sekat khusus digunakan jika kapasitas mesin yang dipakai hanya 8 rak saja, sehingga udara panas tidak sampai rak paling atas. Di antara rak terdapat pengukur suhu yang dipasang pada salah satu pintu mesin. Jika suhu terlalu panas maka pengaturan nyala api kompor dapat diperkecil. Alat pengering sale pisang memiliki dua pintu mesin, pintu ke satu bagian bawah untuk melihat dan mengontrol nyala api, dan satu pintu lagi merupakan pintu utama besar yang digunakan untuk mengambil dan memasukan sale pisang ke dalam alat pengering. Waktu pengeringan berlangsung antara 5 - 7 jam tergantung tebal pisang dan jenis pisang. Alat ini juga dilengkapi dengan nampan double, sehingga jika sudah kotor nampan bisa dibersihkan di luar dan alat tetap bisa dioperasikan menggunakan nampan lain. Sehingga kinerja alat tidak berhenti karena nampan kotor. Alat pengering juga dilengkapi dengan kape untuk membersihkan dari kerak sisa pengeringan sale yang menempel pada nampan. Kompor yang digunakan adalah jenis kompor mawar yang nyala apinya menyebar dan bisa diatur dengan nyala kecil dengan api stabil. Sumber bahan bakar gas LPG terdapat dua buah tabung LPG di mana penggunaannya satu tabung dipakai, sedangkan satu tabung lagi sebagai tabung cadangan (Pavan & Avinash, 2021).



Gambar 7. Integrasi Sistem Penjualan dan Keuangan Berbasis Mobile, Pemanfaatan e-commerce dan Media Sosial.

Sistem informasi penjualan dan keuangan yang dikembangkan berbasis *mobile* dengan 4 pengguna yaitu ketua UMKM, pihak UMKM, pelanggan, dan reseller. Karena adanya keterbatasan pada perangkat yang dimiliki oleh UMKM maka sistem informasi ini dibangun berbasis *mobile*, sehingga pengguna hanya menginstall aplikasi pada *smartphone* yang dimiliki (Sari & Pravitasari, 2022). Fitur yang dimiliki oleh ketua UMKm diantaranya pengelolaan terhadap bahan baku, produk, stok, dan monitoring pertumbuhan UMKM, laporan yang disajikan dalam bentuk grafik untuk memudahkan melihat pertumbuhan UMKM serta dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Sedangkan pada pihak atau anggota UMKM disediakan fitur untuk pengelolaan penjualan, stok, pemasukan, kelola pelanggan dan kelola *reseller* (Loginova, 2022). Pada user pelanggan disediakan fungsionalitas untuk melakukan pemesanan produk dengan memilih metode pembayaran serta jasa pengiriman yang diinginkan. User reseller disediakan untuk memfasilitasi para reseller dalam memudahkan untuk memperoleh produk dan menjaga stok serta dapat memonitoring penjualan (Purnamasari, 2022). UMKM akan dibekali pengetahuan dalam menggunakan, mengelola, dan mengoptimalkan *e-commerce* yang ada untuk menjangkau penjualan tidak hanya pada wilayah subang, namun ditargetkan penjualan sampai keseluruhan daerah di Indonesia. Media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi namun juga dapat digunakan sebagai media dalam memasarkan produk, UMKM akan didampingi dalam penggunaan dan pemanfaatan media sosial. Salah satu cara pemasaran melalui postingan baik berupa narasi, gambar, maupun video yang dapat menarik simpati seseorang untuk segera membeli produk. UMKM akan dibekali bagaimana cara memposting, mengambil sebuah gambar, mengedit foto dna video yang menarik. Dengan adanya kolaborasi dari ketiga core yaitu sistem informasi berbasis mobile, pemanfaatan *e-commerce* dan penggunaan media sosial

ditargetkan penjualan akan meningkat serta profit itu juga bertambah (Pratama & Novryanto, 2022).

3. Kegiatan Ketiga

Alat pengering sale pisang diserahkan kepada mitra pada 14 Oktober 2023 di lokasi UMKM Rasa Alami. Alat ini dirancang dengan sistem otomatis menggunakan metode hot air dengan kapasitas 50 kg sale pisang basah per proses. Spesifikasi alat meliputi dimensi 150 cm x 80 cm x 180 cm, sumber pemanas listrik 3000 watt, sistem sirkulasi udara dengan blower, pengaturan suhu otomatis 50-70°C, dan dilengkapi timer untuk mengatur durasi pengeringan. Material utama menggunakan stainless steel food grade untuk menjaga higienitas produk.

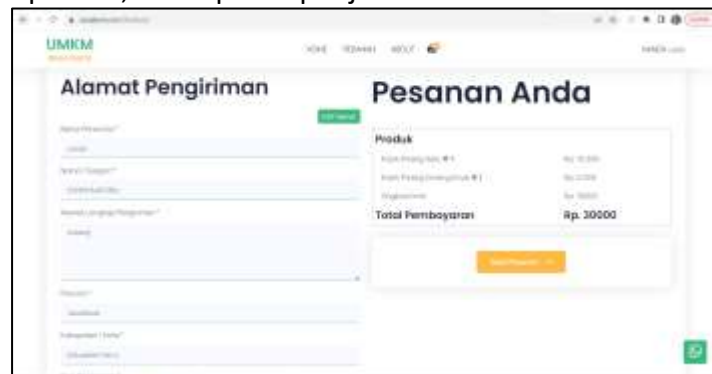


Gambar 8. Uji Coba Alat Bersama Mitra UMKM Rasa Alami

Uji coba alat dilakukan bersama mitra dengan memasukkan 40 kg sale pisang basah ke dalam 8 rak pengering. Suhu diatur pada 60°C dengan waktu pengeringan 12 jam. Hasilnya sangat memuaskan dimana sale pisang kering sempurna dengan kadar air yang konsisten dan warna yang lebih menarik dibandingkan dengan penjemuran manual. Waktu pengeringan yang sebelumnya membutuhkan 5-6 hari kini dapat diselesaikan hanya dalam 12-15 jam. Efisiensi waktu ini memungkinkan mitra untuk melakukan 2 kali proses pengeringan dalam sehari.

Dampak dari implementasi alat ini sangat signifikan terhadap produktivitas UMKM. Mitra tidak lagi bergantung pada kondisi cuaca sehingga proses produksi dapat berjalan kontinyu. Kebutuhan lahan penjemuran berkurang drastis karena alat hanya membutuhkan ruang 1,5 x 0,8 meter. Tenaga kerja yang sebelumnya diperlukan untuk membolak-balik sale pisang saat dijemur kini dapat dialokasikan untuk kegiatan produktif lainnya seperti persiapan bahan baku dan pengemasan. Kualitas produk juga meningkat dengan tingkat kekeringan yang lebih konsisten dan warna yang lebih cerah.

Website penjualan UMKM Rasa Alami dikembangkan dengan fitur-fitur yang memudahkan proses transaksi online. Fitur utama meliputi katalog produk lengkap dengan foto berkualitas tinggi, deskripsi detail termasuk komposisi dan informasi gizi, sistem keranjang belanja, berbagai pilihan metode pembayaran (transfer bank, e-wallet, dan COD), integrasi dengan jasa ekspedisi untuk pengiriman otomatis, serta fitur tracking pesanan (Sawhani & SE, 2021). Website juga dilengkapi dengan dashboard admin untuk mengelola pesanan, stok produk, dan laporan penjualan.



Gambar 9. Tampilan Website

4. Kegiatan Keempat

Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada 14 Oktober 2023, pelatihan penggunaan dan pendampingan pengoperasian alat pengering sale pisang dilakukan di mitra UMKM Rasa Alami, kegiatan pendampingan tidak hanya dihadiri oleh pemilik UMKM namun juga dihadiri warga sekitar UMKM Rasa Alami.



Gambar 10. Pelatihan Penggunaan Alat Pengering Sale Pisang

Pendampingan penggunaan *website* juga dilakukan dengan materi cakupan yaitu cara mengelola produk (tambah, edit, hapus), memproses pesanan masuk, konfirmasi pembayaran, input nomor resi pengiriman, membuat laporan penjualan, dan menangani komplain atau pertanyaan

konsumen. Selain website, mitra juga dilatih untuk memanfaatkan platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Tim memberikan panduan lengkap mulai dari cara membuat akun seller, mengunggah produk, mengatur harga dan ongkos kirim, hingga strategi promosi di marketplace.



Gambar 11. Pelatihan Penggunaan *Website* dan Pendampingan Penggunaan Alat Pengering Sale Pisang

Optimalisasi media sosial juga menjadi fokus pelatihan. Mitra dibimbing untuk mengelola akun Instagram dan Facebook secara profesional dengan konten yang menarik. Materi meliputi teknik fotografi produk menggunakan smartphone, pembuatan konten edukatif tentang proses pembuatan sale pisang, strategi posting yang efektif, penggunaan hashtag yang tepat, serta cara berinteraksi dengan followers. Mitra juga dikenalkan dengan fitur Instagram Shopping dan Facebook Marketplace untuk mempermudah proses pembelian langsung dari media sosial.

Alat Pengering Sale Pisang telah dibuat dan telah diserahkan kepada Mitra UMKM Rasa Alami untuk meningkatkan kapasitas produksi. Kapasitas produksi sale pisang pada bulan Oktober sebanyak 1,2 ton mengalami peningkatan pada bulan November sebesar 55% menjadi 1,8 ton.

Evaluasi dampak program dilakukan dengan membandingkan data produksi dan penjualan sebelum dan sesudah implementasi. Data baseline diambil dari bulan Oktober 2023 (sebelum implementasi) dan data evaluasi dari bulan November 2023 (setelah implementasi dan pelatihan). Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan pada kedua indikator utama.

Tabel 1. Perbandingan Kinerja UMKM Rasa Alami Sebelum dan Sesudah Program

Indikator	Oktober 2023	November 2023	Peningkatan
Kapasitas Produksi	1,2 ton	1,8 ton	55%

Omzet Penjualan	Rp 8.500.000	Rp 12.749.999	50%
Jangkauan Pasar	Lokal Subang	Regional Jabar	-

Peningkatan kapasitas produksi sebesar 55% dari 1,2 ton menjadi 1,8 ton per bulan merupakan dampak langsung dari efisiensi proses pengeringan. Dengan alat pengering otomatis, mitra dapat memproduksi sale pisang setiap hari tanpa harus menunggu cuaca cerah. Frekuensi produksi yang meningkat secara langsung berdampak pada jumlah output yang dihasilkan. Selain itu, konsistensi kualitas produk yang lebih baik membuat tingkat reject atau produk gagal berkurang dari sekitar 15% menjadi kurang dari 5%.

Peningkatan omzet penjualan sebesar 50% tidak hanya berasal dari peningkatan volume produksi, tetapi juga dari perluasan jangkauan pasar. Sebelum program, penjualan hanya mencakup wilayah Subang dan sekitarnya dengan mayoritas konsumen adalah reseller lokal. Setelah implementasi sistem penjualan digital, pesanan mulai berdatangan dari berbagai kota di Jawa Barat seperti Bandung, Cirebon, dan Bekasi. Bahkan ada beberapa pesanan dari luar Jawa Barat seperti Jakarta dan Banten. Diversifikasi segmen konsumen juga terjadi, dimana selain reseller, muncul konsumen *end-user* yang membeli langsung melalui *website* dan *marketplace*.

Keberlanjutan dan Kendala

Pendampingan pasca pelatihan dilakukan secara berkala melalui komunikasi WhatsApp dan kunjungan langsung setiap dua minggu sekali selama dua bulan pertama. Pada periode ini, mitra masih menghadapi beberapa kendala teknis seperti kesulitan dalam mengatur pencahayaan untuk foto produk dan kebingungan dalam menghitung ongkos kirim untuk daerah tertentu. Tim memberikan solusi dengan menyediakan lightbox sederhana untuk fotografi dan membuat panduan perhitungan ongkos kirim yang lebih mudah dipahami.

Dari sisi teknis alat pengering, mitra sempat mengalami kesalahan dalam pengaturan suhu yang terlalu tinggi sehingga sale pisang menjadi terlalu kering dan berwarna kecoklatan. Setelah dilakukan penyesuaian dan pemahaman yang lebih baik tentang karakteristik bahan, mitra sudah dapat mengoperasikan alat dengan optimal. Untuk keberlanjutan, mitra berkomitmen untuk terus menggunakan alat dan sistem yang telah diberikan. Rencana ke depan adalah menambah varian rasa sale pisang dan mulai memasarkan produk lain melalui platform digital yang sama.

D. Simpulan

Program pengabdian kepada masyarakat melalui implementasi alat pengering sale pisang dan sistem penjualan berbasis digital di UMKM Rasa Alami telah berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Alat pengering otomatis dengan metode hot air terbukti efektif meningkatkan efisiensi proses produksi dengan mengurangi waktu pengeringan dari 5-6 hari menjadi 12-15 jam. Sistem penjualan berbasis digital yang meliputi website, marketplace, dan media sosial berhasil memperluas jangkauan pasar dari lokal Subang ke regional Jawa Barat.

Dampak program terhadap mitra sangat signifikan, ditandai dengan peningkatan kapasitas produksi sebesar 55% dari 1,2 ton menjadi 1,8 ton per bulan dan peningkatan omzet penjualan sebesar 50% dari Rp 8.500.000 menjadi Rp 12.749.999 dalam periode satu bulan. Transfer teknologi dan pengetahuan berjalan efektif dimana mitra mampu mengoperasikan alat dan mengelola penjualan digital secara mandiri. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa implementasi teknologi tepat guna dan digitalisasi pemasaran merupakan strategi yang tepat untuk pengembangan UMKM sektor pengolahan pangan.

Untuk keberlanjutan, diperlukan pendampingan lanjutan terutama dalam aspek pemasaran digital dan pengembangan produk. Perlu juga dilakukan evaluasi berkala terhadap kinerja alat dan sistem untuk memastikan optimal dalam jangka panjang. Rekomendasi untuk program serupa di masa mendatang adalah mengintegrasikan juga pelatihan manajemen keuangan digital dan analisis bisnis agar mitra dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih baik berdasarkan data.

E. Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang telah memberikan pendanaan melalui program Pemberdayaan Berbasis Masyarakat tahun 2023. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Politeknik Negeri Subang yang telah memberikan dukungan fasilitas dan administrasi, serta kepada Ibu Ecin Kuraesin selaku pemilik UMKM Rasa Alami beserta seluruh karyawan yang telah aktif berpartisipasi dan kooperatif selama pelaksanaan program.

F. Referensi

Chen, C., & Pan, Z. (2021). Heat and moisture transfer studies on walnuts during hot air drying in a fixed-bed column dryer. *Applied Thermal Engineering*, 199, 117554. <https://doi.org/10.1016/J.APPLTHERMALENG.2021.117554>

Geng, Z., Torki, M., Kaveh, M., Beigi, M., & Yang, X. (2022). Characteristics and multi-objective optimization of carrot dehydration in

a hybrid infrared /hot air dryer. *LWT*, 172, 114229.
<https://doi.org/10.1016/J.LWT.2022.114229>

Higueras-Castillo, E., Liébana-Cabanillas, F. J., & Villarejo-Ramos, Á. F. (2023). Intention to use e-commerce vs physical shopping. Difference between consumers in the post-COVID era. *Journal of Business Research*, 157, 113622.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113622>

Loginova, O. (2022). Branded websites and marketplace selling: Competing during COVID-19. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 203, 577–592.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jebo.2022.09.020>

Pavan, D., & Avinash, S. (2021). Design and development of multipurpose cooling and drying machine. *Materials Today: Proceedings*, 45, 424–428.
<https://doi.org/10.1016/J.MATPR.2020.12.1008>

Pratama, R., & Novryanto, R. (2022). PENGABDIAN KKN TEMATIK MAHASISWA UIGM PELATIHAN PENINGKATAN OMSET USAHA KERIPIK NANAS DAN DESAIN KEMASAN PENJUALAN E-COMMERCEDESA KEMANG. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1, 2371–2382.

Purnamasari, S. D. (2022). Dashboard Sistem Informasi Eksekutif Penjualan. *DASHBOARD SISTEM INFORMASI*
<http://eprints.binadarma.ac.id/12497/>

Rizaty., A. M. A. (2022). 20,76 Juta UMKM di Indonesia Masuk Ekosistem Digital pada 2022. <https://DataIndonesia.Id/Bursa-Kuangan/Detail/2076-Juta-Umkm-Di-Indonesia-Masuk-Ekosistem-Digital-Pada-2022>.

Sari, E. R. L., & Pravitasari, D. (2022). Pengaruh Persepsi E-Commerce, Modal Usaha, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keputusan Berwirausaha di Pandemi Covid-19. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*.
<http://polgan.ac.id/owner/index.php/owner/article/view/868>

Sawlan, D. K., & SE, M. (2021). Keputusan pembelian online: kualitas website, keamanan dan kepercayaan. [books.google.com. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=LodAEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=kualitas+sistem+informasi&ots=46CQxY6rk_&sig=xuNRIJDnNLL0SXrNKkuJOxF2nv4](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=LodAEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=kualitas+sistem+informasi&ots=46CQxY6rk_&sig=xuNRIJDnNLL0SXrNKkuJOxF2nv4)

Zairi, M., & Al-mashari, M. (2002). eCommerce-enabled Supply Chain Management : A Proposed Model Based on Retailing Experience. *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*, 14, 61–86. [https://doi.org/10.1016/S1319-1578\(02\)80004-0](https://doi.org/10.1016/S1319-1578(02)80004-0)

