

PERAN UMKM FROZEN FOOD TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN RUMAH TANGGA DI ERA DIGITAL

Nasdian Aryana¹, Hanifah Aufa Salwa², Anggrita Sonatha³, Shilfa Septiana Dewi⁴, Saridawati⁵

¹⁻⁵Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

¹nasdianaryana12@gmail.com, ²shanifah706@gmail.com, ³sonatha7100@gmail.com,

⁴Shilfaseptianadewi@gmail.com, ⁵saridawati.sti@bsi.ac.id

Abstrak

UMKM frozen food memiliki peran signifikan dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga di era digital. Dengan permintaan yang terus meningkat untuk makanan praktis dan berkualitas, UMKM ini menawarkan peluang bisnis yang menarik bagi individu dan keluarga. Melalui pemasaran digital dan platform e-commerce, pelaku UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga meningkatkan penjualan dan pendapatan. Inovasi produk dan pemberdayaan komunitas juga menjadi kunci dalam mengoptimalkan potensi usaha ini. Selain itu, UMKM frozen food memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan waktu kerja, memungkinkan pemilik untuk menyeimbangkan antara usaha dan kehidupan keluarga. Meskipun menghadapi tantangan seperti persaingan dan kebutuhan akan standar kualitas, potensi kontribusi UMKM frozen food terhadap ekonomi rumah tangga di era digital sangat besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak positif UMKM frozen food dalam meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup rumah tangga, serta strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan yang ada.

Kata kunci: UMKM, Peran digital, Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga.

Abstract

Small and medium frozen food enterprises have a significant role in increasing household income in the digital era. With the ever-increasing demand for practical and quality food, these small and medium enterprises offer attractive business opportunities for individuals and families. Through digital marketing and e-commerce platforms, small and medium enterprise players can reach a wider market, thereby increasing sales and income. Product innovation and

Article History

Received: Oktober 2024

Reviewed: Oktober 2024

Published: Oktober 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed

under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

community empowerment are also key in optimizing the potential of this business. In addition, small and medium frozen food enterprises provide flexibility in managing work time, allowing owners to balance business and family life. Despite facing challenges such as competition and the need for quality standards, the potential contribution of frozen food small and medium enterprises to the household economy in the digital era is very large. This research aims to examine the positive impact of small and medium frozen food enterprises in increasing household income and quality of life, as well as strategies that can be implemented to overcome existing challenges.

Keyword: Role of Digitalization, Household Income Improvement

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Salah satu segmen UMKM yang berkembang pesat adalah industri makanan beku. Dengan meningkatnya permintaan akan produk makanan praktis dan berkualitas, UMKM frozen food berpotensi memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan rumah tangga.

Di era digital saat ini, perubahan perilaku konsumen dan kemajuan teknologi telah membuka peluang baru bagi UMKM. Platform *e-commerce*, media sosial, dan aplikasi pengiriman makanan memungkinkan pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas dan efisien. Hal ini tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga mempercepat proses penjualan, sehingga mempengaruhi pendapatan yang dihasilkan.

Selain itu, digitalisasi memberikan kemudahan dalam manajemen usaha, mulai dari pengelolaan inventaris hingga pemasaran. Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM *frozen food* dapat mengoptimalkan operasional mereka, meningkatkan kualitas produk, dan memperluas jaringan distribusi.

Oleh karena itu, penting untuk memahami peran UMKM *frozen food* dalam peningkatan pendapatan rumah tangga di era digital. Melalui kajian ini, diharapkan dapat diidentifikasi faktor-faktor yang mendukung pertumbuhan UMKM frozen food serta dampaknya terhadap ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat.

Aspek Empiris

UMKM tak ubahnya seperti aliran air bawah tanah yang tak terlihat di permukaan, tapi menyusupi sendi-sendi perekonomian dan menjadi penopang saat badai besar menghantam. Buktinya, ketika krisis moneter 1997/1998 meluluhlantakkan banyak sektor, UMKM tetap tegak, bagai akar serabut yang menolak tercerabut. Pasca pandemi COVID-19, pemerintah tak mau berpangku tangan, langsung menyematkan UMKM sebagai tulang punggung program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Berbagai insentif disalurkan, mulai dari subsidi bunga

hingga pemangkasan pajak, supaya roda kecil ini bisa terus berputar, bahkan di jalan terjal. Bisnis frozen food muncul seperti meteor tak terduga, menawarkan kepraktisan di tengah kehidupan modern yang serba kilat. Tak sedikit ibu rumah tangga yang menjalankan bisnis ini dari rumah sebagai tambahan penghasilan. Di Kecamatan Mustika Jaya, usaha frozen food membuktikan bahwa ayam bukan hanya sekedar makanan tapi penggerak ekonomi untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga.

Aspek Teoritis

Frozen Food sebagai Benteng Keuangan Rumah Tangga Menurut teori ekonomi mikro, diversifikasi usaha rumah tangga bukan sekedar pilihan, tapi semacam pertahanan ekonomi yang licin dan tangguh. Menariknya, meski pandemi membuat PDB Indonesia goyah, sektor makanan dan minuman, terutama *frozen food*, justru tetap mencatat pertumbuhan. Fenomena ini seolah menegaskan bahwa inovasi tak sekedar pilihan, melainkan kompas bagi rumah tangga yang ingin menaklukkan badai ekonomi. Pendekatan SWOT dalam bisnis frozen food seperti peta harta karun, mengungkap celah-celah peluang yang menanti untuk digarap. Lewat teknologi digital dan pemasaran daring, UMKM di sektor ini berhasil menjangkau lebih banyak konsumen, seperti peluru yang tak mengenal jarak, meningkatkan pendapatan rumah tangga dan memperkuat pondasi ekonomi mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan naratif untuk menggali pengalaman dan kisah dari pelaku UMKM *frozen food*. Pengumpulan data dilakukan dengan berusaha memahami dan menggali pengalaman individu secara mendalam mengenai peran UMKM *frozen food* dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga di era digital. Fokus penelitian ini adalah memahami bagaimana pelaku UMKM mengalami, memaknai, dan merespons perubahan yang dibawa oleh teknologi digital dalam bisnis mereka. penelitian ini mengungkapkan persepsi pelaku UMKM mengenai tantangan dan peluang yang mereka hadapi dalam mengelola usaha di lingkungan yang semakin digital.

Pendekatan Penelitian

a) Data primer

Data primer diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi. Subjek dipilih berdasarkan kriteria yang sesuai dengan ketentuan penelitian. Kriteria subjek dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kota Bekasi yang bergerak dibidang makanan beku yang sudah menggunakan platform digital seperti e-commerce dan media sosial. Subjek dipilih untuk mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai usaha *frozen food* di era digital secara lebih mendalam dan realistis dilapangan.

b) Data sekunder

Data yang diperoleh dari jurnal, buku, dan data sensus pemerintah yang dipublikasi sebagai informasi tambahan yang tidak lagi diperlukan pengolahan.

Teknik Pengumpulan Data:

Pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan

1. Pengisian kuesioner secara online oleh para pelaku usaha UMKM *frozen food* dengan media google form yang dibagikan kepada Masyarakat.
2. Wawancara dengan beberapa subject dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.
3. Observasi online untuk mempelajari perilaku, strategi dan tren pelaku usaha umkm dibidang *Frozen Food*
4. Data sekunder yang diperoleh dari beberapa sumber terpercaya yang relevan

HASIL dan PEMBAHASAN

Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga dari Usaha Frozen Food Rumahan

Berdasarkan dari Kuesioner yang telah kami sebarakan secara tertutup dan wawancara mengenai usaha *frozen food* yang ada di Kecamatan Mustika Jaya dengan tujuan untuk memahami lebih dalam bagaimana peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) *frozen food* dalam mendukung pendapatan rumah tangga di wilayah tersebut. Survei ini dirancang untuk mengukur seberapa besar kontribusi usaha *frozen food* terhadap perekonomian keluarga, serta untuk mendapatkan gambaran mengenai dinamika usaha tersebut, baik sebagai usaha sampingan maupun usaha utama.

Berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan dengan beberapa pelaku bisnis frozen food di kecamatan Mustika Jaya untuk menggali secara mendalam pengaruh UMKM terhadap pendapatan rumah tangga. Pertanyaan pertama yang kami tanyakan yaitu alasan apa yang melatarbelakangi memulai bisnis frozen food. Berbagai jawaban juga berbeda-beda, salah satunya adalah karena melihat adanya peluang dan hanya memerlukan modal yang terjangkau. Setidaknya itulah yang disampaikan oleh Titin Lismiyati, pemilik bisnis Pawon Yummy, yang merupakan produsen frozen food dengan produk seperti Sosis Solo dan Risol.

"Awalnya, saya memulai bisnis frozen food karena melihat adanya peluang pasar yang besar di sekitar lingkungan saya. Banyak keluarga yang membutuhkan makanan cepat saji tapi tetap sehat, terutama di kalangan ibu rumah tangga yang sibuk bekerja. Selain itu, bisnis ini memiliki modal awal yang relatif terjangkau dan saya bisa memulainya dari rumah, sehingga tidak terlalu berisiko. Saya juga ingin mencari sumber pendapatan tambahan untuk membantu keuangan keluarga. Dengan menjalankan usaha ini, saya bisa menyeimbangkan waktu antara pekerjaan dan keluarga, sambil berkontribusi pada peningkatan pendapatan rumah tangga."

Jawaban berbeda disampaikan pemilik usaha Frozen Delight, produsen bisnis frozen food di jenis bakso, nugget ayam dan dimsum. Mereka cenderung melihat peluang dari banyaknya peminat makanan praktis dan siap saji.

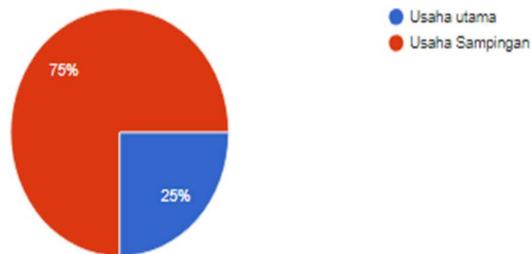
"Saya memulai bisnis ini karena melihat adanya peluang di pasar frozen food yang semakin berkembang. Banyak orang yang mencari makanan praktis dan siap saji, terutama di tengah

kesibukan sehari-hari. Selain itu, saya ingin menciptakan sesuatu yang bisa membantu orang-orang mendapatkan makanan enak tanpa harus menghabiskan banyak waktu untuk memasak.”

Kemudian dari hasil kuisioner yang telah kami sebar, kami menanyakan apakah usaha frozen food ini sebagai usaha utama atau sebagai usaha sampingan

Apakah usaha frozen food ini merupakan usaha utama atau sampingan?

100 responses

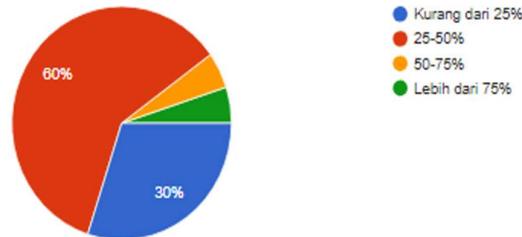


Berdasarkan hasil survei dari 100 responden, ditemukan bahwa 75% dari pelaku usaha *frozen food* di Kecamatan Mustika Jaya menjalankan usaha ini sebagai usaha sampingan, sementara 25% menjadikannya sebagai usaha utama. Analisis terhadap data ini menunjukkan beberapa hal penting terkait peran usaha *frozen food* dalam struktur ekonomi rumah tangga di wilayah tersebut.

Mayoritas responden yang menjalankan usaha frozen food sebagai usaha sampingan, mencerminkan bahwa usaha ini sering kali dilihat sebagai tambahan penghasilan untuk menopang ekonomi keluarga. Pelaku usaha mungkin memiliki pekerjaan utama, seperti karyawan atau profesi lainnya, yang menjadi sumber pendapatan utama. Hal ini juga menunjukkan bahwa usaha *frozen food* memberikan fleksibilitas, memungkinkan pelaku usaha untuk tetap menjalankannya di luar jam kerja atau sebagai aktivitas yang tidak terlalu menyita waktu. Di sisi lain, 25% responden yang menjadikan *frozen food* sebagai usaha utama mengindikasikan bahwa bisnis ini memiliki potensi ekonomi yang cukup kuat bagi sebagian pelaku usaha. Dalam kasus ini, *frozen food* menjadi sumber pendapatan utama bagi keluarga mereka, dan para pelaku usaha tersebut cenderung lebih fokus dalam mengembangkan bisnis ini. Mereka mungkin memiliki skala produksi yang lebih besar atau jaringan distribusi yang lebih baik dibandingkan dengan pelaku yang menjalankan usaha ini sebagai usaha sampingan.

Seberapa besar kontribusi usaha frozen food terhadap total pendapatan rumah tangga Anda?

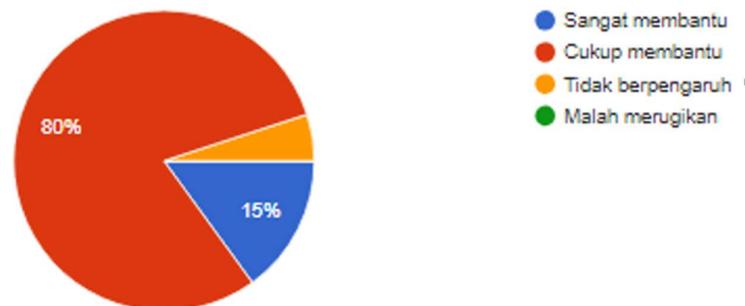
100 responses



Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar usaha *frozen food* masih berada dalam kategori usaha sampingan, usaha ini tetap memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan rumah tangga. Usaha sampingan ini dapat berkembang lebih lanjut dan berpotensi menjadi usaha utama jika pelaku usaha memperoleh dukungan, seperti akses modal, pelatihan, dan strategi pemasaran yang efektif.

Bagaimana dampak usaha frozen food terhadap kemampuan Anda dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari?

100 responses



Bedasarkan hasil kuesioner menunjukkan bahwa kontribusi usaha *frozen food* menyumbang sebesar 25-50% terhadap pendapatan rumah tangga mereka. Ini menunjukkan bahwa usaha ini memberikan kontribusi yang cukup signifikan, meskipun tidak menjadi sumber utama pendapatan. Bagi pelaku usaha yang menjalankan *frozen food* sebagai usaha sampingan, persentase ini cukup menggambarkan peran usaha sebagai sumber penghasilan tambahan yang mampu meringankan beban ekonomi rumah tangga, terutama untuk kebutuhan sehari-hari seperti biaya pendidikan atau kebutuhan pokok.

Sebanyak 30% responden melaporkan kontribusi kurang dari 25%, yang menunjukkan bahwa usaha *frozen food* bagi sebagian pelaku usaha masih dalam skala kecil atau belum menghasilkan pendapatan yang besar. Kelompok ini mungkin termasuk pelaku yang baru

memulai usaha atau masih berada dalam tahap awal pengembangan bisnis. Meskipun kontribusi pendapatan mereka relatif kecil, usaha ini tetap memiliki potensi untuk berkembang.

Hanya 10% responden (5% yang memilih 50-75% dan 5% yang memilih lebih dari 75%) yang melaporkan kontribusi besar dari usaha *frozen food* terhadap pendapatan rumah tangga. Ini menunjukkan bahwa bagi sebagian kecil pelaku usaha, *frozen food* telah menjadi sumber pendapatan utama yang menopang kebutuhan hidup mereka. Kelompok ini kemungkinan memiliki jaringan pemasaran yang lebih luas, teknologi yang lebih baik, atau pengalaman yang lebih matang dalam menjalankan bisnis sehingga mampu memperoleh pendapatan yang lebih besar dari usaha tersebut.

Kami juga menanyakan hal ini dalam wawancara yang kami lakukan, berikut adalah jawaban dari narasumber kami.

“Sejak menjalankan bisnis frozen food ini, pendapatan saya cukup stabil dan mengalami peningkatan yang signifikan. Awalnya, pendapatan memang tidak terlalu besar karena saya masih memasarkan produk secara terbatas, hanya melalui tetangga dan kenalan. Namun, setelah memperluas jangkauan pemasaran, terutama lewat media sosial dan aplikasi pesan antar makanan, pendapatan bulanan mulai meningkat.”

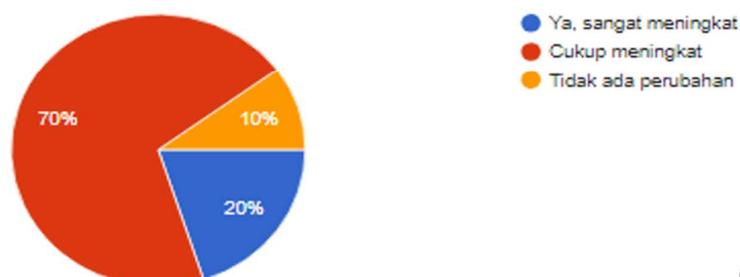
Akan tetapi Pemilik Pawon Yummy, memberikan jawaban yang bertentangan dengan pemilik Frozen Delight.

“Bagi saya, bisnis UMKM frozen food ini belum terlalu berpengaruh pada pendapatan rumah tangga. Pendapatan yang didapat masih terbatas dan tidak cukup untuk kebutuhan sehari-hari. Saya lebih mengandalkan pekerjaan utama untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Usaha ini lebih jadi sampingan dan kadang bikin saya harus mengorbankan waktu dan tenaga. Jadi, meski berharap bisnis ini bisa berkembang, saat ini perannya masih kecil dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga.”

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa usaha *frozen food* di Kecamatan Mustika Jaya memberikan kontribusi pendapatan yang cukup bervariasi, tetapi bagi mayoritas pelaku usaha, *frozen food* berperan sebagai sumber penghasilan tambahan yang signifikan. Hal ini juga memungkinkan banyak anggota keluarga yang terlibat langsung dalam menjalankan usaha kecil, sehingga membantu menambah pendapatan keluarga. Hanya sebagian kecil yang mampu mengandalkan usaha ini sebagai sumber utama pendapatan, yang berarti potensi pengembangan usaha masih terbuka lebar dengan dukungan yang tepat dari segi permodalan, pelatihan, dan akses pasar.

Apakah Anda mengalami peningkatan standar hidup sejak menjalankan usaha frozen food?

100 responses

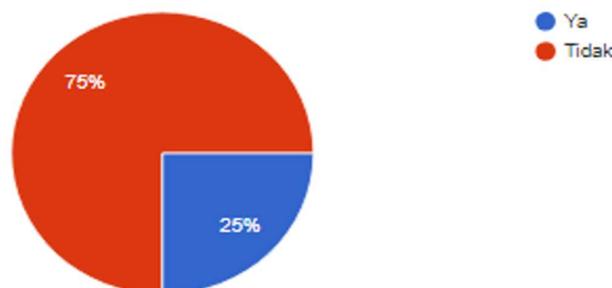


Mayoritas responden (70%) yang merasakan peningkatan standar hidup secara cukup meningkat menunjukkan bahwa usaha *frozen food* memberikan kontribusi positif namun belum signifikan untuk perubahan besar dalam kesejahteraan mereka. Usaha ini tampaknya berfungsi sebagai pendapatan tambahan, membantu keluarga memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa mengubah drastis kondisi ekonomi mereka. Sebanyak 20% responden yang mengalami peningkatan sangat meningkat mencerminkan keberhasilan usaha *frozen food* dalam mengubah secara substansial kondisi ekonomi keluarga. Kelompok ini kemungkinan telah mengembangkan usaha mereka dengan baik, mungkin melalui skala produksi yang lebih besar atau akses pasar yang lebih luas, menjadikan *frozen food* sebagai sumber pendapatan utama. Sementara itu, 10% responden yang tidak merasakan perubahan mengindikasikan adanya kendala dalam pengembangan usaha, seperti keterbatasan modal, pasar, atau teknologi, yang membatasi dampak positif usaha terhadap kesejahteraan mereka. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa usaha *frozen food* memiliki potensi besar untuk meningkatkan standar hidup, meskipun dampaknya sangat bergantung pada skala dan pengelolaan usaha.

Dukungan tambahan diperlukan untuk membantu mereka yang belum merasakan manfaat maksimal. Usaha ini bisa tumbuh secara berkesinambungan, membantu pelaku usaha dalam memperoleh penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup, seperti kebutuhan pangan, Pendidikan dan lainnya dengan pemasaran dan pengelolaan yang tepat.

Apakah Anda mempekerjakan orang lain untuk membantu dalam usaha frozen food ini?

100 responses



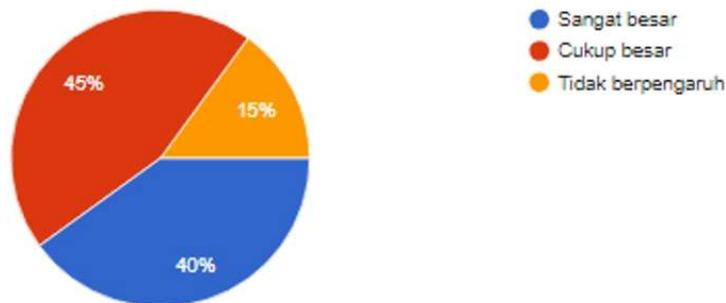
Mayoritas responden yang tidak mempekerjakan karyawan kemungkinan menjalankan usaha *frozen food* dalam skala kecil atau dari rumah, di mana mereka dapat mengelola operasional secara mandiri atau melibatkan anggota keluarga. Hal ini mungkin disebabkan oleh keterbatasan modal yang menghalangi mereka untuk menggaji tenaga kerja tambahan, atau usaha mereka belum berkembang hingga memerlukan bantuan dari luar. Sebaliknya, responden

yang mempekerjakan orang lain menunjukkan bahwa usaha mereka telah mencapai skala yang lebih besar, baik dalam produksi maupun distribusi. Pelaku usaha ini mungkin menghadapi permintaan yang lebih tinggi, sehingga mereka perlu menambah tenaga kerja untuk meningkatkan efisiensi produksi dan mengelola aspek pemasaran.

Secara keseluruhan, data ini mencerminkan bahwa sebagian besar usaha *frozen food* di Kecamatan Mustika Jaya masih beroperasi sebagai usaha mikro yang dikelola secara mandiri, sementara hanya sebagian kecil yang sudah berkembang dan mampu menciptakan lapangan pekerjaan. Tantangan dalam mengembangkan usaha, seperti terbatasnya akses modal dan pasar, juga berkontribusi terhadap kondisi ini.

Seberapa besar peran teknologi (media sosial, aplikasi online) dalam meningkatkan penjualan frozen food Anda?

100 responses



Sebagian besar responden (85%) menyadari dampak positif teknologi dalam usaha *frozen food*. Dari mereka, 45% menilai peran teknologi cukup besar, yang berarti teknologi membantu meningkatkan efisiensi operasional, seperti dalam penyimpanan, pengemasan, dan distribusi produk. Penggunaan peralatan modern, seperti mesin pendingin dan alat pengemas, memungkinkan pelaku usaha menjaga kualitas produk dan memperpanjang umur simpan. Sementara itu, 40% responden yang menganggap teknologi memiliki peran sangat besar menunjukkan bahwa mereka telah mengintegrasikan teknologi lebih dalam, termasuk dalam pemasaran online dan penggunaan platform e-commerce. Ini membantu mereka menjangkau lebih banyak pelanggan dan memperluas pasar, yang berdampak positif pada penjualan. Namun, 15% responden yang merasa teknologi tidak berpengaruh mungkin berasal dari pelaku usaha yang masih menggunakan metode tradisional atau memiliki akses terbatas terhadap teknologi terbaru, sehingga mereka tidak merasakan manfaatnya.

Secara keseluruhan, survei ini mengindikasikan bahwa teknologi berperan penting dalam pengembangan usaha *frozen food*. Meskipun mayoritas pelaku usaha menyadari manfaatnya untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing, tantangan dalam adopsi teknologi tetap ada bagi sebagian kecil pelaku usaha yang belum memanfaatkannya secara maksimal.

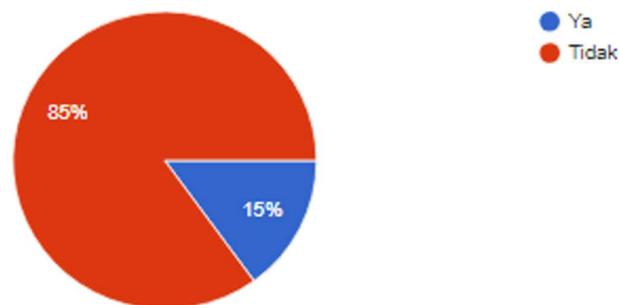
Peran Pemerintah Dalam Mendukung UMKM Frozen Food Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga di Era Digital

Pada bagian ini, fokus pembahasan beralih kepada peran pemerintah dalam mendukung pengembangan UMKM, khususnya di sektor *frozen food*. Pertanyaan ini bertujuan untuk menggali pandangan para pelaku usaha mengenai sejauh mana dukungan yang diberikan oleh pemerintah dan bagaimana hal tersebut berdampak pada kelangsungan dan pertumbuhan bisnis mereka. Dalam wawancara dengan pemilik Frozen Delight, mereka menjelaskan pengalaman mereka terkait dukungan pemerintah yang mereka terima dan tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha.

“Sebenarnya, saya belum merasakan dukungan dari pemerintah untuk bisnis UMKM saya. Ada beberapa program pelatihan atau seminar, tapi untuk mendapatkan bantuan modal atau fasilitas lainnya masih cukup sulit. Prosesnya sering kali ribet, dengan banyak syarat yang membuat pusing. Jadi, saat ini saya lebih mengandalkan usaha sendiri dan belum banyak mendapatkan bantuan dari pemerintah. Mudah-mudahan ke depannya ada program yang bisa membantu usaha kecil seperti saya.”

Apakah ada dukungan dari pemerintah atau lembaga lain yang membantu pengembangan usaha frozen food Anda?

100 responses



Berdasarkan data tersebut, hanya 15% responden yang mendapatkan dukungan dari pemerintah atau lembaga lainnya untuk mengembangkan usaha *frozen food* yang mereka jalankan sedangkan 85% menjawab tidak mendapatkan dukungan pemerintah. Pemerintah memiliki peran yang signifikan terhadap pengembangan UMKM mulai dari pemberian kemudahan akses pembiayaan sebagai modal untuk menjalankan usaha dengan bunga yang rendah atau tanpa agunan. Pemerintah juga dapat memberikan dukungan dengan cara mengadakan pelatihan dan pengembangan SDM untuk memperkuat daya saing dan menciptakan inovasi baru bagi para pelaku usaha di era digital. Pemerintah juga harus mendukung UMKM melalui regulasi dan kebijakan Pro UMKM seperti mempermudah perizinan usaha, atau memberikan insentif fiskal bagi para pelaku usaha umkm yang memiliki keterbatasan secara finansial agar dapat terus berkembang. Dengan dukungan dari pemerintah, UMKM *frozen food* dapat mengoptimalkan peluang di era digital ini untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga serta berkontribusi terhadap perekonomian nasional.

Secara keseluruhan, hasil kuesioner menunjukkan bahwa usaha frozen food memiliki potensi signifikan dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan rumah tangga di Kecamatan Mustika Jaya. Namun, masih ada tantangan dalam hal pengembangan usaha dan adopsi teknologi yang perlu diatasi untuk memaksimalkan potensi ini. Dukungan dari pemerintah dan akses terhadap pelatihan serta modal sangat diperlukan untuk memperkuat posisi UMKM frozen food di wilayah ini.

KESIMPULAN

Era digital memungkinkan UMKM *frozen food* untuk menjangkau konsumen di luar daerah lokal melalui platform *e-commerce* dan media sosial, sehingga meningkatkan potensi penjualan. Teknologi digital membantu UMKM dalam manajemen inventaris dan pemesanan, mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi produksi. Penggunaan media sosial dan kampanye digital memungkinkan UMKM untuk mempromosikan produk mereka secara efektif, menarik lebih banyak pelanggan dengan biaya yang lebih rendah. UMKM terdorong untuk meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing di pasar digital, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas. Dengan adanya platform online, UMKM dapat menawarkan variasi produk yang lebih luas, membantu dalam diversifikasi sumber pendapatan. UMKM *frozen food* sering kali melibatkan anggota komunitas lokal, menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan rumah tangga. Secara keseluruhan, UMKM *frozen food* berperan penting dalam peningkatan pendapatan rumah tangga di era digital, dengan memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi serta inovasi produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiharto, T., & Pratiwi, L. (2021). Digitalisasi UMKM sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga. *Jurnal Ekonomi Keluarga*, 4(3), 66–75.
- Adi, M. S., & Widodo, A. (2020). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keberhasilan UMKM di Sektor Kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(3), 151–160.
- Marlina, S., & Nugraheni, D. (2021). Dampak Pemasaran Digital terhadap Perkembangan Usaha Frozen Food di Masa Pandemi. *Jurnal Ekonomi Digital dan Bisnis Online*, 3(2), 111–118.
- Rahayu, S., & Ariyanti, N. (2022). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(1), 102–113.
- Wulandari, D. R., & Suryani, T. (2022). Implementasi E-commerce untuk UMKM Makanan Beku dan Pengaruhnya terhadap Pendapatan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Online*, 6(1), 123–132.
- Yuniarti, F., & Ramadhani, R. (2020). Kendala dan Peluang Pengembangan UMKM di Era Digitalisasi. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 9(4), 235–245.