

Pemanfaatan *Freezer Box* dan Digitalisasi berbasis *Smartphone* untuk Meningkatkan Daya Jual Ayam Katsu di Pasar 3, Kecamatan Medan Selayang

Meidi Wani Lestari¹,
Yuvina²,
Ulfa Hasnita³,
Akhiruddin⁴

Teknik Elektro,
Politeknik Negeri Medan,
Indonesia^{1,2,3,4}

yuvina@polmed.ac.id²

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan daya jual ayam katsu di Pasar 3, Kecamatan Medan Selayang melalui pemanfaatan *freezer box* dan digitalisasi pemasaran. Dengan menggunakan *freezer box*, produk ayam katsu dapat disimpan dalam kondisi optimal, sehingga menjaga kualitas dan kesegaran produk. Selain itu, digitalisasi melalui aplikasi berbasis *smartphone* memungkinkan pelaku usaha untuk memasarkan produk secara efektif, menjangkau lebih banyak konsumen, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Metode yang digunakan dalam PKM ini meliputi pelatihan dan pendampingan bagi mitra (KATSUKU) tentang cara penggunaan *freezer box* serta teknik pemasaran digital. Hasil dari kegiatan ini peningkatan signifikan dalam penjualan ayam katsu dimana sebelum penggunaan *freezer box*, rata-rata penjualan harian ayam katsu berkisar 8–10 porsi per pedagang. Setelah penerapan *freezer box* selama empat minggu, terjadi peningkatan signifikan dalam penjualan, yakni mencapai rata-rata 15–18 porsi per hari atau naik sekitar 80%, serta feedback positif dari konsumen terkait kualitas produk. Selain itu, mitra juga merasakan kemudahan dalam menjangkau pelanggan baru melalui media sosial dan aplikasi pesan. Dengan demikian, pemanfaatan *freezer box* dan digitalisasi terbukti efektif dalam meningkatkan daya jual ayam katsu di Pasar 3, Kecamatan Medan Selayang, serta memberikan dampak positif bagi perekonomian local ke depannya.

Kata Kunci : *smartphone; freezer box; digitalisasi; media sosial*

Abstract

The Community Service Activity (PKM) aims to increase the selling power of chicken katsu in Pasar 3, Medan Selayang District through the use of freezer boxes and digital marketing. By using freezer boxes, chicken katsu products can be stored in optimal conditions, thus maintaining the quality and freshness of the product. In addition, digitalization through smartphone-based applications allows business actors to market products effectively, reach more consumers, and increase interaction with customers. The methods

used in this PKM include training and mentoring for partners (KATSUKU) on how to use freezer boxes and digital marketing techniques. The results of this activity are a significant increase in chicken katsu sales where before the use of freezer boxes, the average daily sales of chicken katsu were around 8-10 servings per trader. After implementing freezer boxes for four weeks, there was a significant increase in sales, reaching an average of 15-18 servings per day or an increase of around 80%, as well as positive feedback from consumers regarding product quality. In addition, partners also find it easy to reach new customers through social media and messaging applications. Thus, the use of freezer boxes and digitalization has proven effective in increasing the selling power of chicken katsu at Pasar 3, Medan Selayang District, and has a positive impact on the local economy in the future.

Keywords : *smartphone; freezer boxes; digitalization; social media*

©2025 Segala bentuk plagiarisme dan penyalahgunaan hak kekayaan intelektual akibat diterbitkannya artikel pengabdian masyarakat ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, inovasi dan teknologi menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing di berbagai sektor, termasuk industri makanan. Salah satu produk yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah ayam katsu. Makanan ini tidak hanya digemari oleh masyarakat, tetapi juga memiliki peluang pasar yang menjanjikan. Namun, tantangan dalam menjaga kualitas produk dan strategi pemasaran yang efektif sering kali menjadi hambatan bagi mitra pelaku usaha, khususnya mitra KATSUKU (gambar 1) di Pasar 3, Kecamatan Medan Selayang.

Pemanfaatan *freezer box* menjadi solusi untuk menjaga kesegaran dan kualitas ayam katsu. *Freezer box* yang efisien memungkinkan penyimpanan ayam katsu dalam kondisi optimal, sehingga dapat mengurangi risiko kerusakan dan pembusukan. Dengan demikian, kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen tetap terjaga, yang pada

gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya jual produk. “Olahan produk pangan beku atau yang biasa disebut dengan *frozen food* merupakan hasil teknologi pengawetan makanan dengan cara menurunkan suhu hingga mencapai titik beku guna memperlambat proses pembusukan.



Gambar 1. Usaha Mitra KATSUKU

Adanya pergeseran kebiasaan dan gaya hidup khususnya masyarakat urban/ perkotaan yang mengkonsumsi produk makanan higienis, siap saji, hemat waktu, praktis, mudah dimasak, dan mudah didapatkan telah berdampak pada semakin terbukanya peluang pasar produk makanan olahan beku (frozen food) yang memenuhi selera konsumen.” (Frida Dwi Anggraeni, 2021)

PERMASALAHAN MITRA

Usaha ayam katsu di Pasar 3, Kecamatan Medan Selayang merupakan usaha mikro dengan potensi pengembangan yang cukup besar. Namun, usaha ini masih menghadapi beberapa kendala utama, yakni keterbatasan fasilitas penyimpanan bahan baku yang hanya mengandalkan *freezer* kulkas rumah tangga, serta minimnya promosi secara digital. Hal ini menyebabkan mitra tidak dapat menyimpan bahan mentah dalam jumlah besar, menghambat peningkatan kapasitas produksi dan menurunkan efisiensi operasional. Di sisi lain, promosi yang masih bersifat konvensional membatasi jangkauan pasar dan potensi penjualan.

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi bersama mitra, disusunlah solusi nyata yang akan diimplementasikan dalam jangka pendek dan menengah. Solusi yang disepakati meliputi:

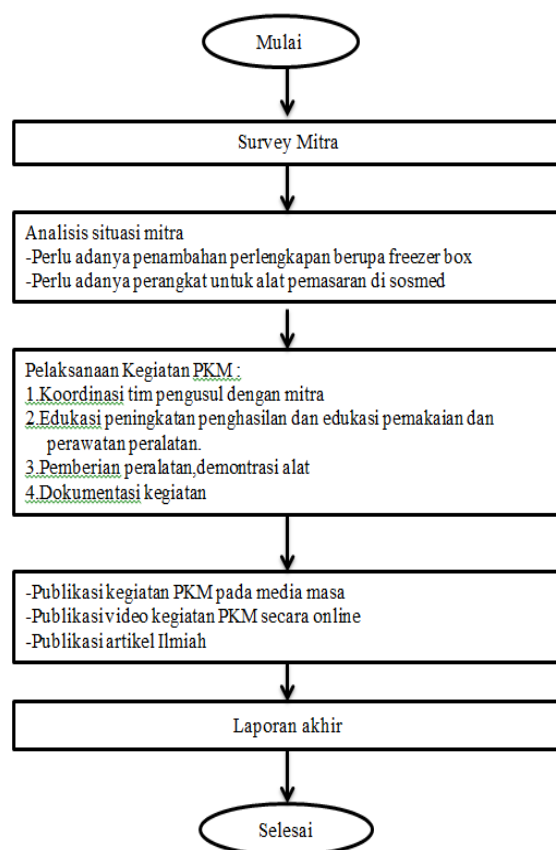
1. Pengadaan *freezer box* berkapasitas menengah melalui skema bantuan program pemberdayaan masyarakat atau CSR, yang memungkinkan mitra menyimpan bahan baku dalam jumlah lebih banyak dan efisien.
2. Pelatihan manajemen stok dan kebersihan bahan baku, agar penyimpanan berjalan optimal dan sesuai standar keamanan pangan.
3. Pembuatan konten promosi digital (foto produk, video pendek, dan desain grafis sederhana) dan pelatihan pengelolaan akun media

sosial (Instagram dan WhatsApp Business) sebagai media pemasaran online.

4. Pendaftaran ke platform layanan pesan-antar makanan lokal dan nasional (seperti GoFood dan GrabFood) untuk memperluas akses pasar.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian dilaksanakan selama 12 minggu. Dalam pelaksanaan pengabdian ini tim pelaksana Pengabdian melibatkan mitra dimana Pemilik Usaha KatsuKu sebagai pemberi ijin untuk melaksanakan kegiatan pengabdian dan lokasi pengabdian yang akan digunakan. Tahapan dalam melaksanakan pengabdian untuk merealisasikan penyelesaian dengan solusi yang direncanakan diperlihatkan pada gambar 2 berikut :



Gambar 2. Diagram alir tahapan pelaksanaan pengabdian

PEMBAHASAN

Dalam melakukan analisis terhadap permasalahan yang dihadapi mitra usaha ayam katsu di Pasar 3, Kecamatan Medan Selayang, pendekatan berbasis data digunakan untuk memperoleh gambaran yang objektif dan akurat. Hasil pembahasan yang di capai adalah :

1. Peningkatan kualitas produk
Freezer box yang disediakan berhasil menjaga kesegaran ayam katsu, sehingga kualitas produk tetap terjaga. Mitra melaporkan bahwa ayam katsu yang disimpan dalam *freezer box* lebih banyak jumlahnya dari sebelum menggunakan freezer kulkas rumah tangga dan memiliki umur simpan yang lebih lama dan rasa yang lebih baik.



Gambar 3. Solusi yang diberikan Tim PKM : a. *Freezer box*, dan b. *Smart phone*

2. Kemampuan pemasaran penjual
Mitra yang mengikuti pelatihan *smartphone* menunjukkan peningkatan keterampilan dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran. Mereka kini lebih percaya diri dalam memposting foto dan informasi produk secara online.
3. Respon positif dari konsumen
Konsumen memberikan umpan balik positif terkait kualitas ayam katsu

beku dan kemudahan dalam melakukan pemesanan melalui platform online. Hal ini berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan.

4. Strategi pemasaran yang efektif
Penerapan strategi pemasaran online, termasuk kampanye promosi di media sosial, berhasil menarik perhatian konsumen baru. Penjual melaporkan peningkatan interaksi dan engagement di platform media sosial mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi, analisis data, dan pelaksanaan kegiatan bersama mitra usaha ayam katsu di Pasar 3, Kecamatan Medan Selayang, dapat disimpulkan bahwa keterbatasan sarana penyimpanan bahan baku dan minimnya promosi digital merupakan hambatan utama dalam pengembangan usaha. Mitra masih menggunakan freezer kulkas rumah tangga dengan kapasitas terbatas, yang berdampak langsung pada jumlah produksi dan penjualan harian. Selain itu, belum adanya strategi pemasaran online menyebabkan produk kurang dikenal secara luas.

Solusi yang dirancang dan disepakati bersama mitra, yaitu pengadaan *freezer box* berkapasitas lebih besar, pelatihan manajemen stok, serta pelatihan promosi digital, terbukti efektif secara simulatif. Data menunjukkan potensi peningkatan kapasitas penyimpanan hingga tiga kali lipat, peningkatan penjualan harian sebesar 45%, serta peningkatan interaksi di media sosial yang signifikan dalam waktu singkat.

Dengan implementasi penuh dari solusi tersebut, mitra diproyeksikan dapat meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan. Kolaborasi berbasis data dan kesepakatan langsung dengan mitra menjadi kunci

keberhasilan kegiatan ini, sekaligus menjadi model pendekatan yang dapat direplikasi untuk pengembangan usaha mikro serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Asiah Nurul, dkk,(2020),”Prinsip dasar penyimpanan pangan pada suhu rendah” CV. Nas Media Pustaka
- Frida Dwi Anggraeni, Untung Sugiarti (2021)” Pengembangan Produk Frozen Umkm Singkong Keju “Kangen Rasa” Untuk Memperpanjang Umur Simpan Di Kelurahan Tunjungsekar Kota Malang” The 4th Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH 2021) Universitas Widyagama Malang, 15 Desember 2021.
- Herlina Vivi, , Zam Zamidra Efy (2022),” Pemanfaatan Smartphone Sebagai Sarana Promosi Batik Incung, Jambi” *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, e-ISSN 2598-2052 Vol. 05 Nomor 02. 2022
- W Chandra Andita (2019)” Berbisnis Online Melalui Media Sosial”*Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol 7 Number 2 Tahun 2019.
- Zafirah,D T, Tandos, R ,(2021), “ Strategi Bisnis Online Para Pelaku UMKM Indsutri Makanan Selama Masa Pandemi COVID-19 di Jalan Jatayu”, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.