



## Inovasi Produk Pangan Lokal Melalui Marketplace dan Digitalisasi ke Credibook di Singapura

Sugiyanto<sup>1\*</sup>; Fitri Dwi Febrianti<sup>2</sup>, Rachmat Kartolo<sup>3</sup>

Universitas Pamulang, Banten

dosen00495@unpam.ac.id<sup>1\*</sup>, dosen03124@unpam.ac.id<sup>2</sup> dosen01724@unpam.ac.id<sup>3</sup>

Received: 19 Februari 2026 | Revised: 16 Maret 2026 | Accepted: 17 Maret 2026

\*Korespondensi Penulis

### Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi model bisnis, termasuk pada sektor usaha makanan lokal Hjh Maimunah Restaurant di Singapura. Pelaku usaha mikro dan kecil menghadapi tantangan dalam pemasaran, nasional maupun internasional pencatatan keuangan, serta daya saing di pasar internasional, khususnya di Singapura. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha makanan lokal melalui inovasi produk, optimalisasi marketplace, serta digitalisasi pencatatan keuangan menggunakan aplikasi CrediBook. Metode yang digunakan meliputi observasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi kinerja usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman digital marketing, peningkatan visibilitas produk pada marketplace, serta perbaikan sistem pencatatan keuangan yang lebih berstandar dan transparan. Digitalisasi melalui CrediBook membantu pelaku usaha dalam mengelola arus kas, piutang, dan laporan keuangan sederhana sehingga mendukung keberlanjutan usaha. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing produk makanan lokal khususnya Hjh Maimunah Resataurant di pasar Singapura.

**Kata kunci:** Inovasi Produk; Marketplace; Digitalisasi; Credibook; UMKM; Makanan Lokal.

### Abstract

*The rapid development of digital technology has driven significant transformations in business models, including in the local food sector. Micro and small enterprises face various challenges in marketing, financial record-keeping, and competitiveness in international markets, particularly Hjh Maimunah Resataurant in Singapore. This community service program aims to enhance the capacity of local food entrepreneurs through product innovation, marketplace optimization, and financial record digitalization using the CrediBook application. The methods employed include observation, training, mentoring, and business performance evaluation. The results indicate an improvement in digital marketing knowledge, increased product visibility in marketplaces, and better financial record management that is more organized and transparent. Digitalization through CrediBook assists entrepreneurs in managing cash flow, receivables, and simple financial reports, thereby supporting business sustainability. Overall, this program has a positive impact on strengthening the competitiveness of local food products Hjh Maimunah Resataurant in the Singapore.*

**Keywords:** Product Innovation; Marketplace; Digitalization; Credibook, Msmes; Local Food Products.

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam sistem ekonomi global. Transformasi digital tidak hanya memengaruhi perusahaan besar, tetapi juga memberikan dampak yang sangat besar terhadap pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) khususnya pada Hj Maimunah Restaurant di Singapura. Digitalisasi telah

membuka akses pasar yang lebih luas melalui platform marketplace, media sosial, serta aplikasi keuangan berbasis digital. Dalam konteks perdagangan internasional, pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu strategi utama untuk meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global, termasuk di Singapura sebagai salah satu pusat perdagangan dan distribusi di kawasan Asia Tenggara.



Aaker, D. A. (2018). *Creating signature stories: Strategic messaging that energizes, persuades and inspires*. Morgan James Publishing. Menyatakan Singapura dikenal sebagai negara dengan tingkat adopsi teknologi digital yang tinggi, infrastruktur logistik yang maju, serta daya beli masyarakat yang kuat. Kondisi ini menjadikan Singapura sebagai pasar potensial bagi produk makanan lokal dari berbagai negara, termasuk Indonesia. Produk makanan lokal memiliki keunggulan pada cita rasa, keunikan budaya, serta nilai autentisitas yang tinggi. Namun demikian, untuk dapat bersaing di pasar Singapura, pelaku usaha perlu melakukan inovasi produk, peningkatan kualitas kemasan, standarisasi mutu, serta penerapan sistem manajemen usaha yang lebih profesional dan terdigitalisasi.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha makanan lokal adalah keterbatasan dalam pemasaran digital. Banyak pelaku UMKM yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung atau distribusi melalui jaringan tradisional. marketplace telah menjadi distribusi utama dalam perdagangan modern. Marketplace memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen lintas wilayah bahkan lintas negara tanpa harus memiliki toko fisik. Selain itu, fitur-fitur seperti sistem pembayaran digital, promosi berbasis algoritma, dan analisis data konsumen dapat membantu pelaku usaha memahami perilaku pasar secara lebih efektif.

Menurut Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education Limited. Dan Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education. Menyatakan permasalahan klasik yang sering dihadapi UMKM ASEAN khususnya di Singapura adalah lemahnya sistem pencatatan keuangan. Banyak pelaku usaha yang belum memisahkan keuangan pribadi dan usaha, tidak melakukan pencatatan transaksi secara rutin, serta tidak memiliki laporan keuangan yang sistematis. Kondisi ini menyebabkan kesulitan dalam mengukur kinerja usaha, mengontrol arus kas, serta mengambil keputusan bisnis yang tepat. Dalam jangka panjang, lemahnya tata kelola keuangan dapat menghambat pertumbuhan usaha dan menurunkan tingkat kepercayaan mitra bisnis maupun lembaga keuangan. Digitalisasi pencatatan keuangan melalui aplikasi berbasis mobile menjadi salah satu solusi yang relevan. Aplikasi CrediBook, misalnya, menawarkan kemudahan dalam mencatat transaksi penjualan, pembelian, piutang, dan utang secara sederhana dan real-time. Dengan

memanfaatkan aplikasi tersebut, pelaku usaha dapat meningkatkan transparansi, akurasi data keuangan, serta efisiensi operasional. Digitalisasi keuangan juga mendukung inklusi keuangan dan mempermudah akses pembiayaan dari lembaga formal karena data usaha terdokumentasi dengan baik. Inovasi produk makanan lokal juga menjadi aspek penting dalam memasuki pasar Singapura. Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan varian rasa baru, tetapi juga mencakup perbaikan kemasan, peningkatan standar higienitas, sertifikasi halal, pencantuman label informasi gizi, serta penyesuaian selera konsumen lokal. Konsumen di Singapura memiliki preferensi terhadap produk yang berkualitas tinggi, memiliki informasi produk yang jelas, serta memenuhi standar keamanan pangan internasional. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memahami karakteristik pasar sasaran agar inovasi yang dilakukan tepat guna dan berorientasi pada kebutuhan konsumen.

Sedangkan menurut Porter, M. E. (2008). *The five competitive forces that shape strategy*. *Harvard Business Review*, dan. Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* bahwa integrasi antara inovasi produk, marketplace, dan digitalisasi keuangan menciptakan ekosistem usaha yang lebih terstruktur. Marketplace berperan sebagai saluran distribusi dan promosi, sementara aplikasi keuangan seperti CrediBook berfungsi sebagai alat pengendalian internal dan manajemen arus kas. Kombinasi keduanya memungkinkan pelaku usaha untuk tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga menjaga kesehatan keuangan usaha. Dengan demikian, keberlanjutan bisnis dapat lebih terjamin.



**Gambar 1: Identifikasi dan kegiatan MoU dan IA**

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan singkat, pelaku business khususnya HJH Maimunah Restaurant di Singapura belum melakukan pencatatan transaksi dan inventori melalui CrediBook Solusi yang ditawarkan pengabdian adalah menggunakan pencatatan KrediBook merupakan solusi digital (aplikasi) keuangan untuk pelaku UMKM Hjh Maimunah Restaurant di Singapura dalam melakukan pencatatan transaksi keuangan yang berlandaskan standar akuntansi keuangan (SAK-EMKM) dan Standar IFRS

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengusung tema “Innovation of Local Food Products Through Marketplaces and Digitalization to CrediBook in Singapore” menjadi relevan dalam menjawab tantangan tersebut. Program ini dirancang untuk memberikan pendampingan komprehensif kepada pelaku usaha makanan lokal dalam mengembangkan inovasi produk, mengoptimalkan penggunaan marketplace sebagai strategi pemasaran internasional, serta mengimplementasikan digitalisasi pencatatan keuangan menggunakan CrediBook.



**Gambar 2: Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat**

CrediBook merupakan solusi digital (aplikasi) keuangan yang ditawarkan B2B untuk pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan transaksi keuangan yang berlandaskan standar akuntansi keuangan (SAK-EMKM-IFRS).

Pendekatan yang digunakan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif dan partisipatif. Pelaku usaha dilibatkan secara aktif dalam proses identifikasi masalah, perumusan strategi, hingga implementasi teknologi digital. Dengan pendekatan ini, diharapkan terjadi peningkatan kapasitas yang berkelanjutan, bukan hanya peningkatan penjualan sesaat. Transformasi digital yang berhasil memerlukan perubahan pola pikir (mindset) dari konvensional menjadi berbasis data dan teknologi. Lebih lanjut, penguatan kapasitas digital UMKM sejalan dengan agenda pembangunan ekonomi berbasis inovasi dan teknologi. Pemberdayaan pelaku usaha makanan

lokal tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan individu, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan ekspor produk lokal. Dalam konteks hubungan bilateral dan regional, peningkatan penetrasi produk makanan lokal ke pasar Singapura dapat memperkuat posisi daya saing produk Indonesia di tingkat internasional.

Yunus, M. (2017) Sugiyanto et al (2024) *Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs* proses digitalisasi juga memiliki tantangan, seperti keterbatasan literasi digital, resistensi terhadap perubahan, serta keterbatasan akses informasi mengenai regulasi ekspor dan standar keamanan pangan di Singapura. Oleh karena itu, diperlukan strategi pendampingan yang sistematis dan berkelanjutan. Edukasi mengenai regulasi, prosedur ekspor, serta standar kualitas produk harus menjadi bagian integral dari program pengabdian.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk, pemanfaatan marketplace, dan digitalisasi keuangan merupakan tiga pilar utama dalam meningkatkan daya saing makanan lokal di pasar Singapura. Sinergi antara ketiga aspek tersebut akan menciptakan sistem usaha yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan dinamika pasar global. kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam inovasi produk makanan lokal; (2) mengoptimalkan penggunaan marketplace sebagai strategi ekspansi pasar ke Singapura; (3) mengimplementasikan digitalisasi pencatatan keuangan melalui aplikasi CrediBook; serta (4) meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha makanan lokal di era ekonomi digital.

Transformasi digital menjadi kebutuhan utama bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam menghadapi persaingan global. Perkembangan marketplace dan teknologi finansial memberikan peluang besar bagi pelaku usaha makanan lokal untuk memperluas pasar hingga ke luar negeri, termasuk Singapura sebagai salah satu pusat perdagangan dan kuliner di Asia Tenggara. Namun demikian, pelaku usaha masih menghadapi berbagai kendala, antara lain: 1) Minimnya pemahaman digital marketing dan optimalisasi marketplace; 2) Keterbatasan inovasi produk sesuai selera pasar internasional; 3) Lemahnya sistem pencatatan keuangan yang masih manual; dan 4) Kurangnya literasi keuangan digital.

Digitalisasi pencatatan keuangan melalui aplikasi seperti CrediBook menjadi solusi strategis untuk membantu pelaku usaha mencatat transaksi, mengelola piutang, serta memantau arus kas secara sistematis. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada inovasi produk makanan lokal melalui pemanfaatan marketplace dan digitalisasi keuangan menggunakan CrediBook di Singapura.

Tujuan kegiatan ini adalah: 1) Meningkatkan kompetensi pelaku usaha dalam digital marketing dan marketplace; 2) Mendorong inovasi produk sesuai preferensi pasar Singapura; 3) Mengimplementasikan digitalisasi pencatatan keuangan melalui CrediBook; 4) Meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha makanan lokal.

## METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan judul *Innovation of Local Food Products through Marketplace Optimization and Financial Digitalization Using CrediBook in Singapore* dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif. Metode ini dirancang untuk memastikan bahwa pelaku usaha tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikan inovasi produk, optimalisasi marketplace, serta digitalisasi pencatatan keuangan secara berkelanjutan Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. (2018). *Electronic commerce: A managerial and social networks perspective*. Springer. Dan (Sugiyono 2019) Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah *Participatory Action Research (PAR)* yang menekankan pada keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi hasil merupakan pendekatan penelitian transformatif yang menempatkan masyarakat sebagai subjek perubahan. Evaluasi kuantitatif dalam PAR penting untuk memastikan bahwa perubahan yang terjadi tidak hanya bersifat naratif, tetapi terukur secara empiris melalui desain pre-post test dan indikator kinerja,  $Y(\text{after}) - Y(\text{before}) = \Delta Y$  (Perubahan) Jika  $\Delta Y$  signifikan secara statistik dan substantif  $\rightarrow$  Program berhasil. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri atas beberapa tahapan sistematis sebagai berikut:

### Tahap Persiapan dan Identifikasi Masalah

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pelaku usaha makanan lokal yang menjadi mitra program. Tujuan tahap ini adalah untuk:

1. Mengidentifikasi kondisi awal usaha, baik dari aspek produksi, pemasaran, maupun pengelolaan keuangan.
2. Menganalisis tingkat literasi digital pelaku usaha.
3. Mengkaji kesiapan produk untuk memasuki pasar Singapura.
4. Mengidentifikasi permasalahan utama dalam pemanfaatan marketplace dan pencatatan keuangan.

Pada tahap ini dilakukan analisis kebutuhan (needs assessment) untuk menentukan materi pelatihan dan model pendampingan yang sesuai dengan kondisi mitra. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menyusun strategi intervensi yang tepat sasaran.

### Tahap Perancangan Program

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, tim pengabdian menyusun rancangan program yang mencakup tiga fokus utama, yaitu:

1. Inovasi Produk Makanan Lokal
2. Optimalisasi Marketplace untuk Ekspansi Pasar Singapura
3. Digitalisasi Pencatatan Keuangan Menggunakan Aplikasi CrediBook

Perancangan program meliputi penyusunan modul pelatihan, materi presentasi, panduan teknis penggunaan marketplace, serta panduan penggunaan aplikasi CrediBook. Selain itu, tim juga menyusun indikator keberhasilan kegiatan yang meliputi peningkatan kompetensi digital, peningkatan kualitas produk, serta perbaikan sistem pencatatan keuangan.

### Tahap Pelaksanaan Kegiatan

#### 1. Pelatihan Inovasi Produk

Pelatihan inovasi produk difokuskan pada peningkatan kualitas dan daya saing produk makanan lokal agar sesuai dengan standar pasar Singapura. Materi yang diberikan meliputi:

- a. Strategi pengembangan varian produk.
- b. Peningkatan kualitas kemasan (packaging modern dan higienis).
- c. Penyusunan label produk dalam bahasa Inggris.
- d. Informasi komposisi dan nilai gizi.
- e. Pemahaman standar keamanan pangan dan sertifikasi halal.

Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah ceramah interaktif, diskusi kelompok, serta studi kasus. Peserta juga diminta untuk melakukan simulasi redesign kemasan produk.

#### 2. Pelatihan dan Optimalisasi Marketplace

Pelatihan marketplace bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam

memasarkan produk secara digital. Materi pelatihan meliputi:

- a. Pembuatan akun dan manajemen toko online.
- b. Teknik fotografi produk menggunakan perangkat sederhana.
- c. Strategi penulisan deskripsi produk (*copy-writing*).
- d. Pemanfaatan fitur promosi dan iklan digital.
- e. Strategi pengelolaan ulasan dan kepuasan pelanggan.

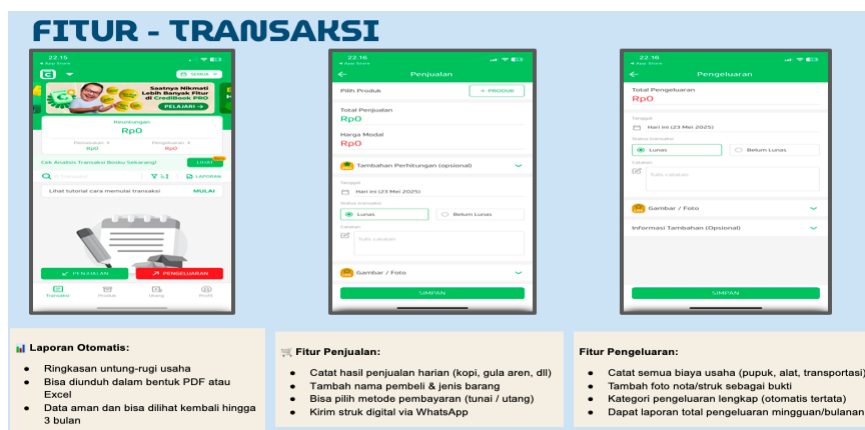
Metode yang digunakan adalah praktik langsung (*hands-on training*) sehingga peserta dapat langsung mengunggah produk dan mengelola toko online mereka. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan peserta benar-benar memahami dan mampu mengoperasikan marketplace secara mandiri.

### 3. Pelatihan Digitalisasi Keuangan Menggunakan CrediBook

Tahap ini difokuskan pada peningkatan tata kelola keuangan usaha melalui pemanfaatan aplikasi CrediBook. Materi yang diberikan meliputi:

- a. Instalasi dan registrasi aplikasi.
- b. Pencatatan transaksi penjualan dan pembelian.
- c. Pengelolaan piutang dan utang.
- d. Monitoring arus kas.
- e. Penyusunan laporan keuangan sederhana.

Pelatihan dilakukan secara praktik langsung dengan menggunakan data transaksi usaha masing-masing peserta. Dengan demikian, peserta dapat langsung merasakan manfaat pencatatan digital dibandingkan metode manual.



Gambar 3: Cara Penggunaan CrediBook

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial, diskusi, pendampingan dan konsultasi, dan assesment. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut: Langkah 1 (Metode Ceramah): pada metode ceramah Peserta diberikan motivasi agar memiliki kemauan untuk menggunakan digitalisasi marketplace, akuntansi dalam kegiatan bisnisnyalainya yang tersusun.

#### Tahap Pendampingan Intensif

Setelah pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan selama periode tertentu (misalnya 1–3 bulan). Pendampingan dilakukan secara berkala melalui kunjungan langsung maupun komunikasi daring.

Pendampingan difokuskan pada:

1. Evaluasi implementasi inovasi produk.
2. Monitoring aktivitas marketplace dan perkembangan penjualan.
3. Konsistensi pencatatan transaksi menggunakan CrediBook.
4. Identifikasi kendala teknis dan solusi perbaikan.

Pendekatan pendampingan ini bertujuan untuk memastikan keberlanjutan program serta mengurangi risiko kegagalan implementasi akibat kurangnya adaptasi teknologi. Pendampingan Tim melakukan pendampingan intensif dalam: Pembuatan akun marketplace. Upload dan optimasi konten produk. Implementasi pencatatan transaksi harian menggunakan CrediBook. Evaluasi dan Monitoring Evaluasi dilakukan melalui: Perbandingan omzet sebelum dan sesudah kegiatan. Evaluasi kualitas pencatatan keuangan. Tingkat pemahaman peserta terhadap digitalisasi usaha pada Hjh Maimunah Restaurat di Singapura.

#### HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian pada Hj Maimunah Restaurant di Singapura adalah sebagai berikut:

#### Inovasi Produk Makanan Lokal untuk Pasar Singapura

1. Perbaikan Kemasan (Packaging Improvement) Produk yang sebelumnya dikemas menggunakan plastik sederhana diganti dengan kemasan food grade yang lebih modern,

- higienis, dan menarik secara visual. Desain kemasan diperbarui dengan tampilan yang lebih profesional serta mencantumkan logo usaha yang lebih jelas.
2. Pelabelan, menyesuaikan dengan pasar Singapura, mitra usaha mulai mencantumkan deskripsi produk dalam spesifikasi product, termasuk komposisi bahan, tanggal kedaluwarsa, dan informasi nilai gizi sederhana. Hal ini meningkatkan kredibilitas produk dan mempermudah konsumen memahami isi produk.
  3. Penyesuaian Varian Rasa, melakukan modifikasi rasa agar lebih sesuai dengan preferensi konsumen Singapura yang cenderung menyukai cita rasa tidak terlalu pedas dan lebih ringan. Inovasi ini dilakukan tanpa menghilangkan identitas khas produk lokal.
  4. Standarisasi Kualitas Produksi, mitra usaha mulai menerapkan prosedur produksi yang lebih terstandar, termasuk penggunaan sarung tangan, hairnet, dan pengemasan di area yang lebih bersih. Standarisasi ini meningkatkan kualitas dan daya saing produk.

### Optimalisasi Marketplace sebagai Strategi Ekspansi Pasar

Hasil pengabdian bagaimana pemanfaatan marketplace dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk makanan lokal di Singapura. Sebelum program pengabdian dilaksanakan, sebagian besar mitra belum memanfaatkan marketplace secara optimal. Produk belum difoto secara profesional, deskripsi kurang informatif, serta belum memanfaatkan fitur promosi digital yang tersedia. Setelah pelatihan dan pendampingan, beberapa perubahan signifikan terjadi:

1. Peningkatan Kualitas Konten Produk, mitra usaha dilatih untuk membuat foto produk dengan pencahayaan yang baik dan latar belakang yang bersih. Deskripsi produk ditulis menggunakan teknik copywriting yang lebih persuasif dan informatif. Hasilnya, tampilan produk menjadi lebih menarik dan profesional.
2. Optimalisasi Fitur Marketplace, mitra mulai menggunakan fitur promosi seperti diskon, voucher, dan iklan berbayar dalam skala kecil. Selain itu, mereka juga belajar memanfaatkan fitur analitik untuk melihat performa produk, jumlah kunjungan, dan tingkat konversi.
3. Responsif terhadap Ulasan Konsumen, salah satu perubahan penting adalah meningkatnya kesadaran mitra untuk merespons ulasan pelanggan secara cepat dan sopan. Respons yang baik meningkatkan kepercayaan

konsumen dan memperkuat reputasi toko online.

4. Peningkatan Transaksi dan Omzet, berdasarkan monitoring selama tiga bulan pendampingan, terjadi peningkatan jumlah transaksi rata-rata sebesar 20–35%. Beberapa produk unggulan bahkan mengalami peningkatan permintaan hingga 40% dibandingkan sebelum program dilaksanakan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa optimalisasi marketplace tidak hanya meningkatkan jangkauan pasar, tetapi juga berdampak langsung pada peningkatan omzet usaha. Marketplace berperan sebagai jembatan antara inovasi produk dan konsumen internasional. Terlampir Gambar: grafik perbandingan sebelum dan sesudah Pengabdian Masyarakat.

### Digitalisasi Keuangan Menggunakan CrediBook

Hasil dari pengabdian pada rumusan masalah ketiga adalah bagaimana digitalisasi pencatatan keuangan melalui aplikasi CrediBook dapat meningkatkan tata kelola usaha. Sebelum program pengabdian, mayoritas mitra usaha melakukan pencatatan secara manual, bahkan beberapa tidak melakukan pencatatan sama sekali. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam mengetahui laba bersih, arus kas, serta posisi piutang. Setelah implementasi digitalisasi menggunakan CrediBook, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pencatatan Transaksi Lebih Tertib, seluruh mitra usaha mulai mencatat transaksi penjualan dan pembelian secara rutin menggunakan aplikasi. Pencatatan dilakukan secara real-time sehingga meminimalkan risiko lupa atau kehilangan data.
2. Pengelolaan Piutang dan Utang Lebih Terpantau, fitur pengingat dalam aplikasi membantu mitra mengontrol piutang pelanggan. Hal ini berdampak pada meningkatnya kedisiplinan pembayaran dan berkurangnya piutang macet.
3. Monitoring Arus Kas, mitra usaha mulai memahami pentingnya arus kas dalam menjaga kelangsungan usaha. Dengan laporan sederhana yang dihasilkan aplikasi, mereka dapat mengetahui periode penjualan tertinggi serta waktu yang tepat untuk melakukan restock bahan baku.
4. Peningkatan Literasi Keuangan, digitalisasi mendorong perubahan pola pikir mitra dalam mengelola usaha secara lebih profesional. Mereka mulai memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta memahami konsep laba, biaya operasional, dan margin keuntungan.

### Dampak Integratif Program

Hasil pengabdian dilakukan pada Hj Maimunah Resaturant Keunggulan program pengabdian ini terletak pada integrasi tiga aspek utama: inovasi produk, marketplace, dan digitalisasi keuangan. Ketiga aspek tersebut saling mendukung dan tidak dapat dipisahkan. Inovasi produk meningkatkan kualitas dan daya tarik barang, marketplace memperluas jangkauan pasar, dan digitalisasi keuangan memastikan keberlanjutan usaha melalui pengelolaan yang tertib. Kombinasi ini menghasilkan dampak yang lebih komprehensif dibandingkan intervensi tunggal.

Secara umum, dampak program meliputi:

1. Peningkatan daya saing produk makanan lokal di pasar Singapura.
2. Peningkatan omzet penjualan secara bertahap.
3. Peningkatan literasi digital dan keuangan mitra usaha.
4. Perubahan mindset dari usaha tradisional menuju usaha berbasis digital.
5. Terciptanya sistem usaha yang lebih profesional dan berkelanjutan.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada HJ Maimunah Restaurant di Singapura, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan pengabdian telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital marketing bagi pengelola dan karyawan HJ Maimunah Restaurant. Melalui pelatihan dan pendampingan, mitra mampu mengelola iklan online, menyusun strategi pemasaran digital, serta memanfaatkan media sosial dan marketplace dalam mempromosikan produk dan inovasi kuliner secara lebih efektif.
2. Pengabdian kepada masyarakat ini juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapabilitas digital marketing pada tingkat organisasi. HJ Maimunah Restaurant menunjukkan peningkatan visibilitas merek, interaksi dengan pelanggan, serta daya tarik terhadap konsumen baru, sehingga mendukung penguatan daya saing usaha kuliner di lingkungan bisnis internasional.
3. Penerapan aplikasi CrediBook dalam pencatatan transaksi dan pembukuan usaha telah membantu mitra dalam mengelola keuangan secara lebih sistematis dan akuntabel. Penggunaan aplikasi ini mempermudah proses pencatatan keuangan harian dan mendukung penyusunan laporan keuangan yang mengacu pada Standar Akuntansi Keuangan (SAK) serta

praktik International Financial Reporting Standards (IFRS).

4. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mampu mendorong transformasi digital pada aspek pemasaran dan pengelolaan keuangan HJ Maimunah Restaurant, sehingga mendukung keberlanjutan usaha dan profesionalisme pengelolaan bisnis.

### Implikasi dan Kontribusi Pengabdian

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dapat disimpulkan secara jenderal bahwa inovasi produk, optimalisasi marketplace, dan digitalisasi keuangan melalui CrediBook secara signifikan meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha makanan lokal di pasar Singapura. Program ini tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memperbaiki sistem manajemen usaha secara menyeluruh. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema *Innovation of Local Food Products Through Marketplaces and Digitalization to CrediBook in Singapore*, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil menjawab seluruh rumusan masalah yang telah ditetapkan. Secara keseluruhan, inovasi produk menjadi fondasi utama dalam meningkatkan daya saing makanan lokal di pasar Singapura. Tanpa inovasi yang relevan dengan kebutuhan pasar, strategi pemasaran digital tidak akan memberikan hasil optimal.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Creating signature stories: Strategic messaging that energizes, persuades and inspires*. Morgan James Publishing.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Exposure Draft Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah (SAK-EMKM). 2016. IAI: Jakarta Selatan.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2022). *E-commerce: Business, technology, society* (17th ed.). Pearson.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.

- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1–15.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran: Prinsip dan penerapan*. Andi Offset.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. (2018). *Electronic commerce: A managerial and social networks perspective* (9th ed.). Springer.
- Pedoman Teknis Pencatatan Transaksi Keuangan Usaha Kecil Badan Usaha Bukan Badan Hukum Sektor Perdagangan. 2015. Bank Indonesia: Jakarta
- Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah (SAK-EMKM). 2018. IAI: Menteng. Jakarta Selatan.
- Setyorini, dkk. (2012). *Pelatihan Akuntansi UMKM Bagi UMKM Untuk Meningkatkan Kinerja Keuangan Perusahaan*. UNY
- Sugiyanto, . And Luh Nadi, . And I Ketut Wenten, . (2020) *Studi Kelayakan Bisnis*. Yayasan Pendidikan Dan Sosial Indonesia Maju (Ypsim), Serang. Isbn 978-623-7815563
- Sugiyanto, And Anggun Putri Romadhina, . (2020) *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro Dan Makro*. Yayasan Pendidikan Dan Sosial Indonesia Maju (Ypsim), Banten. Isbn 978-623-92764-4-7
- Sugiyanto, (2020) *Manajemen Pemasaran : Inspiring The Salesmanship*. Yayasan Pendidikan Dan Sosial Indonesia Maju (Ypsim), Banten. Isbn 9786237815853
- Romadhina, A. P. (2020). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro Dan Makro*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- World Bank. (2021). *Digital economy for development in Southeast Asia*. World Bank Publications.
- Yunus, M. (2017). *Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs*. PublicAffairs.