

Pelatihan *Digital Food dan Beverage* bagi Usaha Industri Banda Aceh Cake

Ismail ^a, Yuslinaini ^{b*}, Bahruni ^c, Fathurrahmad ^d, Syarifuddin ^e

^{a,c,d,e} Program Studi Manajemen Informatika, AMIK Indonesia, Kota Banda Aceh, Indonesia.

^{b*} Program Studi Teknologi Pangan, Universitas Serambi Mekkah, Kota Banda Aceh, Indonesia.

ABSTRACT

This activity aims to provide digital food and beverage training in order to increase knowledge, and implement and produce high-quality and hygienic food to consumers by utilizing various online media to grow increased income for the Banda Aceh Cake industry. The location of community service activities is carried out offline at Banda Aceh Cake on the 18th to the 22nd of November 2021. Community service activities use methods with stages of presentation, discussion, case studies, and evaluation. The results of the activity provide knowledge for participants and owners of food technology innovation by staying abreast of the development of the food industry and adapting to trends so that the technology used in the digital food and beverage industry benefits businesses and consumers, especially for Banda Aceh Cake.

ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan untuk memberi pelatihan digital food dan beverage agar dapat meningkatkan pengetahuan, mengimplementasikan dan menghasilkan makanan berkualitas tinggi serta higienis kepada konsumen dengan memanfaatkan berbagai media online untuk menumbuhkan peningkatan penghasilan bagi industri Banda Aceh Cake. Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan secara luring di Banda Aceh Cake pada tanggal 18 sampai dengan tanggal 22 bulan November tahun 2021. Kegiatan Pengabdian Masyarakat menggunakan metode dengan tahapan persentasi, diskusi, studi kasus, dan evaluasi. Hasil dari kegiatan memberikan pengetahuan bagi peserta dan pemilik akan inovasi teknologi pangan dengan tetap mengikuti perkembangan industri makanan serta beradaptasi dengan tren sehingga teknologi yang digunakan dalam industri digital food dan beverage menguntungkan bisnis dan konsumen khususnya bagi Banda Aceh Cake.

ARTICLE HISTORY

Received 6 January 2022

Accepted 25 March 2022

KEYWORDS

Training; Digital Foods; Digital Beverage; Industrial Business; Banda Aceh Cake.

KATA KUNCI

Pelatihan; Digital Food; Digital Beverage; Usaha Industri; Banda Aceh Cake.

1. Pendahuluan

Industri makanan juga telah mengalami banyak perubahan, terutama dalam satu dekade terakhir. Sekarang, kita dapat melihat hampir setiap bidang kehidupan bergantung pada teknologi. Pada pembicaraan secara khusus tentang industri makanan, skenarionya tampaknya hampir sama setiap tahunnya. Inovasi dan teknologi telah mengubah banyak aspek dari industri makanan saat ini. Industri *Digital food & Beverage* harus beradaptasi dengan transformasi digital (Saryatmo & Sukhotu, 2021; Mangifera & Mawardi, 2022) sehingga menjadikan suatu bisnis profesional dalam memanfaatkan pemasaran digital yang inovatif dengan mengembangkan bisnis secara *online* (Köbnick, Velu & McFarlane, 2020; Bresciani *et al.*, 2021). Beberapa penelitian perlu dilihat dan dikaji untuk dieksplorasi terkait tren dan inovasi teknologi pangan paling populer di tahun 2022 (Green *et al.*, 2022). Menurut Nanda, Xu, & Zhang (2021) menyebutkan industri pangan meningkat dikarenakan permintaan e-commerce dan dilanjutkan oleh Febriani & Dewi (2019) bahwa perubahan perilaku konsumen memaksa pedagang menyesuaikan proses pelayanan mereka agar lebih berhubungan dan membangun hubungan dengan pelanggan digital.

Pada tahun 2022, dimungkinkan untuk memesan makanan melalui komputer atau *smartphone* (Tang *et al.*, 2022; Nasir, Wali, & Sufyan 2022). Pelanggan memesan makanan menggunakan aplikasi atau situs *web* dan mengambilnya di restoran/ tempat usaha (Gupta, 2019). Makanan kemudian disiapkan dan dikirim ke rumah pelanggan oleh restoran/ tempat usaha (See-Kwong *et al.*, 2017). Pelanggan bisa mendapatkan makanan mereka lebih cepat dan lebih nyaman dari sebelumnya. Melihat kenyataan ini membuat restoran/ tempat usaha perlu berinvestasi dalam teknologi yang memungkinkan mereka menerima pesanan secara *online* dan melacaknya secara *real-time*. Selain itu, pada proses pengiriman menggunakan jasa pihak lain atau pengantar barang *online* untuk mengantarkan makanan mereka ke pelanggan dengan cepat dan efisien (Choi, 2020; Bitner *et al.*, 1997). Tetapi permasalahan lain yang harus dipikirkan adalah bagaimana mereka perlu beradaptasi dan melatih staf/karyawan mereka tentang cara menggunakan teknologi dan sistem baru tersebut. Sebagai hasil dari digitalisasi, pelanggan akan bisa mendapatkan makanan mereka lebih cepat dan lebih nyaman dari sebelumnya.

Beberapa tren di dunia dapat menjadi perhatian saat ini dengan penggunaan robotika (Ciupe & Maniu, 2014), dimana penggunaan robotika seperti mesin *pick and place packaging* di industri makanan digunakan (Dzitac & Mazid, 2012). Robotika dapat membantu produksi, pengemasan, dan bahkan distribusi. Mereka juga dapat membantu dengan keamanan dan kebersihan dalam industri makanan. Penggunaan robotika dapat membantu meningkatkan kualitas produk makanan. Ini juga dapat membantu mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi dalam industri makanan. Ada banyak perusahaan yang sekarang menggunakan robotika dalam proses pembuatannya. Tren ini kemungkinan akan berlanjut karena lebih banyak perusahaan melihat manfaat menggunakan robotika di industri makanan, tetapi pada industri kecil menimbulkan masalah biaya lain untuk menggunakan robotika.

Tren lain yang sedang populer di dunia adalah tren makanan sehat dan halal (Sohaib & Jamil, 2017; Samori *et al.*, 2017). Sebagian besar konsumen memerhatikan kebutuhan kesehatan mereka terhadap protein alternatif dan nutraceuticals ke dalam produk mereka (Tso *et al.*, 2020). Semakin banyak perusahaan yang ingin menambahkan bahan-bahan peningkat kesehatan ini ke dalam produk mereka (Liu *et al.*, 2022), maka akan meningkatkan kesadaran konsumen dalam menginginkan makanan yang rasanya enak dan baik untuk kesehatan. Aspek lain yang perlu

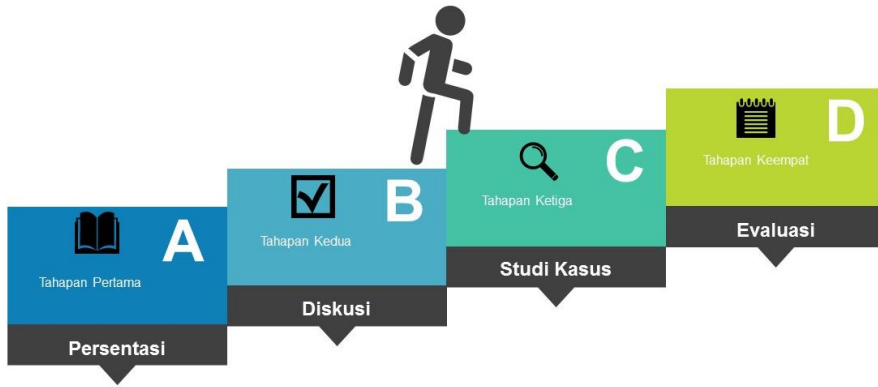
diperhatikan adalah label halal untuk meningkatkan citranya di mata konsumen (Muflih & Juliana, 2020), dan khususnya di Indonesia yang rata-rata konsumen muslim.

Selain itu, proses produksi di lingkungan yang bersih dan bebas dari kontaminan (Muscolo *et al.*, 2021) dengan berbagai peningkatan pengujian dan inspeksi produk perlu dilakukan untuk membantu dalam menjamin bahwa makanan aman untuk dikonsumsi dan sesuai dengan pedoman kualitas. Perlu perhatian kembali terkait transparansi tentang bahan yang digunakan, sehingga mendapatkan daya tarik konsumen. Hal ini telah banyak digunakan di beberapa perusahaan besar terkait informasi tentang bahan-bahan mereka, di mana mereka mendapatkannya, dan bagaimana mereka membuat makanan tersebut. Penekanan lainnya adalah pada pengurangan limbah makanan yang secara tidak langsung berdampak positif bagi lingkungan (Liu *et al.*, 2016). Penggunaan digital *platform* pada proses pengiriman perlu diperhatikan dalam pengemasan barang, upaya tersebut akan melindungi makanan dari kerusakan selama transit. Melihat transformasi digital juga telah membantu berbagai industri makanan dan minuman melalui peningkatan penggunaan energi dan otomatisasi. Industri layanan makanan dan minuman adalah industri yang sepenuhnya dinamis dan berkembang, di mana transformasi digital dapat menciptakan nilai nyata bagi bisnis yang mendistribusikan, mengirimkan, dan menjual produk makanan dan minuman.

Memanfaatkan manfaat transformasi digital pada industri makanan dan minuman dapat tumbuh dengan prospek maksimal. Penggunaan digital dapat membantu UMKM mencapai tingkat keamanan pangan yang tinggi, mengurangi pemborosan, dan mengurangi biaya dan risiko di berbagai tahap pemrosesan dan pengemasan makanan (Jingga, 2018; Wali *et al.*, 2021). Berdasarkan hasil observasi tim pengabdian di Banda Aceh Cake, belum memaksimalkan penggunaan teknologi pada proses produksi dikarenakan biaya dan staf yang tidak mahir menggunakan teknologi. Diharapkan dengan kegiatan pelatihan *digital food* dan *beverage* ini dapat meningkatkan pengetahuan, mengimplementasikan dan menghasilkan makanan berkualitas tinggi serta higienis kepada konsumen dengan memanfaatkan berbagai media *online* untuk menumbuhkan peningkatan penghasilan.

2. Metode

Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan secara luring di Banda Aceh Cake yang beralamat di Jalan Makam Pahlawan Nomor 4 Kampung Ateuk, Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 18 sampai dengan tanggal 22 bulan November tahun 2021. Kegiatan Pengabdian Masyarakat dalam pelatihan *digital food* dan *beverage* bagi usaha industri Banda Aceh Cake menggunakan metode dengan tahapan persentasi, diskusi, studi kasus, dan evaluasi.



Gambar 1. Alur Proses Metode Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Adapun penjelasan dari kegiatan setiap tahapan adalah sebagai berikut:

- Persentasi**
Pada tahapan ini dilakukan komunikasi untuk menyampaikan beberapa tren *Digital food* dan *Beverage*. Selanjutnya berbagai materi terkait tren teknologi industri akan dipaparkan oleh beberapa materi dan diperagakan secara langsung.
- Diskusi**
Pada tahapan diskusi dilakukan komunikasi terkait topik *Digital food* dan *Beverage* agar diketahui permasalahan yang terjadi pada mitra.
- Studi Kasus**
Pada tahapan ini dilakukan peragaan baik secara teori dan praktik untuk penggunaan *Digital food* dan *Beverage* yang dapat diimplementasikan oleh mitra.
- Evaluasi**
Pada tahap akhir yaitu evaluasi dilakukan untuk mengumpulkan data dan membandingkannya dengan sebelum dan sesudah kegiatan pelatihan sebagai dasar pengukuran hasil kegiatan.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelatihan *Digital food* dan *Beverage* bagi Usaha Industri Banda Aceh Cake dilakukan secara luring di Banda Aceh Cake dan berlangsung selama 5 (lima) hari dari tanggal 18 sampai dengan tanggal 22 bulan November tahun 2021. Kegiatan ini diikutkan oleh staff/ karyawan serta pemilik Banda Aceh Cake sebanyak 18 orang dan dilakukan secara bergantian dengan peserta 4 orang per-hari. Hal ini dilakukan agar tidak mengganggu aktivitas produksi harian dan menghambat kerja karyawan.

Selama 5 hari kegiatan, jadwal kegiatan dimulai pada hari pertama yaitu tanggal 18 bulan November tahun 2021 pada pukul 10:00, pada kegiatan ini dilakukan tahapan persentasi dimana semua staff/ karyawan dan pemilik hadir hingga pukul 11.23. Pemateri Ibu Yuslinaini, S.P, M.Si sebagai tim pengabdian dosen Universitas Serambi Mekkah dengan tema "Tren dan Teknologi Pangan untuk bisnis Bakery Cake di Indonesia dan Provinsi Aceh" dan dilanjutkan oleh Bapak Syarifuddin, S.Pd., M.M sebagai tim pengabdian dosen AMIK Indonesia memberikan materi terkait "Makanan Sehat dan Halal : Efektif dan Meningkatkan Daya Tarik Pembeli" dimulai dari pukul 11:37, pada kegiatan ini dilakukan tahapan persentasi dimana semua staff/ karyawan dan pemilik hadir hingga pukul 12.20. Pada hari kedua tanggal 19 bulan November tahun 2021, dilakukan tahap diskusi dengan pemilik dan staff/ karyawan dimulai dari pukul 19:30 sampai dengan 22:15. Kegiatan dilakukan malam dikarenakan kegiatan produksi tidak dilakukan. Pada kegiatan ini tim diskusi oleh

Ismail, ST., M.M dan Bahruni, S.Kom., M.M dan didampingi oleh Ibu Yuslinaini, S.P, M.Si. Kegiatan ini telah menggambarkan bagaimana permasalahan yang dihadapi oleh pemilik, diketahui mereka menginginkan kerjasama ini menghasilkan sebuah toko *online* dan telah terdaftar usaha tersebut dengan kerjasama ke aplikasi penjualan dan pengantaran barang secara *online*. Tetapi, terkait penggunaan mesin robotika menjadi harapan kedepannya jika ada pihak terkait yang dapat membantu mereka dalam mengupayakan fasilitas tersebut. Pada hari ketiga dan keempat dilakukan tahapan studi kasus dengan mentor Fathurrahmad, S.Kom., M.M dan didampingi oleh Ibu Yuslinaini, S.P, M.Si untuk membantu mitra untuk mendaftarkan ke berbagai media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, GoFood, GrabFood, dan aplikasi lokal yang dapat dipercaya dalam proses pengantaran barang. Kegiatan ini berlangsung selama 2 (dua) hari dari tanggal 20 sampai dengan tanggal 21 bulan November tahun 2021 dengan menyesuaikan waktu pemilik dan shift staff.

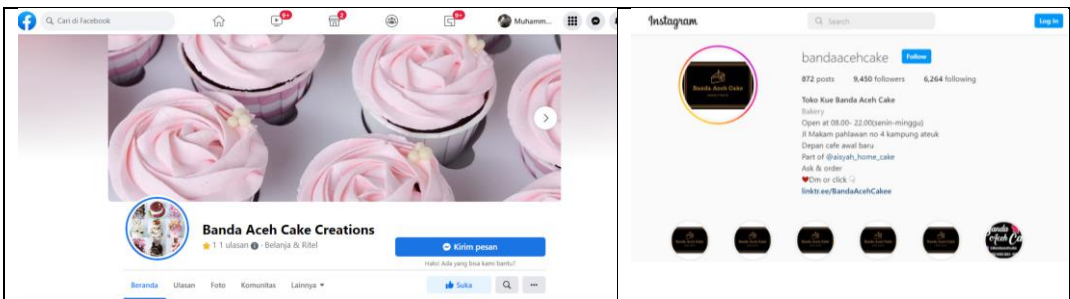
Pada hari terakhir dilakukan tahapan akhir yaitu evaluasi yang dilaksanakan pada tanggal 22 bulan November tahun 2021 dimana kegiatan dilakukan oleh Ismail, ST., M.M dan Ibu Yuslinaini, S.P, M.Si. Hasil yang telah dicapai dalam kegiatan yang dilaksanakan adalah:

- a) Peserta dapat mengenal dengan baik dan mengimplementasikan berbagai hal dalam peningkatan pelayanan bisnis *food* dan *beverage*.
- b) Peserta mampu menguasai penggunaan aplikasi sosial media untuk menunjang penjualan makanan dan minuman secara *online*.
- c) Peserta mampu menguasai ilmu dan mendapatkan berbagai skill tambahan mengenai *pick and place packaging* di industri makanan, Penggunaan robotika, tren makanan sehat dan halal, penggunaan digital *platform* pada proses pengiriman perlu diperhatikan dalam pengemasan barang pada *digital food* dan *beverage*.





Gambar 2. Kegiatan Selama Pelatihan



Gambar 3. Sosial Media Banda Aceh Cake

Dengan adanya kegiatan ini meningkatkan kualitas usaha Banda Aceh Cake dengan memanfaatkan tren *digital food* dan *beverage* baik dalam proses produksi hingga pelayanan sampai ke pembeli. Peserta juga menyebutkan bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat karena tidak hanya menambah ilmu tetapi juga dapat membantu dalam meningkatkan promosi produk dan komunikasi dengan pelanggan. Kendala yang dihadapi dalam kegiatan ini hanya masalah waktu, dimana peserta harus menyesuaikan dengan shift kerja masing-masing tetapi kami juga menyiapkan bahan penggunaan beberapa aplikasi sosial media dan hasil persentasi ke pemilik usaha.

4. Kesimpulan

Kegiatan ini memberikan pengetahuan bagi peserta dan pemilik akan inovasi teknologi pangan dengan tetap mengikuti perkembangan industri makanan serta beradaptasi dengan tren sehingga teknologi yang digunakan dalam industri *digital food* dan *beverage* menguntungkan bisnis dan konsumen khususnya bagi Banda Aceh Cake.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu terlaksananya program ini, antara lain LPPM AMIK Indonesia dan Universitas Serambi Mekkah serta mahasiswa yang tergabung dalam Kelompok Pengabdian AMIK Indonesia tahun 2021 serta segenap pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian.

Referensi

- Bitner, M. J., Faranda, W. T., Hubbert, A. R., & Zeithaml, V. A. (1997). Customer contributions and roles in service delivery. *International journal of service industry management*. DOI: <https://doi.org/10.1108/09564239710185398>.
- Bresciani, S., Ferraris, A., Romano, M., & Santoro, G. (2021). Building a Digital Transformation Strategy. In *Digital Transformation Management for Agile Organizations: A Compass to Sail the Digital World*. Emerald Publishing Limited.
- Choi, J. C. (2020). User familiarity and satisfaction with food delivery mobile apps. *Sage Open*, 10(4), 2158244020970563. DOI: <https://doi.org/10.1177/2158244020970563>.
- Ciupe, V., & Maniu, I. (2014). New trends in service robotics. In *New trends in medical and service robots* (pp. 57-74). Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-319-01592-7_5.
- Dzitac, P., & Mazid, A. M. (2012, December). A depth sensor to control pick-and-place robots for fruit packaging. In *2012 12th International Conference on Control Automation Robotics & Vision (ICARCV)* (pp. 949-954). IEEE. DOI: 10.1109/ICARCV.2012.6485285.
- Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku Konsumen di Era Digital: Beserta Studi Kasus*. Universitas Brawijaya Press.
- Green, A., Blatmann, C., Chen, C., & Mathys, A. (2022). The role of alternative proteins and future foods in sustainable and contextually-adapted flexitarian diets. *Trends in Food Science & Technology*. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2022.03.026>.
- Gupta, M. (2019). A Study on Impact of Online Food delivery app on Restaurant Business special reference to zomato and swiggy. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 6(1), 889-893.
- Jingga, S. S. (2018). *Evaluasi Keamanan Pangan dengan Good Manufacturing Practices di UKM Emping Jagung Cahaya Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Köbnick, P., Velu, C., & McFarlane, D. (2020). Preparing for Industry 4.0: digital business model innovation in the food and beverage industry. *International Journal of Mechatronics and Manufacturing Systems*, 13(1), 59-89.
- Liu, C., Hotta, Y., Santo, A., Hengesbaugh, M., Watabe, A., Totoki, Y., ... & Bengtsson, M. (2016). Food waste in Japan: Trends, current practices and key challenges. *Journal of Cleaner Production*, 133, 557-564. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.026>.
- Liu, F., Li, M., Wang, Q., Yan, J., Han, S., Ma, C., ... & McClements, D. J. (2022). Future foods: Alternative proteins, food architecture, sustainable packaging, and precision nutrition. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 1-22. DOI: <https://doi.org/10.1080/10408398.2022.2033683>.

- Mangifera, L., & Mawardi, W. (2022, March). Digital Transformation And Its Impact On Financial Performance: In The Food And Beverage Small Business Sector. In *International Conference of Business and Social Sciences* (pp. 49-61).
- Muflih, M., & Juliana, J. (2020). Halal-labeled food shopping behavior: the role of spirituality, image, trust, and satisfaction. *Journal of Islamic Marketing*. DOI: <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0200>.
- Musco, A., Romeo, F., Marra, F., & Mallamaci, C. (2021). Recycling agricultural, municipal and industrial pollutant wastes into fertilizers for a sustainable healthy food production. *Journal of Environmental Management*, 300, 113771. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113771>.
- Nanda, A., Xu, Y., & Zhang, F. (2021). How would the COVID-19 pandemic reshape retail real estate and high streets through acceleration of E-commerce and digitalization?. *Journal of Urban Management*, 10(2), 110-124. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jum.2021.04.001>.
- Nasir, Wali, M., & Sufyan. (2022). Pelatihan Manajemen Pengembangan Usaha bagi UMKM Provinsi Aceh. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 3(1), 33-38. <https://doi.org/10.35870/jpni.v3i1.65>
- Samori, Z., Salleh, N. Z. M., & Khalid, M. M. (2016). Current trends on Halal tourism: Cases on selected Asian countries. *Tourism Management Perspectives*, 19, 131-136. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011>.
- Saryatmo, M. A., & Sukhotu, V. (2021). The Influence of the Digital Supply Chain on Operational Performance: A Study of the Food and Beverage Industry in Indonesia. *Sustainability*, 13(9), 5109. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13095109>.
- See-Kwong, G., Soo-Ryue, N. G., Shiun-Yi, W., & Lily, C. (2017). Outsourcing to online food delivery services: Perspective of F&B business owners. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(2), 1-18.
- Sohaib, M., & Jamil, F. (2017). An insight of meat industry in Pakistan with special reference to halal meat: a comprehensive review. *Korean journal for food science of animal resources*, 37(3), 329. DOI: 10.5851/kosfa.2017.37.3.329.
- Tang, Y. E., Yang, L., & He, Y. (2022). My phone, my zone: Restaurant consumers' territorial responses to unsolicited recommendation on their smartphones. *International Journal of Hospitality Management*, 101, 103115. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103115>.
- Tso, R., Lim, A. J., & Forde, C. G. (2020). A critical appraisal of the evidence supporting consumer motivations for alternative proteins. *Foods*, 10(1), 24. DOI: <https://doi.org/10.3390/foods10010024>.
- Wali, M., Sudaryanto, A., Utami, U., Fimawahib, L., & Rizal, S. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Facebook Business Suite Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Usaha Bakery. *at-tamkin: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 36-43. DOI: <https://doi.org/10.33379/attamkin.v4i2.1002>.