

SMART CATERING SEBAGAI STRATEGI PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DALAM USAHA KATERING: INTEGRASI TRANSFORMASI DIGITAL DAN HIGIENITAS PENJAMAH MAKANAN

Maisa Azizah Asmara¹⁾, Fahmi Reza Ferdiansyah²⁾, Endah Yuliany Rahmawati³⁾, Fanny
Fatimah Azzahra⁴⁾, Hanifa Nida Jelita⁵⁾

^{1,4}Prodi Perdagangan Internasional, Universitas 'Aisyiyah Bandung, Indonesia

²Prodi Teknik Informatika, Institut Digital Ekonomi LPKIA, Indonesia

^{3,5}Prodi Ilmu Keperawatan, Universitas 'Aisyiyah Bandung, Indonesia

¹maisa.azizah@unisa-bandung.ac.id

Diterima 19 Agustus 2025, Direvisi 11 September 2025, Disetujui 11 September 2025

ABSTRAK

Giga Catering, unit usaha berbasis pesantren yang bergerak di bidang jasa boga, menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan usaha, antara lain keterbatasan pemasaran digital, ketiadaan SOP higienitas, pencatatan pesanan secara manual, serta keterbatasan peralatan produksi. Kegiatan dilaksanakan pada Juli–Agustus 2025, melibatkan 18 peserta yang terdiri atas pengurus koperasi dan penjamah makanan Giga Catering. Intervensi dilakukan melalui tiga sesi pelatihan terintegrasi, meliputi sosialisasi, penyuluhan, workshop, dan praktik langsung. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test yang menilai tiga dimensi utama: pengetahuan, perilaku, dan implementasi. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan, yaitu pengetahuan naik 20% pada aspek digitalisasi dan higienitas, perilaku meningkat 25% pada kedua aspek, serta implementasi bertambah 45% untuk digitalisasi dan 25% untuk higienitas. Hasil ini menegaskan peningkatan kompetensi teknis sekaligus perubahan perilaku peserta yang konsisten dengan standar operasional. Program ini berhasil mewujudkan konsep smart catering berbasis pesantren yang profesional, higienis, dan adaptif, serta berpotensi direplikasi pada unit usaha serupa dalam ekosistem ekonomi pesantren.

Kata kunci: *Transformasi Digital; Higienitas Penjamah Makanan; Smart Catering; Pemberdayaan UMKM*

ABSTRACT

Giga Catering, a pesantren-based culinary enterprise, faces various management challenges, including limited digital marketing, the absence of hygiene standard operating procedures (SOP), manual order recording, and limited production equipment. The program was implemented from July to August 2025, involving 18 participants, comprising cooperative administrators and food handlers of Giga Catering. Interventions were conducted through three integrated training sessions, including socialization, counseling, workshops, and hands-on practice. Evaluation was carried out using pre-tests and post-tests assessing three main dimensions: knowledge, behavior, and implementation. The results indicated significant improvements, with knowledge increasing by 20% in digitalization and hygiene aspects, behavior improving by 25% in both areas, and implementation rising by 45% for digitalization and 25% for hygiene. These findings confirm the enhancement of technical competencies alongside behavioral changes consistent with operational standards. The program successfully established a professional, hygienic, and adaptive pesantren-based smart catering model, which holds potential for replication in similar business units within the pesantren economic ecosystem.

Keywords: *Digital Transformation; Food Handler Hygiene; Smart Catering; MSME Empowerment*

PENDAHULUAN

Era Industri 5.0 menandai pergeseran dari sekadar otomatisasi menuju kolaborasi yang harmonis antara manusia dan teknologi (Salam & Imilda, 2024). Dalam ekosistem ini, transformasi digital menjadi katalis utama dalam menciptakan

model bisnis baru yang lebih inovatif, kompleks, dan adaptif terhadap perubahan (Winasis, 2020). Perusahaan yang mampu memanfaatkan teknologi digital secara efektif cenderung memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi, daya saing yang kuat, dan ketahanan terhadap disrupsi pasar (Pramesti et

al., 2021). Dalam konteks tersebut, digitalisasi menjadi strategi utama bagi UMKM untuk bertahan, sebagaimana tercermin dalam laporan Kementerian Koperasi dan UKM yang mencatat bahwa sekitar 70% pelaku usaha kecil beralih ke penjualan daring demi menjaga keberlangsungan usaha (Farhani et al., 2021).

Namun, transformasi digital semata tidak cukup, terutama di sektor jasa boga seperti catering, di mana kepercayaan konsumen sangat ditentukan oleh kualitas dan keamanan produk. Di tengah ekspektasi pasar yang semakin tinggi, aspek higienitas, khususnya kebersihan pribadi tenaga kerja dan sanitasi lingkungan produksi, menjadi prasyarat utama dalam menjamin mutu makanan (Dailami et al., 2024; Supardi et al., 2024). Higienitas tidak hanya berfungsi sebagai standar teknis, tetapi juga sebagai nilai jual yang menentukan loyalitas pelanggan dan posisi bersaing di pasar jasa boga (Rahmawati & Andiyana, 2024). Kendati demikian, sebagian besar pelaku usaha mikro masih belum menjadikan transformasi digital maupun higienitas sebagai prioritas. Keterbatasan sumber daya, kurangnya pelatihan, dan minimnya kesadaran menjadi faktor penghambat utama (Mavilinda et al., 2021; Sarbini et al., 2023).

Salah satu entitas yang menghadapi tantangan tersebut adalah Giga Catering, unit usaha Koperasi Bakti Mulia yang bernaung di bawah Yayasan Pesantren Al-Kasyaf. Pesantren ini menggabungkan pendidikan agama dengan pemberdayaan ekonomi umat berbasis zakat dan wakaf, serta menjadikan sektor ekonomi sebagai bagian dari proses pembelajaran dan kemandirian santri (Kemenag, 2023).

Giga Catering memiliki berbagai potensi strategis yang mendukung pengembangannya. Tenaga kerja berasal dari santri dan masyarakat sekitar yang dapat diberdayakan secara produktif. Pasokan bahan baku sebagian besar diperoleh dari peternakan dan kebun milik pesantren maupun masyarakat sekitar, memungkinkan terbentuknya rantai pasok lokal yang efisien dan berkelanjutan. Kapasitas produksi saat ini mencapai 200 porsi per hari dan masih memiliki ruang untuk peningkatan. Dari sisi pasar, usaha ini telah menjalin kerja sama dengan beberapa sekolah dan pesantren di wilayah Cibiru, dengan potensi ekspansi yang signifikan melalui strategi digital. Selain itu, dukungan kelembagaan dari yayasan menjadi modal penting untuk membangun entitas usaha yang profesional dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Meski demikian, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal akibat berbagai kendala. Pertama, aspek pemasaran digital masih sangat terbatas. Mitra belum memiliki akun media sosial maupun strategi pemasaran daring, dan pencatatan pemesanan masih dilakukan secara

manual. Kedua, identitas visual usaha dinilai belum representatif: logo yang digunakan mengandung kesalahan penulisan, tidak proporsional, dan mirip dengan merek lain, yang dapat melemahkan citra usaha. Ketiga, peralatan dapur yang tersedia sebagian besar masih konvensional, sehingga menurunkan efisiensi produksi. Keempat, ketiadaan Standar Operasional Prosedur (SOP) dan sistem monitoring terkait kebersihan serta kesehatan penjamah makanan menjadi ancaman serius terhadap keamanan pangan. Kondisi ini menghambat Giga Catering untuk tumbuh sebagai entitas jasa boga yang profesional dan kompetitif.

Merespon berbagai hambatan tersebut, program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang melalui lima intervensi strategis yang bersifat integratif. Pertama, pelatihan *digital marketing* diberikan untuk membekali mitra dengan kemampuan promosi melalui media sosial, yang bertujuan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas usaha (Harto et al., 2024). Kedua, sistem pencatatan pemesanan berbasis *digital* dikembangkan untuk meningkatkan efisiensi operasional serta mengurangi risiko kehilangan data transaksi (Mahriani et al., 2024). Ketiga, menyusun SOP *personal hygiene* dan sistem monitoring kesehatan penjamah makanan sebagai upaya menjamin standar keamanan pangan yang terstruktur dan konsisten (Puspitasari et al., 2023). Keempat, optimalisasi peralatan dapur melalui pemetaan kebutuhan alat yang lebih efisien guna meningkatkan produktivitas serta menjaga kualitas produk secara merata (Foodizz, 2023). Terakhir, proses *rebranding* identitas visual dilakukan, termasuk redesign logo dan kemasan produk, untuk memperkuat citra profesional dan membedakan usaha dari kompetitor (Andirani & Anandita, 2019).

Seluruh intervensi ini diarahkan untuk mewujudkan lima tujuan utama: meningkatkan kapasitas tenaga kerja dalam pemasaran digital, mengembangkan sistem operasional berbasis teknologi, menjamin standar higienitas dan kesehatan kerja, memperbaiki efisiensi produksi melalui alat yang memadai, serta memperkuat identitas merek melalui *rebranding*. Dengan pendekatan tersebut, Giga Catering diharapkan mampu tumbuh menjadi unit usaha pesantren yang tidak hanya mandiri secara ekonomi, tetapi juga profesional, inovatif, dan adaptif di era transformasi digital.

Kebaruan pada program pengabdian ini terletak pada pendekatan terpadu yang mengintegrasikan transformasi digital dan penguatan higienitas ke dalam satu model pemberdayaan usaha berbasis pesantren. Pendekatan ini tidak hanya menitikberatkan pada aspek teknis digitalisasi, tetapi juga menempatkan standar kesehatan dan identitas merek sebagai elemen

strategis dalam peningkatan daya saing UMKM berbasis komunitas. Integrasi kedua aspek tersebut masih jarang diterapkan secara bersamaan dalam program pemberdayaan pesantren, yang umumnya hanya berfokus pada pelatihan teknis atau manajerial. Dengan demikian, intervensi ini secara nyata bertujuan untuk menghadirkan model *smart catering* berbasis pesantren yang profesional, higienis, dan adaptif, sekaligus menjadi rujukan pengembangan usaha serupa dalam ekosistem ekonomi pesantren yang berbasis zakat dan wakaf produktif.

METODE

Program PKM ini dilaksanakan di lingkungan Pesantren Al-Kasyaf, Kampung Sukamaju RT 04/RW 10, Desa Cimekar, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Mitra utama PKM adalah Giga Catering, satu unit usaha jasa boga yang berada di bawah naungan Koperasi Bakti Mulya dengan institusi induk Yayasan Pesantren Al-Kasyaf. Program PKM ini diikuti oleh 18 peserta, seluruhnya merupakan bagian dari unit usaha Giga Catering, terdiri atas pengurus dan penjamah makanan yang berasal dari kalangan santri pesantren maupun masyarakat sekitar.

Rangkaian PKM dimulai dengan koordinasi dan pengajuan izin resmi kepada institusi induk, koperasi, dan mitra, yang bertujuan untuk memastikan dukungan kelembagaan penuh serta memperoleh persetujuan formal, sehingga pelaksanaan program dapat berjalan secara resmi dan terkoordinasi.

Tahap kedua mencakup wawancara dengan pihak-pihak terkait untuk melakukan analisis situasi dan identifikasi permasalahan mitra secara komprehensif, untuk memastikan rancangan program sesuai dengan kebutuhan nyata Giga Catering. Berdasarkan temuan tersebut, tim merancang intervensi yang terfokus pada penguatan digitalisasi operasional dan penerapan standar higienitas, sehingga program mampu meningkatkan kapasitas kelembagaan, keterampilan teknis, dan perilaku operasional peserta secara efektif dan berkelanjutan.

Tahap ketiga pelaksanaan PKM dilakukan melalui tiga sesi pelatihan terintegrasi: Kegiatan difokuskan pada penguatan kapasitas kelembagaan dan operasional Giga Catering sebagai bagian dari pemberdayaan ekonomi berbasis pesantren,

a. 24 Juli 2025 – Sesi pertama difokuskan pada transformasi digital, dengan tujuan memperkuat kapasitas peserta dalam mengadaptasi teknologi untuk pengelolaan usaha. Peserta dikenalkan pada strategi *branding* digital, pembuatan konten promosi, serta pemanfaatan media sosial sebagai kanal pemasaran.

b. 31 Juli 2025 – Sesi kedua menitikberatkan pada *personal hygiene* dan kesehatan penjamah makanan.

Materi meliputi penerapan SOP higienitas serta penggunaan alat pelindung diri (APD), seperti sarung tangan, masker, dan celemek, untuk memastikan praktik kebersihan pribadi yang sesuai standar dalam pengelolaan catering.

c. 7 Agustus 2025 – Sesi ketiga mencakup pelatihan dan pendampingan implementasi teknologi digital, dengan fokus pada penggunaan aplikasi e-catalog untuk pemesanan daring. Kegiatan ini bertujuan untuk mempercepat proses operasional, meningkatkan efisiensi transaksi, dan memperkuat daya saing Giga Catering di pasar digital.

Tahap terakhir mencakup evaluasi untuk menilai peningkatan pengetahuan peserta, perubahan perilaku, serta penerapan praktik digitalisasi dan higienitas dalam operasional Giga Catering. Evaluasi ini bertujuan mengukur efektivitas intervensi dan menentukan capaian program secara komprehensif melalui kuesioner *pre-test* dan *post-test*. Evaluasi difokuskan pada tiga aspek utama dan diukur melalui instrumen penilaian yang mencakup tiga indikator, yaitu:

1. Pengetahuan, yang mengevaluasi pemahaman teoritis peserta terhadap materi pelatihan;
2. Perilaku, yang menilai kesadaran dan sikap peserta dalam mengadopsi prinsip yang diajarkan; dan
3. Implementasi, yang mengukur keterampilan peserta dalam menerapkan materi secara praktis.

Kuesioner dirancang dengan skala Likert 1–5 untuk mengukur perubahan pada ketiga aspek tersebut sebelum dan sesudah setiap sesi pelatihan. Seluruh data kuantitatif yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif sederhana, berupa persentase peningkatan skor *pre-test* dan *post-test*, guna menilai efektivitas program secara objektif. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel dan grafik, sehingga memudahkan pemantauan tren perubahan, capaian indikator, dan peningkatan pemahaman peserta. Pendekatan ini memastikan evaluasi yang terukur, sistematis, dan transparan, sehingga dampak PKM terhadap mitra dapat dianalisis secara menyeluruh.

Pada sesi transformasi digital, diberikan penyuluhan mengenai urgensi digitalisasi usaha dan strategi promosi melalui media sosial dengan dukungan perangkat laptop, proyektor, dan jaringan internet. Pendampingan difokuskan pada pemanfaatan aplikasi Canva untuk desain grafis, CapCut untuk pengeditan video, serta fitur Instagram *Business* guna memperluas jangkauan pasar. *Rebranding* melalui redesain logo turut didampingi dengan aplikasi desain grafis untuk memperkuat citra profesional usaha sekaligus membedakannya dari kompetitor.

Pada sesi higienitas, diberikan penyuluhan mengenai standar keamanan pangan dan pentingnya *personal hygiene* penjamah makanan.

Pendampingan dilakukan melalui praktik langsung menggunakan sarung tangan sekali pakai, masker medis, celemek plastik, penutup kepala (*hairnet*), serta termometer inframerah. Selain itu, disusun SOP *personal hygiene* dan sistem monitoring kesehatan yang terstruktur, sehingga kebersihan dan keamanan pangan dapat terjaga secara konsisten.

Pada sesi implementasi *e-catalog*, diberikan penyuluhan mengenai pentingnya pencatatan digital untuk meningkatkan efisiensi operasional usaha. Pendampingan difokuskan pada penggunaan aplikasi *e-catalog* yang dirancang khusus bagi Giga Catering sebagai sistem pemesanan digital, sehingga mampu memudahkan integrasi layanan daring, meminimalkan risiko kehilangan data, serta memperluas jangkauan pasar.

Seluruh rangkaian metode ini memperlihatkan bahwa program dirancang komprehensif, aplikatif, dan terukur dalam memperkuat kapasitas digital sekaligus menjaga standar higienitas guna mendukung keberlanjutan usaha catering berbasis pesantren.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Proses Pengajuan Pemohonan Izin Kepada Pihak-pihak Terkait
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Tahapan pertama dalam PKM dimulai dengan permohonan izin kepada para pihak terkait untuk memastikan dukungan kelembagaan penuh dan membangun koordinasi awal antara tim PKM dan pihak mitra sebelum pelaksanaan program.

Tahap kedua, tim PKM melakukan analisis situasi dan identifikasi permasalahan mitra secara menyeluruh untuk menggali kondisi nyata unit usaha Giga Catering. Hasil analisis ini menjadi dasar penyusunan rancangan kegiatan yang tepat sasaran, sehingga intervensi dapat meningkatkan kapasitas kelembagaan, keterampilan teknis, dan perilaku operasional peserta sesuai kebutuhan nyata mitra. Pendekatan ini memungkinkan program dirancang secara sistematis dan relevan, meminimalkan kesalahan implementasi, serta memastikan keberlanjutan hasil kegiatan.

Tahap ketiga merupakan pelaksanaan kegiatan utama PKM dan dibagi menjadi tiga sesi. Kegiatan pertama difokuskan pada penyuluhan

transformasi digital untuk memperkuat kapasitas peserta dalam mengelola usaha catering secara modern. Kegiatan ini juga mencakup pelatihan dan pendampingan pembuatan konten *digital marketing* menggunakan aplikasi Canva dan CapCut, serta pengelolaan akun Instagram dan WhatsApp *Business* sebagai media promosi. Intervensi ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam menyusun strategi branding digital, membuat materi promosi yang menarik, dan memanfaatkan media sosial serta platform pesan instan sebagai kanal pemasaran efektif bagi Giga Catering.



Gambar 2. Penyuluhan Transformasi Digital
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Kegiatan kedua menitikberatkan pada *personal hygiene* dan kesehatan penjamah makanan. Peserta diberikan penyuluhan mengenai standar higienitas individu, penggunaan alat pelindung diri (masker, sarung tangan, celemek, dan penutup kepala), serta praktik perilaku higienis yang sesuai SOP. Intervensi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran peserta terhadap pentingnya kebersihan personal dalam menjaga kualitas layanan catering dan keamanan pangan.



Gambar 3. Penyuluhan *Personal Hygiene*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Kegiatan ketiga mencakup pelatihan dan pendampingan implementasi teknologi digital untuk mempercepat proses operasional dan meningkatkan daya saing Giga Catering. Peserta diperkenalkan dengan aplikasi *e-catalog* sebagai sistem pemesanan digital, yang diintegrasikan dengan layanan daring untuk mempermudah transaksi, meminimalkan risiko kehilangan data, dan memperluas jangkauan pasar. Intervensi ini juga menekankan pencatatan

digital dan pemantauan operasional secara *real-time* untuk meningkatkan efisiensi usaha.



Gambar 4. Pendampingan E-Catalog
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Tahap terakhir merupakan evaluasi keseluruhan kegiatan melalui perbandingan hasil kuesioner *pre-test* dan *post-test* untuk menilai peningkatan pengetahuan, perilaku, dan implementasi peserta.

Tabel 1. Hasil *Pre-Test* Peserta

Keterangan	Transformasi Digital	Higienitas
Pengetahuan	80%	75%
Perilaku	70%	65%
Implementasi	40%	35%

Berdasarkan hasil *pre-test* pada tabel 1. menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan peserta mengenai transformasi digital tergolong tinggi, yaitu sebesar 80%. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar peserta telah memahami konsep, manfaat, serta prinsip dasar penerapan teknologi digital dalam pengelolaan usaha catering. Sementara itu, tingkat pengetahuan peserta terkait higienitas mencapai 75%. Meskipun angka tersebut termasuk tinggi, masih terdapat kekurangan dalam penguasaan aspek-aspek detail, seperti *personal hygiene*, kesehatan dan perilaku penjamah makanan sesuai standar yang berlaku, serta penerapan monitoring dan evaluasi terhadap SOP.

Pada aspek perilaku, capaian peserta menunjukkan penurunan dibandingkan aspek pengetahuan, yaitu sebesar 70% untuk transformasi digital dan 65% untuk higienitas. Kondisi ini mengindikasikan bahwa sebagian peserta belum konsisten menerapkan perilaku sesuai standar dalam aktivitas sehari-hari. Hal ini tercermin dari pemanfaatan media digital untuk promosi usaha di Giga *Catering* yang belum optimal, serta kurangnya kedisiplinan dalam menjalankan SOP higienitas selama proses produksi makanan.

Capaian terendah terdapat pada aspek implementasi, yakni 40% untuk transformasi digital dan 35% untuk higienitas. Angka ini menunjukkan

bahwa hanya sebagian kecil peserta yang mampu mengintegrasikan teknologi digital dalam alur kerja usaha atau menerapkan prosedur higienitas secara menyeluruh dalam praktik operasional. Dengan demikian, terlihat adanya kesenjangan signifikan antara pemahaman konseptual dan keterampilan teknis yang dimiliki peserta.

Temuan tersebut menegaskan pentingnya pelatihan yang tidak hanya berfokus pada aspek teoritis, tetapi juga menekankan pembelajaran berbasis praktik langsung serta pembiasaan perilaku sesuai SOP. Oleh karena itu, program PKM ini dirancang untuk menjembatani kesenjangan tersebut melalui kombinasi metode pembelajaran interaktif, simulasi praktik, pendampingan intensif, serta evaluasi berkelanjutan. Pendekatan ini diharapkan mampu membentuk konsistensi perilaku dan memastikan penerapan teknologi digital serta higienitas berjalan optimal dalam kegiatan usaha catering.

Pada pertemuan pertama, penyuluhan dan pelatihan transformasi digital berhasil memberikan wawasan yang komprehensif sekaligus praktis kepada peserta mengenai urgensi pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan usaha. Peserta diperkenalkan pada konsep transformasi digital sebagai strategi penting untuk meningkatkan kualitas layanan, mempercepat dan mempermudah proses operasional, serta memperluas jangkauan pasar melalui optimalisasi media digital. Penekanan diberikan pada bagaimana teknologi dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun citra usaha yang profesional, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan memperkuat daya saing di tengah persaingan yang semakin ketat.

Materi pelatihan difokuskan pada pemanfaatan aplikasi desain grafis Canva untuk pembuatan materi promosi visual yang menarik serta pembuatan logo sebagai bagian dari proses rebranding. Selain itu, peserta juga dilatih menggunakan aplikasi CapCut untuk mengedit video promosi secara kreatif dan profesional. Pelatihan meliputi bimbingan teknis dalam pengelolaan akun Instagram *Business*, mulai dari strategi penentuan konsep konten, pemanfaatan fitur analitik untuk memahami perilaku audiens, hingga teknik penjadwalan unggahan agar aktivitas promosi dapat berjalan secara konsisten. Selanjutnya, peserta juga memperoleh pelatihan pembuatan dan pengelolaan akun WhatsApp *Business* sebagai sarana komunikasi yang lebih profesional dengan pelanggan.

Observasi menunjukkan antusiasme tinggi peserta selama pelatihan, tercermin dari partisipasi aktif dalam praktik pembuatan konten digital dan pengelolaan media sosial. Sebelumnya, mayoritas peserta belum memanfaatkan media digital secara

optimal, sehingga sesi ini efektif meningkatkan keterampilan teknis dan motivasi, sekaligus memicu perubahan perilaku menuju pengelolaan usaha yang lebih adaptif terhadap teknologi.

Pertemuan kedua berfokus pada penyuluhan dan pelatihan higienitas penjamah makanan sebagai salah satu aspek krusial dalam menjamin keamanan dan kualitas produk catering. Materi yang disampaikan mencakup berbagai topik penting, mulai dari konsep dasar *personal hygiene*, pemeliharaan kesehatan dan perilaku penjamah makanan yang tepat untuk mendukung keamanan pangan. Peserta mendapatkan pemahaman mendalam mengenai hubungan antara perilaku higienis dan pencegahan penyakit bawaan makanan (*foodborne diseases*), serta potensi kerugian usaha akibat kelalaian menjaga higienitas.

Pelatihan dilaksanakan secara interaktif melalui kombinasi penyampaian materi, demonstrasi langsung, dan praktik lapangan. Peserta diajak mempraktikkan teknik mencuci tangan enam langkah yang direkomendasikan WHO, meliputi tahap pembasahan, penggunaan sabun, penggosokan seluruh permukaan tangan termasuk sela-sela jari dan kuku, pembilasan, serta pengeringan yang tepat. Selain itu, peserta dilatih untuk menggunakan APD seperti sarung tangan sekali pakai, penutup kepala, dan masker selama proses produksi makanan. Instruktur juga menekankan pentingnya mengganti APD secara berkala untuk mencegah terjadinya pencemaran atau perpindahan kuman selama proses produksi. Selain pelatihan teknis tersebut, peserta juga diberikan SOP penjamah makanan yang mencakup tata cara kerja yang harus dipatuhi mulai dari persiapan bahan baku, proses produksi, penyajian, hingga penyimpanan makanan. SOP ini menekankan pentingnya menjaga kebersihan alat dan area kerja, menghindari kontaminasi silang, serta prosedur pelaporan apabila terjadi potensi risiko kesehatan. Dengan adanya SOP ini, diharapkan penjamah makanan memiliki panduan yang jelas untuk menjalankan tugas secara higienis dan konsisten, sehingga kualitas produk catering dapat terjaga dengan baik.

Pertemuan ketiga menitikberatkan pada peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan *e-catalog* yang dikembangkan secara khusus untuk mendukung operasional Giga Catering. *E-catalog* ini merupakan inovasi digital yang dirancang untuk mempermudah proses pemesanan, menyajikan menu secara interaktif, serta meningkatkan profesionalisme pelayanan kepada pelanggan. Fitur-fitur yang tersedia meliputi tampilan menu berbasis foto berkualitas tinggi, deskripsi detail setiap hidangan, informasi harga

yang transparan, opsi penyesuaian pesanan (*custom order*), serta integrasi dengan sistem pencatatan pesanan secara otomatis.

Dalam sesi pelatihan, peserta dibimbing untuk memahami seluruh tahapan pengelolaan *e-catalog*, mulai dari proses pengunggahan menu, pengaturan harga, pembaruan stok bahan baku, hingga pengelolaan pesanan yang masuk melalui *platform*. Peserta juga dilatih untuk melakukan analisis tren penjualan berbasis data yang dihasilkan dari sistem, sehingga mampu mengambil keputusan strategis terkait promosi, inovasi menu, dan pengendalian biaya.

Pendekatan pelatihan yang digunakan bersifat praktik langsung (*hands-on training*), di mana setiap peserta mengoperasikan perangkat digital secara mandiri untuk mengunggah konten menu, menyesuaikan deskripsi, dan mensimulasikan penerimaan serta konfirmasi pesanan dari pelanggan. Melalui metode ini, peserta tidak hanya memahami aspek teknis pengoperasian sistem, tetapi juga mendapatkan wawasan strategis terkait pemanfaatan *e-catalog* sebagai sarana pemasaran digital yang efektif.

Tabel 2. Hasil *Post-Test* Peserta

Keterangan	Transformasi Digital	Higienitas
Pengetahuan	100% (+20%)	95% (+20%)
Perilaku	95% (+25%)	90% (+25%)
Implementasi	85% (+45%)	85% (+25%)

Berdasarkan hasil *post-test* yang disajikan pada Tabel 2, terlihat bahwa seluruh aspek yang diukur: pengetahuan, perilaku, dan implementasi, mengalami peningkatan signifikan setelah pelaksanaan program. Pada aspek pengetahuan, skor transformasi digital mencapai 100% atau mengalami kenaikan sebesar 20 poin dari nilai *pre-test* (80%), yang menunjukkan bahwa seluruh peserta mampu memahami secara menyeluruh konsep, manfaat, dan penerapan teknologi digital dalam usaha catering. Peningkatan ini mencerminkan efektivitas metode pelatihan berbasis praktik langsung (*hands-on training*) yang memungkinkan peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga mempraktikkannya secara langsung.

Sementara itu, pengetahuan pada aspek higienitas penjamah makanan meningkat dari 75% menjadi 95% (+20%), menandakan bahwa hampir seluruh peserta telah menguasai standar *personal hygiene*, pemeliharaan kesehatan dan perilaku penjamah makanan.

Pada aspek perilaku, transformasi digital menunjukkan kenaikan dari 70% menjadi 95%

(+25%), mengindikasikan perubahan sikap nyata dalam memanfaatkan media sosial bisnis, membuat konten promosi terjadwal, dan merespons pesanan pelanggan secara cepat. Perilaku higienitas pun mengalami peningkatan dari 65% menjadi 90% (+25%), terlihat dari penerapan disiplin *personal hygiene*, pemeliharaan kesehatan dan perilaku penjamah makanan. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil membentuk kebiasaan positif yang terinternalisasi dalam keseharian peserta.

Implementasi higienitas juga meningkat dari 60% menjadi 85% (+25%), dengan peserta mulai menerapkan SOP *personal hygiene*, kesehatan, dan perilaku penjamah makanan secara konsisten, seperti mengganti APD secara berkala dan mengisi dokumentasi SOP yang telah dibuat. Secara keseluruhan, hasil membuktikan bahwa pendekatan integratif yang menggabungkan transformasi digital dan higienitas penjamah makanan mampu meningkatkan kapasitas teknis, mengubah perilaku, serta memperkuat penerapan SOP pada Giga Catering. Sinergi kedua aspek tersebut membentuk fondasi kokoh bagi terwujudnya konsep *Smart Catering* yang higienis, profesional, dan berdaya saing, sekaligus menjadi model pemberdayaan perempuan berbasis pesantren yang potensial untuk direplikasi pada unit usaha serupa.

Hasil peningkatan yang signifikan pada aspek pengetahuan, perilaku, dan implementasi sejalan dengan temuan (Awaluddin et al., 2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing berbasis praktik langsung mampu meningkatkan kemampuan adaptasi teknologi pelaku UMKM. Demikian pula, peningkatan perilaku higienitas pada Giga Catering konsisten dengan penelitian (Sahat et al., 2025) dan (Ridho'i et al., 2025) yang menegaskan bahwa penyuluhan disertai simulasi langsung dapat memperbaiki perilaku kebersihan dan penerapan SOP keamanan pangan secara signifikan.

Lonjakan pada aspek implementasi transformasi digital sebesar 45% menunjukkan adanya efektivitas yang lebih tinggi dari model pelatihan integratif yang diterapkan pada kegiatan ini. Integrasi antara transformasi digital dan higienitas penjamah makanan sebagai satu kesatuan intervensi juga jarang ditemukan pada program pemberdayaan UMKM berbasis komunitas, yang umumnya hanya berfokus pada salah satu aspek.

Oleh karena itu, model *Smart Catering* berbasis pesantren yang dikembangkan melalui program ini tidak hanya relevan dengan tuntutan era Industri 5.0, tetapi juga berpotensi menjadi rujukan konseptual dan praktis bagi program pemberdayaan sejenis di berbagai daerah.



Gambar 5. Tim PKM Bersama Giga Catering
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil Program PKM pada Giga Catering menegaskan bahwa intervensi yang diberikan berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam bidang transformasi digital dan higienitas. Tujuan peningkatan keterampilan secara terukur tercermin dari capaian evaluasi yang menunjukkan hasil signifikan. Pengetahuan meningkat sebesar 20%, perilaku 25%, implementasi digitalisasi 45%, serta higienitas 25%. Pencapaian ini menunjukkan bahwa indikator tujuan program telah terpenuhi, dengan peningkatan keterampilan rata-rata di atas 20%. Hal tersebut menegaskan bahwa metode pelatihan interaktif dan praktik langsung efektif dalam menjembatani teori dan praktik, sekaligus memperkuat daya saing usaha catering berbasis pesantren.

Untuk keberlanjutan, diperlukan pendampingan berkala agar pemanfaatan teknologi digital dan penerapan SOP *personal hygiene* tetap konsisten. Selain itu, masih terdapat kendala berupa keterbatasan modal dan pencatatan keuangan yang masih manual. Oleh karena itu, pengembangan program berikutnya perlu difokuskan pada penguatan akses permodalan serta digitalisasi pencatatan keuangan. Program serupa juga dapat direplikasi pada unit usaha berbasis pesantren lainnya dengan penyesuaian konteks lokal.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi, melalui Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM), yang telah mendukung dan mendanai Program Hibah Pengabdian kepada Masyarakat skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) tahun anggaran 2025. Dukungan ini menjadi wujud nyata kontribusi pemerintah dalam mendorong kewirausahaan, memperkuat kapasitas sumber daya manusia dan teknologi, serta mendukung kesetaraan

gender dalam pembangunan.

DAFTAR RUJUKAN

- Andirani, F., & Anandita, C. (2019). Rebranding Sofyan Hotel Cut Meutia Dalam Meningkatkan Citra. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1), 93–104.
- Dailami, Moh. Thandzir, Haufi Sukmamedian, Syailendra Reza I. R, Natal Olotua Sipayung, & Taufik Bachrul Ulum Lubis. (2024). Pelatihan Higiene Dan Sanitasi Makanan Untuk Karyawan Di Momoo Juice Bar & Caffé Harbour Bay Kota Batam. *Jurnal Kecker Wisata*, 2(1), 11–21. <https://doi.org/10.59193/jkw.v2i1.225>
- Farhani, I., Chaniago, H., & Kunci, K. (2021). *Faktor Penentu Transformasi Digital UMKM : Bukti dari Indonesia*. 4–5.
- Foodizz. (2023). 7 Cara Meningkatkan Produktivitas Produksi Dapur. <https://foodizz.id/artikel/7-cara-meningkatkan-produktivitas-produksi-dapur>
- Harto, B., Marlina, M., Pramuditha, P., & Sumarni, T. (2024). Pemanfaatan Teknologi Informasi Digital, Digital Marketing, dalam Mendorong Sustainability Competitive Bisnis UMKM Kue Sugu Wangi di Desa Melatiwangi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung. *Ithabdimas*, 8(1), 221–229.
- Kemenag. (2023). *Pesantren Al Kasyaf Bandung, Bangun Ekonomi Umat Berbasis Zakat dan Wakaf*. <https://kemenag.go.id/daerah/pesantren-al-kasyaf-bandung-bangun-ekonomi-umat-berbasis-zakat-dan-wakaf-bzzkl>
- Mahriani, M. W., Alvianolita Sanistasya, P., Zaini, M., & Hijrah, L. (2024). UMKM Menuju Digital Dalam Efisiensi Sistem Pemesanan Menggunakan Aplikasi “Whatsform.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2370–2378. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3251>
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiauwaty, N., & Siregar, L. D. (2021). Menjadi “UMKM Unggul” Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 17–28. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.29>
- Pramesti, P., Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Munawar, Z. (2021). *Transformasi Bisnis Digital UMKM Bola Ubi Kopong*. 7(2), 112–119.
- Puspitasari, D. Z., Astuti, D., Porusia, M., Studi, P., Masyarakat, K., Kesehatan, F. I., & Surakarta, M. (2023). Personal Hygiene Penjamah Makanan Pada Industri. *Jurnal Kesehatan*, 16(1), 51–63. <https://doi.org/10.23917/jk.v16i1.19767>
- Rahmawati, R., & Andiyana, Y. (2024). Studi Pendahuluan Daya Saing Wisata Lokal: Hygiene Dan Sanitasi Di Kawasan Wisata Kuliner Glodok. *Jurnal Industri Pariwisata*, 6(2), 147–159. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v6i2.1483>
- Salam, A., & Imilda. (2024). Transformasi Digital UMKM Indonesia di Era Industri 5.0: Studi Kasus di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, 1(1), 1–10. <http://journal.stmiki.ac.id/index.php/jmt/article/view/772>
- Sarbini, D., Sulisty Nugroho, Y., Lestari, W. D., Sholahuddin, M., Permatasari, Q., Program,), Manajemen, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Edukasi Gizi, Sanitasi Dan Higienis Guna Peningkatan Daya Saing Usaha Kuliner Di Desa Sekaran. *Communnity Development Journal*, 4(6), 12657–12664. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/22805%0Ahttp://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/download/22805/16413>
- Supardi, Wibowo, A., Lubis, A. L., & Fatimah, Z. (2024). Sosialisasi Edukasi Masyarakat Dalam Penerapan Hygiene Sanitasi Dan Keamanan Makanan Produk Catering Di PT. Mitra Jaya Harmoni. *Jurnal Kecker Wisata*, 2(2), 211–223. <https://doi.org/10.59193/jkw.v2i2.262>
- Winasis, S. (2020). Transformasi Digital di Industri Perbankan Indonesia: Impak pada Stress Kerja Karyawan. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 7(1), 55–64. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v7i1.3162>