

## PENINGKATAN PENGETAHUAN UMKM MAKANAN DAN MINUMAN TENTANG INFORMASI NILAI GIZI MELALUI ALIH TEKNOLOGI

Isti Handayani<sup>1\*</sup>, Aisyah Tri Septiana<sup>2</sup>, Pepita Haryanti<sup>3</sup>, Masrukhi<sup>4</sup>,  
Tegar Nadhifah Risdayani<sup>5</sup>, Kharisma Muliawardani<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,5,6</sup>Program Studi Teknologi Pangan, Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto, Indonesia

<sup>4</sup>Program Studi Teknik Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto Indonesia

[isti.handayani@unsoed.ac.id](mailto:isti.handayani@unsoed.ac.id)

### ABSTRAK

**Abstrak:** Informasi Nilai Gizi (ING) wajib dicantumkan dalam kemasan pangan baik yang diproduksi skala UMKM, industri kecil maupun industri besar. Tujuan dilakukan kegiatan adalah meningkatkan pengetahuan UMKM makanan dan minuman tentang ING. Metode yang digunakan adalah alih teknologi dengan ceramah, dan diskusi. Khalayak sasaran yang dilibatkan adalah UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Purbalingga dengan jumlah peserta 20 orang. Hasil kegiatan alih teknologi menunjukkan sebelum kegiatan, pengetahuan peserta tentang fungsi informasi nilai gizi, komponen yang dicantumkan dalam ING, sanksi bagi pelanggar ING, cara pencantuman ING dan manfaat ING bagi masyarakat serta cara perhitungan Angka Kecukupan Gizi masing-masing sebesar 35; 0; 20; 5 dan 10%. Setelah kegiatan menunjukkan persentase pengetahuan tersebut masing-masing menjadi 100; 95; 100; 90; 100 dan 80%. Melalui kegiatan alih teknologi terjadi peningkatan pengetahuan peserta tentang ING.

**Kata Kunci:** Informasi Nilai Gizi; Pengetahuan; UMKM Makanan dan Minuman.

**Abstract:** This activity's purpose to enhance the knowledge of food and beverage MSMEs regarding Nutritional Value Information (NVI). The method used involved technology transfer through lectures and discussions. The target audience consisted of 20 participants from food and beverage MSMEs in Purbalingga Regency. The results indicated that, before the activity, participants' knowledge of the functions of nutritional information, components included in NVI, penalties for NVI violations, methods of displaying NVI, the benefits of NVI for the community, and the calculation of the Nutritional Adequacy Rate was 35%, 0%, 20%, 5%, and 10%, respectively. After the activity, these percentages increase to 100%, 95%, 100%, 90%, and 80% respectively. The technology transfer activity significantly improved participant's knowledge of NVI.

**Keywords:** Nutritional Value Information; Knowledge; Food and Beverage MSMEs.



#### Article History:

Received: 16-10-2024

Revised : 10-11-2024

Accepted: 19-11-2024

Online : 04-12-2024



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## A. LATAR BELAKANG

Saat ini Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia memegang peranan yang sangat penting sebagai penggerak roda perekonomian negara (Fitri et al., 2022). Fungsi dan peran UKM dirasakan amat penting. Selain sebagai sumber mata pencaharian orang banyak, juga menyediakan lapangan kerja bagi sebagian besar penduduk. Oleh karena itu UMKM juga mempunyai peran strategis dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran. Kontribusi sektor usaha mikro, kecil dan menengah terhadap produk domestik bruto meningkat dari 57,84% menjadi 60,34% dalam 5 tahun terakhir (Sunardi et al., 2020). UMKM yang diandalkan dalam mendukung ekonomi daerah adalah UMKM dalam bidang kuliner. Bisnis dalam bidang makanan dan minuman pada kondisi era normal baru memberikan peluang yang menjanjikan (Husen & Jannang, 2023). Industri makanan dan minuman memberikan kontribusi secara konsisten serta signifikan bagi Produk Domestik Bruto untuk industri non migas realisasi peningkatan investasi (Nurmalia et al., 2022). Bisnis kuliner adalah salah satu jenis usaha yang laku dan berkembang, karena makanan dan minuman adalah kebutuhan hidup manusia. UMKM ini paling diminati oleh wirausaha, karena dapat dilakukan dengan modal yang kecil. Sebanyak 70% UMKM di Indonesia bergerak dalam industri makanan dan minuman dan sebanyak 95% dari jumlah tersebut merupakan usaha mikro, kecil dan menengah (Kholik & Rahmi, 2023). Bisnis makanan dan minuman memiliki peranan menyerap tenaga kerja dan sumber daya lokal, sebagai sumber pendapatan, meningkatkan kesejahteraan, dan mampu meningkatkan sumber daya manusia (Sumartan & Wahyuddin, 2023).

Badan POM mewajibkan setiap yang memproduksi dan/atau mengedarkan produk pangan olahan wajib mencantumkan informasi nilai gizi (Perdana et al., 2024), Ismawartati et al., 2023). Label informasi nilai gizi adalah label kemasan yang memuat daftar kandungan gizi makanan dan komponen lainnya seperti takaran saji, jumlah takaran saji, dan persen angka kecukupan gizi (Dewi et al., 2023). Masyarakat berhak untuk memperoleh informasi yang benar mengenai pangan yang akan dikonsumsi. Pencantuman ING memberikan manfaat bagi konsumen maupun produsen. Pelabelan gizi dapat membantu konsumen dalam mengetahui jumlah asupan zat gizi yang dapat menyebabkan masalah gizi serta menentukan pilihan makanan yang akan dikonsumsi. Konsumen dapat membandingkan kandungan gizi dari produk lainnya, serta lebih paham terhadap produk yang akan dikonsumsi. Melalui ING. Bagi produsen, pencantuman ING dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta meningkatkan daya saing produk.

Semakin banyaknya jumlah usaha kecil dan mikro mengakibatkan peningkatan persaingan, sehingga pengusaha harus meningkatkan daya saing produk. Salah satu permasalahan yang dihadapi UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Purbalingga adalah belum mencantumkan ING

pada kemasan pangan. Hal ini disebabkan pemilik UMKM belum mengetahui komponen-komponen yang wajib dicantumkan dalam ING, perhitungan nilai gizi produk serta pencantuman ING pada kemasan. Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing produk diantaranya penguatan kualitas produk, peningkatan kualitas pelabelan dan kemasan serta diversifikasi pemasaran (Churiyah et al., 2021), pemasaran secara digital (Utami et al., 2023), atau mendorong konsep manajemen serta pemasaran berbasis digital ekonomi sehingga kemitraan dapat diperluas (Suwandi et al., 2023).

Kemasan dapat digunakan sebagai media komunikasi antara produsen dengan konsumen untuk membangun identitas. Label pada kemasan berfungsi memberikan informasi tentang petunjuk penggunaan, penyajian, kualitas dan kode produksi (Lusianingrum et al., 2021). Pencantuman informasi nilai gizi (ING) merupakan salah satu upaya peningkatan kualitas pelabelan dan kemasan. ING yang terdapat pada kemasan berperan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen serta meningkatkan daya saing produk (Supriyanto et al., 2024, Umar et al., 2024).

ING yang tercantum pada kemasan memuat daftar kandungan zat gizi pangan yang disusun sesuai dengan format yang sudah dibakukan (Prawira et al., 2016). ING merupakan bagian dari label pangan yang dapat mempengaruhi pembelian disamping berfungsi sebagai sumber informasi produk. Label pangan yang baik dapat mempermudah konsumen dalam memilih pangan yang diperlukan, mengedukasi masyarakat dan dapat meningkatkan nilai tambah produk (Aprianti et al., 2023). Frekuensi membaca ING memiliki korelasi positif terhadap keputusan pembelian kukis dan biscuit (Prawira et al., 2016). Kebiasaan membaca ING merupakan salah satu dari 13 pesan umum gizi seimbang yang dapat memberikan dampak positif terhadap status gizi konsumen. Label ING yang tercantum di kemasan dapat digunakan konsumen dalam memilih pangan sesuai dengan keperluan serta memberikan manfaat kesehatan (Melinda & Farida, 2021).

Oleh karena itu pada kegiatan ini dilakukan pelatihan ING bagi UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Purbalingga. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Purbalingga dalam pencantuman ING untuk meningkatkan daya saing produk. Melalui kegiatan penerapan Ipteks maka dilakukan alih teknologi melalui ceramah, diskusi dan percontohan dan pelatihan tentang informasi nilai gizi bagi UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Purbalingga. Melalui kegiatan ini diharapkan pengetahuan dan ketrampilan UMKM makanan dan minuman Kabupaten Purbalingga tentang pembuatan ING untuk label kemasan meningkat.

## B. METODE PELAKSANAAN

Mitra yang dilibatkan dalam kegiatan ini adalah Pusat Layanan Usaha Terpadu Kabupaten Purbalingga. PLUT merupakan bagian dari Dinas Koperasi dan UMKM yang melakukan pembinaan, pendampingan terhadap UMKM. Tim pengabdian UNSOED bersama PLUT Purbalingga melakukan penjangkauan peserta yang dilibatkan dalam kegiatan. Peserta yang ikut dalam kegiatan adalah perwakilan UMKM makanan dan minuman dari perwakilan kecamatan di wilayah Purbalingga. Peserta yang ikut kegiatan sebanyak 20 orang perwakilan kecamatan-kecamatan yang ada di wilayah Purbalingga. Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM untuk mencapai tujuan yang diinginkan adalah:

1. Metode ceramah dan diskusi

Metode ini dipilih untuk menyampaikan teori dan konsep-konsep kepada peserta karena metodenya sangat sederhana, tidak membutuhkan perorganisasian yang sulit (Apdoludin et al., 2021). Metode ceramah dan diskusi merupakan bentuk komunikasi dua arah yang efektif karena melibatkan interaksi aktif yang berlangsung antara pemberi materi dengan peserta sehingga saling memberikan respon dan tanggapan terhadap pesan yang dikomunikasikan (Juwita et al., 2022).

2. Metode demonstrasi

Demonstrasi merupakan metode yang efektif karena peserta melihat secara langsung proses yang terjadi. Metode pembelajaran demonstrasi meningkatkan kualitas intelektual peserta pada aspek kognitif, afektif dan psikomotorik (Hayun, 2020)

3. Metode pelatihan dan pendampingan

Pada metode ini peserta mempraktekkan cara pembuatan ING secara langsung dengan dipandu oleh tim pengabdian.

4. Evaluasi

Evaluasi peningkatan pengetahuan mitra dilakukan dengan cara melakukan *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan. *Pre-test* dilaksanakan sebelum alih teknologi diberikan, sedangkan *post-test* dilaksanakan setelah dilaksanakannya kegiatan. Program dianggap berhasil apabila nilai *post-test* menunjukkan 90 % peserta mencapai nilai diatas 80.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tahapan kegiatan yang dilakukan meliputi koordinasi rencana pelaksanaan kegiatan, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi hasil kegiatan.

### **1. Koordinasi Rencana Pelaksanaan Kegiatan**

Koordinasi rencana pelaksanaan kegiatan dilakukan tim pengabdian UNSOED dengan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kabupaten Purbalingga. PLUT berperan sebagai fasilitator layanan pemerintah kabupaten melalui Dinas Koperasi dan UKM. PLUT berperan menyediakan jasa non finansial secara menyeluruh serta terintegrasi untuk UMKM dan koperasi. Koordinasi rencana pelaksanaan kegiatan meliputi teknis pelaksanaan kegiatan, waktu dan tempat pelaksanaan, peserta yang dilibatkan pada kegiatan. Koordinasi rencana kegiatan dilakukan bertempat di kantor PLUT kabupaten Purbalingga. Hasil koordinasi meliputi pelaksanaan kegiatan dilaksanakan pada tanggal 8 Agustus 2024, bertempat di aula PLUT kabupaten Purbalingga. Peserta yang dilibatkan berjumlah 20 orang perwakilan dari kecamatan yang ada di kabupaten Purbalingga. Jika jumlah pendaftar lebih dari 20 orang maka dilakukan seleksi oleh PLUT.

### **2. Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan alih teknologi dilakukan dengan cara ceramah, diskusi, demonstrasi, pelatihan, dan pendampingan. Kegiatan alih teknologi diawali dengan pembukaan dari Perwakilan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Purbalingga. Dalam sambutannya, perwakilan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Purbalingga menyampaikan bahwa kegiatan alih teknologi bagi UMKM merupakan kegiatan yang perlu ditindak lanjuti oleh peserta kegiatan sebagai pengembangan usaha bagi UMKM makanan dan minuman yang ada di wilayah Kabupaten Purbalingga. Peserta yang terlibat pada kegiatan ini berjumlah 20 orang yang terdiri dari UMKM makanan dan minuman perwakilan dari 10 kecamatan di kabupaten Purbalingga. Jumlah pendaftar 35 orang peserta berasal dari 13 kecamatan di wilayah Purbalingga. Peserta yang dipilih pada kegiatan ini adalah UMKM dengan fokus usaha dibidang makanan dan minuman serta memiliki motivasi untuk mengembangkan usaha. Profil peserta kegiatan yang dilibatkan pada kegiatan ini ditunjukkan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Profil peserta kegiatan alih teknologi

<b>Kriteria</b>	<b>%</b>
1. Jenis kelamin	
a. Wanita	5
b. Pria	95
2. Pendidikan	
a. SD	10
b. SLTP	5
b. SLTA	65
c. D1-D3	10
d. Sarjana	10
3. Jenis usaha UMKM	
a. Makanan	55
b. Minuman	25
c. Makanan dan minuman	15
4. Lama usaha	
a. < 1 tahun	20
b. 1-3 tahun	15
c. > 3 tahun	65

Peserta yang terlibat dalam kegiatan sebagian besar (95%) adalah wanita. UMKM makanan dan minuman merupakan UMKM yang sebagian besar dikelola oleh wanita. Wanita memiliki peran dalam meningkatkan perekonomian dalam kiprahnya dalam melakukan usaha secara mandiri. Wanita berpotensi besar dalam mendukung dan mengembangkan ekonomi suatu wilayah dengan mengoptimalkan peran dari wanita tersebut. Jika peran wanita dan laki-laki disejajarkan dalam dunia kerja dapat memberikan dampak yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi (Sari et al., 2022). Wanita memiliki sikap yang berbeda dalam pengambilan resiko dan aspek pertumbuhan. Wanita juga melakukan pendekatan yang berbeda dalam kegiatan bisnis dan dapat berakibat pada ukuran bisnis yang lebih kecil serta tingkat perluasan usaha yang lebih rendah (Sari et al., 2022).

Peserta yang terlibat pada kegiatan memiliki rentang pendidikan dari SD sampai sarjana. Berdasarkan pendidikannya, sebagian besar (65%) adalah SLTA. Tingkat pendidikan ini cukup baik, sehingga peserta dapat menerima informasi yang diberikan dengan baik. Pendidikan memiliki dampak langsung terhadap pekerjaan dan pendapatan (Qudsi et al., 2023). Salah satu faktor yang menentukan kemampuan kerja seseorang serta memberikan pengaruh terhadap pengetahuan seseorang adalah pendidikan. Tingkat pendidikan formal maupun non formal pelaku UMKM menentukan kemampuan dan keahlian dalam mengelola usaha. Tingkat pendidikan menjadi salah satu faktor penting terhadap kinerja dan memberikan pengaruh terhadap pengetahuan pelaku UMKM (Syahadatina et al., 2022). Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin tinggi tingkat kemampuannya untuk menerima dan memahami informasi yang diberikan (Dewi et al., 2023).

Berdasarkan jenis usahanya, sebagian besar peserta fokus pada satu jenis usaha. UMKM yang bergerak dalam bidang kuliner merupakan salah satu jenis usaha UMKM yang tidak akan hilang sampai kapanpun. Hanya 15% peserta yang menggabungkan usaha makanan dan minuman. Pelaku usaha makanan dan minuman dengan jenis usaha yang tidak bervariasi dapat fokus untuk mengembangkan usahanya sehingga memiliki keunikan yang mencirikan usaha tersebut. Keunikan tersebut dapat menjadi nilai bagi konsumen (Husen & Jannang, 2023). Berdasarkan lama usaha, peserta kegiatan sebagian besar (65%) telah menjalankan usaha lebih dari 3 tahun. Dalam melaksanakan suatu usaha, terdapat hal yang perlu diperhatikan yaitu lama usaha. Semakin lama melakukan usaha maka pengusaha memiliki strategi yang makin terperinci dan tepat dalam menghasilkan, menjual, dan mengurus produknya (Aprila et al., 2023). Strategi tersebut dimiliki karena pengusaha telah memiliki pengalaman, pengetahuan, dan mampu mengambil keputusan dalam kondisi maupun keadaan apapun. Lama usaha juga dapat mempengaruhi tingkat pendapatan.

Kegiatan ceramah dan diskusi diawali dengan memberikan materi Informasi Nilai Gizi yang meliputi (1) takaran saji (2) jumlah sajian peremasan (3) jenis dan jumlah kandungan zat gizi (4) jenis dan jumlah kandungan zat non gizi (5) persentase AKG dan (6) catatan kaki yang diberikan dan disampaikan menggunakan power point. Pencantuman nilai gizi pada label produk penting sebagai informasi kandungan gizi produk bagi konsumen serta meningkatkan daya saing produk di pasar (Widawati & Rizqi, 2023). Kepada peserta juga diberikan peraturan pemerintah tentang informasi nilai gizi pada label pangan olahan serta contoh ING pada kemasan komersial. Selama proses penyampaian materi, peserta bebas bertanya sewaktu-waktu tanpa harus menunggu berakhirnya penjelasan teori.

Kegiatan ceramah dan diskusi tentang ING ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan peserta tentang informasi nilai gizi yang harus dicantumkan pada label pangan. dan penghitungan angka kecukupan gizi (AKG). Selama penyampaian materi, peserta aktif memberikan respon terhadap materi yang diberikan. Ceramah dan diskusi yang diberikan dengan media power point juga membantu meningkatkan pemahaman peserta. Media power point dapat menampilkan gambar, teks, audio maupun video yang dapat menarik peserta dan membantu peserta sehingga mudah memahami materi yang diberikan (Dewi et al., 2023). Kegiatan ceramah dan diskusi ditunjukkan pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Ceramah dan diskusi

Kegiatan ceramah dan diskusi tentang ING berjalan dengan baik dan lancar yang dibuktikan dengan antusiasme dan keaktifan peserta dalam menyimak pemaparan materi dan diskusi. Kegiatan demonstrasi dilakukan dengan memberikan contoh perhitungan komponen-komponen dalam ING yaitu menghitung takaran saji, jumlah sajian perkemasan sampai perhitungan angka kecukupan gizi. Pembuatan ING memerlukan perhitungan yang mengacu pada peraturan BPOM Nomor 16 tahun 2020. Para peserta sangat kooperatif dalam mengikuti kegiatan, mengerjakan *pre-test* dan *post-test* yang diberikan.

### 3. Evaluasi Kegiatan

Untuk mengetahui tingkat keberhasilan transfer ilmu maka tim pengabdian memberikan quisioner tentang teknologi yang diberikan sebelum (*pre-test*) dan sesudah kegiatan alih teknologi berlangsung (*post-test*). Hasil *pre-test* dan *post-test* ditunjukkan pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Hasil quisioner tingkat pengetahuan peserta tentang ING

Kriteria	Persentase	
	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>
1. Peserta sudah mengetahui fungsi ING	35	100
2. Peserta sudah mengetahui komponen yang dicantumkan dalam ING	0	95
3. Peserta sudah mengetahui sanksi bagi pelanggar ING	20	100
4. Peserta sudah mengetahui cara pencantuman ING pada label kemasan	5	90
5. Peserta sudah mengetahui manfaat ING bagi konsumen	10	100
6. Peserta sudah mengetahui cara perhitungan AKG	0	80

Seluruh peserta sebelum kegiatan belum mengetahui komponen yang dicantumkan dalam ING serta belum mengetahui cara perhitungan ING sehingga pada awal kegiatan persentase peserta pada kedua hal tersebut sebesar 0%. Rendahnya pengetahuan peserta terhadap komponen yang dicantumkan dalam ING disebabkan sebagian besar masyarakat Indonesia masih memiliki kepedulian yang rendah terhadap ING. Berdasarkan data



Badan Perlindungan Konsumen Nasional, konsumen yang membaca dan memperhatikan ING hanya sebesar 7,9% (Dewi et al., 2023).

Seluruh peserta belum mengetahui cara perhitungan Angka Kecukupan Gizi. Hal ini dapat disebabkan beberapa faktor diantaranya peserta belum memiliki pengetahuan cara perhitungan AKG dan peserta sebelumnya belum pernah mengikuti pelatihan ING. Sebagian peserta sudah mengetahui fungsi ING (35%), sanksi tidak dicantumkan ING pada kemasan (20%), cara pencantuman ING pada kemasan (5%) serta manfaat ING bagi konsumen (10%). Melalui kegiatan alih teknologi serta pemberian materi pendukung dalam bentuk materi ING dan contoh-contoh pembuatan ING, terjadi peningkatan pengetahuan peserta tentang pembuatan ING serta ketrampilan peserta melakukan perhitungan komponen-komponen dalam ING khususnya angka kecukupan gizi (AKG).

Pada akhir kegiatan pengetahuan peserta sudah baik ditunjukkan dengan skor persentasi berkisar antara 80 hingga 100%. Peserta kegiatan yang sebagian besar (65%) berpendidikan SLTA, serta 20% mengenyam pendidikan tinggi (Diploma dan Sarjana), menyebabkan peserta dapat menerima informasi yang diberikan dengan baik. Peningkatan pengetahuan paling tinggi (95) dihasilkan pada pemahaman komponen-komponen yang harus dicantumkan pada ING, sedangkan paling rendah (65%) pada komponen fungsi ING. Peningkatan paling rendah pada komponen ini disebabkan pada awal kegiatan persentase peserta terhadap fungsi ING sudah cukup tinggi.

Hasil evaluasi menunjukkan komponen ING yang paling rendah dipahami oleh peserta adalah cara perhitungan AKG. Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan tingkat pengetahuan peserta sebesar 80% yang merupakan persentase paling rendah pada semua komponen yang dievaluasi. Hal ini disebabkan perhitungan AKG bagi UMKM harus dilakukan secara bertahap melalui perhitungan kandungan zat gizi pangan olahan, perhitungan nilai gizi per saji dan Acuan Label Gizi sesuai Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 16 tahun 2020.

#### **D. SIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan alih teknologi tentang Informasi Nilai Gizi (ING) yang diberikan UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Purbalingga berhasil peningkatan pengetahuan dengan baik dengan peningkatan sebesar 80 hingga 100%. Kesulitan utama peserta pada pembuatan ING adalah perhitungan Angka Kecukupan Gizi (AKG) yang menghasilkan tingkat pengetahuan akhir sebesar 80%. Untuk lebih meningkatkan pengetahuan peserta terutama perhitungan AKG maka perlu dilakukan pendampingan yang kontinyu.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Universitas Jenderal Soedirman yang telah memberikan pendanaan melalui skim Penerapan IPTEKS dengan Nomor Kontrak 26.127/UN23.35.5/PT.01/II/2024.

## DAFTAR RUJUKAN

- Apdoludin, Fadli, R., Hakiki, M., Putra, Y. I., Ridoh, A., & Fauziah. (2021). Edukasi Pemanfaatan Internet sebagai Sarana Pendidikan dan Dakwah di Kelurahan Taman Agung Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo Provinsi Jambi. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)*, 1(2), 1–6. <http://ejournal.stkip-mmb.ac.id/index.php/JPPM>
- Aprianti, Mubarakah, K., Yuantari, C., & Rahma, N. S. (2023). Literasi Informasi Nilai Gizi pada Masyarakat Usia Produktif di Kota Semarang, Indonesia. *Amerta Nutrition*, 7(3), 406–412.
- Aprila, P., Handayani, A., Faris, A., Himawan, I., & Cahyadi, N. (2023). Pengaruh Lama Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Teknologi Terhadap Pendapatan UMKM Furniture di Menganti. *Sibatik Journal*, 2(8), 2461–2468. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i8.1271>
- Churiyah, M., Sholikhah, Susanti, E., & Pratikno, H. (2021). Strategi Penguatan Daya Saing UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Karinov*, 4(2), 129–135.
- Dewi, N. T., Yunita, L., Sukanty, N. M. W., & Ariani, F. (2023). Edukasi Label Informasi Nilai Gizi sebagai Upaya Peningkatan Pengetahuan dan Kemampuan Membaca Label Gizi Siswa di SMAN 5 Mataram. *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 246–252. <https://doi.org/10.35311/jmpm.v4i1.225>
- Fitri, A., Burhanudin, H., Huda, N., & Ikhsan, R. (2022). Pelatihan Pemasaran Produk melalui Media Online dan Pembuatan Izin Usaha bagi Pelaku UMKM di Desa Simorejo Bojonegoro. *Jurnal Abdi Insani*, 2(2), 706–713. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i2.625>
- Hayun, S. (2020). Penerapan Metode Demonstrasi untuk Meningkatkan Kemampuan Kognitif, Afektif, dan Psikomotor pada Pembelajaran IPA Pokok Bahasan Gaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 6(1), 49–64.
- Husen, Z., & Jannang, A. R. (2023). Bisnis Kuliner Makanan dan Minuman sebagai Penggerak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Gambesi. *Jurnal Pedimas Pasifik*, 2(2), 64–71.
- Ismawartati, Karlina, D., Yaniza, T., Windah, & Harvanto, B. F. (2023). Pembangunan UMKM Melalui Pelatihan Label Pangan dan Kebersihan Produk bagi Pelaku Usaha “Snack Makasih” di Desa Jawa Tengah Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2), 1726–1731.
- Juwita, Qodaruddin, M., & Sulvinajayanti. (2022). Comparative Study of One Way and Two Way Communication Da’wah in the Religious Development of Mosque Youth. *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, 4(2), 92–100.
- Kholik, A., & Rahmi, D. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Makanan dan Minuman di Kelurahan Tamansari Kota Bandung. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 133–142. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v3i2.2796>
- Lusianingrum, F. P. W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). Pelatihan Labeling Kemasan Produk UMKM Mitra Binaan Posyantek Al-Ikhlas. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(2), 624–632. <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i2.4105>
- Melinda, A., & Farida, E. (2021). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Ilmu Keolahragaan UNNES dalam Membaca Label Informasi Nilai Gizi.

- Indonesia Journal of Public Health and Nutrition*, 1(3), 491–498. <https://doi.org/10.15294/ijphn.v1i3.47863>
- Nurmala, Sinari, T., Lilianti, E., Jusmani, Emilda, Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha Kuliner sebagai Penggerak UMKM pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 65–74.
- Perdana, F., Pratiwi, W., Assaat, L. D., Denny, Y. R., Hartono, R., Ramdani, S. D., & Nuradhiani, A. (2024). Assessment of Nutritional Composition, Quality, and Microbiological Safety of Nasi Padang In-Flight Meals Provided by PT. X. *Jurnal Gizi Kerja Dan Produktivitas*, 5(1), 190–196. <https://doi.org/10.62870/jgkp.v5i1.27914>
- Prawira, I. K. P. Y., Wijaya, H., & Prangdimurti, E. (2016). Korelasi Informasi Nilai Gizi terhadap Keputusan Pembelian Biskuit dan Kukis oleh Konsumen Jakarta dan Sekitarnya. *Jurnal Mutu Pangan*, 3(2), 138–144.
- Qudsi, L. J., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Kinerja UMKM Jakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 1151–1164. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4376>
- Sari, D. W., Pratikto, H., & Sopiah, S. (2022). Pengaruh Gender Pada Kinerja UMKM: Sebuah Literatur Review. *Jurnal NUSantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 7(2), 194–205. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i2.16837>
- Sumartan, S., & Wahyuddin, N. (2023). Peranan Bisnis Makanan dan Minuman Berbasis Home Industry Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Pelaku UMKM di Kawasan Kuliner Monumen Ganggawa Kabupaten Sidenreng Rappang. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1(4), 15–32. <https://doi.org/10.30640/trending.v1i4.1434>
- Sunardi, N., Sarwani, Nurzaman, E., Pranoto, & Hasmanto, B. (2020). Peran Digital Marketing dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan UKM yang Berdampak pada Kesejahteraan Masyarakat di Kab. Purwakata di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1), 58–67. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH>
- Supriyanto, Suri, A., Irfan, Y., Adriansyah, P. N. A., & Fina, D. H. (2024). Sosialisasi dan Pencantuman Informasi Nilai Gizi Pada Produk Stik Mangrove. *Jurnal Pelita Pengabdian*, 2(1), 1–6. <https://jurnal.pelitabangsa.ac.id/index.php/jpp/>
- Suwandi, A., Rahmalina, D., Susilawati, & Rudiatin, E. (2023). Peningkatan Daya Saing UMKM Piseminasi Teknologi. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 4(2), 138–147. <http://journal.univpancasila.ac.id/index.php/SULUH>
- Syahadatina, R., Purwanto, & Bustaram, I. (2022). Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Penggunaan Informasi Akuntansi terhadap Keberhasilan Umkm. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 6(2), 280–285. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.636>
- Umar, F., Sari, R. W., Thasim, S., Hasnaeni, H., & Ananda, S. R. (2024). Penguatan Branding Aspek Gizi dan Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Mutu dan Daya Saing UMKM. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 5(1), 77–85. <https://doi.org/10.36590/jagri.v5i1.1020>
- Utami, A. D., Wardani, K. D. K. A., & Gorda, E. S. (2023). Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner di Desa Adat Panjer melalui Pengembangan Media Pemasaran Berbasis Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 1–5. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i1.38458>
- Widawati, & Rizqi, E. R. (2023). Pendampingan Pelaku UMKM dalam Pencantuman Informasi Nilai Gizi Mie Kelor Instan. *Care: Journal Pengabdian Multi Disiplin*, 2(2), 115–121.