

Peningkatan Daya Saing Keripik Jamur Pippisi melalui Pencantuman Informasi Nilai Gizi dan Pembaruan Desain Kemasan pada IKM Rumah Jamur

Mega Fia Lestari¹, Muhammad Taufiq Thahir^{2*}, Nur Asmi Rahmawati³,
Muh. Farid Hidayat⁴, Jamaluddin Gesrianto A'ban⁵

¹²³⁴⁵Akademi Komunitas Industri Manufaktur Bantaeng, Sulawesi Selatan, Indonesia

¹megafia@akom-bantaeng.ac.id;

²muh.taufiq@akom-bantaeng.ac.id;

³nurasmi.rahmawati@gmail.com;

⁴jamaluddingesrianto@akom-bantaeng.ac.id;

⁵faridhidayat@akom-bantaeng.ac.id

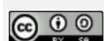
Article Info

Kata Kunci:

Keripik Jamur, IKM Rumah Jamur, Bantaeng, Informasi Nilai Gizi, Desain Kemasan

Copyright © 2026

The Author(s)



Lisensi: cc-by-sa

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing keripik jamur Pippisi yang diproduksi oleh IKM Rumah Jamur di Kab. Bantaeng, Sulawesi Selatan, melalui pencantuman informasi nilai gizi dan pembaruan desain kemasan yang lebih informatif dan menarik. Metode pelaksanaan dilakukan secara partisipatif melalui lima tahapan, yaitu identifikasi kebutuhan dan observasi, edukasi informasi nilai gizi sesuai regulasi BPOM, penyusunan Informasi Nilai Gizi (ING) menggunakan aplikasi Cetak ING Mandiri, perancangan desain kemasan, serta pencetakan dan implementasi kemasan pada produk siap edar. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa produk keripik jamur Pippisi telah dilengkapi tabel informasi nilai gizi yang sesuai ketentuan BPOM dan menggunakan kemasan baru yang lebih informatif, profesional, serta menarik secara visual. Penerapan kemasan baru diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat identitas merek, dan memperluas peluang pemasaran produk. Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pengembangan IKM pangan lokal yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Pendahuluan

Industri Kecil dan Menengah (IKM) merupakan komponen penting dalam pembangunan ekonomi daerah karena berperan dalam penyerapan tenaga kerja, penguatan ekonomi berbasis potensi lokal, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, IKM sektor pangan memiliki kontribusi yang signifikan karena berkaitan langsung dengan pemanfaatan sumber daya lokal dan pemenuhan kebutuhan konsumsi masyarakat. Namun demikian, sebagian besar IKM pangan masih menghadapi berbagai kendala dalam meningkatkan daya saing produk, terutama pada aspek penyajian informasi produk, desain kemasan, dan kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar serta regulasi pangan yang berlaku (Tambunan, 2021). Kondisi tersebut menyebabkan banyak produk IKM belum mampu bersaing secara optimal dengan produk sejenis yang telah memiliki kemasan lebih modern dan informasi produk yang lebih lengkap.

Upaya peningkatan daya saing IKM tidak hanya bergantung pada kapasitas produksi, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam menyajikan produk yang informatif, aman, dan memiliki nilai tambah (Setiawardhani, 2025). Dalam praktiknya, banyak pelaku IKM masih menghadapi keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menyusun informasi nilai gizi, mendesain kemasan yang menarik, serta memanfaatkan kemasan sebagai media promosi dan komunikasi produk kepada konsumen. Padahal, berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa penguatan aspek nonproduksi, seperti pencantuman informasi nilai gizi dan perbaikan desain kemasan, berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperluas akses pasar produk pangan olahan IKM. Kemasan yang informatif dan menarik tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen (Purnamasari & Asrandi, 2025; Rofiq et al., 2023).

Salah satu IKM yang berkembang di Kabupaten Bantaeng adalah IKM Rumah Jamur yang berlokasi di Kecamatan Eremerasa. IKM ini bergerak dalam pengolahan jamur tiram menjadi berbagai produk olahan, salah satunya keripik jamur tiram dengan merek Pippisi. Produk ini memiliki potensi pasar yang cukup besar seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap pangan alternatif berbasis nabati yang dinilai lebih sehat dan bernilai gizi. Namun demikian, hasil observasi awal dan wawancara dengan mitra menunjukkan bahwa IKM Rumah Jamur masih menghadapi beberapa kendala yang memengaruhi daya saing produk.

Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah belum adanya pencantuman informasi nilai gizi pada kemasan produk. Mitra belum memiliki pengetahuan dan kemampuan teknis dalam menyusun informasi nilai gizi sesuai ketentuan yang berlaku, termasuk dalam menentukan komponen zat gizi yang perlu dicantumkan pada label pangan olahan. Akibatnya, produk keripik jamur Pippisi belum mampu memberikan informasi yang memadai kepada konsumen mengenai kandungan gizinya. Kondisi ini menjadi salah satu hambatan dalam meningkatkan

kepercayaan konsumen, terutama pada konsumen yang mulai memperhatikan aspek kesehatan dan kandungan gizi produk pangan yang dikonsumsi.

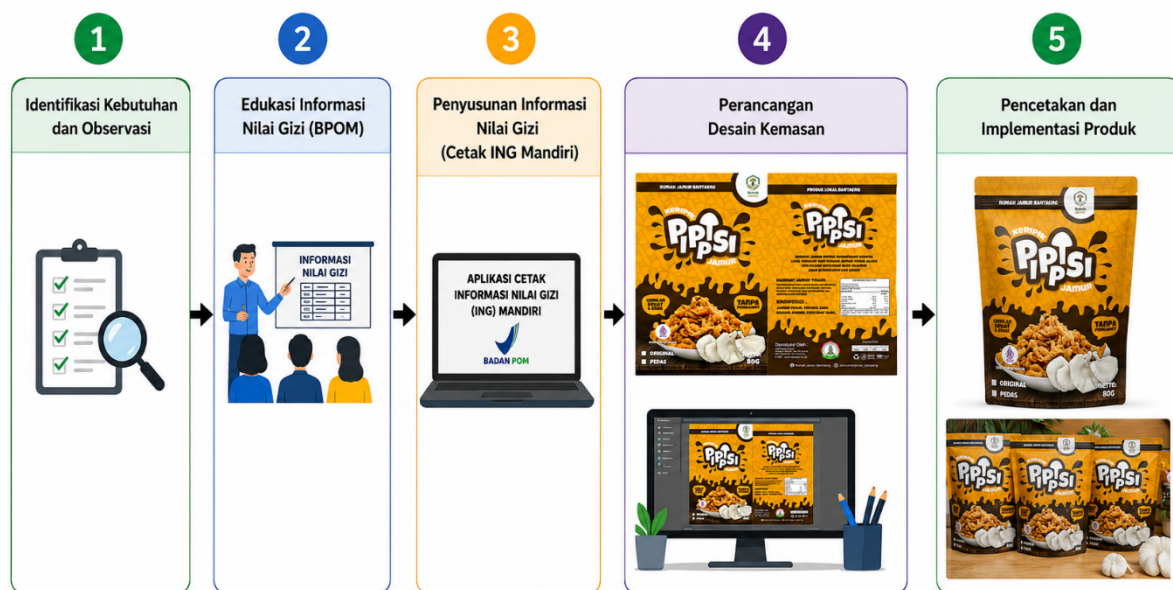
Selain itu, desain kemasan yang digunakan masih sederhana dan kurang informatif. Kemasan produk belum menampilkan identitas merek secara kuat, penggunaan warna dan tata letak informasi masih kurang menarik, serta belum mampu mencerminkan nilai produk sebagai pangan olahan modern berbasis komoditas lokal. Mitra juga mengungkapkan bahwa kemasan yang digunakan saat ini kurang mampu bersaing dengan produk sejenis yang telah memiliki desain lebih profesional dan menarik di pasaran. Kondisi tersebut menyebabkan produk kurang optimal dalam menarik perhatian konsumen, khususnya pada pemasaran di toko oleh-oleh, swalayan, maupun media pemasaran digital.

Permasalahan lain yang dihadapi mitra adalah keterbatasan pengetahuan mengenai pentingnya kemasan sebagai media promosi dan komunikasi produk. Selama ini, kemasan lebih difokuskan sebagai pelindung produk, belum sebagai sarana untuk meningkatkan citra dan nilai tambah produk. Padahal, pencantuman informasi produk yang lengkap dan desain kemasan yang baik dapat meningkatkan persepsi kualitas, memperkuat identitas merek, serta memperluas peluang pemasaran produk IKM di pasar yang semakin kompetitif. Pencantuman informasi nilai gizi pada produk pangan olahan merupakan aspek penting dalam membantu konsumen membuat keputusan konsumsi yang lebih sehat dan tepat. Selain itu, desain kemasan yang baik dan informatif terbukti mampu meningkatkan persepsi kualitas produk, memperkuat identitas merek, serta meningkatkan daya saing produk IKM di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, upaya penambahan informasi nilai gizi dan pembaruan desain kemasan menjadi langkah strategis dalam pengembangan produk keripik jamur Pippisi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada peningkatan daya saing produk keripik jamur Pippisi melalui pencantuman informasi nilai gizi yang sesuai dengan ketentuan BPOM serta pembaruan desain kemasan yang lebih informatif dan menarik. Diharapkan, melalui kegiatan ini, produk keripik jamur Pippisi dapat memiliki nilai tambah yang lebih tinggi, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperluas peluang pemasaran secara berkelanjutan.

Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa pendampingan dan pelatihan partisipatif kepada mitra IKM Rumah Jamur di Kecamatan Eremerasa, Kabupaten Bantaeng. Kegiatan dilaksanakan pada bulan Juni–November 2025 dengan fokus pada peningkatan daya saing produk keripik jamur Pippisi melalui pencantuman informasi nilai gizi dan pembaruan desain kemasan. Metode kegiatan dirancang dalam bentuk observasi, edukasi, diskusi, praktik, dan pendampingan secara langsung kepada mitra agar solusi yang diterapkan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi usaha mitra.



Gambar 1. Alur Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disajikan pada Gambar 1. Kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan dan observasi produk yang telah dipasarkan oleh mitra. Observasi dilakukan terhadap kelengkapan informasi pada kemasan produk, terutama terkait pencantuman informasi nilai gizi dan desain kemasan yang digunakan. Hasil observasi menunjukkan bahwa produk keripik jamur Pippisi belum mencantumkan informasi nilai gizi dan masih menggunakan desain kemasan yang sederhana serta kurang informatif.

Tahap selanjutnya adalah edukasi mengenai pentingnya pencantuman informasi nilai gizi pada produk pangan olahan. Kegiatan edukasi dilakukan melalui diskusi dan penyuluhan kepada mitra terkait fungsi label gizi bagi konsumen, jenis komponen gizi yang umum dicantumkan, serta ketentuan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) mengenai Informasi Nilai Gizi (ING) untuk produk Usaha Mikro dan Kecil (UMK). Setelah kegiatan edukasi, dilakukan penyusunan informasi nilai gizi produk menggunakan Aplikasi Cetak Informasi Nilai Gizi (ING) Mandiri dari BPOM berdasarkan komposisi bahan baku dan takaran saji produk.

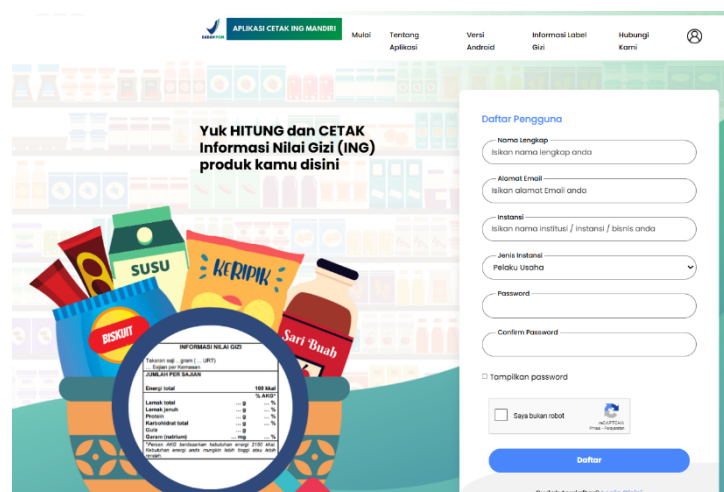
Kegiatan berikutnya adalah perancangan desain kemasan produk keripik jamur Pippisi. Desain kemasan disusun dengan memperhatikan identitas merek, informasi produk, tabel informasi nilai gizi, komposisi, berat bersih, dan identitas produsen agar kemasan lebih informatif dan menarik. Desain yang telah dibuat kemudian didiskusikan bersama mitra sebelum dilakukan pencetakan kemasan. Tahap akhir kegiatan berupa pencetakan dan implementasi kemasan pada produk keripik jamur Pippisi siap edar. Kemasan dicetak menggunakan standing pouch berbahan aluminium foil untuk menjaga mutu produk. Pada tahap ini juga dilakukan pendampingan kepada mitra terkait penggunaan kemasan baru dan pencantuman informasi nilai gizi secara tepat dan mudah dibaca. Seluruh rangkaian kegiatan

diakhiri dengan evaluasi hasil kegiatan bersama mitra untuk mengetahui tingkat pemahaman dan penerapan hasil pendampingan pada produk yang dihasilkan.

Hasil

Informasi Nilai Gizi

Aplikasi Cetak Informasi Nilai Gizi (ING) Mandiri dikembangkan oleh BPOM untuk membantu pelaku usaha, khususnya UMK, dalam mencantumkan tabel informasi nilai gizi pada produk pangan olahan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Aplikasi ini memudahkan pelaku usaha menyusun informasi nilai gizi secara mandiri tanpa proses yang rumit. Selain itu, aplikasi Cetak ING Mandiri menyediakan fitur perhitungan dan pencetakan tabel informasi nilai gizi untuk produk pangan olahan tertentu yang telah ditetapkan BPOM. Melalui aplikasi ini, pelaku usaha dapat mencetak tabel informasi nilai gizi tanpa harus melakukan pengujian laboratorium, sehingga lebih mudah dan hemat biaya bagi UMK. Tampilan antarmuka web aplikasi ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Tampilan Layar Web Aplikasi Cetak ING Mandiri

Salah satu produk pangan olahan yang dapat memanfaatkan aplikasi ini adalah keripik jamur tiram Pippisi karena termasuk dalam kategori pangan olahan yang diatur oleh BPOM. Melalui aplikasi Cetak ING Mandiri, produsen dapat mencetak tabel informasi nilai gizi secara otomatis seperti pada Gambar 3, sehingga transparansi kandungan gizi produk dapat ditingkatkan tanpa memerlukan biaya besar untuk pengujian laboratorium. Penerapan fitur ini tidak hanya memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk UMK, tetapi juga mendukung upaya peningkatan kualitas dan daya saing produk pangan olahan.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, penerapan aplikasi Cetak ING Mandiri memberikan manfaat nyata bagi mitra IKM Rumah Jamur, terutama dalam meningkatkan kemampuan mitra dalam menyusun dan mencantumkan informasi nilai gizi pada kemasan produk secara mandiri. Sebelum kegiatan dilaksanakan, mitra belum memahami tata cara penyusunan tabel informasi nilai gizi sesuai ketentuan BPOM. Setelah dilakukan pendampingan, mitra mampu

melakukan penginputan data bahan baku, menentukan takaran saji, hingga mencetak tabel informasi nilai gizi sesuai regulasi.

Selain meningkatkan pemahaman mitra, penggunaan aplikasi ini juga memberikan manfaat ekonomi karena mitra tidak perlu melakukan pengujian laboratorium yang membutuhkan biaya relatif besar. Hal ini menjadi solusi yang tepat bagi UMK dengan keterbatasan sumber daya, sehingga pencantuman informasi nilai gizi tetap dapat dilakukan secara mudah dan sesuai ketentuan. Keberadaan tabel informasi nilai gizi pada kemasan produk keripik jamur Pippisi juga meningkatkan nilai tambah produk, memperkuat citra produk sebagai pangan olahan yang informatif dan terpercaya, serta mendukung perluasan pemasaran produk di toko modern maupun media pemasaran digital.

INFORMASI NILAI GIZI		
Takaran saji 40 gram 2 Sajian per kemasan		
JUMLAH PER SAJIAN		
Energi Total		210 kkal
		% AKG *
Lemak Total	11 g	17 %
Lemak Jenuh	4.5 g	22 %
Protein	3 g	5 %
Karbohidrat Total	23 g	7 %
Gula	2 g	
Garam (natrium)	250 mg	17 %
* Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi Anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.		

Gambar 3. Informasi Nilai Gizi Keripik Jamur Tiram Pippisi

Informasi nilai gizi pada produk pangan olahan memiliki peran penting dalam membantu konsumen memahami kandungan zat gizi suatu produk dan menentukan pilihan pangan yang lebih sesuai dengan kebutuhan Kesehatan (Muzakkar et al., 2021). Label gizi umumnya memuat informasi mengenai energi, protein, lemak, karbohidrat, gula, garam, dan serat sehingga konsumen dapat membandingkan berbagai produk pangan sebelum dikonsumsi (Alcaire et al., 2023; Hafner et al., 2025). Keberadaan informasi tersebut menjadi semakin penting seiring meningkatnya konsumsi pangan olahan dan perubahan pola hidup masyarakat yang cenderung memilih makanan praktis dan siap saji.

Pemahaman yang baik terhadap informasi nilai gizi terbukti mampu mendukung pola konsumsi yang lebih sehat dan membantu menekan risiko masalah kesehatan akibat pola makan tidak seimbang, seperti obesitas dan penyakit tidak menular (Faza et al., 2025; Moviana & Nafilah, 2025; Saati et al., 2024). Oleh karena itu, berbagai negara mulai memperkuat kebijakan pelabelan pangan yang transparan dan akurat guna melindungi konsumen serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi pangan bergizi (Afroze & Sen, 2018; De Araújo et al., 2023; Micek et al., 2021). Dalam konteks ini, label gizi tidak hanya

berfungsi sebagai bentuk pemenuhan regulasi, tetapi juga sebagai media edukasi untuk membangun gaya hidup sehat di masyarakat (Sobhan et al., 2023; Viegas et al., 2014).

Pentingnya pencantuman informasi nilai gizi juga relevan pada produk pangan berbasis jamur tiram. Jamur tiram dikenal sebagai bahan pangan yang memiliki kandungan protein, serat, vitamin, dan mineral dengan kadar lemak yang relatif rendah, sehingga berpotensi menjadi alternatif pangan yang lebih sehat. Selain itu, jamur tiram juga mengandung senyawa bioaktif yang bermanfaat bagi kesehatan. Potensi gizi tersebut perlu didukung dengan penyajian informasi nilai gizi yang jelas pada kemasan produk agar konsumen dapat memahami manfaat gizi dari produk yang dikonsumsi (Solechah et al., 2025).

Pada produk olahan seperti keripik jamur tiram Pippisi, pencantuman informasi nilai gizi menjadi langkah strategis untuk meningkatkan transparansi produk sekaligus memperkuat kepercayaan konsumen (Ye et al., 2024). Informasi nilai gizi yang tercantum pada kemasan dapat meningkatkan nilai tambah produk, memperkuat citra produk sebagai pangan olahan yang lebih informatif dan sehat (Nur et al., 2021; Prihandini et al., 2022), serta mendukung daya saing produk IKM di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, penyediaan informasi nilai gizi pada produk olahan jamur tiram tidak hanya memberikan manfaat bagi konsumen, tetapi juga menjadi upaya pengembangan produk pangan lokal yang lebih berkualitas dan berdaya saing

Desain dan Cetak Kemasan

Kegiatan optimasi kemasan produk Jamur Pippisi pada IKM Rumah Jamur difokuskan pada penyempurnaan desain kemasan agar tampil lebih profesional, informatif, dan sesuai dengan standar produk pangan kemasan. Proses optimasi dilakukan melalui revisi desain kemasan lama tanpa mengubah bentuk fisik dan konsep utama kemasan sehingga identitas produk tetap terjaga dan mudah dikenali konsumen. Penyempurnaan desain meliputi penambahan logo Akademi Komunitas Industri Manufaktur Bantaeng sebagai mitra pengabdian yang telah mendampingi IKM Rumah Jamur secara berkelanjutan sejak tahun 2023 hingga 2025. Selain itu, pada kemasan baru ditambahkan tabel informasi nilai gizi yang telah disusun berdasarkan hasil analisis sebelumnya. Pencantuman informasi nilai gizi bertujuan meningkatkan transparansi kandungan produk, memberikan edukasi kepada konsumen, serta memperkuat kepercayaan terhadap mutu produk Jamur Pippisi.

Beberapa elemen tulisan pada kemasan juga diperbaiki, seperti penulisan satuan berat dan penamaan varian rasa agar lebih konsisten dan sesuai dengan kaidah pelabelan pangan. Perbaikan tersebut dilakukan untuk meningkatkan keterbacaan informasi dan kualitas tampilan kemasan secara keseluruhan. Dengan adanya penyempurnaan desain ini, kemasan produk Jamur Pippisi menjadi lebih menarik, informatif, dan memiliki nilai tambah yang lebih baik dalam mendukung

daya saing produk di pasar. Penampakan desain kemasan yang baru dapat diamati lebih jelas pada Gambar 4.

Setelah proses revisi desain selesai, selanjutnya dilakukan pencetakan kemasan di Kreasindo Packaging, Malang. Kemasan dicetak sebanyak 1.000 lembar menggunakan standing pouch laminasi doff berukuran 13 × 20 cm. Pemilihan bahan kemasan didasarkan pada ketahanannya terhadap kelembapan, kualitas tampilan visual, dan kesesuaiannya dengan standar kemasan modern untuk produk makanan ringan (Kusumawati & Kusumah, 2022; Rasa et al., 2023). Hasil pencetakan menunjukkan tampilan warna yang lebih stabil, permukaan kemasan yang lebih halus, serta kualitas visual yang lebih baik dibandingkan kemasan sebelumnya. Gambar 5 menunjukkan kemasan baru yang telah dicetak dan siap digunakan.



Gambar 4. Hasil Desain Kemasan



Gambar 5. Foto Kemasan Baru Setelah Dicetak

Penyerahan Luaran Kegiatan dan Diseminasi Hasil

Penyerahan luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa informasi nilai gizi produk dan kemasan hasil cetak kepada IKM Rumah Jamur dilaksanakan pada tanggal 9 Oktober 2025 oleh Tim PKM. Kegiatan ini merupakan tahap akhir dari rangkaian program pengabdian yang bertujuan memastikan hasil pendampingan dapat dimanfaatkan secara langsung oleh mitra dalam kegiatan produksi dan pemasaran produk. Luaran yang diserahkan meliputi desain kemasan baru yang telah dilengkapi dengan tabel informasi nilai gizi sesuai ketentuan BPOM, sehingga produk keripik jamur Pippisi memiliki tampilan yang lebih informatif dan profesional.

Selain sebagai bentuk penyerahan hasil program, kegiatan ini juga menjadi bagian dari diseminasi hasil pengabdian kepada mitra. Penyerahan kemasan dan informasi nilai gizi menunjukkan bahwa proses pendampingan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi telah menghasilkan luaran nyata yang dapat langsung diterapkan pada produk mitra. Keberadaan informasi nilai gizi pada kemasan diharapkan mampu meningkatkan transparansi produk, memperkuat kepercayaan konsumen, serta meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk keripik jamur Pippisi di pasar. Sementara itu, pembaruan desain kemasan memberikan identitas visual yang lebih menarik dan modern sehingga produk memiliki peluang lebih besar untuk dipasarkan pada toko oleh-oleh, swalayan, maupun media pemasaran digital.



Gambar 6. Penyerahan Nilai Informasi Gizi dan Desain Kemasan

Pada kesempatan yang sama, pihak IKM Rumah Jamur juga menyerahkan sertifikat penghargaan kepada seluruh anggota Tim PKM sebagai bentuk apresiasi atas kontribusi dan pendampingan yang telah diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Penyerahan sertifikat ini mencerminkan terjalinnya kerja sama yang baik antara tim pengabdian dan mitra, serta menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan yang dilakukan memberikan manfaat nyata bagi pengembangan produk IKM Rumah Jamur.



Gambar 7. Penyerahan Sertifikat Pelaksanaan PkM ke Tim PkM

Selain penyerahan luaran secara langsung, kegiatan pengabdian ini juga dipublikasikan melalui berbagai media massa daring sebagai upaya diseminasi hasil dan penyebarluasan manfaat kegiatan kepada masyarakat luas, khususnya pelaku IKM di Kabupaten Bantaeng. Publikasi ini diharapkan dapat menjadi media edukasi dan inspirasi bagi pelaku usaha sejenis dalam meningkatkan mutu produk dan daya saing melalui pencantuman informasi nilai gizi dan pembaruan kemasan. Adapun publikasi kegiatan dapat diakses melalui tautan berikut: <https://beritapers.com/ak-manufaktur-bantaeng-dukung-ikm-ruma-jamur-pippisi-dalam-optimalisasi-produk-dan-kemasan/>

Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada IKM Rumah Jamur berhasil meningkatkan daya saing produk keripik jamur Pippisi melalui pencantuman informasi nilai gizi dan pembaruan desain kemasan. Penyusunan Informasi Nilai Gizi menggunakan aplikasi Cetak ING Mandiri BPOM memungkinkan mitra memenuhi ketentuan pelabelan pangan secara mandiri, akurat, dan sesuai regulasi tanpa membebani biaya produksi. Pembaruan desain kemasan menghasilkan tampilan produk yang lebih informatif, profesional, dan higienis, sekaligus memperkuat identitas merek melalui penambahan elemen visual dan informasi yang relevan. Implementasi kemasan baru pada produk siap edar diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung keberlanjutan usaha IKM Rumah Jamur. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa penguatan aspek informasi produk dan kemasan merupakan strategi efektif dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk pangan olahan berbasis potensi lokal.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Akademi Komunitas Industri Manufaktur Bantaeng atas dukungan pendanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Tahun 2025 berdasarkan Perjanjian Penugasan Kerja Nomor B/1159/BPSDMI/AKOM-Bantaeng/LB/VI/2025. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada IKM Rumah Jamur, Kabupaten Bantaeng, Sulawesi Selatan, atas kerja sama dan partisipasi aktif selama pelaksanaan kegiatan pengabdian.

Daftar Pustaka

- Afroze, S., & Sen, T. K. (2018). A Review on Heavy Metal Ions and Dye Adsorption from Water by Agricultural Solid Waste Adsorbents. *Water, Air, and Soil Pollution*, 229(7). <https://doi.org/10.1007/s11270-018-3869-z>
- Alcaire, F., Vidal, L., Machín, L., Antúnez, L., Giménez, A., Curutchet, M. R., & Ares, G. (2023). Health-related cues on the packages of processed and ultra-processed products: prevalence and policy implications. *British Journal of Nutrition*, 130(1), 174–184. <https://doi.org/10.1017/S000711452200318X>
- De Araújo, C. R. B., Rocha, K. F., Carneiro, B., Ribeiro, K. D. da S., de Moraes, I. L., Breda, J., Padrão, P., & Moreira, P. (2023). Nutritional adequacy of commercial food products targeted at 0–36-month-old children: a study in Brazil and Portugal. *British Journal of Nutrition*, 129(11), 1984–1992. <https://doi.org/10.1017/S0007114522002707>
- Faza, F., Hardiyanti, M., Witaningrum, R., Pranoto, Y. A., & Hastuti, J. (2025). Perceived nutrition literacy on ultra-processed food and food labelling among adolescents and adults – a result from community service activity. *Nutrition & Food Science*, 55(1), 193–204. <https://doi.org/10.1108/NFS-04-2024-0125>
- Hafner, E., Hribar, M., & Pravst, I. (2025). Ultra-Processed Foods in the Food Supply: Prevalence, Nutritional Composition and Use of Voluntary Labelling Schemes. *Nutrients*, 17(10), 1731. <https://doi.org/10.3390/nu17101731>
- Kusumawati, D. N. I., & Kusumah, W. I. (2022). Analisis desain kemasan produk UMKM makanan tradisional lempeng berbahan alami memiliki daya tarik dan ketahanan mutu produk. *Jurnal Nawala Visual*, 4(1), 41–49.
- Micek, A., Godos, J., & Grosso, G. (2021). Nutrient and energy contribution of ultra-processed foods in the diet of nations: a meta-analysis. *European Journal of Public Health*, 31(Supplement_3). <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckab164.418>
- Moviana, R., & Nafilah, N. (2025). Edukasi Gizi terhadap Pengetahuan Produk Olahan (Ultra Processed Food) pada Remaja di Kota Pekalongan. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 8(5), 2343–2352. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v8i5.18968>
- Muzakkar, M. Z., Thamrin Azis, Muh. Nurdin, Maulidiyah, Muh. Natsir, & Sitti Ratna. (2021). Sosialisasi Produk Olahan Makanan Dan Minuman Alami Sebagai Upaya Peningkatan Imun Di Tengah Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat

- Kelurahan Petoaha Kecamatan Abeli Kota Kendari Sultra. *Sarwahita*, 18(01), 50–60. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.181.5>
- Nur, A., Valensia, Y., & A Lobo, M. Y. (2021). Pelatihan Pengolahan Pangan Lokal Sumber Protein Untuk Meningkatkan Status Gizi Balita Di Kampung Nelayan Oesapa Kupang. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 170. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v4i2.742>
- Prihandini, Y. A., Yunarti, A., Hastuti, E., Rusida, E. R., & Kurniawan, G. (2022). Program Penyuluhan dan Pelatihan Fortifikasi Pangan Lokal dengan Kelompok Wanita Tani (KWT) untuk Pencegahan Stunting pada Anak Usia Sekolah Dasar. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 5(10), 3535–3542. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v5i10.7785>
- Purnamasari, U., & Asrandi, A. (2025). Persepsi Konsumen Dalam Membeli Terhadap Label Gizi pada Produk Makanan yang Diproduksi oleh UMKM. *Jurnal E-Bussiness Institut Teknologi Dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar*, 5(2), 100–106.
- Rasa, I. N. M. A. G., Astiti, M. P., Eryani, I. A. A. P., Yudiastari, I. N. M., & Semaryani, I. A. A. M. (2023). *Pentingnya kemasan dalam pemasaran produk*. Scopindo Media Pustaka.
- Rofiq, A., Suryadi, N., Anggraeni, R., Makhmut, K. D. I., & Aryati, A. S. (2023). *Meningkatkan daya saing UKM: Perspektif strategis*. Universitas Brawijaya Press.
- Saati, E. A., Andriawan, S., Indratmi, D., & Harini, R. (2024). Peningkatan Peran Pemanfaatan Pekarangan dan Kader Posyandu dalam Membantu Penurunan Masalah Gizi Terutama Stunting Balita di Desa Krisik (Kecamatan Gandusari, Kabupaten Blitar). *JAST: Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi*, 8(1), 14–27. <https://doi.org/10.33366/jast.v8i1.5617>
- Setiawardhani, W. O. (2025). Peran Packaging Dalam Strategi Marketing Bagi Daya Tarik Beli Konsumen:(Studi Kasus Air Mineral Umtqu). *Komunikata*57, 6(1), 152–162.
- Sobhan, S. M. M., Mamun, M. A. Al, Bahar, N., Sarwar, S., Ashraf, M. M., Abedin, M. J., Karim, M. R., Alim, M. A., Ahmed, J., Shamim, A. A., Shaheen, N., Amin, M. R., & Choudhury, S. R. (2023). PS-P14-9: Salt Content In Commonly Consumed Processed Packaged Foods And Their Conformity With Label Information In Bangladesh. *Journal of Hypertension*, 41(Suppl 1), e500. <https://doi.org/10.1097/01.hjh.0000918036.89274.b2>
- Solechah, M., Pasundani, N. A., & Islami, A. I. (2025). Pengenalan Bekatul sebagai Makanan Pendamping pada Anak Usia Prasekolah di paud Kober Manarul Huda Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 8(2), 952–960. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v8i2.17688>
- Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM di Indonesia: perkembangan, kendala, dan tantangan*. Prenada Media.

- Viegas, R. M. C., Campinas, M., Costa, H., & Rosa, M. J. (2014). How do the HSDM and Boyd's model compare for estimating intraparticle diffusion coefficients in adsorption processes. *Adsorption*, 20(5–6), 737–746. <https://doi.org/10.1007/s10450-014-9617-9>
- Ye, M. J., Lee, M.-Y., Bang, S.-J., & Lee, H.-Y. (2024). Comparative Analysis of Nutritional Components Based on the Ingredient Composition of Fresh Convenience Food Among Instant Foods (Salad Products). *Journal of the Korean Society of Food Science and Nutrition*, 53(11), 1153–1165. <https://doi.org/10.3746/jkfn.2024.53.11.1153>