

PENDAMPINGAN DAN PENGEMBANGAN UMKM NATA DE COCO UNTUK MENINGKATKAN NILAI PRODUK DI GODEGAN, SRANDAKAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Barbara Gunawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
era@umy.ac.id, barbaragunawan@yahoo.co.id

Abstract

Partners in this PPM KKN service program are Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) entrepreneurs and residents in the Godegan Srandakan Bantul area of the Special Region of Yogyakarta. Partner is stated to be an MSME because the main program of Service will accompany several MSMEs in Godegan hamlet, especially Nata de coco MSMEs, besides that it will also organize an auxiliary program in the form of Population Data Digitization. The purpose of this service is to increase the value of processed nata de coco products, which in turn can increase the income of citizens until economic independence occurs. The problem faced is that nata de coco MSME managers who only process nata de coco in semi-finished form, do not have the knowledge to increase the value of products so that they have a better selling value. Packaging, logos, and product brands are also obstacles to marketing processed finished products. In addition to the problems found in the nata de coco MSME business, there are also problems in the hamlet, namely the administration of population data that is not updated, because it is recorded manually. Based on these problems, steward solves problems by carrying out activities that are divided into aspects of production, marketing, and Financial Records. In the production aspect: training and assistance in product processing and attractive nata de coco packaging to increase product value; From the marketing aspect, assistance is needed about online product marketing, while from a financial point of view, assistance is carried out in managing business finances. steward also provides training and assistance in terms of creating company profiles and digitizing population data. The outputs of this service program are: news in the mass media, videos of activities, participation in national seminars on community service, and scientific manuscripts published in the form of Sinta-accredited journals.

Keywords: UMKM, Godegan, Nata de Coco, company profile.

Abstrak

Mitra dalam program pengabdian KKN PPM ini adalah pengusaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan warga di wilayah Godegan Srandakan Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Dinyatakan Mitra adalah UMKM karena program utama Pengabdikan akan mendampingi beberapa UMKM yang ada di dusun Godegan, khususnya UMKM Nata de coco, disamping itu juga akan menyelenggarakan program bantu berupa Digitalisasi Data Kependudukan. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan nilai hasil olahan produk nata de coco, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penghasilan warga hingga terjadi kemandirian ekonomi. Permasalahan yang dihadapi adalah pengelola UMKM nata de coco yang hanya mengolah nata de coco dalam bentuk setengah jadi, tidak memiliki pengetahuan untuk meningkatkan nilai produk supaya mempunyai nilai jual yang lebih baik. Kemasan, logo, dan merk produk juga menjadi kendala untuk memasarkan hasil olahan produk jadi. Selain permasalahan yang terdapat pada usaha UMKM nata de coco, terdapat juga permasalahan di dusun, yaitu administrasi data kependudukan yang tidak update, karena dicatat secara manual. Berdasarkan permasalahan tersebut, Pengabdikan menyelesaikan masalah dengan melakukan kegiatan yang terbagi menjadi aspek produksi, pemasaran, dan Pencatatan Keuangan. Pada aspek produksi: diselenggarakan pelatihan dan pendampingan pengolahan produk dan pengemasan nata de coco yang menarik untuk meningkatkan nilai produk; dari aspek pemasaran diperlukan pendampingan tentang pemasaran produk secara online, sedangkan dari segi keuangan dilakukan pendampingan dalam mengelola keuangan usaha. Pengabdikan juga memberikan pelatihan dan pendampingan dalam hal pembuatan company profile dan digitalisasi data

kependudukan. Luaran dari program pengabdian ini adalah: berita di media massa, video kegiatan, keikutsertaan dalam seminar nasional pengabdian masyarakat, dan naskah ilmiah yang dipublikasikan dalam bentuk jurnal terakreditasi Sinta.

Kata kunci: UMKM, Godegan, Nata de Coco, company profile.

PENDAHULUAN

Dusun Godegan adalah salah satu wilayah yang terdapat di desa Poncosari Kecamatan Srandakan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dusun Godegan terdiri dari 6 RT yaitu RT 01 hingga RT 06. Berdasarkan hasil pemetaan, Dusun Godegan memiliki luas wilayah 30,0625 Ha. Penduduk Dusun Godegan berjumlah 736 jiwa, dengan jumlah keluarga tercatat sebanyak 201 Kepala Keluarga. Masyarakat Pedukuhan Godegan, Desa Poncosari, Srandakan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) termasuk kategori masyarakat pra sejahtera yang hidup tidak jauh dari pantai laut selatan. Sebagian besar masyarakat yang tinggal di daerah tersebut bekerja sebagai buruh tani atau pekerja serabutan.

Secara alamiah biasanya manusia mencari upaya untuk menyelesaikan problem yang ada, sehingga diperlukan kreatifitas (Herlambang, 2015). Salah satu upaya untuk menyelesaikan masalah tersebut adalah dengan berusaha dan berkreasi. Namun, bila hanya mengandalkan kemampuan berkreasi tanpa disertai implementasi inovasi, maka produk tidak mampu bersaing di pasar. Sebagaimana dengan yang pernyataan Djodjono & Tawas (2014) bahwa dalam proses permulaan akan didominasi oleh kreatifitas, selanjutnya akan didominasi oleh implementasi inovasi. Menurut Tjiptono (2014) inovasi adalah unsur yang penting yang berkontribusi untuk kesuksesan bisnis, baik perusahaan jasa maupun perusahaan manufaktur.

Terdapat beberapa UMKM di dusun Godegan, diantaranya adalah usaha pisang molen, produksi bika ambon, pembuatan tempe, nata de coco, industri batako, dan makanan olahan pisang. Menurut Endriastuti & Permatasari (2018) bahwa salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan perekonomian warga adalah dengan menciptakan aktivitas industri dengan cara memanfaatkan hasil alam sebagai bahan bakunya. Berdasarkan hasil wawancara dan diskusi saat observasi, Pengabdi memutuskan untuk fokus pada pendampingan UMKM nata de coco. Nata de coco adalah minuman ringan yang terbuat dari hasil proses fermentasi air kelapa oleh bakteri yang bernama *Acetobacter xylium* (Priyanto, 2011).

Permasalahan yang dihadapi adalah pengelola UMKM nata de coco yang hanya mengolah nata de coco dalam bentuk setengah jadi, tidak memiliki pengetahuan untuk meningkatkan nilai produk supaya mempunyai nilai jual yang lebih baik. Sebagaimana diketahui pemasaran adalah suatu aktifitas yang sangat berperan dalam keberlangsungan usaha (Budiyanto, 2020).

Kemasan, logo, dan merk produk juga menjadi kendala untuk memasarkan hasil olahan produk jadi. Seperti yang dinyatakan oleh Christianingrum et al. (2021) bahwa implementasi branding pada produk UMKM dapat membuat konsumen semakin mudah dalam memilih produk diantara berbagai alternatif pilihan. Selain permasalahan yang terdapat pada

usaha UMKM nata de coco, terdapat juga permasalahan di dusun, yaitu administrasi data kependudukan yang tidak update, karena dicatat secara manual.

Berdasarkan permasalahan tersebut, Pengabdi menyelesaikan masalah dengan melakukan kegiatan yang terbagi menjadi aspek produksi, pemasaran, dan Pencatatan Keuangan. Oleh karena itu kegiatan Pengabdian Masyarakat KKN PPM di dusun Godegan akan difokuskan pada Pendampingan dan Pengembangan UMKM, selain itu juga diselenggarakan kegiatan pendamping berupa pelatihan digitalisasi data kependudukan. Sejalan dengan yang dinyatakan oleh Rummujib (2021) bahwa pengabdian adalah upaya menjadikan masyarakat mandiri dengan memberikan dorongan, penguatan pengetahuan dan keterampilan, serta berupaya memecahkan masalah di masyarakat, sehingga menjadikan masyarakat lebih mampu.

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah:

A. Tahap Persiapan, yang terdiri dari kegiatan:

- 1) Observasi, dilakukan beberapa kali untuk meninjau lokasi dan memahami permasalahan yang terjadi. Pada tahap ini pengabdi melakukan observasi dan wawancara ke UMKM dan Kepala Dusun.
- 2) Diskusi, setelah dilakukan observasi dan wawancara dengan pihak terkait, kemudian dilakukan diskusi tentang program kerja yang akan dilakukan selama

penyelenggaraan pengabdian.

B. Tahap Pelaksanaan, yang terdiri dari kegiatan:

- 1) Penyuluhan, dengan metode ceramah kepada warga, khususnya UMKM yang menjadi Mitra pengabdian, tentang varian produk dan kreatifitas serta inovasi dalam pengemasan serta pemasaran menggunakan media sosial. Siti (2017) menyatakan bahwa esensi penyuluhan adalah untuk menyadarkan akan kebutuhan, selanjutnya memanfaatkan potensi yang dimiliki sebagai pemenuhan kebutuhan.
- 2) Pelatihan, dilakukan untuk membuat produk dan media pemasaran menggunakan media sosial, serta pelatihan pembukuan sederhana. Seperti yang dikatakan oleh Hasan (2018) melalui pemberitahuan pengetahuan tentang kewirausahaan akan menciptakan sifat kreatif untuk menunjang kesuksesan UMKM.
- 3) Pendampingan pembuatan logo, kemasan, dan pembukuan,
- 4) Monitoring, dilakukan guna memantau kegiatan yang sudah dilaksanakan.
- 5) Evaluasi, untuk mencari solusi dan gambaran perbaikan dimasa yang akan datang.

C. Tahap Pelaporan dan Evaluasi, yang terdiri dari kegiatan:

- 1) Menyusun laporan kegiatan pengabdian,
- 2) Membuat video kegiatan untuk untuk selanjutnya diunggah di youtube channel,
- 3) Membuat artikel publikasi media massa,
- 4) Membuat artikel seminar internasional, dan
- 5) Membuat artikel publikasi jurnal pengabdian berakreditasi Sinta. Tahapan kegiatan tampak pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian KKN PPM yang melibatkan 10 (sepuluh) mahasiswa ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, serta tahap pelaporan dan Evaluasi. Adapun kegiatan pada masing-masing tahapan disajikan pada Gambar 1. Lokasi Pengabdian ini adalah di sebuah dusun yang terdapat di Kecamatan Srandakan Kabupaten Bantul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu Dusun Godegan.

A. Tahap Persiapan

Kegiatan observasi dilaksanakan sebanyak 3 (tiga) kali, observasi pertama untuk mengetahui lokasi KKN,

mencari lokasi kantor Kecamatan dan Kelurahan, melihat kondisi dan potensi dusun termasuk UMKM dan kelompok pemuda, sekolah, masjid, serta berkenalan dengan aparat dusun. Observasi kedua dilakukan lebih detail dengan cara melakukan wawancara dan diskusi dengan Aparat Kecamatan, Kelurahan, Kepala Dusun, Takmir Masjid, Ibu-ibu PKK, dan beberapa UMKM. Di Dusun Godegan terdapat UMKM olahan pisang, UMKM Kanvas, UMKM pisang molen, UMKM nata de coco, dan UMKM bika ambon. Dari beberapa UMKM yang diobservasi, Pengabdian memutuskan bahwa UMKM yang memerlukan pendampingan adalah UMKM nata de coco. Observasi ketiga dilakukan setelah Pengabdian menyusun rancangan kegiatan yang akan dilakukan selama masa pengabdian, memastikan Kembali bahwa kegiatan yang akan diselenggarakan telah mendapat persetujuan pihak-pihak terkait untuk selanjutnya disusun proposal Pengabdian sesuai dengan skema yang dipilih. Gambar 2 adalah dokumentasi saat observasi.



Gambar 2: Observasi ke Rumah Kepala Dusun Godegan

B. Tahap Pelaksanaan

Pengabdian KKN PPM diselenggarakan dalam rentang waktu 3 (tiga bulan), sedangkan Program KKN mahasiswa adalah selama 30 hari. Program KKN PPM terbagi menjadi Program Utama berupa Pendampingan UMKM Nata de Coco; dan Program

Bantu yang terdiri dari: 1) Memperbarui video profile dusun Godegan dan digitalisasi data Kependudukan Dusun Godegan. Selain program tersebut, peserta KKN juga melaksanakan kegiatan rutin seperti mengajar di sekolah, taman Pendidikan alquran, posyandu, kerja bakti, dan lain-lain yang tidak akan dibahas lebih lanjut dalam laporan ini. Gambar 3 adalah dokumentasi saat penerjunan mahasiswa KKN di Kecamatan Srandakan Kabupaten Bantul. Setelah penerjunan dilanjutkan dengan agenda sosialisasi kegiatan, sebagaimana yang tersaji pada Gambar 4.



Gambar 3: Penerjunan KKN di Kecamatan Srandakan



Gambar 4: Sosialisasi Program

1) Pendampingan Pembuatan Puding Kaca Nata de Coco.

Nata de coco yang dihasilkan UMKM merupakan nata de coco yang tidak siap konsumsi, oleh karena itu Pengabdi perlu mencari cara dan melakukan beberapa kali percobaan supaya nata de coco dapat diolah lebih lanjut untuk dijadikan puding kaca nata de coco yang lezat disantap dan bergizi. Setelah Pengabdi melakukan beberapa percobaan, kemudian Pengabdi memberikan pelatihan kepada Kelompok Ibu-Ibu PKK Dusun Godegan. Gambar 5 adalah dokumentasi pelatihan pembuatan pudding kaca nata de coco.



Gambar 5: pelatihan pembuatan pudding kaca nata de coco.

2) Merancang logo dan Merk

Logo dan merk digunakan untuk kemasan dan berbagai media promosi lainnya. Diperlukan beberapa kali proses pembuatan logo yang menarik namun memiliki filosofi yang berkaitan dengan produk, hingga diperoleh logo dan merk yang paling sesuai sebagaimana yang disajikan pada Gambar 6. Desain visual pada kemasan sangat penting, karena akan menarik perhatian konsumen dan produk agar lebih mudah untuk dikenali (Sondakh et al., 2021). Untuk kepentingan pengemasan, logo dicetak di kertas stiker yang akan ditempel di cup yang

telah diisi pudding nata de coco.



Gambar 6: Logo Kemasan

3) Pengemasan Puding Kaca Nata de Coco.

Puding Kaca Nata de coco yang sudah diolah kemudian dikemas ke dalam cup yang tertutup dengan bantuan cup sealer. Penggunaan cup sealer akan mempertahankan kualitas nata de coco ketika dipasarkan. Kualitas suatu produk akan menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk menentukan pembelian (Yulianto & Permatasari, 2019). Puding kaca nata de coco dikemas dalam cup yang diberi logo menarik yang telah dirancang dan dicetak sebelumnya, sebagaimana yang disajikan pada Gambar 7.



Gambar 7: Pengemasan puding nata de coco.

4) Penyuluhan dan Pendampingan Pemasaran digital.

Penyuluhan dan pendampingan pemasaran produk secara digital diselenggarakan beberapa kali, termasuk penyuluhan oleh narasumber dari LPM UMY. Pemasaran digital dilakukan karena bermanfaat untuk menekan biaya promosi (Endriastuti & Permatasari, 2018). Peserta adalah seluruh pemilik UMKM yang ada di wilayah Dusun Godegan. Gambar 8 adalah dokumentasi saat pelaksanaan Penyuluhan dan Pendampingan Pemasaran Digital. Pemasaran digital dapat meningkatkan penjualan, seiring dengan semakin banyaknya orang yang mengenali, maka pembeli juga akan semakin banyak (Utarsih et al., 2020).



Gambar 8: Penyuluhan dan Pendampingan Pemasaran Digital.

5) Dokumentasi Produk dan Pembuatan Akun Media Sosial.

Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan produk, pembuatan merk, dan pengemasan; selanjutnya dilakukan kegiatan foto produk yang digunakan untuk promosi di media sosial Instagram dan Tiktok sebagaimana tersaji pada Gambar 8. Media sosial Instagram menjadi pilihan sebab cukup diminati oleh konsumen (Nursidiq et al., 2019). Dokumentasi produk dilakukan dengan pengambilan foto, video untuk dapat dimasukkan dalam media social yang akan dibuat nantinya. Hal ini dilakukan untuk dapat memasarkan produk secara luas dan dapat meningkatkan nilai jual dari *Nata de Coco*. Pada era digital saat ini media sosial sangat membantu pengusaha dalam memasarkan produknya (Rosmadi, 2021).



Gambar 8: Akun Media sosial Tiktok dan Instagram

6) Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan

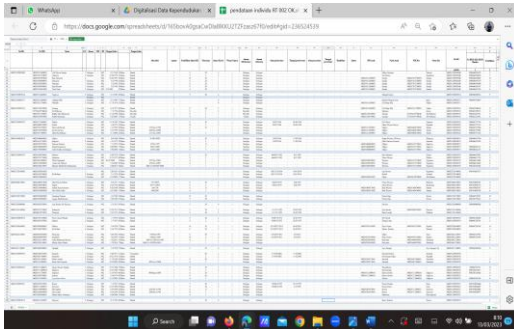
Pendampingan penyusunan keuangan sederhana digunakan untuk penghitungan harga pokok produksi, sebab pengelola sering tidak memasukkan semua unsur biaya produksi dalam perhitungan harga pokoknya, terutama biaya tenaga kerja.

Peserta juga diedukasi tentang penyusunan Cash Flow yang diperlukan untuk mengetahui besarnya uang masuk, uang keluar, dan saldo kas.

Beberapa kegiatan, seperti mengadakan kumpul bersama dengan para sesepuh Padukuhan Godegan untuk menanyakan dan berdiskusi secara jelas mengenai bagaimana silsilah awal dari Padukuhan Godegan, kemudian Pengabdi juga melakukan pengambilan video dengan menggunakan drone dan kamera pada beberapa titik yang menjadi identitas dari Padukuhan Godegan, tidak lupa melakukan pengambilan video pada beberapa UMKM yang ada di Padukuhan Godegan.

7) Digitalisasi Data Kependudukan Padukuhan Godegan

Program kerja digitalisasi data kependudukan merupakan program kerja yang juga diusulkan oleh kepala dukuh. Beliau meminta kepada Pengabdi untuk membantu merapikan data-data kependudukan dan juga memperbarui data kependudukan. Pada program kerja ini Pengabdi melakukan beberapa kegiatan, diantaranya pengecekan ulang data-data kependudukan, melakukan survei dari rumah ke rumah untuk mendapatkan titik koordinat dan juga gambar rumah yang sesuai dengan yang terbaru, dan juga membuatkan Google Drive untuk mempermudah Kepala Dukuh dalam mengakses data kependudukan. Program kerja ini diharapkan dapat mempermudah Kepala Dukuh dalam menemukan data yang akan diperlukan nantinya. Gambar 9 adalah tangkap layar dari sebagian kecil informasi yang tersaji di file data kependudukan secara digital.



Gambar 9: Digitalisasi Data Kependudukan

SIMPULAN

Rangkaian kegiatan pengabdian skema KKN PPM di Dusun Godegan telah terselenggara dengan baik dan lancar. Setelah dilakukan pendampingan pengolahan pudding kaca nata de coco, peserta pada umumnya, dan pemilik UMKM nata de coco pada khususnya memiliki pemahaman tentang cara pengolahan lebih lanjut produk nata de coco yang selama ini dijual dalam bentuk setengah jadi. Produk yang telah dikemas dengan tampilan menarik dapat dipasarkan baik secara local di sekitar Dusun Godegan maupun secara online. Digitalisasi data kependudukan Godegan juga telah banyak membantu aparat dusun untuk mengetahui dan memperbarui data kependudukan. Pengabdian berikutnya disarankan untuk membuatkan izin PIRT dan sertifikat halal untuk produk pudding nata de coco.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada LPM UMY yang telah memberikan dana untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiyanto, T. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Pada Ibu-Ibu Aisyiah Muhammadiyah Bali. *SPEKTA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat : Teknologi Dan Aplikasi)*, 1(1), 17. <https://doi.org/10.12928/spekta.v1i1.2649>
- Christianingrum, Saputra, D., Yusuf, & Ulyana, D. (2021). Pelatihan Pembuatan Design Logo Sebagai Upaya Menanamkan Kesadaran Merek Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Air Itam. *Ikraith - Abdimas*, 4(1), 74–80.
- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 2(3), 1214–1224. <https://doi.org/10.33096/paradoks.v4i1.768>
- Endriastuti, A., & Permatasari, M. P. (2018). PELATIHAN PEMASARAN, PEMBERDAYAAN TOKO ONLINE, DAN PENGENALAN m-commerce PADA PRODUK UNGGULAN JAGUNG TORTILA DI KECAMATAN TRUCUK KABUPATEN BOJONEGORO. *MARTABE : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1, 56–66.
- Hasan, M. (2018). Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(1), 81. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v1i1.5063>
- Herlambang, Y. (2015). Peran Kreativitas Generasi Muda Dalam Industri Kreatif Terhadap Kemajuan Bangsa. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Tematik)*, 2(1), 61–71.

- Nursidiq, C., Iftayani, I., & Ritati, N. (2019). Pendampingan Pemasaran Dan Pelatihan Pengelolaan Website Bagi Anggota Kub Di Temanggung. Prosiding Seminar Nasional ..., 3, 1379–1385. <https://prosiding.umy.ac.id/seminasppm/index.php/psppm/article/download/418/461>
- Priyanto, Z. B. (2011). Analisis Usaha Nata de Coco. STIMIK AMIKOM Yogyakarta.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal IKRA-ITH Ekonomika, 4(1), 122–127.
- Rummujib, H. (2021). Aplikasi Penelitian dan Pengabdian Masyarakat LPPM Universitas Nurdin Hamzah Berbasis Mobile. Jurnal Karya Informatika (KARTIKA), 44–49.
- Siti, A. (2017). Makna Penyuluhan dan Transformasi Perilaku Manusia. Jurnal Penyuluhan, 4(1), 63–67.
- Sondakh, R. C., Kusrianti, N., & Astri, F. (2021). Pendampingan Pembuatan Kreasi Cokelat untuk Pengembangan Industri Rumahan Desa Ginunggung, Kabupaten Tolitoli. Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(2), 132–138. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v5i2.2645>
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian.
- Utarsih, H., Vidyastuti, H., & Sari, W. P. (2020). Pengembangan Pola Penjualan Usaha Pangsit & Mie Alex Melalui Online dan Offline Serta Analisis Penggunaan Sumber Daya Manusia. Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas, 04(02), 423–428.
- Yulianto, A. R., & Permatasari, C. L. (2019). Relevansi Produk dan Pelayanan Terhadap Pembelian Kuliner. Jurnal Ecodunamika, 4(1).
- Bagian ini memberikan contoh penulisan sumber sitasi. Semua yang ada dalam daftar ini dapat dirunut dalam badan artikel template ini untuk dipelajari tata cara penulisan sitasi dalam teks.
- Anonim. 2006. Formalin bukan Formalitas. CP Buletin Service No.73 Tahun VII Januari 2006. Jakarta.
- BPS (2013). Data Statistik Kependudukan. Badan Pusat Statistik Kota Padangsidempuan.
- Cahyadi, W. 2009. Analisis & Aspek Kesehatan Bahan Tambahan Pangan, Edisi Kedua. Jakarta: Bumi Aksara.
- Eka, R. 2013. Rahasia Mengetahui Makanan Berbahaya. Jakarta: Titik Media Publisher.
- Depdiknas. 2002. Sains. Jakarta: Pusat Kurikulum, BalitbangDepdiknas.
- Putra, H. P dan Yebi, Y. 2010. Studi Pemanfaatan Sampah Plastik Menjadi Produk dan Jasa Kreatif. Jurnal Sains dan Teknologi Lingkungan. Vol. 2 No. 1.
- Sukardi.2004. Metodologi Pengabdian Pendidikan. Jakarta: PT. Bumi Aksara.