

Healthy Food Awareness Movement: Educating and Supporting Consumers in Choosing Kerupuk Lapis

Novriyanti Lubis^{1*}, Lindayani², Asmufadiya³, Ihsan Saputra⁴

^{1,3,4}Prodi Farmasi, Fakultas MIPA, Universitas Garut

²Fakultas Kewirausahaan, Universitas Garut

*E-mail: novriantilubis@uniga.ac.id

Abstract

Kerupuk are dry food snacks made from flour or rice with fish meat and other ingredients. Kerupuk Lapis are a variant that is quite widely consumed by consumers, having a colorful characteristic that in the manufacturing process uses dyes, such as those produced by factory X in Sukawening District. The purpose of this PKM is to provide counseling to consumers on how to choose safe Kerupuk Lapis carried out by a community service team from the Pharmacy Department of Garut University and to determine the quality of Kerupuk products based on organoleptic. The methods used were industrial visits, interviews, education and questionnaires. The results showed that 53% of respondents consumed kerupuk twice a week, 63.7% kerupuk as a meal complement. Meanwhile, regarding product quality, 90% thought kerupuk had a crunchy texture, and 50% thought they tasted good and were affordable, and the color of the kerupuk uses 16.7% synthetic dye. In the future, it is hoped that consumers will be wiser in choosing and consuming Kerupuk.

Keywords: Kerupuk Lapis, Food coloring, Organoleptic, UMKM.

Abstrak

Kerupuk merupakan camilan makanan kering yang terbuat dari tepung atau nasi dengan daging ikan dan bahan lainnya. Kerupuk lapis merupakan varian yang cukup banyak dikonsumsi oleh konsumen, mempunyai ciri khas berwarna-warni yang dalam proses pembuatannya menggunakan pewarna, seperti yang diproduksi oleh pabrik X di Kecamatan Sukawening. Tujuan dari PKM ini untuk memberikan penyuluhan kepada para konsumen bagaimana memilih kerupuk lapis yang aman yang dilakukan oleh tim pengabdian dari Farmasi Universitas Garut dan mengetahui kualitas produk kerupuk berdasarkan organoleptik. Metode yang dilakukan dengan cara kunjungan industri, wawancara, edukasi dan kuisioner. Hasil menunjukkan 53% responden mengonsumsi kerupuk 2 kali seminggu, 63,7% kerupuk sebagai pelengkap makan. Sedangkan untuk kualitas

Article Info:

Received 07 Juni 2026

Received in revised 26 Juni 2026

Accepted 08 Juni 2026

Available online 10 Agustus 2026

ISSN : 2745-6951

DOI :

<https://doi.org/10.35899/ijce.v7i3.1245>



[Indonesian Journal of Community Empowerment \(IJCE\)](#) is published under licensed of a CC BY-SA Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

e-ISSN : 2745-6951

DOI : <https://doi.org/10.35899/ijce.v7i3.1245>

produk 90% berpendapat kerupuk mempunyai tekstur renyah, dan 50% rasanya enak dan murah, serta warna dari kerupuk menggunakan pewarna sintesis 16,7%. Ke depannya diharapkan konsumen dapat lebih bijak dalam memilih dan mengonsumsi kerupuk.

Kata Kunci: Kerupuk Lapis, organoleptik, Pewarna Makanan, UMKM.

I. PENDAHULUAN

Menurut UU No. 5 tahun 1984, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang yang bernilai tinggi untuk digunakan, termasuk rancang bangun dan pembuatan industri. Industri pangan mengolah hasil pertanian menjadi barang yang dapat dimakan oleh masyarakat [1]. Salah satu tujuan utama industri pangan adalah untuk secara efisien dan efektif menyelamatkan, menyebarluaskan, dan meningkatkan nilai tambah produk pertanian. Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 75/MIND/PER/7/2010 tentang Pedoman Produksi Pangan Olahan yang Baik (Good Manufacturing Practices) mengatur sanitasi industri dan hygiene karyawan di Indonesia [1].

Kerupuk adalah makanan kering yang dibuat dari tepung atau nasi dengan daging ikan atau bahan lainnya yang diolah. Kerupuk selalu ada di lingkungan masyarakat Indonesia sebagai camilan atau pelengkap makanan utama. Meskipun kerupuk hanyalah makanan ringan, ada banyak peluang untuk bisnisnya. Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa bisnis kerupuk telah banyak dibuat dan peminatnya semakin meningkat pada saat ini [2]. Dibandingkan dengan sektor kreatif lainnya, industri kerupuk rumahan ini memiliki peluang besar untuk berkembang karena memiliki banyak peminat dan biaya yang murah, tetapi masih ada hambatan dalam proses produksi [3].

Salah satu UMKM kerupuk yang ada di Kabupaten Garut adalah kerupuk lapis Pabrik X yang berlokasi di Kecamatan Sukawening. Kerupuk jenis ini banyak diminati dan mempunyai varian kerupuk lapis berwarna, sehingga tampilannya menarik karena warnanya yang bervariasi. Umumnya pewarna makanan yang digunakan pada produk kerupuk bisa pewarna sintesis yang dilarang atau pewarna makanan yang bersifat *food grade*. Di pasaran banyak ditemui produk kerupuk yang warnanya dicurigai penggunaan pewarna yang dilarang, dan efek samping dari penggunaannya dapat menyebabkan keracunan makanan sampai memicu kanker. Pemilik usaha kerupuk lapis pabrik X skala berkala memproduksi produknya setiap minggunya dan omset penjualan cukup tinggi dan salah satu varian produknya adalah kerupuk lapis warna-warni.





Proses produksi



Hasil

Gambar 1. Produk kerupuk lapis

Pewarna makanan merupakan salah satu jenis bahan tambahan pangan (food additive) yang digunakan untuk memberikan atau memperbaiki warna pada makanan maupun minuman sehingga tampilannya menjadi lebih menarik dan menggugah selera. Zat pewarna ini dapat berasal dari bahan alami maupun sintetis [4].

Berdasarkan fakta dan permasalahan tersebut maka tim pengabdian yang berasal dari jurusan Farmasi Universitas Garut berkesempatan untuk melakukan kunjungan industri ke pabrik tersebut untuk melakukan pengamatan dan penyuluhan cara pembuatan produk pangan yang baik dan benar, khususnya terkait dengan pemilihan pewarna kerupuk yang aman untuk kesehatan. Sebagai bentuk perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui pengabdian kepada masyarakat dan

II. METODE

1. Persiapan

Kegiatan ini dimulai dengan penentuan jenis usaha yang terdapat di Jawa Barat yang akan diberikan penyuluhan terkait dengan program keamanan pangan UMKM di kota Garut, status industri dan lokasi [5].

2. Kunjungan Industri

Setelah memperoleh izin dari pihak industri, melakukan kunjungan industri untuk melihat langsung proses pembuatan produk tersebut, melakukan wawancara dan photo dokumentasi.

3. Kuisioner

Pada tahapan ini disebar kuisioner kepada responden [6], untuk menilai berbagai aspek terhadap produk UMKM.

4. Evaluasi kegiatan

Tujuannya untuk mengetahui bagaimana tingkat pengetahuan para responden terkait dengan topik edukasi dari produk, kualitas produk dan sebagainya. Secara keseluruhan dapat dilihat pada gambar 1.





Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kunjungan dan penyuluhan di pabrik X dilakukan pada bulan Mei 2026, dimulai pukul 9 sampai 15. Di pabrik ini terdapat 14 pekerja, 12 laki-laki dan 2 perempuan. Rata-rata peralatan produksi yang digunakan masih peralatan sederhana skala industri rumah tangga. Secara keseluruhan kondisi pabrik X dalam menjalankan produksi kerupuk lapis belum sepenuhnya menerapkan cara pembuatan pangan yang baik dan benar. Setelah mendapatkan data yang didapat melalui proses wawancara maka tim pengabdian memberikan penyuluhan secara langsung agar ke depannya produk yang dihasilkan dapat terstandarisasi berdasarkan SNI. Langkah selanjutnya adalah produk yang telah didapat dari Pabrik X, dilakukan survei. Berikut merupakan kegiatan tim pengabdian ketika melakukan kunjungan industri di Pabrik X, seperti terlihat pada gambar 2.



Gambar 2. Tim pengabdian kunjungan industri

Survei awal dilakukan berupa pengenalan para responden terhadap produk, hasilnya seperti yang terlihat pada gambar 3.





Gambar 3. Pengenalan responden terhadap kerupuk lapis

Hasil survei seperti yang terdapat pada gambar 1, menunjukkan bahwa 76,6% produk kerupuk lapis sudah dikenal oleh masyarakat artinya produk skala UMKM ini mempunyai peluang dan pangsa pasar yang cukup baik. Tim pengabdian telah melakukan kuisisioner kepada responden yang berjumlah 30 orang, dengan berbagai golongan usia dan jenis kelamin. Berdasarkan tabel 1 didapat hasil bahwasanya kebiasaan konsumen dalam mengonsumsi camilan berupa kerupuk.

Tabel 1. Kebiasaan Responden

No	Pertanyaan	Hasil
1	Suka camilan	Iya
		Tidak
		Kadang-kadang
2	Frekuensi makan kerupuk	Hampir setiap hari
		2 kali seminggu
		3 kali seminggu
		Tidak pernah
		Untuk camilan
3	Pertimbangan membeli/ makan krupuk?	Tidak ada alasan khusus
		Wajib teman makan (Nasi, Bakso, dan lain-lain)

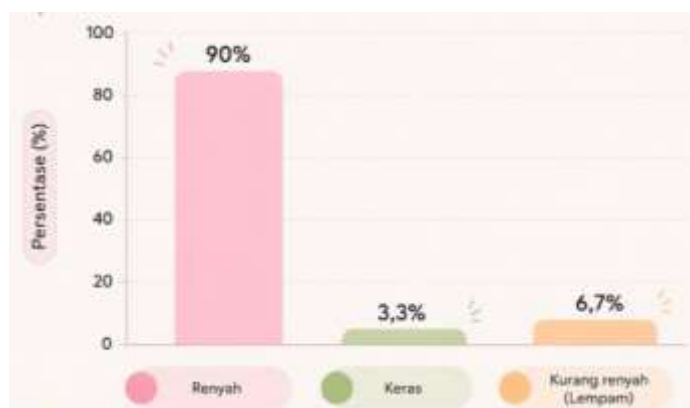
Hasil survei menunjukkan hasil tertinggi dari kebiasaan responden adalah sebanyak 78,8% respon suka camilan dan 53,3% camilannya berupa kerupuk yang dimakan 2 kali dalam seminggu dan kerupuk tersebut sebanyak 63,7%. Kerupuk umumnya dikonsumsi sebagai teman makan [2]. Secara umum, kerupuk merupakan produk pangan kering dengan bentuk tipis menyerupai lembaran dan memiliki tekstur yang rapuh serta renyah. Bahan utama dalam pembuatannya adalah pati yang dikombinasikan dengan berbagai bahan tambahan lainnya. Keunikan kerupuk juga tercermin dari variasi rasa, bentuk, dan warna yang beragam, sehingga semakin meningkatkan minat masyarakat untuk mengonsumsinya [7]. Berikut ini adalah para responden yang telah berpartisipasi dalam survei dan bersama dengan produk kerupuk lapis, seperti terlihat pada gambar 4.



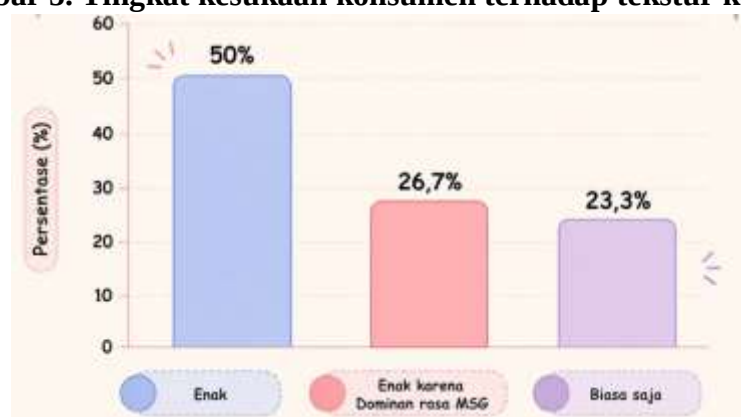


Gambar 4. Para responden

Di kawasan Asia Tenggara, kerupuk dikenal sebagai salah satu makanan ringan yang sangat populer dan digemari oleh berbagai kalangan. Produk ini umumnya dikonsumsi sebagai pelengkap hidangan utama maupun sebagai camilan di sela waktu makan. Berdasarkan fakta di atas, maka kepada responden diberikan pengujian organoleptik meliputi, tekstur, rasa, dan warna berdasarkan produk kerupuk lapis dari Pabrik X, dan hasilnya seperti yang terlihat pada gambar 5 dan 6.



Gambar 5. Tingkat kesukaan konsumen terhadap tekstur kerupuk



Gambar 6. Tingkat kesukaan konsumen terhadap rasa kerupuk

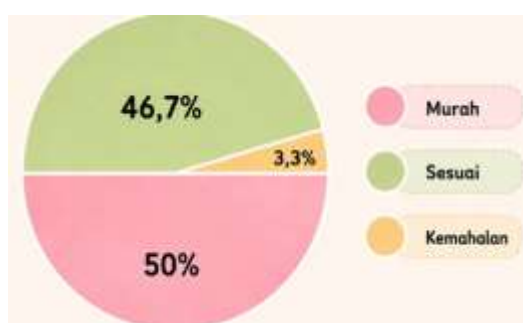


Para responden diberikan pertanyaan dan diminta pendapat, mengenai warna dari kerupuk lapis buatan pabrik X, hasilnya seperti yang terdapat pada tabel 2.

Tabel 2. Pendapat responden terhadap warna kerupuk lapis

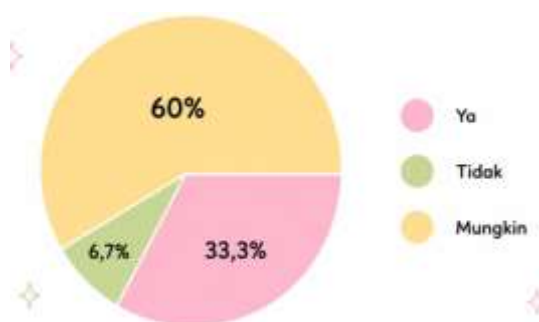
Pertanyaan			Hasil
Warna kerupuk lapis	Alami		56,7%
	Sintesis		26,7%
	Tidak tahu		17,7%

Selanjutnya para responden diberikan pertanyaan dan diminta pendapat, mengenai harga dari kerupuk lapis buatan pabrik X, hasilnya seperti yang terdapat pada gambar 7.



Gambar 7. Pendapat responden terhadap harga produk

Kemudian para responden diminta pendapatnya, mengenai apakah akan membantu mempromosikan kerupuk lapis, hasilnya seperti yang terdapat pada gambar 8.



Gambar 8. Pendapat responden terhadap promosi produk

Pembahasan

Daya tarik utama kerupuk terletak pada teksturnya yang renyah serta rasanya yang khas dan gurih, yang sesuai dengan preferensi masyarakat, termasuk di Indonesia [8]. Kerenyahan



menjadi parameter penting dalam menilai mutu produk gorengan, karena berkaitan langsung dengan pengalaman sensoris saat dikonsumsi. Tingkat kerenyahan dapat dilihat dari seberapa mudah struktur partikel dalam makanan tersebut hancur ketika dikunyah. Faktor ini sangat dipengaruhi oleh struktur pati yang mengembang, di mana kekompakan atau kekencangan butiran pati akan menentukan tingkat kemudahan pengunyahan [9]. 90% responden memberikan penilaian kualitas tekstur dari kerupuk lapis renyah, sehingga dapat diterima dengan baik.

Kelezatan rasa pada kerupuk berasal dari racikan bumbu yang pas, seringkali ditambah dengan penggunaan penyedap rasa. Sebesar 50% responden berdasarkan gambar 6, beranggapan rasa dari kerupuk lapis Pabrik X berasa enak hal ini sejalan dengan proses produksi yang menambahkan penyedap rasa. MSG adalah zat aditif yang umum digunakan untuk meningkatkan cita rasa makanan menjadi lebih gurih [10]. Namun, meskipun aman digunakan dalam batas wajar, konsumsi MSG secara berlebihan dikhawatirkan dapat memicu berbagai keluhan kesehatan pada sebagian orang, seperti rasa kantuk berlebih, sakit kepala, mual, atau rasa kesemutan [11].

Berdasarkan tabel 2, sebanyak 26,7% responden memprediksi pewarna yang digunakan pada pembuatan kerupuk adalah pewarna sintesis. Pewarna dibagi menjadi beberapa kategori. Pewarna yang diizinkan untuk digunakan dalam pangan dikenal sebagai *permitted colour* atau *certified colour*. Beberapa contoh pewarna sintetis yang umum digunakan antara lain allura red, brilliant blue FCF, indigo carmine, fast green FCF, ponceau 4R, dan quinoline yellow [4]. Perlu dilakukan penyuluhan lebih mendalam mengenai bahaya dari pewarna sintesis yang dilarang digunakan untuk makanan demi menjaga kesehatan konsumen.

Berdasarkan gambar 7 di atas terdapat 50% responden menyatakan bahwa harga kerupuk lapis pabrik X termasuk kategori murah. Salah satu alasan utama harga kerupuk relatif murah tersebut karena bahan bakunya mudah ditemukan dan harganya tidak mahal, seperti tepung kanji, singkong, atau ikan tangkapan lokal. Selain itu, banyak usaha kerupuk yang dikelola secara mandiri atau gotong royong oleh keluarga, sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar untuk membayar tenaga kerja. Teknologi yang digunakan juga masih sederhana dan tidak memerlukan investasi mesin yang sangat mahal. Karena biaya produksinya rendah, maka harga yang ditawarkan kepada konsumen menjadi sangat bersahabat dan bisa dibeli oleh siapa saja.

Setelah melakukan uji organoleptik, berdasarkan gambar 8, sebanyak 60% responden bersedia untuk membantu mempromosikan produk kerupuk lapis. Selama ini cara penjualan kerupuk lapis, pihak pabrik sebagian besar menitipkan produk di toko-toko sekitar. Strategi pemasaran kerupuk bisa dilakukan dengan berbagai cara agar produk dikenal banyak orang. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi internet dan media sosial untuk membuat konten menarik tentang kelezatan dan keunikan produk. Membuat kemasan yang cantik dan modern juga bisa meningkatkan nilai jual. Selain cara online, promosi juga bisa dilakukan dengan cara mengikuti pameran pasar rakyat, membuka stand di tempat ramai, atau menitipkan produk di toko-toko sekitar. Memberikan pelayanan yang baik dan menjaga kualitas rasa secara konsisten adalah kunci agar pembeli mau kembali lagi dan merekomendasikannya kepada orang lain.



Diakhir kegiatan, tim pengabdian memberikan pengetahuan mengenai beberapa tanda yang menunjukkan bahwa kerupuk lapis tersebut berkualitas baik dan aman dikonsumsi. Pertama, warnanya terlihat alami dan tidak terlalu terang menyala, yang menandakan penggunaan pewarna yang aman. Kedua, aromanya wangi dan segar, tidak ada bau apek atau bau bahan kimia yang aneh. Rasanya gurih pas, tidak terlalu asin, dan teksturnya renyah namun tidak keras. yang tidak kalah penting adalah adanya label kehalalan dan izin edar resmi. pada kemasannya, yang menjamin bahwa produk tersebut telah melalui proses pengawasan dan dinyatakan layak serta aman untuk dimakan. Selain pertimbangan di atas, konsumen juga perlu mengetahui cara mempuatan suatu produk makanan dengan cara yang higienis sehingga menjamin bahwa produk tersebut telah melalui proses pengawasan [12].

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kerupuk lapis yang dihasilkan oleh pabrik X, secara umum cukup diminati oleh konsumen. Hal ini terbukti berdasarkan survei dan kuesioner yang telah diberikan kepada 30 responden. Dari segi penilaian, beberapa responden menyukai kerupuk ini sebagai teman makan, dari segi tekstur kerupuk lapis kategorinya renyah, rasanya yang enak, dan dari segi harganya yang murah dan terjangkau. Beberapa responden juga mendukung untuk mempromosikan produk kerupuk lapis ini.

Saran kedepannya kemasan dibuat dengan lebih menarik agar dapat menarik lebih banyak konsumen Serta tidak merubah komposisi asli dari produk kerupuk lapis tersebut untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Agar cakupan pemasarannya lebih luas dapat dilakukan promosi penjualan secara *online*.

V. REFERENSI

- [1] K. B. Pamukti dan T. Juwitaningtyas, “Evaluasi Penerapan Prinsip-Prinsip Sanitasi Industri Dan Higiene Karyawan Pamukti. Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian vol. 16, no. 2, hal. 1–12, 2021, [Daring]. Tersedia pada: <https://journals2.usm.ac.id/index.php/jtphp/article/view/4550/2396>
- [2] S. D. Putri et al., “Pembuatan Kerupuk Mentah Sebagai Salah Satu Oleh Oleh Khas Lembak Untuk Meningkatkan Penjualan,” *Communnity Dev. J.*, vol. 5, no. 1, hal. 1–4, 2024.
- [3] H. A. Salim, D. Untari, P. Studi, F. Ekonomi, dan U. Soebandi, “Strategi Pengembangan Sentra Industri Kerupuk Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dikawasan Desa Ajung,” *JMBI Jurnal Manajemen Bisnis dan Inform.*, vol. 5, no. 2, hal. 170–176, 2025.
- [4] Rahmawati, Anita, dan T. Widyanti, “Pewarna Berbahaya Pada Makanan Jajanan,” *LONTARA ABDIMAS Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.*, vol. 3, no. 2, hal. 9–14, 2022.
- [5] D. Soni, N. D. Zafirah, K. Pitriani, B. N. Rofqi, dan N. H. Arrofa, “Cultivating Wise Behavior in Choosing Healthy and Halal Snacks. *Indonesian Journal of Community Empowerment (IJCE)* vol. 7, hal. 1–7, 2026.
- [6] A. D. Latiefah, N. S. Syauqoti, F. R. Irfani, dan W. Fazrina, “Edukasi dan peningkatan



- literasi gizi terhadap siswa SMP Muhammadiyah Garut,” *Jurnal Selaparang*, vol. 10, hal. 440–448, 2026.
- [7] M. D. Purnama, “Optimasi Waktu Penjemuran Dan Suhu Penggorengan Terhadap Kemekaran Kerupuk Udang,” *MATHunesa Jurnal Ilmiah Matematika.*, vol. 13, no. 1, hal. 168–173, 2025, doi: 10.26740/mathunesa.v13n1.p168-173.
- [8] M. Danil, Miranti, dan I. S. Kurniawan, “Pengaruh Jenis dan Jumlah Bahan Pengembang terhadap Mutu Kerupuk Ampas Tahu,” *ATHA Jurnal Ilmu Pertanian.*, vol. 1, no. 1, hal. 18–22, 2022.
- [9] Vairana Aiska, Ananda Dea, Putri Amanda, Zhuvaradifa Vira, dan Rianti Fitrah, “Inovasi Cemilan Kerupuk Bantal Aneka Rasa,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat. Khatulistiwa*, vol. 7, no. 1, hal. 44–53, 2024, [Daring]. Tersedia pada: <http://jurnal.stkipppersada.ac.id/jurnal/index.php/JPMK/article/view/3448%0Ahttps://jurnal.stkipppersada.ac.id/jurnal/index.php/JPMK/article/download/3448/1978>
- [10] A. S. Lukman et al., “Keamanan Pangan untuk Semua Food Safety for All,” *Jurnal Mutu Pangan*, vol. 2, no. 2, hal. 159–164, 2015.
- [11] FAO/WHO Expert Committee on Food Additives, “Evaluation of certain food additives and contaminants: Eightieth report,” WHO Tech. Rep. Ser., vol. 995, 2016.
- [12] A. Salsabila et al., “Edukasi Higiene dan Sanitasi Makanan melalui Media Poster H . I . G . I . E . N . I . S pada Pekerja Pabrik Kerupuk di Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya,” *ASPIRASI: Publikasi Hasil Pengabdian dan Kegiatan Masyarakat*. Vol 3 no.3 2025.

