

Penguatan Branding Melalui Sertifikasi Standar Nasional Indonesia Pada CV Rapoviaka Simple

Vita Irmayanti

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako
Jl. Soekarno Hatta Km. 9 Palu, Sulawesi Tengah, Indonesia. Kode pos: 94118

Muh. Riswandi Palawa

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako
Jl. Soekarno Hatta Km. 9 Palu, Sulawesi Tengah, Indonesia. Kode pos: 94118

Korespondensi penulis: Vitairmayanti0@gmail.com, Wandirisan@gmail.com

Abstract. *The purpose of this research was to find out the brand reinforcement in CV Rapovioaka Simple through Indonesian National Standard certification. The data collection in this research were observation and in-depth interview. The result of the research demonstrate that CV Rapovionka Simple satisfies the requirements for Indonesian National Standard by carrying out specifications and due dilligence in accordance with the rules of the National Standardization Agency of Indonesia (BSN). The main goal of branding reinforcement with SNI is to increase consumer trust and loyalty, as well as to inform consumers that the Rapoviaka Simple chocolate product has been approved for national standardization, ensuring quality food safety for consumption. Through interviews with the company's executives, particularly Mrs. Fatima Iskandar, it was learned that Rapoviaka places its primary emphasis on strengthening its image. If the branding is succesful and customers are aware of the product. It will increase sales of the desirable product.*

Keywords: *Branding, Indonesian National Standard (SNI)*

Abstrak. Tujuan penelitian ini untuk melihat penguatan branding melalui sertifikasi standar nasional Indonesia pada CV Rapoviaka Simple. Metode pengumpulan data pada penelitian ini yakni melalui observasi dan wawancara mendalam. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Rapoviaka Simple memenuhi syarat standarisasi nasional Indonesia dengan melakukan spesifikasi dan uji kelayakan berdasarkan aturan badan standar nasional (BSN). Tujuan utama penguatan branding melalui SNI yaitu membentuk kepercayaan dan kesetiaan konsumen serta memberikan informasi bahwa produk coklat Rapoviaka Simple telah memperoleh standarisasi nasional sehingga terjamin mutu keamanan pangan untuk dikonsumsi oleh konsumen. Melalui wawancara yang dilakukan dengan pimpinan perusahaan yakni ibu Fatima Iskandar beliau menyatakan bahwa fokus utama perusahaan Rapoviaka yakni pada peningkatan branding, jika branding yang dilakukan berhasil dan produk telah dikenal oleh banyak konsumen maka akan mendatangkan penjualan atau sales yang baik.

Kata kunci: Branding, Standar nasional Indonesia (SNI)

LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi saat ini membuat perkembangan bisnis bergerak secara dinamis disebabkan oleh perubahan pola pikir manusia. Pergerakan bisnis yang begitu dinamis dan penuh ketidakpastian memberikan dampak kepada perusahaan untuk selalu dituntut mampu memanfaatkan setiap peluang secara cepat dan tepat. Di era sekarang ini yang sangat kompetitif, dimana pasar nasional terintegrasi ke dalam pasar global telah menciptakan tantangan khusus bagi produk yang dihasilkan UKM untuk meningkatkan kemampuan daya saing produk serupa dari produksi perusahaan skala menengah dan besar (Ahmad Husaeni & Kusmayati Dewi, n.d.)

Saat ini, perusahaan dituntut selalu memiliki pertanyaan kritis keberhasilan atau kesuksesannya yakni bagaimana membuat para pelanggan agar tetap bertahan dan setia terhadap merek produk suatu perusahaan. Vossoughi (1999) mengatakan bahwa persaingan dimasa mendatang bukan hanya didasarkan pada harga, kualitas, dan posisi, yang lebih penting yaitu branding. Branding adalah mengembangkan karakter (identitas) diri agar konsumen lebih mengenal dan memahami produk/jasa yang dipasarkan (Fahril & Tjahjana David, 2022). Branding berusaha untuk meningkatkan nilai pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan penjualan (Gajo, n.d.) Pentingnya branding untuk memiliki tujuan bersama dan mekanisme untuk mendapatkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan, melalui adanya diferensiasi, penciptaan nilai inti bagi perusahaan. Branding dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Peningkatan kualitas dengan mengembangkan dan memperketat nilai mutu produk suatu perusahaan. Penjagaan kualitas mutu produk yang dihasilkan dapat melalui perencanaan program standarisasi mutu produk.

CV Rapoviaka Simple merupakan perusahaan lokal Palu, Sulawesi Tengah yang memproduksi produk olahan coklat menjadi produk utamanya. Produk dari Rapoviaka sendiri berupa coklat bar 10gr, 41gr dan 60gr dengan berbagai varian rasa. Rapoviaka memasarkan produknya tidak hanya didaerah Palu saja melainkan beberapa daerah diluar provinsi Sulawesi Tengah diantaranya Bandara Sultan hasanuddin Makassar dan Grand Indonesia, Jakarta. Berbagai upaya dilakukan perusahaan ini menyesuaikan kebutuhan konsumen agar konsumen bertahan dan loyal terhadap produsen. Penerapan sistem jaminan keamanan dan mutu pangan dalam industri pangan sangat penting untuk

memenuhi kebutuhan yang diinginkan konsumen. Mutu dianggap sebagai tingkat penerimaan konsumen.

Standar nasional dan internasional terkait dengan kualitas dan keamanan pangan terus diperbarui berdasarkan perkembangan ilmu dan teknologi pangan serta isu keamanan pangan di dunia. Menurut Undang – Undang Nomor 20 tahun 2014 tentang standarisasi dan penilaian kesesuaian dimana memiliki latar belakang pembentukan peranturan ini berupa untuk melindungi kepentingan negara dalam menghadapi era globalisasi diperlukan standarisasi dan penilaian kesesuaian yang menjadi salah satu alat untuk meningkatkan mutu, efisiensi produksi, memperlancar proses transaksi perdagangan dan mewujudkan persaingan pasar usaha yang sehat dan transparan (Sidabalok Janus, 2020). Standarisasi berfungsi menjembatani kepentingan konsumen dan produsen (pelaku usaha) dengan menetapkan standar produk yang tepat dan dapat memenuhi kepentingan kedua belah pihak. Adanya produk di bawah mutu dapat dihindari melalui regulasi tentang standarisasi produk industri berbasis teknis, serta mencegah produk di bawah standar yang merugikan konsumen. Dengan standarisasi dapat memungkinkan terjadinya peningkatan kesadaran di antara produsen industri, serta meningkatkan kualitas produk, produktivitas dan daya saing, dan pada akhirnya pertumbuhan ekonomi keluarga regional dan internasional (Prasetyo, 2017). Standarisasi produk memberikan manfaat kepada konsumen dan pelaku usaha tanpa mengambil hak milik konsumen.

SNI merupakan satu – satunya standar yang berlaku secara nasional di Indonesia. SNI dikembangkan oleh BSN (Badan standarisasi nasional, 2017). Pemberlakuan SNI dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek yaitu keamanan, Keselamatan, Kesehatan, dan lingkungan hidup, daya saing produsen nasional dan persaingan usaha yang sehat, kemampuan dan kesiapan dunia usaha nasional serta kesiapan infrastruktur lembaga penilaian kesesuaian.

Melalui sistem penjagaan mutu dan keamanan pangan yang dilakukan oleh perusahaan Rapoviaka dengan mendaftarkan standarisasi produk SNI diharapkan dapat membantu proses branding perusahaan. Adapun tujuan dari penulisan artikel ini ditujukan untuk melihat penguatan branding melalui sertifikasi standar nasional Indonesia pada CV Rapoviaka Simple.

METODE PENELITIAN

Proses pengumpulan informasi dan data pada penelitian dalam proses pengabdian ini menggunakan metode observasi dan wawancara.

1. Observasi

Observasi dilaksanakan dengan melakukan pengamatan secara langsung guna mengetahui informasi – informasi yang diperlukan. Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2018:145) menjelaskan bahwa observasi merupakan proses yang kompleks yang mencakup berbagai proses. Dengan melakukan kegiatan observasi penulis dapat mempelajari dan memahami berbagai bentuk perilaku dan makna perilaku yang dilakukan para anggota perusahaan. Observasi pada penelitian ini berfokus pada penguatan branding yang dilakukan oleh perusahaan Rapoviaka melalui sertifikasi SNI.

Observasi dilakukan oleh penulis dengan menggunakan teknik observasi partisipatisi lengkap. Observasi partisipasi lengkap berarti bahwa sudah terlibat secara langsung dalam setiap aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. (Sugiyono, 2020). Sehingga suasana yang tercipta jauh lebih natural dan penulis tidak terlihat sedang melakukan penelitian tetapi menjadi bagian tim perusahaan.

2. Wawancara

Proses memperoleh penjelasan pengumpulan informasi menggunakan metode tanya jawab yang dapat dilakukan secara tatap muka atau menggunakan alat komunikasi antara pewawancara dan yang diwawancarai dengan atau tanpa bantuan pemandu. Esteberg dalam (Sugiyono, 2020) menyatakan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat membangun makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui informasi – informasi penting yang lebih mendalam tentang partisipan yang terlibat dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana informasi tersebut tidak ditemukan melalui proses observasi.

Wawancara dilakukan penulis dengan melibatkan pimpinan perusahaan dan sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan. Lokasi wawancara dilakukan yaitu perusahaan Rapoviaka Simple. Jenis wawancara yang digunakan pada penelitian ini yakni wawancara tidak terstruktur yang berarti bahwa peneliti tidak menggunakan pedoman yang terstruktur selama proses wawancara berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Proses Pemenuhan Syarat SNI Rapoviaka Simple

Kualitas produk mutlak menjadi bahan pertimbangan untuk perdagangan baik dalam negeri maupun antar negara. Adanya standar produk kemudian menggambarkan adanya keseragaman kualitas produk walaupun berasal dari perusahaan yang berbeda beda. Rapoviaka Simple berkomitmen untuk memenuhi tuntutan kebutuhan konsumen dengan mengimplementasikan dan melakukan tindakan sertifikasi manajemen mutu dan keamanan pangan.

melalui hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Ibu Fatima Iskandar selaku pimpinan perusahaan menyatakan bahwa Rapoviaka merupakan perusahaan penghasil olahan coklat menjadi coklat bar berbagai varian rasa secara sukarela mendaftarkan produk produk yang dihasilkan tersebut kedalam standarisasi nasional Indonesia (SNI). Melihat dari daftar SNI wajib didata pusat standarisasi industri pada kementerian perindustrian Indonesia bahwa produk yang wajib mendaftarkan produk ke SNI merupakan kakao bubuk (cokelat bubuk) (kementerian perindustrian, n.d.) . Namun Rapoviaka melakukan pendaftaran untuk coklat bar karena kesadaran akan pentingnya standarisasi mutu kualitas produk.

Secara umum terlihat perusahaan Rapoviaka menunjukkan telah melakukan penerapan, mendokumentasikan, menjaga dan melakukan perbaikan berkelanjutan sistem manajemen mutu dan keamanan pangan sesuai dengan standar SNI yang berlaku. Proses memperoleh sertifikasi SNI perusahaan Rapoviaka menempuh proses yang sangat Panjang. Dengan melalui banyak uji kelayakan yang dilakukan perusahaan Rapoviaka baik dari administrasi, proses produksi, ruang produksi, bahan baku dan masih banyak yang lainnya.

Pada proses perbaikan untuk pemenuhan syarat memperoleh sertifikasi standar nasional Indonesia memerlukan spesifikasi tertentu. Spesifikasi adalah standar yang ditetapkan terhadap kualifikasi bahan baku dan kemasan, tahapan proses produksi, dan produk akhir (Nurjanah & Setiawan, 2019). Pencatatan spesifikasi tersebut harus dilakukan perusahaan dan mencantulkannya dalam dokumen spesifikasi. Dokumen penting mengenai spesifikasi yang digunakan oleh perusahaan Rapoviaka Simple yakni spesifikasi bahan baku dan kemasan, spesifikasi proses tahapan produksi yang terekonstruksi dalam SOP, spesifikasi penggunaan mesin, spesifikasi tentang

penyimpanan produk akhir dan spesifikasi jadwal kalibrasi alat ukur yang digunakan. Dokumen spesifikasi tersebut akan digunakan oleh tim audit untuk memeriksa dan melakukan Tindakan terhadap proses pendaftaran Rapoviaka pada SNI.

Berikut ini merupakan langkah – langkah perusahaan Rapoviaka yang dilakukan dalam penyusunan dokumen spesifikasi SNI yaitu:

a. Spesifikasi Bahan Baku dan kemasan

Pemenuhan spesifikasi bahan baku yang Rapoviaka gunakan untuk syarat pemenuhan standar SNI yaitu dengan menggunakan bahan baku berupa cokelat blok yang memiliki tingkat konstenrasi konten cokelat diatas 56%. Memastikan bahan baku yang digunakan memiliki kualitas yang baik. Penentuan *supplier* bahan baku produk baik bahan baku utama maupun bahan baku penolong lainnya dicantumkan dalam dokumen spesifikasi. Hal tersebut untuk melihat bagaimana standar supplier yang sesuai aturan badan standar nasional.

Pada spesifikasi untuk kemasan Rapoviaka mencantumkan dokumen berupa profil *supplier* baik untuk kemasan primer maupun sekunder.

b. Spesifikasi tahapan proses produksi

Aturan standar mutu produk mengharuskan proses produksi produk dilakukan dengan *higenis*. Untuk pemenuhan syarat yang telah ditetapkan oleh Badan Standar Nasional perusahaan Rapoviaka memastikan bahwa pada setiap alur proses produksi dilakukan dengan *steril higenis*. Hal ini diimplementasikan dengan adanya penetapan standar operasional prosedur alur dan proses produksi perusahaan Rapoviaka yang mengharuskan para karyawan untuk selalu menjaga kebersihan sebelum dan sesudah melakukan produksi. Para karyawan diharuskan mengenakan penutup kepala celemek dan sarung tangan selama proses produksi sedang berlangsung. Penggunaan sarung tangan ini mencegah masuknya microba yang menempel pada kulit tangan kedalam produk yang tengah di produksi.

c. Spesifikasi Penggunaan Mesin produksi

Rapoviaka telah menerapkan dan mengimplementasikan alur pelaksanaan proses penggunaan mesin produksi juga sangat diperhatikan dengan selalu melakukan pembersihan baik sebelum dan sesudah produksi. Pencatatan mengenai penggunaan mesin tercantum dalam logbook penggunaan mesin sebagai syarat pemenuhan SNI. Selain itu sosialisasi instruksi penggunaan mesin produksi juga telah dilakukan oleh

Rapoviaka dengan menempelkan atau meletakkan SOP tersebut pada bagian dekat mesin produksi.

d. Spesifikasi Penyimpanan produk Akhir

Standar mutu mengharuskan adanya pelaksanaan pencatatan terhadap penyimpanan produk akhir dari produk masuk dan produk keluar. Rapoviaka telah mencantumkan dokumen spesifikasi ini pada proses pemenuhan syarat SNI. Pencatatan dilakukan setelah selesai proses pengemasan dan masuk ruang penyimpanan. Selain itu saat produk hendak didistribusikan pencatatan juga dilakukan.

e. Spesifikasi alat ukur yang digunakan

proses produksi produk cokelat yang dilaksanakan Rapoviaka dengan pelaksanaan proses tempering dengan sistem pengaturan suhu. Oleh karena itu penggunaan thermogun sebagai alat ukur suhu proses produksi cokelat menjadi bagian penting. Untuk itu pentingnya validasi alat dengan melakukan kalibrasi secara berkala pada alat thermogun. Perusahaan rapoviaka mengajukan surat permohonan untuk melakukan kalibrasi sebagai bentuk untuk pemenuhan syarat pendaftaran SNI dan telah dilakukan dengan menyetorkan surat permohonan tersebut kepada tim audit.

Uji kelayakan produk cokelat bar Rapoviaka untuk pemenuhan syarat SNI dilakukan dengan uji laboratorium oleh tim audit. Sedangkan untuk uji rutin setelah produksi untuk memastikan kelayakan produk dilakukan perusahaan Rapoviaka melalui uji organoleptik. Uji organoleptik sendiri dilaksanakan dengan mengecek bau, rasa, dan warna produk cokelat. Uji kelayakan ini dilakukan untuk memastikan produk yang dihasilkan perusahaan Rapoviaka memiliki mutu kualitas yang baik.

2. Hubungan Branding Melalui Sertifikasi Standar Nasional Indonesia

Rapoviaka Simple merupakan perusahaan olahan cokelat lokal Sulawesi Tengah yang memperoleh sertifikasi SNI pada tahun 2022. Sertifikasi ini diperoleh perusahaan setelah memenuhi syarat kesesuaian standar badan standar nasional (BSN). Dengan memperoleh sertifikasi SNI perusahaan Rapoviaka berharap produk yang dihasilkan mampu bersaing dengan produk perusahaan lain.

Penguatan Branding melalui proses pendaftaran SNI yang dilakukan Rapoviaka bertujuan untuk membentuk kepercayaan dan kesetiaan konsumen. Selain itu banyaknya perusahaan olahan cokelat yang sama dengan rapoviaka membuat pimpinan perusahaan rapoviaka selalu meningkatkan kualitas produk agar memiliki posisi yang lebih tinggi

dibandingkan dengan produk lainnya. Hal tersebut melihat bahwa konsumen saat ini sangat pemilih dalam mengonsumsi produk pasar. Sehingga dengan memiliki sertifikasi resmi dari badan standar nasional dapat meningkatkan kesadaran konsumen baik lokal maupun luar daerah Sulawesi tengah bahwa cokelat rapoviaka layak bersaing dengan produk lainnya.

Melalui proses wawancara yang dilakukan dengan pimpinan perusahaan ibu Fatima Iskandar beliau menyatakan bahwa fokus utama perusahaan Rapoviaka yakni peningkatan branding. Mengapa demikian? Karena jika branding yang dilakukan berhasil dan produk telah dikenal oleh banyak konsumen maka akan mendatangkan penjualan atau sales yang baik. Selain itu rapoviaka mengedepankan kualitas yang diberikan kepada para konsumen. Sehingga konsumen tidak merasa rugi ketika membeli produk rapoviaka.

Pengembangan Industri Pangan memprioritaskan dalam upaya yakni dengan menyediakan makanan olahan yang berkualitas dan daya saing dengan memanfaatkan inovasi teknologi yang tersedia untuk pengolahan pangan dan memperluas akses pasar produk (Putri, 2022). Atribut yang terkait dengan produk seperti PIRT, label halal, desain kemasan, Merek produk berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu diketahui berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Amalia Sufiandi, 2021). Hal tersebut memberikan dampak bahwa branding produk sangat penting dilakukan. Dengan semakin banyaknya jumlah penghasil produk yang memiliki atribut produk seperti PIRT, label halal, desain kemasan yang menarik diharapkan akan mampu meningkatkan citra produk baik dipasar lokal, nasional maupun internasional. Produk biasanya memiliki label MD/ML BPOM yang terjamin, yaitu label halal, desain kemasan menarik, merek, label standarisasi nasional Indonesia (SNI) dan label lingkungan (eco-labels), bila disandingkan dengan produk yang serupa sepertinya akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Rapoviaka terus menerus berusaha untuk meningkatkan jaminan mutu dan keamanan pangan. Implementasi dari usaha tersebut terwujud dengan adanya perolehan beberapa sertifikasi yang dimiliki oleh perusahaan ini, diantaranya yaitu memperoleh surat izin PIRT dan sertifikasi Halal MUI, sertifikasi SNI ISO 9001:2008 Quality Management system dan izin edar pangan olahan BPOM RI. Dengan beberapa sertifikasi tersebut dapat memberikan jaminan keamanan pangan bagi konsumen. Hal tersebut

membuat produk coklat rapoviaka dikatakan jauh lebih unggul dibandingkan produk coklat di Sulawesi tengah.

Dengan demikian adanya standar memungkinkan konsumen membedakan mana produk yang berkualitas tinggi dan tidak hanya menerima produk dari luar. Demikian pula, produsen harus bisa menghasilkan produk standar untuk menginformasikan pasar luar negeri bahwa produk yang dihasilkan berkualitas tinggi. Produk bertanda SNI akan memiliki peluang besar untuk diekspor, karena produk bertanda SNI telah diakui dan diterima di Asia dan negara lain. Selain untuk meningkatkan kualitas, SNI juga membangun kepercayaan dengan masyarakat sebagai konsumen untuk menjamin kesehatan, keselamatan, dan keamanan produk dan penggunaannya (Karim et al., 2021).

Pemberlakuan SNI dilaksanakan dengan mempertimbangkan beberapa aspek diantaranya:

- a. Keamanan, Kesehatan, dan lingkungan hidup;
- b. Daya saing produsen nasional dan persaingan usaha secara sehat;
- c. Kemampuan untuk kesiapan dunia usaha nasional;
- d. Kesiapan infrastruktur para lembaga penilai kesesuaian.

Produk yang telah mendapatkan sertifikasi SNI harus membubuhi tanda SNI pada kemasan produk tersebut. Perusahaan Rapoviaka telah meletakkan label SNI pada kemasan produk baik dari ukuran 10gr, 41gr dan 60 gr. Sehingga konsumen dapat mengetahui bahwa coklat Rapoviaka Simple telah memiliki standarisasi secara resmi dari badan standar nasional (BSN).

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Rapoviaka Simple merupakan perusahaan olahan coklat lokal Sulawesi tengah. Perusahaan memproduksi coklat dari ukuran 10gr, 41gr dan 60 gr. Upaya yang perusahaan lakukan dalam meningkatkan penjualan adalah dengan melaksanakan branding melalui pendaftaran sertifikasi SNI. Rapoviaka memperoleh standarisasi nasional Indonesia yang merupakan standar yang ditetapkan secara nasional oleh badan standar nasional (BSN). Pendaftaran dan pemenuhan syarat SNI dilakukan oleh perusahaan melalui spesifikasi bahan baku dan kemasan, tahapan proses produksi, penggunaan mesin, penyimpanan produk dan alat ukur yang digunakan. Pendaftaran rapoviaka pada standarisasi nasional Indonesia sebagai salah satu bentuk penguatan branding yang

dilakukan perusahaan. Dengan adanya label SNI pada produk akan memberikan informasi kepada konsumen bahwa Rapoviaka senantiasa menjaga kualitas dan keamanan pangan produk coklat Rapoviaka Simple. Keberadaan label SNI menjadi salah satu hal yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian mereka. Sehingga membentuk kepercayaan dan kesetiaan konsumen pada produk yang dikonsumsi.

2. Saran

Berdasarkan hasil kegiatan yang dilakukan penulis hendak memberikan saran untuk masa mendatang perusahaan Rapoviaka Simple perlu untuk terus meningkatkan branding melalui beragam alternatif lainnya. Melihat perkembangan teknologi perlu adanya perusahaan memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai bentuk penguatan branding.

UCAPAN TERIMA KASIH

Banyak pihak yang ikut serta membantu, mendoakan serta memberikan semangat dalam proses penelitian. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih sebanyak – banyaknya kepada yang terhormat

1. Harnida Wahyuni Adda, SE., MA., PhD. Selaku Ketua Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univerntas Tadulako
2. Dr. Juliana Kadang, SE, MM selaku ketua kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako
3. Fatima Iskandar selaku pimpinan perusahaan CV Rapoviaka Simple
4. Para karyawan dan rekan – rekan yang ikut terlibat dalam kegiatan.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad Husaeni, U., & Kusmayati Dewi, T. (n.d.). PENGARUH PEMBIAYAAN MIKRO SYARIAH TERHADAP TINGKAT PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) PADA ANGGOTA BMT DI JAWA BARAT. In *Bongaya Journal of Research in Management* (Vol. 2, Issue 1).
- Amalia Sufiandi, H. (2021). *Analisis Optimalisasi Dampak Pembinaan Citra Produk IKM Terhadap Daya Saing UMKM Kabupaten Cianjur*. <https://jurnal.unsur.ac.id/ar-rihlah/index>
- Badan Standarisasi Nasional. (2017, December 11). *Tentang SNI*. BSN.Go.Id.
- Fahrial & Tjahjana David. (2022). *Entrepreneurship* (GCAINDO, Ed.; 1st ed.). Bintang Semesta Media.
- Gajo, V. M. (n.d.). *BusinessAcademy International School-LINK Educational Alliance | LEA*.
- Karim, K., Suriyati, S., & Ramlawati, R. (2021). Edukasi Standarisasi Mutu Produk Bagi Pelaku UMKM Pada Masa New Normal COVID 19 di Desa Paddinging, Kabupaten Takalar. *Abdi Insani*, 8(3), 287–294. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v8i3.422>
- Kementrian Perindustrian. (n.d.). *PUSAT STANDARDISASI INDUSTRI*. Kemenperin.Go.
- Nurjanah, S., & Setiawan, M. F. (2019). Evaluasi Penerapan Sistem Mutu Safe Quality Food: Lesson Learned di Industri Pangan PT XYZ. *Jurnal Mutu Pangan : Indonesian Journal of Food Quality*, 6(1), 30–37. <https://doi.org/10.29244/jmpi.2019.6.30>
- Prasetyo, eko. (2017). *Standarisasi Dan Komersialisasi Produk Industri Kreatif Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Daerah*. 659–661.
- Putri, A. R. & K. D. I. & U. B. (2022). Implementasi Program Diversifikasi Produk Pangan Lokal Di Dinas Ketahanan Pangan Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Ilmu Pertanian* , 18, 13–14.
- Sidabalok Janus. (2020). *Hukum perdagangan (perdagangan nasional dan perdagangan internasional)* (R. A. Limbong Tonni, Ed.; 1st ed.). yayasan kita menulis .
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian manajemen* (Setiyawami, Ed.; 4th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami, Ed.; 4th ed.). Alfabeta.