

Cindy T - SINTA 5 - IJCCD Agustus 2023 Ketua

by Perpustakaan Umsida

Submission date: 29-Oct-2023 09:03AM (UTC+0700)

Submission ID: 2210223225

File name: SINTA_5_-_IJCCD_Agustus_2023_Ketua.docx (1,002.16K)

Word count: 3151

Character count: 19605

Table Of Content

Journal Cover.....	2
Author[s] Statement.....	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact.....	5
Cite this article	5
Title page.....	6
Article Title	6
Author information.....	6
Abstract	6
Article content	8

Indonesian Journal of Cultural and Community Development

Vol 14 No 2 (2023): June
Cultural and Creative Industries

Indonesian Journal of Cultural and Community Development

ISSN 2615-6180 (ONLINE)



BROUGHT TO YOU BY

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

4

Conflict of Interest Statement

The author declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

Indonesian Journal of Cultural and Community Development

Vol 14 No 2 (2023): June
Cultural and Creative Industries

Editorial Team

Editor in Chief

[Dr. Totok Wahyu Abadi](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Managing Editor

[Mochammad Tanzil Multazam](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

[Rohman Dijaya](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Member of Editors

[Mahardhika Darmawan Kusuma Wardana](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Sinta](#)]

[Bobur Sobirov](#) ([Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Farkhod Abdurakhmonov](#) ("[Silk Road](#)" [International University of Tourism, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Dr. Nyong Eka Teguh Iman Santosa](#) ([Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

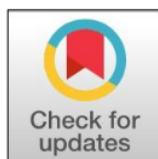
Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

**Enhancing Trust and Market Presence of Butterfly Pea
Flower Products through Halal and BPOM
Certification: A Case Study of ASMAN TEMAN SETIA,
Indonesia**

*Meningkatkan Kepercayaan dan Eksistensi Pasar Produk
Bunga Kupu-Kupu melalui Sertifikasi Halal dan BPOM: Studi
Kasus ASMAN TEMAN SETIA, Indonesia*

Cindy Taurusta, cindytaurusta@umsida.ac.id, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Novia Ariyanti, cindytaurusta@umsida.ac.id, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Ferry Adhi Dharma, cindytaurusta@umsida.ac.id, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Puspitasari Putri Pambayun, cindytaurusta@umsida.ac.id, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Moch Ifan Fadilah Fadilah, cindytaurusta@umsida.ac.id, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Priyo Wahyu Setiyo Aji, cindytaurusta@umsida.ac.id, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

(1) Corresponding author

Abstract

This scientific article presents a case study of ASMAN TEMAN SETIA, a local business group in Sawocangkring Village, Indonesia, specializing in producing various processed products from butterfly pea flowers. The study aims to improve public trust and market presence by obtaining Halal and BPOM certifications for their products. The research methodology involves collecting all necessary requirements for the certifications and registering them with the authorized authorities. The certified numbers are integrated into the product packaging for distribution through popular online marketplaces like Shopee and Tokopedia. The results reveal a significant increase in public trust, with the certified products garnering higher consumer confidence. The study also explores the potential of partnership and branding strategies, including registration

on Google Business and Google Maps, to boost ASMAN TEMAN SETIA's popularity and facilitate accessibility for interested consumers. The implications of this research highlight the importance of certification in enhancing consumer confidence and expanding the market reach of local businesses, providing valuable insights for related professionals and stakeholders in the field of food product certification and marketing.

Highlight:

- The study aims to compare wet cakes made from processed butterfly pea flower, ASMAN TEMAN SETIA, in Sawocangkring Village, Indonesia, after obtaining Halal and BPOM certifications.
- The implementation method involves collecting and fulfilling all requirements for Halal and BPOM permits and integrating the issued certificate numbers into the packaging design for distribution through online marketplaces like Shopee and Tokopedia, thereby increasing public trust.
- ASMAN TEMAN SETIA's registration on Google Business and Google Maps, along with strategic branding initiatives, leads to enhanced popularity not only for the business group but also for Desa Sawocangkring, benefiting the community's access to butterfly pea flower products.

Keyword: Butterfly Pea Flower, Halal Certification, BPOM Certification, Online Marketplaces, Branding

Pendahuluan

Desa Sawocangkring merupakan sebuah desa yang berada di wilayah Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Desa Sawocangkring Kecamatan Wonoayu merupakan salah satu desa kreatif dengan Icon Bunga Telang yang menyulap desanya menjadi desa sehat dengan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) dan orang-orang yang bergabung didalamnya bernaung dengan sebutan kelompok ASMAN (Asuhan Mandiri). Asuhan Mandiri adalah kelompok masyarakat yang berperan dalam bidang kesehatan, berupaya dalam memelihara dan meningkatkan kesehatan untuk mencegah gangguan kesehatan bagi individu maupun anggota keluarga di tingkat rumah tangga [1]. Kelompok ASMAN di desa Sawocangkring dikenal dengan sebutan ASMAN TEMAN SETIA (Asuhan Mandiri Telang Kaya Manfaat Sehat Tiada Tara), yang diketuai oleh Ibu Malikatin ini membuat sebuah UMKM yang menjadi salah satu kebanggaan warga yaitu dengan pengolahan berbahan dasar Bunga Telang. Berbagai kombinasi makanan bertema bunga telang bisa ditemukan di Desa Sawocangkring mulai dari Minuman Kesehatan SERJATE (Serai Jahe Telang), Aneka macam kue basah : (Lemper, Lapis, Klepon, Talam, Lumpur, Jepit, Bolu kukus, Onde-onde, Nogosari, Apem, dan Dadar Gulung), kue kering, dan Aneka macam makanan lain seperti Nasi kuning telang, Kembang Goyang, Mie Telang, Stick Bolang, Botok Telang, Puli Telang, Pudot (Puding Sedot) Telang, dan Tape Ketan.



Figure 1. Produk unggulan ASMAN TEMAN SETIA Desa Sawocangkring (a Kiri) Bunga telang segar, (b Tengah) Puding Sedot, dan (c Kanan) Minuman Kesehatan SERJATE



Figure 2. Anggota ASMAN TEMAN SETIA Desa Sawocangkring Wonoayu Sidoarjo

Potensi ASMAN TEMAN SETIA yaitu selain memiliki tanaman toga dan kebun bunga telang sendiri yang dapat menghasilkan produksi bunga telang segar dalam jumlah banyak, mereka juga memiliki kemampuan mengolah tanaman toga dengan bunga telang ini menjadi makanan dan minuman siap saji yang memiliki manfaat yang banyak untuk Kesehatan tubuh. Dari segi produksi bunga telang sendiri, tidak ada kendala yang berarti karena ASMAN TEMAN SETIA memiliki banyak pohon bunga telang yang ditanam di sepanjang sempadan jalan kampung RT 6 Dusun Cangkring dan produksi setiap harinya sangat banyak terutama saat musim hujan. Yang menjadi kendala hanya belum adanya pendaftaran lokasi pada ASMAN TEMAN SETIA Desa Sawocangkring beserta spanduk atau banner yang terpasang di depan gapura pintu masuk Desa sebagai penanda bahwa Desa Sawocangkring ini adalah Desa penghasil utama bunga telang di Sidoarjo. Kendala selanjutnya adalah pada izin edar Halal dan BPOM yang belum ada pada kue basah yang dibuat, padahal kue ini termasuk kue yang sering dipesan saat acara desa. Sebuah produk yang tidak memiliki izin edar seperti sertifikat Halal dan BPOM akan

mengurangi kepercayaan masyarakat dan menurunkan daya saing produk itu sendiri. Hal ini sesuai dengan Naspi et al [2] yang menyatakan bahwa tujuan dari sertifikasi halal adalah memberikan kepastian status kehalalan suatu produk sebagai bentuk pemenuhan hak konsumen, sebaliknya bagi produsen, kepemilikan sertifikasi halal pada produk juga akan meningkatkan minat beli produk yang dipasarkan. Sertifikasi produk halal merupakan proses perizinan pemeriksaan produk pangan kepada lembaga yang berwenang untuk mengeluarkan sertifikat produk halal [3]. Di Indonesia, untuk memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk yang dikonsumsi adalah halal, maka perusahaan perlu memiliki Sertifikat Halal LP POM - MUI. Sertifikat Halal merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label Halal pada kemasan produk dari Badan POM RI maupun Balai Besar POM di masing-masing provinsi [4]. Sehingga dengan adanya sertifikat Halal dan BPOM kemudian memasukkan masing – masing nomor tersebut pada label kemasan kue – kue basah tersebut, Nomor sertifikat Halal dan BPOM yang terdapat pada kemasan bertujuan agar siap di edarkan melalui market place online atau e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia sehingga dapat menambah kepercayaan masyarakat. Selain itu, melalui sertifikat Halal dan keamanan pangan BPOM, hal ini menjadi dasar dalam persyaratan produk lolos untuk dapat masuk ke pasar modern [4]. Dan hingga saat ini yang sudah bersertifikat Halal hanyalah minuman Kesehatan SERJATE, sedangkan untuk kue basah masih dalam proses pengajuan sertifikat Halal. Selain itu untuk pengembangan branding mitra, selain spanduk yang telah terpasang di depan gapura pintu masuk lokasi ASMAN TEMAN SETIA, juga terdapat spanduk yang terpasang di depan rumah Ketua ASMAN TEMAN SETIA yang berisi beberapa produk olahan bunga telang yang dapat dipesan oleh siapa saja. Pada banner tersebut juga tertera beberapa akun media social mulai dari nomor WhatsApp, Instagram, dan juga e-commerce Shopee.

Metode

Pada pengabdian kepada masyarakat ini, terdapat beberapa metode pelaksanaan yaitu mulai dari analisis awal hingga menemukan permasalahan mitra dan dilanjutkan dengan penentuan solusi serta evaluasi. Berikut bagan setiap kegiatan yang dilakukan:

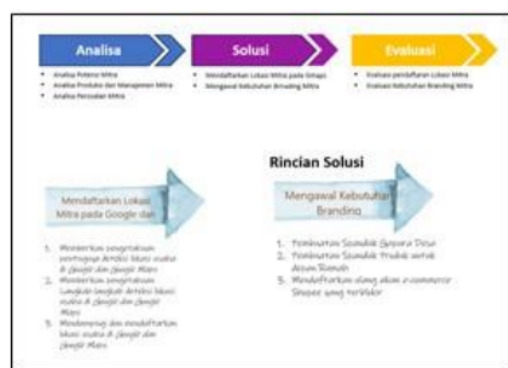


Figure 3. Metode Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat Institusi

Berdasarkan gambar 3. analisa pertama yang dilakukan adalah analisa potensi mitra. Desa Sawocangkring merupakan salah satu desa kreatif yang menyulap kampungnya menjadi kampung sehat dengan tanaman toga, salah satunya adalah bunga telang. Berbagai olahan pangan dan minuman yang memiliki ciri khas biru telang dapat menggambarkan identitas lokal yang mencirikan lingkungan tersebut. Selain identik dengan warnanya, bunga telang dipercaya memiliki kandungan manfaat yang tinggi serta dapat menciptakan ide kreasi dan inovasi pangan maupun minuman berupa minuman herbal, kue basah, maupun kue kering. Dari yang awalnya hanya menanam tanaman toga untuk mempertahankan stamina selama pandemi, kini Sawocangkring terus berbenah untuk terus mempromosikan tanaman toga sebagai alternatif hidup sehat. Hal itulah yang terus dikembangkan dan membuat ASMAN Sawocangkring semakin dikenal oleh masyarakat desa Wonoayu.

Berbagai jenis produksi telah dilakukan oleh masyarakat ASMAN dalam setiap harinya. Manajemen usaha yang dilakukan meliputi manajemen keuangan melalui pencatatan dan pembukuan, manajemen marketing dan distribusi melalui e-commerce (shoope), serta manajemen SDM yang memiliki keahlian dalam mengelola bunga telang menjadi produk olahan jadi. Namun, berbagai manajemen tersebut tentunya memiliki kekurangan, salah satunya yaitu pada manajemen keuangan yang belum menggunakan sistem (teknologi), manajemen marketing dan distribusi yang hanya menggunakan satu jenis e-commerce (shoope) dan bukan nama usaha kelompok, serta kurang adanya pelatihan peningkatan skill dan pengembangan SDM selain dalam keahlian membuat makanan dan minuman, namun juga dibutuhkan pengembangan terkait inovasi produk, riset pasar dan konsumen, serta kewirausahaan melalui seminar atau program pengembangan lainnya. Selain itu, permasalahan lainnya yang ada saat ini adalah beberapa produk andalan ASMAN TEMAN SETIA yang biasa dibuat atau laris dibeli saat ada acara-acara desa, yaitu Minuman Kesehatan SERJATE (Serai Jahe Telang) dan Kue Kering yang belum memiliki izin edar

dan konsumsi dari BPOM (Badan Perizinan Olahan Makanan). SERJATE merupakan minuman yang menjadi *icon* produk olahan bunga telang Desa Sawocangkring Sidoarjo, yang sering menjadi minuman suguhan pada setiap acara desa. Minuman ini sudah berinovasi menjadi bentuk serbuk yang terkenal Bernama *MagicPowderDrink* karena khasiatnya yang dapat membantu menurunkan Hipertensi atau Darah Tinggi. Hal ini berdasar pada bahan baku pembuatan SERJATE yang memanfaatkan serai, jahe, dan bunga telang yang memiliki khasiat menurunkan tekanan darah tinggi [5], dan mengandung antioksidan yang tinggi sehingga bermanfaat bagi kesehatan dan kekebalan tubuh manusia [6]. Sebenarnya Inovasi *magicpowderdrink* ini sudah dapat dijual luas melalui *e-commerce* (shopee), karena bentuknya sudah berupa serbuk berukuran 100 gram sehingga pembeli bisa langsung mengkonsumsi minuman ini hanya dengan menyeduhnya menjadi 2 hingga 3 gelas. Hanya saja karena baru saja mendapatkan sertifikat halal tetapi belum ber-BPOM, ASMAN TEMAN SETIA masih belum bisa mengedarkan secara bebas di *e-commerce*. ASMAN TEMAN SETIA pun sebenarnya sudah memiliki akun di *e-commerce* Shopee dengan nama ASMAN TEMAN SETIA, namun sudah lama tidak aktif dan lupa dengan username passwordnya.

Oleh karena itu, solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut, diantaranya membuat branding produk yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan serta harapan konsumen, memberikan pengetahuan tentang pentingnya perizinan dan syarat – syarat pengajuan halal dan BPOM, serta membantu mendapatkan perizinan halal dan BPOM bagi produk – produk yang belum bersertifikasi, hal ini bertujuan agar produk yang dihasilkan lebih dipercaya masyarakat dan terjamin kualitas dan keamanannya, serta mengaktifkan akun *e-commerce* Shopee, mendaftarkan lokasi ASMAN TEMAN SETIA pada *Google dan Google Maps* sebagai lokasi produsen bunga telang segar beserta banner – banner pendukung, agar para pembeli mudah menuju lokasi.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian dimulai dengan membuat branding produk yang menarik, diantaranya dengan membuat stiker minuman dan produk lainnya yang dilengkapi dengan logo halal yang telah lulus sertifikasi. Produk minuman kesehatan SERJATE (Serai Jahe Telang), SERKEMPIS (Serai, Kemangi, Jeruk nipis, Telang), dan Kue Kering (Onde-onde kering, Kuping Gajah, Pastel Kering, dan Stik Telang) telah mendapatkan sertifikasi Halal. Pada izin Halal yang telah didapatkan, Ketua ASMAN TEMAN SETIA mendapatkan beberapa dokumen (gambar 4), diantaranya:

1. Sertifikat Utama
2. Sertifikat Halal Gerai / Outlet
3. Sertifikat Halal Produk
4. Surat Kebijakan Halal
5. Stiker



Figure 4. Sertifikat Halal Minuman Kesehatan SERJATE

Sedangkan untuk yang masih dalam proses mengumpulkan data adalah data syarat – syarat pengajuan halal dan BPOM untuk Kue basah (Lemper dan Puding Sutra). Hasil desain dari kemasan minuman kesehatan serjate yang sudah berlogo Halal seperti pada gambar 5.



Figure 5. Desain logo Halal Kemasan Minuman Kesehatan SERJATE

Langkah pengembangan *Branding* selanjutnya adalah memasang Banner di depan Gapura masuk Desa Sawocangkring RT. 06 RW. 02 yang merupakan lokasi ASMAN TEMAN SETIA dan banner di depan rumah Ketua ASMAN TEMAN SETIA Sawocangkring yang berisi beberapa daftar makanan olahan bunga Telang seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 10. Pada Gambar 11 merupakan dokumentasi penyerahan banner produk olahan bunga telang kepada Ketua ASMAN TEMAN SETIA, dan Gambar 12 merupakan dokumentasi saat banner produk olahan bunga telang berhasil terpasang di depan rumah Ketua ASMAN TEMAN SETIA Desa Sawocangkring. Seluruh atribut branding ini bertujuan agar mengundang antusias warga sekitar maupun masyarakat luar yang membutuhkan Bunga Telang beserta olahannya. Sesuai dengan Primadewi et al [7] yang menyatakan bahwa banner merupakan sebuah media yang memiliki potensi maksimal dalam strategi product banding untuk meningkatkan popularitas produk yang dihasilkan. Berikut desain dan proses pemasangan banner:



Figure 6. Gambar 6 (Atas). Desain Banner Gapura Depan Desa Sawocangkring, Gambar 7 (Tengah Kiri). Penyerahan Banner Gapura Desa Sawocangkring kepada Ketua ASMAN TEMAN SETIA, Gambar 8 (Tengah Kanan). Persiapan Pemasangan Banner pada Gapura Depan Desa Sawocangkring, Gambar 9 (Bawah). Banner Branding Desa Sawocangkring Berhasil Terpasang,



Figure 7. Gambar 10 (Atas). Banner Branding produk olahan Bunga Telang ASMAN TEMAN SETIA Desa Sawocangkring, Gambar 11 (Tengah). Penyerahan Banner Branding Produk Olahan Bunga Telang ASMAN TEMAN SETIA, Gambar 12 (Bawah). Banner Branding produk olahan bunga telang berhasil terpasang

Kemudian, untuk membuat ASMAN TEMAN SETIA lebih dikenal oleh masyarakat luas, maka hal yang dilakukan adalah dengan mendaftarkan lokasi ASMAN TEMAN SETIA pada Google (Google Bisnis) dan Google Maps. Google Maps merupakan produk google yang dapat menampilkan titik lokasi berbasis peta dengan dilengkapi fitur beraneka ragam, seperti: menyatel, mengedit, menemukan, dan memasang pin pada rute atau rumah ke alamat kantor, sehingga bagi usaha yang telah terdaftar di Google Maps, hal ini dapat memudahkan konsumen dalam mencari alamat kantor/usaha tersebut [8]. Selain itu, Google Maps juga dapat menjadi solusi alternatif dalam media promosi pada suatu usaha atau UMKM [9]. Berikut Langkah-langkah yang kami lakukan dalam mendaftarkan kelompok usaha ASMAN TEMAN SETIA di Google Business dan Google Maps:

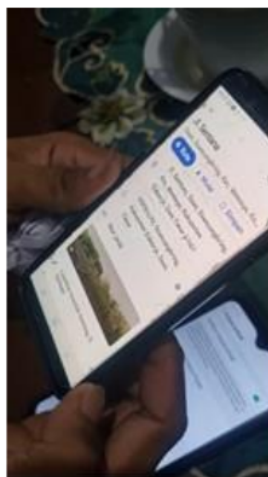


Figure 8. Gambar (Atas). Menentukan Lokasi ASMAN TEMAN SETIA di Google Business, Gambar (Kiri Bawah). Memberikan nama ASMAN TEMAN SETIA di Google Business, Gambar (Kanan Bawah). Menentukan Kategori Bisnis di Google Business



Figure 9. Gambar (Atas Kiri). Mensinkronkan lokasi bisnis ASMAN TEMAN SETIA pada Google Maps, Gambar (Atas Tengah). Memberikan Deskripsi Bisnis ASMAN TEMAN SETIA di Google Business, Gambar (Atas Kanan). Memasukkan foto produk-produk ASMAN TEMAN SETIA ke Google Business, Gambar (Kiri Bawah). Menunggu hasil verifikasi melalui SMS yang dikirimkan pada Ketua ASMAN TEMAN SETIA, Gambar (Kanan Bawah). Kelompok Usaha ASMAN TEMAN SETIA telah terdaftar pada Google dan Google Maps

Setelah kelompok usaha ASMAN TEMAN SETIA berhasil terdaftar pada Google dan Google Maps, maka uji coba dilakukan dengan pencarian kelompok usaha ASMAN TEMAN SETIA pada kolom pencarian *Google* dan *Google Maps*, dengan hasil pada Gambar 18 dan 19.

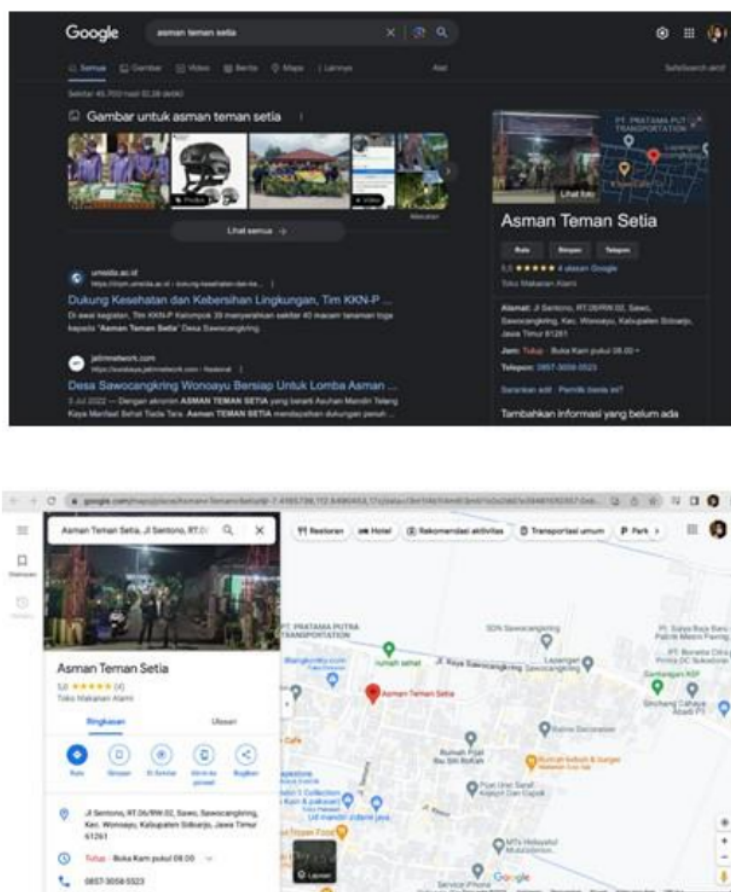


Figure 10. *Gambar (Atas). Pencarian ASMAN TEMAN SETIA di Google, Gambar (Bawah). Pencarian ASMAN TEMAN SETIA di Google Maps*

Analisis dilakukan dengan mengambil tanggapan Ketua ASMAN TEMAN SETIA terkait apakah ada efek positif maupun sedikit perubahan dari segi perkembangan media informasi dan juga *branding* Desa Sawocangkring setelah pemasangan Banner dan pendaftaran kelompok usaha ASMAN TEMAN SETIA ke *Google Business* dan *Google Maps*. Analisis ini merupakan bagian dari ilmu data mining yang memiliki tujuan untuk menganalisis dan mengekstrak data tekstual yang berupa pendapat, evaluasi, sikap, emosi, penilaian, dan sentimen seseorang terhadap suatu barang, orang, organisasi, dan masalah [10]. Berdasarkan tanggapan yang disampaikan oleh Ibu Malikatin, selaku Ketua ASMAN, “Alhamdulillah atas pengabdian bu dosen dan mahasiswa Umsida sangat membantu sekali khususnya buat warga RT 06 dan kelompok ASMAN TEMAN SETIA. Setelah terpasangnya banner gapura, banyak orang yang melihat story saya dan tanggapan mereka positif serta langsung bertanya mengenai bunga telang dan sebagian warganya mulai beraksi bersih - bersih area telang. Semoga adanya google maps ini bisa membantu penelusuran lokasi asman.”, maka hal ini dapat mengindikasikan bahwa proses yang dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki efek positif terkait dengan perkembangan produk dan manajemen usaha dari kelompok ASMAN TEMAN SETIA.

Simpulan

ASMAN TEMAN SETIA Desa Sawocangkring Wonoayu Sidoarjo selama ini dikenal sebagai kelompok usaha yang mengantarkan bunga telang segar ke sejumlah produk olahannya (minuman kesehatan, kue dan kue kering). Dengan metode pelaksanaan membuat semua atribut *branding* mulai dari *banner*, pendaftaran lokasi pada *Google* dan *Google Maps* mendaftarkan akun mitra pada platform *e-commerce* Shopee, serta membantu mengumpulkan semua persyaratan pengajuan izin Halal dan mendaftarkannya ke pihak yang berwenang untuk

dapat menerbitkan sertifikat Halal. Nomor sertifikat Halal yang telah diterbitkan akan dicantumkan dalam desain kemasan agar siap diedarkan melalui *marketplaceonline* atau *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia demi meningkatkan kepercayaan masyarakat. Selain itu, dengan didaftarkan kelompok usaha ASMAN TEMAN SETIA pada *Google Business* dan *Google Maps* beserta membuat beberapa atribut *branding* serta membuat beberapa atribut *branding* yang terdiri dari *banner* gapura desa, *banner* produk olahan bunga telang, desain kemasan yang sudah berlogo Halal MUI selain *branding* meningkatkan kepopuleritasan ASMAN TEMAN SETIA pada khususnya dan Desa Sawocangkring pada umumnya, juga dapat membantu masyarakat yang membutuhkan bunga telang beserta produk-produk olahannya.

References

1. A. O. Tyassetya, T. Trilestari, and N. Kusumawardani, "Pembentukan Kelompok Asuhan Mandiri Taman Obat Keluarga (Toga) Jati Husada Mulya dan Pengaruhnya dalam Meningkatkan Kemampuan Swamedikasi Penyakit Common Cold di Dusun Watu Argomulyo Sedayu Bantul," *J-Abdi J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 3, pp. 331–338, 2021.
2. N. Nasori, S. Indrawati, E. Endarko, M. Mashuri, G. Prayitno, and A. Rubiyanto, "Pemetaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Jawa Timur menuju Sertifikasi Halal Tahun 2024," *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 1, pp. 76–84, 2022, doi: 10.12962/j26139960.v6i1.172.
3. K. A. Nofianti and S. N. I. Rofiqah, "Kesadaran dan Logo Halal: Apakah Menentukan Minat Beli? (Studi pada Praktisi Bisnis UMKM di Gresik)," *J. Halal Prod. Res.*, vol. 2, no. 2, p. 51, 2019, doi: 10.20473/jhpr.vol2-issue.2.51-59.
4. W. Sulistyowati, B. Darmadi, B. Rianto, and M. A. Sofijanto, "Sertifikasi Produk Pengolahan Ikan Usaha Kecil dan Menengah," in *Hang Tuah Press*, 2017, pp. 1–105.
5. R. Maulidiasilvi, S. Hadi, S. Sukarsono, S. Wahyuni, and D. Setyawan, "Kajian Etnofarmakologi Tanaman Obat di Desa Sukolelo Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan Jawa Timur sebagai Sumber Belajar Biologi," in *Seminar Nasional VII*, 2022, pp. 353–374.
6. D. P. Artiray et al., "Pemanfaatan TOGA sebagai Minuman Herbal Kekinian Bernilai Ekonomi bagi Ibu PKK Kelurahan Sidomulyo Timur," *JPM J. Pengabd. Masy.*, vol. 4, no. 1, pp. 170–179, 2023.
7. A. Primadewi, T. M. Anwar, Y. Yustin, A. H. Sani, and M. Fauzi, "Penguatan Pemasaran Produk UMKM Ashfa Madu Borobudur melalui Strategi Product Branding," *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 26, no. 3, pp. 154–161, 2020, doi: 10.24114/jpkm.v26i3.17683.
8. A. S. Lestari, N. Wahyuningsih, N. Maharani, L. Sanjaya, A. P. Putra, and A. Khomariah, "Penggunaan Aplikasi Google Maps dan Imooji sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyanan," *J. Pendidik. Masy. dan Pengabd. DIKMAS*, vol. 2, no. 3, pp. 887–894, 2022, [Online]. Available: <http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/dikmas>
9. S. F. Insani, Y. Syahril, and A. P. Putra, "Optimalisasi Aplikasi Google Maps sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari," *J. War. LPM*, vol. 25, no. 1, pp. 44–56, 2022, doi: 10.23917/warta.v25i1.596.
10. F. Sodik and I. Kharisudin, "Analisis Sentimen dengan SVM, NAIVE BAYES dan KNN untuk Studi Tanggapan Masyarakat Indonesia terhadap Pandemi Covid-19 pada Media Sosial Twitter," *Pamungkas, Fajar Sodik Kharisudin, Iqbal*, vol. 4, pp. 628–634, 2021.

Cindy T - SINTA 5 - IJCCD Agustus 2023 Ketua

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

dspace.hangtuah.ac.id:8080

Internet Source

1%

2

ejurnal.pps.ung.ac.id

Internet Source

1%

3

repository.unsri.ac.id

Internet Source

1%

4

papers.online-conferences.com

Internet Source

1%

5

digilib.uinkhas.ac.id

Internet Source

1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off