

## OPTIMALISASI USAHA KERAJINAN UKIR BERBAHAN BAKU LIMBAH KAYU DESA SUNTEN JAYA KECAMATAN LEMBANG KABUPATEN BANDUNG BARAT

Susanti Kurniawati<sup>1</sup>, Ardika Sulaeman<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Pendidikan Indonesia, <sup>2</sup>Universitas Wiralodra Indramayu  
susanti.kurniawati@upi.edu, ardika.sulaeman@gmail.com,

**Abstract:** *This service is motivated by increasing community income and utilizing agricultural waste in tourist village areas. Based on this, this service aims to optimize the carving craft business by developing MSMEs' marketing support capacity for wood waste crafts. This is done because craft products have not yet reached a wider marketing area. Wooden crafts are a typical commodity of Sunten Jaya Village as a tourist village and at the same time reduce waste from wooden vegetable containers which are the raw material for crafts. Based on this, it is necessary to carry out assistance activities to increase marketing support capacity through workshops on improving packaging quality and product branding. This activity was carried out with a needs analysis survey, socialization of marketing support programs, and packaging and branding workshops. The result of this community service activity is the availability of wooden craft product packaging made from recycled paper which can protect the product, illustrate the product increase the product's appeal, and create a selling brand. It is hoped that the new packaging and name will increase product sales and reduce wood waste in the Sunten Jaya Village environment.*

**Keywords:** *Carrying Capacity, Marketing, Crafts, Waste, Wood.*

### PENDAHULUAN

Program pengabdian pada masyarakat merupakan salah satu aspek dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi (Kemenristek, 2023). Program Pengabdian pada Masyarakat dilakukan pada daerah yang memiliki potensi yang tinggi untuk diberdayakan, salah satunya adalah Desa Sunten Jaya Kec. Lembang. Kab. Bandung Barat. Desa Sunten Jaya berpenduduk 8.166 jiwa dengan mata pencarian utama masyarakat adalah bertani tanaman hortikultura, berternak dan berdagang hasil olahan bahan pertanian. Selain sektor pertanian, perekonomian Desa Sunten Jaya didukung oleh UMKM yang mengolah bahan mentah berbahan dasar output sektor pertanian. Secara geografis, Desa Suntenjaya merupakan bagian dari Kecamatan Lembang dengan luas wilayah Desa Sunten Jaya sekitar 1.456,56 Ha, terdiri dari perkebunan 886 H dan area berada pada ketinggian 1.290 m di atas permukaan laut (Wikipedia, 2023). Dengan demikian Desa Sunten Jaya merupakan desa dengan pemandangan perkebunan hortikultura dengan tebing dan terasering yang terstruktur. Desa Sunten jaya merupakan desa wisata yang banyak dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara, yang disebut kawasan wisata agraris (Sitorus et al., 2021)

Namun, Desa Sunten Jaya tidak luput dari permasalahan, terutama masalah ekonomi dan lingkungan. Masalah ekonomi masyarakat terkaitnya dengan rendahnya pendapatan masyarakat dan masalah limbah pertanian yang seringkali mengganggu aktivitas pertanian (Fauzi 2021). Pendapatan masyarakat bersumber dari pertanian, wisata agraris dan terkenal dengan wisata situs Batu Lonceng. Adanya objek wisata menjadi pendapatan sampingan bagi masyarakat. Masyarakat dapat berdagang, memproduksi oleh-oleh khas Sunten Jaya dan menjual souvenir dilokasi objek wisata. Salah satu souvenir khas dari Desa Sunten Jaya adalah kerajinan ukir yang di buat dari limbah palet (kayu peti kemas buah dan sayur). Dalam proses pertanian, petani Desa Sunten Jaya banyak menggunakan

peti kemas kayu untuk mengemas sayur dan buah, sehingga banyak limbah kayu yang sering dibuang begitu saja. Melihat banyaknya limbah kayu, masyarakat memanfaatkan untuk diolah menjadi kerajinan kayu ukir dan perabot rumah tangga yang dikerjakan di waktu luang bertani dan beternak. Kerajinan ukir dari limbah dapat berasal dari limbah palet kayu yang digergaji secara manual dan tidak menggunakan mesin laser grafir (Fajrie et al., 2022). Melalui kreatifitas, palet kayu diolah menjadi kerajinan ukir yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi.

Contoh Produk kerajinan ukir berbasis limbah ini misalnya gantungan kunci, miniatur kendaraan dan serangga, jam dinding, hiasan dinding, vas bunga, tempat lampu, tempat parfum dan lain-lain (Nulngafan, 2020). Kerajinan kayu banyak di perjualbelikan di pusat wisata di Kecamatan Lembang. Adanya potensi menjadi sumber pendapatan lain maka usaha kerajinan limbah ini dapat dioptimalkan. Hanya saja terdapat kendala dalam pengembangan usaha ini terutama adalah masalah bagaimana memasarkan barang. Selama ini pengrajin memasarkan kerajinan dengan membuat lapak di tempat wisata dan tidak mengemas produknya dengan baik. Adanya potensi masyarakat dalam kerajinan ukir dari limbah kayu ini, maka kegiatan pengabdian yang dilakukan memfokuskan pada upaya pengembangan usaha kerajinan limbah kayu di Desa Sunten Jaya. Berdasarkan permasalahan usaha kerajinan di Desa Sunten Jaya maka tujuan kegiatan pengabdian ini adalah melaksanakan program dukungan pemasaran produk kerajinan limbah kayu dengan optimalisasi pengemasan produk dan pemberian merek.

Menurut Kotler & Keller (2018) kemasan adalah bisnis yang didirikan oleh seseorang untuk menjaga ekuitas merek dalam rangka mempromosikan penjualan. Menurut Kotler (2018) packaging (pengemasan) adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus untuk sebuah produk. Proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, fungsi utama dari kemasan sendiri yaitu untuk melindungi produk agar produk tetap terjaga kualitasnya. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. Pengemasan suatu produk biasanya dilakukan oleh produsen untuk dapat merebut minat konsumen terhadap pembelian barang.

Produsen berusaha memberikan kesan yang baik pada kemasan produknya dan menciptakan model kemasan baru yang berbeda dengan produsen lain yang memproduksi produk-produk sejenis dalam pasar yang sama. Selain hal tersebut pengemasan produk perlu dilakukan untuk meningkatkan penjualan (Apriyanti, 2018; Fitriani, 2020; Yulianti & Widya Kanti, 2020) dan pemberian nama, merek berfungsi untuk meningkatkan penjualan (Putranto, 2018; Mulyadi, 2015; Musyawarah & Idayanti, 2022).

Selain pengemasan produk, dukungan pemasaran lain adalah pemberian merek (Ataman, et al 2010). Merek berfungsi selain identitas produk, merek juga aset bagi perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2018) merek merupakan sebagai nama, istilah, tanda, simbol atau rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa penjual atau sekelompok penjual dan untuk mendeferensiasikannya dari barang atau jasa pesaing. Merek dagang adalah kata, slogan, simbol, atau desain (misalnya, nama merek atau logo) yang digunakan seseorang atau perusahaan untuk membedakan produk atau layanannya dengan produk atau layanan yang ditawarkan pihak lain. Merek dagang terlindungi jika digunakan secara khusus untuk mengidentifikasi suatu produk atau layanan. Menurut teori (Kotler, 2018) merek (*Brand*) merupakan nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari

semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya (membedakan) dari barang atau jasa pesaing.

Terdapat 5 kriteria utama untuk pemilihan elemen meliputi: 1) Dapat dilihat seberapa mudah elemen merek diingat dan dikenali, 2) Elemen merek itu kredibel dan mengindikasikan kategori yang berhubungan dengannya, 3) Dapat disukai seberapa menarik estetikanya elemen merek, 4) Dapat disesuaikan, apakah elemen merek dapat digunakan untuk memperkenalkan produk baru dalam kategori yang sama atau berbeda, 5) Dapat dilindungi, seberapa mudah elemen merek itu dapat dilindungi secara hukum. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan petani dengan optimalisasi usaha kerajinan ukir dari limbah kayu dengan dukungan pemasaran kemasan dan pemberian merek.

## METODE

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Desa Sunten Jaya Kabupaten Bandung Barat yang terletak di paling utara Kab. Bandung Barat. Kegiatan ini dilakukan dengan 1) survey analisis kebutuhan pengrajin kerajinan kayu untuk dapat mengembangkan usahanya 2) kunjungan kepada tiga pengrajin limbah kayu. Pengrajin tersebut merupakan pihak yang akan di dampingi pengemasan dan *branding*nya 3) sosialisasi konsep pengemasan dan *branding*, untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan masyarakat tentang pengemasan dan *branding* untuk produk lokal, maka dilakukan sosialisasi pengemasan produk dan *branding* 4) workshop pengemasan dan *branding* 5) evaluasi kegiatan pengabdian. Secara rinci kegiatan pengabdian yang dilakukan secara keseluruhan sebagai berikut :

Tabel 1. Kegiatan dan Pelaksanaan Pendampingan

Kegiatan	Pendekatan	Keterangan
1. Survey analisis kebutuhan	<i>Survey</i> ke masyarakat & wawancara	Alat bantu: Kuesioner, panduan wawancara
2. Identifikasi masalah mitra terpilih (sampling)	Wawancara 3 pengrajin ukir	Alat Bantu: laptop dan <i>Handphone Android</i>
3. Penyusunan merek produk	Wawancara	Laptop dan ATK
4. Identifikasi masalah mitra	<i>Coaching</i>	Panduan <i>coaching</i>
5. Sosialisasi konsep pengemasan dan <i>branding</i>	Wawancara / <i>brainstromming</i>	Alat bantu: panduan wawancara
6. Workshop pengemasan dan <i>branding</i>	<i>Coaching</i>	ATK dan Laptop
7. Pendampingan mitra	Pengerjaan sampel kemasan dan diskusi penyusunan merek dan promosi di media sosial	Produk, desain kemasan, desain merek, laptop dan ATK
7. Evaluasi kegiatan pengabdian	Wawancara dan observasi	Alat bantu :panduan wawancara
8. <i>Forecasting Profit</i> sebelum dan sesudah pendampingan	Diskusi sebelum dan sesudah pendampingan.	Alat bantu: panduan wawancara.

Secara ringkas terdapat 8 kegiatan yang akan dilaksanakan yang dilakukan dengan pendekatan survey, wawancara, observasi *brainstorming*, *coaching*, *workshop* dan diskusi dengan alat bantu panduan wawancara, panduan observasi, laptop dan *android*. Hal ini dapat dilihat dari Gambar 1 berikut ini :



Gambar 1 Tahapan Kegiatan Pengabdian

Terdapat lima tahapan dalam kegiatan pengabdian yang di mulai dengan analisis kebutuhan dukungan pemasaran, setelah ditemukan kebutuhan dalam usaha kerajinan ukir, diidentifikasi akar permasalahan dan dicari solusi permasalahan. Solusi tersebut selanjutnya di sosialisasikan dan di workshopkan untuk mendapatkan pengalaman praktis. Dalam kegiatan workshop ini pengrajin didampingi instruktur merancang kemasan produknya dan memberi merek dagang (*branding*). Setelah di lakukan workshop pengabdian terus melakukan pendampingan pelaksanaan pengemasan dan pemberian merek serta mempromosikan produk secara online dan offline. Setelah 2 bulan, dilakukan evaluasi penjualan produk setelah dilakukan pengemasan produk dan *branding* . Selanjutnya dari perolehan penjualan riil, maka dilakukan peramalan.

## HASIL KARYA UTAMA DAN PEMBAHASAN

Jumlah pengrajin kerajinan kayu di Desa Sunten Jaya adalah 5 kelompok pengrajin dengan rata-rata masa usaha 5 tahun. Pengrajin kerajinan juga merupakan petani kebun hortikultura setempat yang memiliki keterampilan mengukir kayu.

### Hasil Analisis Kebutuhan

Menganalisis kebutuhan tidak dapat dilakukan dengan serta merta. Analisis kebutuhan harus disesuaikan dengan kondisi dan situasi masyarakat (Nurhadi, 2021). Kegiatan analisis kebutuhan bertujuan mendapatkan informasi hal-hal yang diperlukan untuk meningkatkan penjualan kerajinan limbah kayu dengan pelaku usaha utama adalah petani yang tidak memiliki latar belakang pengrajin ukiran. Usaha kerajinan ukir dari limbah kayu peti/palet ini sangat menguntungkan, selain bahan baku mudah diperoleh, usaha ini mengurangi sampah kayu, memiliki nilai jual yang tinggi, mengisi waktu luang petani dan dapat dipasarkan di objek wisata di lingkungan sekitar dan menjadi salah satu icon souvenir dari Desa Sunten Jaya. Selama 5 tahun menjalankan usaha, kebutuhan pengrajin secara garis besar meliputi kebutuhan modal, kebutuhan pengetahuan dan keterampilan dan kebutuhan dukungan pemasaran.

### Kebutuhan Permodalan

Usaha kerajinan ukir dari limbah kayu palet ini merupakan usaha sampingan masyarakat. Usaha kerajinan ukir ini ditekuni masyarakat, karena Desa Sunten Jaya merupakan desa wisata yang di kunjungi wisatawan local dan mancanegara. Modal kerja yang dibutuhkan untuk pembelian alat (*gergaji*), bahan baku tambahan produksi dan kayu tambahan.

### Kebutuhan Pengetahuan dan Keterampilan

Kebutuhan pengetahuan meliputi informasi desain ukir yang diminati konsumen, informasi fitur kerajinan seperti bentuk dan warna. Selain itu, keterampilan yang dibutuhkan meliputi informasi cara megukir bentuk-bentuk tertentu yang saat ini sedang di gemari konsumen.

### **Kebutuhan dukungan pemasaran**

Kerajinan kayu Desa Sunten Jaya belum mampu berkontribusi dalam pemenuhan peluang pasar pada skala yang lebih besar, hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi tentang kerajinan kayu Desa Sunten Jaya. Kebutuhan dukungan pemasaran meliputi dukungan promosi untuk mengenalkan produk kerajinan ukir, kebutuhan bantuan untuk memasarkan barang baik via *online* maupun *offline*, perluasan pasar dan dukungan pengemasan dan dukungan pemberian merek dan label untuk mendukung pemasaran yang lebih baik sehingga produk kerajinan ukir dapat dikenali dan dibedakan dengan produk lainnya.

### **Hasil Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah merupakan langkah awal sebuah penelitian. Setelah identifikasi masalah sudah terstruktur maka digunakan untuk dianalisis (Maretta et al., 2022). Dari berbagai kebutuhan yang di temui, selanjutnya diidentifikasi akar masalah yang dapat di pecahkan dalam kegiatan pengabdian. Salah satu masalah penting adalah masalah pemasaran atau bagaimana memasarkan produk yang telah dibuat oleh pengrajin. Masalah pemasaran yang utama adalah (1) belum memiliki nama/merk jual (2) belum dikemas dengan kemasan yang menarik. Untuk membantu mengatasi masalah ini, maka diadakan dukungan program pemasaran dengan (1) sosialisasi tentang pengemasan dan branding (2) workshop perancangan merek (3) workshop perancangan kemasan.

### **Hasil Sosialisasi dan Workshop**

Sosialisasi dan workshop di hadiri oleh perangkat desa, petani dan pengrajin, yang membahas, pentingnya pengemasan dan pemberian merek produk. Masyarakat antusias, terutama pengemasan pada produk-produk pertanian dan kerajinan dan perannya dalam mendukung pemasaran di desa desa wisata. Hasil sosialisasi yang diperoleh adalah tersampainya pentingnya upaya pemasaran yang serius yang diawali dengan perbaikan produk, salah satunya dengan memberi kemasan yang baik untuk produk dan memberi merek. Sedangkan hasil dari kegiatan workshop adalah pembuatan desain kemasan dan pemberian merek jual.

Sebelumnya kerajinan ukir dijual dalam kantong kresek saja. Hal ini sering menyebabkan produk rusak dan mendapat complain dari pembeli. Kini, dengan kemasan terbuat dari karton duplek produk lebih aman dengan biaya produksi rata-rata Rp1.000,00 s.d 5.000,00 per unit tergantung ukuran produk. Selain itu, produk tampak lebih rapi, menarik dan ramah lingkungan. Kemasan dirancang dengan menggunakan motif batik khas lembang (sayur mayur).



Gambar 1. Sosialisasi Optimalisasi Usaha Kerajinan Ukir



Gambar 2. Kemasan Produk Sebelum dan Sesudah

Sosialisasi dan workshop merek dagang dilakukan dengan memberikan pemahaman tentang pentingnya merek dagang sebagai penciri dan identitas dari produk. Dalam workshop ini, peserta di damping tim pengabdian merancang nama dan logo produk yang sesuai, yang nantinya merek tersebut akan di tampilkan di bagian depan kemasan. Kegiatan workshop juga dilanjutkan dengan upaya pendampingan pada kelompok pengrajin. Untuk menghemat biaya produksi, memperbesar skala produksi, dan memperbanyak varian produk, dalam menjalankan usaha, pengrajin bergabung dengan pengrajin yang lainnya.



Gambar 3. Pendampingan Pengrajin

### Evaluasi Kegiatan

Target program P2M pada pengrajin kerajinan limbah kayu adalah tersosialisasikannya pentingnya kemasan dan merek produk ukir berbahan limbah kayu dan tersusunnya kemasan produk dan merek jual bagi produk. Evaluasi proses sosialisasi dan workshop, masyarakat sangat antusias terhadap kegiatan dan berpartisipasi dalam tanya jawab dan memperkenalkan produk tersebut. Kegiatan sosialisasi dihadiri oleh 27 orang petani atau 5 kelompok pengrajin. Salah satu merek jual yang dihasilkan dari kegiatan ini adalah Saka Woods yang bahkan mohon dibantu untuk memasarkan via online di market place (face book) dan OLX. Perbaikan kemasan akan meningkatkan penjualan (Apriyanti, 2018); keamanan produk, efisiensi transportasi dan pengudangan, penjualan dan keuntungan (Popa, 2022).



Gambar 4. Kerajinan Ukir Limbah Kayu “Saka Woods’

Dalam kegiatan ini, di temui kendala dalam pengemasan adalah sulitnya memilih waktu untuk melakukan pendampingan. Kendala pengemasan yang dialami adalah tingginya biaya produksi rata-rata karena produksi dalam jumlah kecil dan beragamnya ukuran produk. Kendala pemberian merek adalah kesulitan memberi nama yang sesuai dengan karakteristik produk seperti akhiran kata ‘wood’, craft atau kata yang lebih tradisional lainnya. Selain itu, dari kegiatan pengabdian ini, pengrajin mengharapkan diberi pengetahuan dan keterampilan dalam mengolah dan mendesain produk agar lebih dapat memenuhi permintaan konsumen.

### Kesimpulan

Usaha kerajinan limbah kayu Desa Sunten Jaya Kec. Lembang merupakan usaha yang potensial untuk dikembangkan mengingat Desa Sunten Jaya merupakan desa wisata yang erat dengan keberadaan souvenir khas. Selain itu, usaha pengembangan kerajinan kayu berbahan dasar limbah peti sayur dan buah mampu mengurangi tumpukan sampah kayu yang banyak terdapat di Desa Sunten Jaya sebagai desa yang sebagian besar bermata pencarian petani (agribisnis). Berdasarkan hasil survey analisis kebutuhan, perlu kegiatan yang mengoptimalkan usaha kerajinan ukir limbah dengan dukungan pemasaran. Maka dilakukan upaya pengabdian pada pengrajin ukir Desa Sunten Jaya, dengan aktifitas sosialisasi, workshop dan pendampingan secara langsung.

Kegiatan ini menemukan kendala dalam pengemasan yaitu, sulitnya memilih waktu untuk melakukan pendampingan. Kendala pengemasan yang dialami adalah tingginya biaya produksi rata-rata karena produksi dalam jumlah kecil dan beragamnya ukuran produk. Kendala pemberian merek adalah kesulitan memberi nama yang sesuai dengan karakteristik produk seperti akhiran kata ‘wood’, craft atau kata yang lebih tradisional lainnya. Selain itu, dari kegiatan pengabdian ini, pengrajin mengharapkan diberi pengetahuan dan keterampilan dalam mengolah dan mendesain produk agar lebih dapat memenuhi permintaan konsumen. Hasil yang diperoleh adalah kemasan produk ukir dan merek yang melindungi kualitas produk, mencerminkan identitas produk, menarik meningkatkan penjualan.

### DAFTAR PUSTAKA

Apriyanti, M.E. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio Ekons*. Volume 10, No. 1, April 2018, pp. 20-27 e-ISSN: 2502-5449 p-ISSN: 2085-2266 [http://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio\\_ekons](http://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio_ekons)

- Ataman, B & Van H, Harald & Mela, C. (2010). The Long-Term Effect of Marketing Strategy on Brand Sales. *Journal of Marketing Research*. 47. 866-882. 10.2307/20751549.
- Nulngafan. (2020). *Usaha rumahan kerajinan ukir kayu di desa ngebong kecamatan pringsurat kabupaten temanggung*. 7(1), 94–99.
- Fajrie, M., Pradana, B. A., Rowi, M. Y., Haryana, L. N., Iskandar, Z. A., Faizin, N., & Kunci, K. (2022). *Pemanfaatan Limbah Kayu Menjadi Kerajinan Fungsional dan Bernilai Estetik di Desa Bugel*. 06(3), 321–326.
- Fitriani.(2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemasan Terhadap Volume Penjualan (Survey pada Pedagang Kalua Jeruk Ciwidey Kabupaten Bandung). <https://journal.unpas.ac.id>
- Kementrian Pendidikan kebudayaan.(2023). Buku Panduan Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat. Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi.
- Klimchuk, Marianne dan Sandra A. Krasovec. 2006. **Desain Kemasan**. Jakarta: Erlangga.
- Maretta, Y. A., Kurniawan, M., Gansar, D., & Wijayanti, S. (2022). *Jurnal Penelitian Pendidikan Analisis Penggunaan Sistem Informasi Penelitian Dinamis dengan Menggunakan Metode Pieces Framework*. 39(2), 66–76.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks
- Musyawah, I.Y & Idayanti, D. 2022. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*. Vol 1, No 1 (2022) ISSN (cetak) 2621-7406 ISSN (online) 2656-6265
- Nurhadi, A. (2021). *Pentingnya Analisis Kebutuhan dalam Program Pendidikan dan Pelatihan berbasis IT bagi Guru PAI di Tengah Pandemi Covid'19 Nurul Qamariyah*. 4(1), 7–15.
- Apriyanti, M.E. (2018). *PRODUK PERUSAHAAN. Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Indraprasta PGRI*. 2(1), 20–27.
- Putranto, Agung Tri. 2018. Analisis Pengaruh Promosi Penjualan, Ekuitas Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Adidas. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 1, No. 2, September 2018 (21 - 37).
- Popa, Virgil. (2022). *Supply Chain Management Journal Role and Importance of Packaging in Supply Chain Management*.
- Sitorus, N., Herman, W., & Julianto, T. (2021). *Pengenalan Daya Tarik Wisata Alam Di Desa Suntenjaya Bagi Siswa-Siswi SMK*. 891–898.
- Yuliani, R & Widyakanti.(2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan Dan Label Pada UMKM .*Jurnal Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, Volume 2 Nomor 2, Bulan November Tahun 2020: Halaman 71-76