

Meningkatkan Nilai Jual Aneka Produk Dengan Packaging Hampers pada Kelompok UMKM Pasar Rakyat Candi Umbul

Dwi Susanto¹⁾, Muhammad Irfan²⁾, Flora Grace Putrianti³⁾, Nurul Eka Hidayah⁴⁾ Uum Helmina Chaerunnisak⁵⁾

¹Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

²Direktorat Pascasarjana Pendidikan, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

³Fakultas Psikologi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

⁴Fakultas Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

⁵Fakultas Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Email: dwi.susanto@ustjogja.ac.id¹, muhammad.irfan@ustjogja.ac.id², dgrace.p@ustjogja.ac.id³, nurulekah@gmail.com⁴, helmina.uum@ustjogja.ac.id⁵

Abstrak

Kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Candi Umbul, Magelang, Jawa Tengah terdiri dari beberapa pengusaha yang memproduksi beraneka macam produk dan dipasarkan di pasar rakyat Candi Umbul. Diantaranya ada yang memproduksi aneka makanan, minuman, dan tanaman hias. Untuk meningkatkan nilai jual produk yang ada, salah satu hal yang penting yaitu kemasan yang menarik. Sehingga tujuan dari pengabdian kepada masyarakat kepada Kelompok UMKM yang bergabung di Pasar Rakyat Candi Umbul adalah untuk berbagi pengetahuan melalui penyuluhan langsung dengan memberikan paparan cara meningkatkan nilai jual produk melalui kemasan. Baik kemasan secara umum hingga kreasi kemasan dalam bentuk hampers. Pelatihan ini dihadiri oleh 17 pelaku UMKM di Pasar Rakyat Candi Umbul. Data diperoleh dari hasil tanya jawab dan umpan balik peserta selama pelatihan. Berdasarkan kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM di Pasar Rakyat candi Umbul dapat meningkatkan omzet penjualan dan memperluas pasar. Sebelum pelatihan, pelaku UMKM belum memiliki pengetahuan mengenai pengemasan dan branding produk. Sehingga, produk yang dijual minimalis dan belum menarik. Setelah mengikuti kegiatan pelatihan, pelaku UMKM membenahi berbagai aspek, yaitu pengemasan dan penentuan harga produk saat dijual offline maupun online.

Kata Kunci: logo, nilai jual, branding.

Abstract

The Micro, Small and Medium Enterprises Group (UMKM) in Candi Umbul, Magelang, Central Java consists of several entrepreneurs who produce various kinds of products and market them at the Candi Umbul people's market. Some of them produce various foods, drinks, and ornamental plants. To increase the selling value of existing products, one of the important things is attractive packaging. So that the purpose of community service to the MSME Group that joins the Candi Umbul People's Market is to share knowledge through direct counseling by

providing exposure to how to increase the selling value of products through packaging. Good packaging in general to packaging creations in the form of hampers. This training was attended by 17 MSME actors at the Umbul Temple People's Market. Data were obtained from the results of questions and answers and feedback from participants during the training. Based on this activity, it is hoped that MSME actors in the Umbul Temple People's Market can increase sales turnover and expand the market. Prior to the training, MSME actors did not yet have knowledge about product packaging and branding. Thus, the products sold are minimalist and not yet attractive. After participating in training activities, MSME actors fix various aspects, namely packaging and determining product prices when sold offline or online.

Keywords: branding, packaging, selling value.

DOI: <https://doi.org/10.31943/abdi.v4i2.71>

A. Pendahuluan

Candi Umbul merupakan situs purbakala yaitu berupa pemandian air panas yang terletak di Dusun Candi Umbul, Desa Kartoharjo, Kecamatan Grabag, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Candi tersebut dibangun sejak zaman Wangsa Syailendra, dan hingga saat ini sisa peninggalannya dilindungi dan dijadikan salah satu objek wisata andalan di Kabupaten Magelang. Adanya Candi Umbul tersebut membawa berkah bagi warga sekitar dalam aspek perekonomian. Dengan peluang yang ada, Karang Taruna Candi Umbul yang didukung pihak Pemerintah Desa menciptakan Pasar Rakyat Candi Umbul yang diresmikan pada tanggal 31 Oktober 2020 oleh Ibu Camat Grabag Sri Utari, S.Pd., MM. Konsep Pasar Rakyat Candi Umbul adalah pasar malam yang mengusung tema tradisional dan millennial. Adapun didalamnya terdapat banyak stand kuliner hingga tanaman hias. Seluruh penjual yang ada disana adalah warga setempat.

Dari berbagai stand kuliner yang ada, ada yang belum memberi nama/ merek produknya. Seperti contoh warga yang mendirikan stand aneka gorengan tanpa ada penanda nama usahanya. Sebagian mayoritas UMKM belum memiliki brand untuk mendapatkan pelanggan seperti kartu nama, brosur/katalog, dan desain produk dan packaging yang eye appeal (menarik untuk dilihat) sebagai salah satu sarana pemasaran, sebagian UMKM justru mempertanyakan manfaat branding jika dengan kondisi sekarang saja usaha mereka sudah untung besar (Jayengsari 2021; Muhammad, Winarno, and Hermawan 2021; Setiawati 2019). Padahal menurut (Rahima, Suriyati, and Hastuti 2022) merek yang melabeli sebuah

produk dan sebagai wakil dari sesuatu yang dipasarkan menjadi penanda bagi sebuah produk sekaligus pembeda dengan produk-produk lainnya. Merek menggambarkan nilai yang ditawarkan dan mempunyai peranan penting bagi konsumen dalam menetapkan pilihannya. Dan menurut (Rowley 2008), merek mempunyai berbagai peran, diantaranya adalah: a.) Merek yang sukses dapat menjadi penghambat munculnya merek-merek baru yang mewakili produk-produk dari pesaing, b.) Menjadi pembeda dengan produk lainnya, dan c.) Sebagai alat bagi perusahaan untuk mencapai nilai ekonomis.

Selain merek, tantangan UMKM untuk mengembangkan produk usahanya agar bernilai jual lebih yaitu terkait kemasan. Karena menurut (Yuliani and Widyakanti 2020), tidak sedikit UMKM yang memiliki masalah dimana masih belum memaksimalkan kemenarikan kemasan produk. Dengan kata lain kemasan produk masih dibuat sederhana. Padahal menurut (Yuliari and Riyadi 2015), diversifikasi produk dapat menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan nilai tambah. Selain itu, untuk meningkatkan nilai tambah produk dapat dilakukan dengan memperbaiki tampilan kemasan produk itu sendiri. Hal ini selain dapat mempertahankan kualitas produk, tetapi juga dapat menjadi media promosi produk tersebut (Rosalina, Alnopri, and Prasetyo 2012).

Selain kemasan primer yang melapisi produk, kemasan sekunder dan tersier juga penting diaplikasikan untuk menambah nilai jual. Dewasa ini juga kemasan dalam bentuk hampers sedang banyak diminati (Suryadi 2007). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), hampers atau dikenal dengan sebutan parcel merupakan bingkisan yang berisi berbagai hadiah, seperti aneka kue, makanan dan minuman dalam kaleng, barang pecah belah, yang ditata apik dalam keranjang dan dikirimkan kepada orang-orang tertentu pada hari raya. Melanjutkan kebiasaan saat Pandemi Covid-19 yang membatasi seseorang untuk bertemu secara langsung dalam berbagai event, solusinya yaitu berbagi bingkisan diberbagai event agar silaturahmi tetap terjalin (Winarno 2021; Yana 2022; Yonathan, Yuwono, and Tanudjaja 2021). Sehingga kondisi tersebut dapat menjadikan peluang bagi pelaku UMKM untuk dapat berinovasi membuat hampers yang menarik dari produk yang ada.

Melihat pengetahuan dan pengalaman kelompok UMKM Pasar Rakyat Candi Umbul, maka perlunya diadakan sebuah penyuluhan guna memberikan edukasi terkait pentingnya branding dan inovasi kemasan produk untuk meningkatkan nilai jual produk dan memperoleh peningkatan pendapatan.

B. Metode

Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini dilakukan dengan metode pemaparan materi tentang Pentingnya Inovasi Packaging Bagi Produk UMKM. Langkah-langkah sebelum pemaparan materi, diantaranya:

Pertama, tim pengabdian melakukan observasi untuk mengumpulkan data terkait informasi diantaranya:

1. UMKM apa saja yang ada di Pasar Rakyat Candi Umbul?
2. Apa saja dan bagaimana bentuk merek dan kemasan yang rata-rata digunakan untuk produk mereka?
3. Sejauh mana inovasi kemasan yang sudah dilakukan UMKM dalam meningkatkan nilai jual produknya?

Kedua, penyusunan materi paparan. Penyusunan materi dalam bentuk power point. Materi disusun ber-dasarkan teori-teori tentang pentingnya merek dan inovasi packaging dari berbagai sumber ilmiah. Serta berdasarkan informasi yang diperoleh saat observasi.

Ketiga, tahap persiapan alat dan bahan yang digunakan saat pelaksanaan. Adapun alat dan bahan yang digunakan adalah contoh-contoh kemasan, laptop, proyektor, alat tulis, dan lain-lain.

Keempat, tahap pelaksanaan dilakukan dengan pemaparan materi yakni mengenai pentingnya branding, standarisasi kemasan, menampilkan contoh-contoh desain kreativitas kemasan yang unik dan menarik, serta tren inovasi kemasan hampers.

C. Hasil dan Pembahasan

Pengembangan UMKM memiliki peran yang sangat penting yaitu dapat menjadi stimulus dalam penciptaan dan pengembangan usaha melalui tindakan khusus yang akan mempengaruhi perusahaan untuk masuk ke daerah yang lebih

baik. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang pentingnya branding dan inovasi kemasan produk untuk meningkatkan nilai jual produk dan memperoleh peningkatan pendapatan di Pasar Rakyat Candi Umbul, Desa Kartoharjo, Kecamatan Grabag, Kabupaten Magelang. Dilaksanakan pada hari Rabu, 29 Juni 2022, dapat terlaksana dengan baik. Peserta kegiatan ini dihadiri oleh 17 para pelaku UMKM merupakan warga masyarakat dusun tersebut. Kegiatan ini dibantu oleh tim mahasiswa yang berasal dari berbagai program studi di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Pada Tabel 1 merupakan daftar peserta pelatihan tentang pentingnya branding dan inovasi kemasan produk.

Tabel 1. Daftar Peserta Pelatihan UMKM

No.	Nama	Jualan
1	Lili Suryani	Tanaman Hias
2	Ressa Kusmiyati	Sosis Bakar
3	Supriyadi	wedang kacang
4	Riwayati	Jagung bakar
5	Agustina	Sempol ayam
6	Listiyani	Siomay
7	Nur Kholifah	Aneka Gorengan
8	Al-amin	Nasi bakar
9	Suroso	Sate Ayam
10	Lailiya Saidah	Cireng
11	Sri Lestari	Susu jahe
12	Tira Utari	Fhresh milk Boba
13	Sigit Praswoadhy	Makanan/Jajanan (TAKOYAKI)
14	Lestari	Wedang Ronde
15	Tri Adisti	Minuman Dalgona Milk
16	Sumiyati	Nasi Jinggo, Soto, Ayam Kremes & Aneka Jus Buah Segar
17	Nurul Fatimah	Cilok Baraya

Kegiatan pengabdian ini meliputi rangkaian kegiatan mulai dari observasi, penyusunan materi, persiapan sebelum pelaksanaan hingga pelaksanaan kegiatan. Berikut adalah penjelasan kegiatan yang dilakukan, diantaranya:

Observasi

Dusun Candi Umbul, Desa Kartoharjo, Kecamatan Grabag, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah memiliki suasana pedesaan dengan pemandangan alam yang indah. Hal tersebut menjadikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Candi Umbul. Dengan adanya potensi tersebut, Karang Taruna setempat yang didukung oleh pihak Pemerintah Desa menciptakan Pasar Rakyat Candi Umbul untuk mengangkat perekonomian warga setempat. Sehingga munculah pengusaha-pengusaha kecil menengah yang berjualan di Pasar Rakyat tersebut. Berdasarkan observasi, informasi yang didapatkan, diantaranya: 1) UMKM yang ada di Candi Umbul untuk usaha kuliner diantaranya produk sosis bakar, wedang kacang, jagung bakar, sempol ayam, siomay, aneka gorengan, nasi bakar, sate ayam, cireng, susu jahe, fresh milk boba, takoyaki, wedang ronde, susu dalgona, nasi jingo, soto ayam kremes, aneka jus, dan cilok. Dan untuk non kuliner juga ada yang berjualan tanaman hias. 2) Masih ada beberapa UMKM yang belum memiliki merek usahanya ataupun membuat logo produknya. Selain itu untuk kemasan yang digunakan beberapa masih dalam bentuk sederhana. Hanya untuk fungsi melindungi produk saja, belum memikirkan estetika. 3) Inovasi-inovasi terkait kemasan produk UMKM yang ada di Pasar Rakyat Candi Umbul belum terlalu dikembangkan terutama dalam inovasi hampers.

Penyusunan Materi dan Persiapan Pemaparan

Setelah melakukan observasi mengenai UMKM yang ada di Pasar Rakyat Candi Umbul, selanjutnya adalah penyusunan materi dan persiapan guna pelaksanaan pemaparan. Melihat dari potensi yang ada dan dilihat seluruh aspek yang sudah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa beragam produk UMKM yang dijual di Pasar Rakyat Candi Umbul memiliki potensi besar untuk ditingkatkan nilai jual produknya. Sehingga materi yang disusun terkait meningkatkan nilai jual produk terutama dari segi branding dan kemasan. Teori yang ada dalam

materi berdasarkan sumber beberapa rujukan ilmiah. Serta contoh-contoh desain kemasan yang ditampilkan dalam materi merupakan contoh produk yang sudah ada. Sehingga dapat dijadikan referensi bagi pengusaha dalam melakukan inovasi.

Pelaksanaan Pemaparan

Pelaksanaan pemaparan materi dilaksanakan pada hari Sabtu, 16 Juli 2022 pukul 09.00 s.d. 11.00 WIB yang bertempat di Pasar Rakyat Desa Wisata Candi Umbul, Dusun Candi Umbul, Desa Kartoharjo, Kecamatan Grabag, Kabupaten Magelang. Dengan peserta sebanyak 30 orang. Adapun rincian acara pelaksanaan sebagai berikut:

Pembukaan

Pelaksanaan pemaparan materi diawali dengan sambutan oleh Ketua Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yaitu Bapak Dr. Muhammad Irfan, M.Pd. yang memberikan motivasi kepada mitra UMKM. Kemudian dilanjutkan sambutan oleh Ketua Paguyuban UMKM di Pasar Rakyat Candi Umbul yaitu Bapak Budi yang juga berharap dengan adanya pemaparan materi dengan berbagi pengetahuan kepada pelaku UMKM mampu menambah wawasan dan keterbukaannya melakukan inovasi terutama dalam hal mengembangkan produk-produknya agar dapat bersaing secara nasional bahkan internasional.

Penyampaian Materi

Materi disampaikan oleh Nurul Eka Hidayah, S.E. selaku mahasiswa S2 Magister Manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa yaitu tentang Pentingnya Packaging bagi Produk UMKM. Diawali dengan pentingnya branding pada produk yang mempunyai ciri khas agar mudah dikenali oleh konsumen. Kemudian penjelasan secara teori tentang pentingnya kemasan dari sudut pandang konsumen dan produsen, jenis-jenis kemasan yang perlu peserta ketahui (lihat Gambar 1), serta pertimbangan apa saja yang harus diidentifikasi dalam mendesain kemasan sebuah produk. Selain itu, materi juga menampilkan berbagai macam contoh bentuk kemasan dari produk-produk yang sudah terkenal hingga sesama UMKM yang mempunyai inovasi kemasan menarik. Dalam materi juga disampaikan bahwa sebagai pengusaha seharusnya menerapkan Ajaran Tri-N (*Niteni, Niroke, Nambahi*) (Dewantara 2013; Wiryopranoto et al. 2017). Yaitu

ajaran Ki Hadjar Dewantara yang mempunyai makna bahwa dalam menjalankan usaha selalu melakukan inovasi dengan cara *Niteni* (Mengamati), yakni selalu mau mencari tau hal baru, mengamati, dan mempelajarinya. Kemudian *Nirokke* (Menirukan), yakni membuat hal-hal baru yang sudah dipelajari dengan menirukan yang sudah ada namun tidak lupa *Nambahi* (Menambahkan) sesuatu yang baru dan yang belum ada pada contoh sebelumnya (Setyawan, Al Masjid, and Trisharsiwi 2021). Selanjutnya juga disampaikan saran-saran inovasi apa saja yang dapat diaplikasikan pada produk-produk yang ada di UMKM Pasar Rakyat Candi Umbul guna menambah nilai jual produk.

Seperti salah satu contohnya produk cireng. Cireng yang dijual saat ini hanya digoreng dadakan dan langsung dikemas dengan plastik. Inovasi yang dapat dilakukan untuk membuat Cireng lebih bernilai jual tinggi, diantaranya:

- Membuat produk cireng dengan beraneka rasa.
- Mengganti kemasan plastik dengan kemasan box kertas *foodgrade* bermacam ukuran atau dengan besek bambu yang ramah lingkungan.
- Memberi label/sticker yang menampilkan merek produk, kontak penjual, keterangan rasa, komposisi, dan sebagainya.
- Menerima pesanan dalam bentuk kemasan hampers untuk event-event tertentu seperti ulang tahun, hari raya, oleh-oleh, dan sebagainya.
- Menyediakan cireng versi frozen agar bisa dijual online dan dikirim hingga ke luar daerah (lihat Gambar 1).



Gambar 1. Contoh Kemasan Cireng

Selain produk cireng, juga dijelaskan untuk inovasi produk lainnya beserta contoh-contoh gambar dari usaha yang sudah ada. Selanjutnya juga dijelaskan mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan untuk suatu bahan atau kemasan yang digunakan. Setiap kemasan produk yang digunakan, disarankan tetap mempertimbangkan target pasarnya. Sehingga memudahkan produsen dalam menentukan harga jualnya. Kegiatan penyampaian materi seperti pada Gambar 2.



Gambar 2. Penyampaian Materi oleh Nurul Eka Hidayah, S.E.

Sesi Tanya Jawab

Peserta memberikan respon positif dan antusias dalam memperhatikan materi. Pada sesi tanya jawab ini sebagai sarana mengumpulkan informasi seberapa besar pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan. Hal ini didukung saat peserta menyampaikan umpan balik saat akhir acara yang diwakili pak Budi. Peserta tersebut menyampaikan bahwa pelatihan ini membuat kami paham bahwa pengemasan merupakan hal yang penting dan dapat meningkatkan nilai jual suatu produk (lihat Gambar 3). Sebagian besar peserta sudah memahami terutama mengenai langkah-langkah yang harus diperhatikan sebelum mendesain kemasan produk. Selain itu mereka merespon baik tentang ide menerima pesanan dalam bentuk hampers saat event-event tertentu. Disampaikan oleh salah satu peserta bahwa disana belum banyak pesaing terkait inovasi hampers tersebut.



Gambar 3. Pak Budi sedang Menyampaikan Umpan Balik

Berdasarkan kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM di Pasar Rakyat candi Umbul dapat meningkatkan omzet penjualan dan memperluas pasar. Sebelum pelatihan, pelaku UMKM belum memiliki pengetahuan mengenai pengemasan dan branding produk. Sehingga, produk yang dijual minimalis dan belum menarik. Setelah mengikuti kegiatan pelatihan, pelaku UMKM membenahi berbagai aspek, yaitu pengemasan dan penentuan harga produk saat dijual offline maupun online. Hal ini sesuai hasil pengabdian dari (Jayengsari 2021; Muhammad et al. 2021; Setiawati 2019) yang menyebutkan bahwa terdapat peningkatan omzet dan pengemasan produk setelah pelatihan.

D. Kesimpulan dan saran

Kegiatan ini merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan bentuk pemaparan materi bagi pelaku UMKM yang ada di Pasar Rakyat Desa Wisata Candi Umbul, Dusun Candi Umbul, Desa Kartoharjo, Kecamatan Grabag, Kabupaten Magelang. Secara umum, kegiatan ini berjalan sesuai dengan harapan. Peserta atau mitra dapat memahami arti pentingnya packaging untuk menambah nilai jual dan harga produk. Karena dengan packaging yang menarik dan inovatif, membuat konsumen lebih tertarik dan mengenali dengan mudah produk tersebut. Dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini mempunyai dampak positif berupa

meningkatnya pemahaman bahwa sudatu kemasan yang melekat pada suatu produk menjadi salah satu factor penentu selera pasar. Selain itu, peserta juga lebih termotivasi terutama dalam menghadapi persaingan yang lebih dalam untuk memajukan usahanya.

E. Ucapan Terima Kasih

Kegiatan ini terselenggara atas pendanaan Hibah Riset Keilmuan LPDP Skema Riset Kewirausahaan dengan nomor kontrak: 124/E4.1/AK.04.RA/2021. Kegiatan ini merupakan bagian dari kegiatan riset dengan judul STRATEGI TOURISM MARKETING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN WISATAWAN DAN UMKM DI PEMANDIAN AIR HANGAT CANDI UMBUL

DAFTAR PUSTAKA

- Dewantara, Ki Hajar. 2013. "Pendidikan Sesuatu Yang Pendidikan Membebaskan Yang." *Pendidikan Usia Dini*.
- Jayengsari, Reksa. 2021. "Branding Dalam Strategi Marketing Keripik Pisang Pada Pelaku Usaha Rumahan." *JE (Journal of Empowerment)* 2(1):111–24.
- Muhammad, Syauqi Alaik, Agung Winarno, and Agus Hermawan. 2021. "Strategi Branding Dalam Meningkatkan Minat Beli Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Produk Green Bean Kopi." *Jurnal Graha Pengabdian* 3(4):369–76.
- Rahima, Phyta, Suriyati Suriyati, and Hilda Hastuti. 2022. "Pelabelan Produk Dan Merek Dagang Untuk Promosi Penjualan Pada Warung Armina Karang Pule." *ADMA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2(2):293–304.
- Rosalina, Yessy, Alnopri Alnopri, and Prasetyo Prasetyo. 2012. "Disain Kemasan Untuk Meningkatkan Nilai Tambah Madu Bunga Kopi Sebagai Produk Unggulan Daerah." *AGRO INDUSTRI* 2(1):8–13.
- Rowley, Jennifer. 2008. "Understanding Digital Content Marketing." *Journal of Marketing Management* 24(5–6):517–40.
- Setiawati, Sri Dewi. 2019. "Strategi Membangun Branding Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah." *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2(1):125–36.
- Setyawan, Arya Dani, Akbar Al Masjid, and Trisharsiwi Trisharsiwi. 2021. "Implementasi Ajaran Asah Asih Asuh Pada Pembelajaran Daring Mata Kuliah Karawitan Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Ajaran Tamansiswa." *TRIHAYU: Jurnal Pendidikan Ke-SD-An* 7(2).
- Suryadi, Ace. 2007. "Pemanfaatan IST Dalam Pembelajaran." *Jurnal Pendidikan Terbuka Dan Jarak Jauh* 8(1):83–98.
- Winarno, Sugeng. 2021. "Hampers Lebaran." *Arsip Publikasi Ilmiah Biro*

Administrasi Akademik.

- Wiryo Pranoto, Suhartono, Nina Herlina, Djoko Marihandono, and Yuda B. Tangkilisan. 2017. *Perjuangan Ki Hajar Dewantara: Dari Politik Ke Pendidikan*. edited by Djoko Marihandono. Museum Kebangkitan Nasional Direktorat Jenderal Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Yana, Anindita. 2022. "Perancangan Model Bisnis Hampers Untuk Pemberdayaan Umkm Di Yogyakarta: Pendekatan Customer Engagement Dan Product Enrichment."
- Yonathan, Christian, Elisabeth Christine Yuwono, and Bing Bedjo Tanudjaja. 2021. "Perancangan Karya Desain Hampers Untuk Acara Pernikahan Drive-Thru Dalam Masa Pandemi COVID-19." *Jurnal DKV Adiwarna* 1(18):9.
- Yuliani, Rahma, and Widyakanti Widyakanti. 2020. "Pengabdian: Menciptakan Value Added (Nilai Tambah) Kripik Tempe Sagu Melalui Variasi Rasa Dan Inovasi Kemasan." *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan* 2(2):71–76.
- Yuliari, G., and B. Riyadi. 2015. "Meningkatkan Nilai Tambah Produk Olahan Ikan Dengan Strategi Diversifikasi Yang Berbasis Pasar Global." in *Prosiding Seminar Nasional Optimalisasi Peran Industri Kreatif dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas. Vol. 17.