

Pendampingan Pembuatan Kemasan dan Logo untuk UMKM Jamu Merpati Jaga Raga

Galuh Mira Saktiana

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara
galuhs@fe.untar.ac.id

Abstract

This community service program from LPPM Untar provides assistance for a new business called JAGA RAGA. This new business was established in Klaten in 2024 and is still very new and needs further assistance. This business is engaged in the field of pigeon herbal medicine made from natural ingredients. The complete address is in Buntalan, Kalitengah, RT 044, RW 019 Wedi Klaten. The assistance that will be carried out includes an explanation of packaging standards and the importance of a logo so that it is recognized by potential consumers. What should be written on the pigeon herbal medicine packaging. The product to be sold is herbal medicine made from 25 herbal ingredients and spices for the health of pigeons. A new product certainly has problems that must be solved. The main problem that occurs in this business is introducing a product that is still new and unknown to consumers. The assistance provided is to provide direction in choosing packaging, labels and logos for the pigeon herbal medicine according to the business carried out by the MSME. The selection of packaging materials, packaging forms, and packaging durability are some of the assistance that will be carried out. In addition, the selection of colors and forms of writing is also very necessary to support the packaging to be an attraction for consumers, so that MSMEs will be known for their products.

Keywords: herbal medicine, birds, pigeons, logo, packaging, MSMEs

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat dari LPPM Untar ini memberikan pendampingan untuk usaha baru yang dinamakan dengan JAGA RAGA. Usaha baru ini didirikan di Klaten pada tahun 2024 dan masih sangat baru dan perlu pendampingan lebih lanjut. Usaha ini bergerak dalam bidang jamu merpati yang terbuat dari bahan alami. Alamat lengkapnya berada di Buntalan, Kalitengah, RT 044, RW 019 Wedi Klaten. Pendampingan yang akan dilakukan meliputi penjelasan mengenai standart *packaging* dan pentingnya logo agar dikenal oleh para calon konsumen. Apa saja yang harus ditulis pada kemasan jamu merpati tersebut. Adapun produk yang ingin dijual adalah jamu yang terbuat dari 25 ramuan herbal dan rempah-rempah untuk kesehatan burung merpati. Produk yang masih baru tentu saja memiliki masalah yang harus diselesaikan. Masalah utama yang terjadi pada usaha ini adalah memperkenalkan produk yang masih baru dan belum dikenal oleh konsumen. Adapun pendampingan yang diberikan adalah memberikan arahan dalam pemilihan kemasan, label dan logo untuk jamu merpati tersebut sesuai dengan bisnis yang dilaksanakan UMKM tersebut. Pemilihan bahan kemasan, bentuk kemasan, serta ketahanan kemasan menjadi salah satu pendampingan yang akan dilakukan. Selain itu pemilihan warna dan bentuk tulisan juga sangat diperlukan untuk menunjang kemasan agar menjadi daya tarik bagi konsumen, sehingga UMKM akan dikenal produknya.

kata kunci : jamu, burung, merpati, logo, kemasan, UMKM

© 2024 Jurnal Pustaka Mitra

1. Pendahuluan

Presiden Joko Widodo menargetkan sebanyak 30 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia untuk beralih ke digitalisasi pada tahun 2024 karena perkembangan dan peluang yang ada [1]. Berbagai kebijakan dan program pemerintah mendukung inisiatif ini. Ini termasuk menyederhanakan perizinan, meningkatkan akses terhadap permodalan, meningkatkan inovasi dan teknologi, dan meningkatkan sumber daya manusia melalui pelatihan keahlian baru. Selain itu, pemerintah juga menekankan pentingnya pendataan tunggal yang komprehensif dan akurat untuk memperkuat basis data tunggal UMKM. Ini akan membantu mengarah pada pengembangan UMKM yang lebih fokus, terarah, dan berkelanjutan. Menurut [2], pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional dan wilayah. Era pasar bebas ditandai pesatnya persaingan menuntut pelaku UMKM untuk meningkatkan produktivitas dan daya saingnya. Pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi keberlangsungan UMKM terutama segi pemasaran [3].

Melihat proses inovasi bisa dilihat adanya peristiwa atau kegiatan yang disukai oleh masyarakat luas. Perlombaan yang cukup dinikmati di Jawa Tengah, diantaranya adalah perlombaan burung merpati atau sering disebut dengan Merpati Kolong. Menteri Koperasi dan UKM (MenKopUKM) mengatakan bahwa perlombaan ini perlombaan yang merakyat dan dinikmati banyak kalangan (Terdapat di: <https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/berita/view/3023>, diakses pada: 7 September 2024). Beliau juga menyampaikan juga bahwa perlombaan merpati kolong memberikan hiburan bagi rakyat dan juga memberikan manfaat yang besar bagi UMKM. Hal ini tentu saja akan membuat para wirausahawan memutar otak untuk menciptakan produk yang mendukung perlombaan tersebut. Produk itu bisa berupa burung yang dilombakan (merpati), sangkar (kurungan), cincin yang dipakaikan di kaki burung, jamu untuk merpati supaya lebih sehat dan memiliki kemampuan terbang yang cepat.

Peluang ini tentu saja membuat para wirausahawan baru berlomba untuk dapat menciptakan produk yang sesuai dengan modal dan keahlian yang dimiliki. Wawancara kemudian dilakukan dengan pemilik usaha jamu merpati yang diberi nama Jaga Raga yang tergolong masih sangat baru yang belum mengerti bagaimana membuat kemasan, logo dan label yang digunakan untuk usaha barunya. [4] menyatakan bahwa *packaging* ini dapat digunakan untuk menunjukkan kualitas produk, yang biasanya disebut sebagai "*salesman* diam" atau "*salesgirl* diam".

Packaging atau sering disebut dengan kemasan adalah sebuah Langkah awal yang harus ditempuh oleh para pemilik usaha untuk memperkenalkan produknya kepada para calon konsumen. Pemilihan desain, warna, tutup, logo dan penjelasan mengenai produk sangat penting dilakukan untuk keberhasilan produk tersebut. Penggunaan logo unik dan spesifik secara jangka Panjang akan memberikan keuntungan untuk suatu brand berkembang, selain membedakan dari pesaing, dapat meningkatkan pula *brand awareness*, menegaskan identitas merek, memudahkan pelanggan untuk mengingat, profesionalisme dan kepercayaan dari pelanggan pun bisa dicapai [5] UMKM dapat memastikan produk UMKM memiliki standar mutu dan kelayakan untuk konsumen, mengetahui kesesuaian proses produksi, bahan baku, pengetahuan tentang produk, kemasan, harga produk serta mengetahui potensi pengembangan produk [6].

Seperti sudah dijelaskan juga sebelumnya bahwa usaha dagang ini beralamat di Buntalan, Kalitengah, RT 044, RW 019 Wedi, Klaten. Usaha dagang ini bergerak dalam bidang makanan suplemen yang diberikan untuk burung merpati yang akan dilombakan. Bahan yang digunakan tentu saja sudah diuji sebelumnya dan terbuat dari bahan-bahan alami untuk kesehatan burung merpati. Testimoni dan beragam komentar yang sudah mencoba produk ini sebelumnya membarikan hasil yang cukup berarti untuk menjaga kesehatan burung merpati yang akan dilombakan. Pemilik usaha ini juga sering mengikuti lomba dan kejuaran burung merpati dan banyak mendapatkan juara dari burung merpati yang dilombakan. Atas dasar pengalaman penggunaan jamu tersebut, kemudian dikembangkan lebih lanjut sehingga orang lain juga ikut merasakan manfaat positif dari pemberian jamu tersebut ke burung merpati miliknya.

Wawancara dilakukan lebih mendalam dengan pemilik usaha baru tersebut dan juga beberapa karyawan yang bekerja di tempat usaha tersebut mengatakan bahwa masalah utama yang dikeluhkesahkan yaitu mengenai pengenalan produk baru kepada calon konsumen agar mau mencoba jamu merpati tersebut dan yakin untuk memilih produk tersebut. Pengenalan produk baru tentu saja tidak semudah yang mereka kira. Pemilihan kemasan, warna, logo dan bahan yang digunakan agar produk jamu itu tetap dalam kondisi bagus dan tidak rusak kandungan bahannya.

2. Metode Pengabdian Masyarakat

Tahapan awal bisa dianalogikan dalam daur hidup produk (*Product Life Cycle*) masuk pada tahapan perkenalan (*Introduction*). Pada tahapan ini tentu saja pemilik usaha harus berusaha membuat produk yang mudah diingat dan salah satu Langkah yang dilakukan adalah menimbulkan efek ingat bagi para konsumen, bisa berupa *packaging* yang berbeda

dengan lainnya yang dapat membangkitkan kesadaran konsumen ada produk seperti jamu merpati. Logo yang menarik dan warna juga dapat membangun kesadaran bagi konsumen. Oleh karena itu pendampingan dan membantu pemilihan warna serta inisial produk yang dijual akan membantu pemilik usaha mendapatkan keuntungan yang sangat tinggi.

Hal pertama yang dilakukan pada program pendampingan ini adalah penjelasan mengenai pentingnya pemilihan packaging yang sesuai dengan produknya, lalu menjelaskan apa yang dimaksud dengan *packaging*. Selanjutnya penjelasan mengenai pemilihan bahan yang digunakan untuk kemasan jamu merpati, kemudian dilanjutkan juga mengenai manfaat dari penggunaan *packaging* yang digunakan. Pemilihan warna dan logo yang dipakai harus mudah diingat dan warna yang menjadi ciri khas dari produk tersebut. Pengaman, ekonomi, pendistribusian, informasi dan komunikasi, ergonomi, estetika, dan identitas adalah semua komponen yang diperlukan untuk pengemasan yang baik [7]. Dilanjutkan dengan penjelasan tentang bahan yang digunakan untuk kemasan saat ini, serta bentuk dan jenis kemasan yang sesuai untuk batik. Penjelasan yang tak kalah penting tentang bahan utama yang digunakan untuk kemasan juga sangat penting. Selain itu, label memainkan peran penting dalam meningkatkan merek produk dalam persaingan [8]. Kemasan memainkan peran penting dalam menambah nilai sebuah produk. Desain dan bentuk kemasan harus praktis, inovatif, kreatif, dan memikat mata agar konsumen tertarik dengan produk. Konsumen tertentu bersedia membayar lebih banyak untuk barang dengan kemasan yang unik, indah, dan menarik karena tampilan kemasan [9]. Penerapan skema warna dan bentuk tertentu pada kemasan dapat menarik perhatian dan menginduksi emosi yang terkait dengan kualitas kemasan, yang berdampak besar pada keputusan pembeli untuk membeli barang [10].

Metode pelaksanaan yang akan digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat dalam pendampingan dan pelatihan pemasaran media sosial adalah sebagai berikut:

- a) Langkah awal yang dilakukan adalah melakukan in-depth interview dengan pihak mitra Jaga Raga mengenai produk apa yang akan dipasarkan, kebutuhan apa yang dibutuhkan untuk dalam rangka pembuatan desain packaging awal.
- b) Langkah selanjutnya adalah menggunakan metode tanya jawab yang isinya adalah diskusi mengenai materi yang mencakup didalamnya adalah pengertian dari packaging. Pentingnya memilih bahan, materi, warna dan juga symbol dari

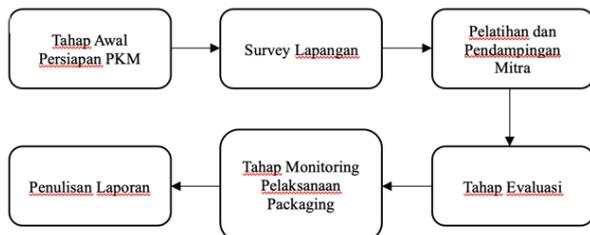
packaging sehingga sesuai dengan target pasar.

- c) Memberikan pelatihan atau tutorial pembuatan *packaging* dimulai dari ukuran tempatnya, bentuk kemasan, warna yang dipilih, dan jenis tulisan yang akan dipakai seperti apa sehingga memberikan hasil yang memuaskan.

Kemudian dilakukan tahapan pelaksanaan sebagai berikut

- a) Hal pertama yang harus dilakukan adalah tahap awalan, yaitu tahap persiapan. Adapun kegiatan yang dilakukan adalah pihak PKM UNTAR melakukan diskusi atau sering disebut dengan focus group discussion. Setelah itu kemudian dilanjutkan dengan melakukan koordinasi dengan mitra mengenai waktu pelaksanaan. Selanjutnya adalah dilakukan wawancara berkaitan dengan tempat dan waktu pelaksanaan. Adapun waktu yang dibutuhkan adalah sekitar 7 hari.
- b) Langkah selanjutnya adalah tahap pemberian Latihan dan juga pendampingan yang diperlukan oleh mitra PKM, Jaga Raga yaitu dengan pemberian materi yang berkaitan dengan packaging, jenis-jenis packaging, manfaat dan juga pentingnya pembuatan packaging dipilih. Selain itu juga PKM UNTAR juga menyiapkan pembicara untuk memberikan pelatihan, pemberian materi berupa print out dan juga menyiapkan konsumsi berupa makanan ringan dan juga makan berat untuk dinikmati.
- c) Langkah berikutnya adalah tahap pelaksanaan pelatihan dan memberikan materi dan pemahaman mengenai packaging disesuaikan dengan waktu antara PKM UNTAR dan mitra dan juga menyesuaikan dengan produk tersebut (jamu merpati)
- d) Setelah itu, langkah berikutnya adalah tahap pengecekan, juga dikenal sebagai tahap evaluasi. Tahap ini terdiri dari dua evaluasi, sebelum dan sesudah pelatihan, dan kemudian dilakukan pengawasan atas kegiatan yang dilakukan untuk memastikan apakah pertanyaan yang belum terjawab memerlukan pelatihan tambahan.
- e) Langkah terakhir yang dilakukan adalah menyusun Laporan Kegiatan tentang pelatihan yang diberikan kepada mitra UMKM di Wedi Klaten. Laporan ini dikirim ke LPPM UNTAR.

Adapun diagram Alur PKM adalah seperti pada gambar1.



Gambar 1. Diagram Alur PKM

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan ini berlangsung kurang lebih 2 bulan dengan cara melakukan dengan cara melakukan pendampingan dan juga pelatihan secara rutin dengan metode daring dan juga luring. Pada pertemuan awal dilakukan tahapan yang paling awal, yaitu adanya survei awal yang dilakukan di tempat usaha dagang dengan mewawancarai pemilik dan karyawan yang mengetahui seluk beluk penjualan dan produk yang ingin dijual. Hasil yang diperoleh selama survei adalah in-depth interview dengan pihak mitra Jaga Raga mengenai produk apa yang akan dipasarkan, kebutuhan apa yang dibutuhkan untuk dalam rangka pembuatan desain *packaging* awal. Pada saat awal wawancara tersebut dikatakan oleh pemilik jamu merpati bahwa masih belum paham dan tahu mengenai seluk-beluk pembuatan logo dan kemasan yang baik seperti apa. Kemudian selanjutnya adalah pemberian materi berupa penjelasan mengenai *packaging* yang baik, menarik dan bahan apa saja yang akan digunakan. Bentuk kemasan akan besar atau kecil sesuai dengan produk yang dimasukkan kedalam kemasan. Pemilihan warna yang dapat menjadi daya tarik konsumen supaya lebih perhatian dengan kemasaran tersebut. Selanjutnya juga pembahasan mengenai logo, pemilihan huruf dan jenis huruf yang akan dipakai menjadi salah satu bahasan lebih lanjut demi memenuhi ekspektasi dari konsumen yang akan memilih produk JAGA RAGA.

Kemudian setelah diberikan pemahaman awal mengenai *packaging*, label dan logo dilanjutkan dengan penjelasan lebih lanjut mengenai hal-hal penting yang perlu dipahami oleh mitra JAGA RAGA. Pemahaman dimulai dari pengertian dari *packaging* itu sendiri, kemudian masuk penjelasan mengenai manfaat dan fungsi dari *packaging* dimana dikatakan bahwa fungsi dari *packaging* adalah mawadahi produk supaya aman sampai ke tangan konsumen, Melindungi dan mengawetkan produk dari sinar ultraviolet, panas, benturan, Sebagai identitas produk sehingga menjadi alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui label dalam kemasan, Meningkatkan efisiensi dan

memudahkan pengiriman serta penyimpanan, Menambah daya tarik calon konsumen.

Setelah penjelasan mengenai fungsi dan manfaat, pembahasan selanjutnya adalah faktor yang harus diperhatikan dalam pengemasan adalah pengaman, ekonomi, pendistribusian, informasi dan komunikasi, ergonomi, estetika, dan juga identitas. Dilanjutkan dengan pembuatan desain yang menarik mengenai logo dengan bantuan desainer. Pemilihan warna, jenis huruf ukuran dipilhkan agar sesuai dengan yang diinginkan Lina Batik dan konsumen dengan mudah mengenali produk dari JAGA RAGA. Selanjutnya juga dijelaskan mengenai bahan apa saja yang bisa digunakan untuk dibuat *packaging*, logo dan label agar kualitasnya baik.

Penjelasan mengenai label adalah Salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Kemudian dijelaskan mengenai Logo adalah Merupakan suatu bentuk gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, perkumpulan, produk, negara, dan hal-hal lainnya yang dianggap membutuhkan hal yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Penggunaan label dan logo yang baru dan memiliki ciri khas akan memberikan kesan eksklusif pada produk, selain itu dapat meningkatkan *brand awareness* dari produk [11]. Pengabdian masyarakat lain yang berhasil memberikan hasil bahwa setelah adanya pemahaman mengenai logo dan kemasan yang baru sangat terbantu dan mitra yang dibantu sangat terbantu [12] [13] [14] [15].

Kemudian setelah itu pemilihan warna, jenis huruf, dan ukuran yang diinginkan telah dilakukan, dan bahan yang diinginkan telah dipilih dan disetujui, semuanya sesuai dengan desain yang telah dibuat sebelumnya. Setelah itu, dibuat rangkaian yang terdiri dari bungkus, logo, dan label. Selanjutnya adalah proses pembuatan kemasan dan logo untuk JAGA RAGA

Pada Gambar 2. Menunjukkan bahwa narasumber sedang memberikan penjelasan dan materi mengenai *packaging*.



Gambar 2. Kunjungan dan Pemberian Materi

Gambar 3. Menunjukkan bahwa pemilik Jaga Raga sedang mencampur bahan-bahan yang telah dipersiapkan untuk dijadikan jamu merpati. Bahan yang dipilih adalah bahan yang alami dan berguna untuk Kesehatan merpati.



Gambar 3. Proses pencampuran Jamu Merpati

Pada Gambar 4. ditunjukkan desain logo yang akan digunakan untuk ditempelkan pada packaging jamu merpati Jaga Raga.



Gambar 4. Logo pada kemasan

Pada Gambar 5 ditunjukkan *packaging* dan logo yang sudah jadi, kemasan yang dipilih adalah berupa kemasan plastik dan ditempel dengan logo yang sudah dibuat sebelumnya untuk jamu merpati Jaga Raga.



Gambar 5. Kemasan Jamu Merpati JAGA RAGA

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan Abdimas UNTAR yang dilakukan pada UMKM JAGA RAGA yang beralamat di Buntalan, Kalitengah, RT 044, RW 019 Wedi Klaten, Jawa Tengah berjalan dengan baik dan lancar. Mitra sangat antusias dan telah mampu untuk memahami dan juga melaksanakan pelatihan dan pendalaman materi mengenai packaging dan logo. Mitra merasa sangat senang dan terbantu telah diberikan pelatihan dan pendampingan. Mitra telah mampu untuk mampu membuat dan memilih kemasan yang tepat untuk membuat packaging, logo dan label dibantu oleh tim pengabdian UNTAR. Setelah dilakukan pembuatan kemasan yang sesuai dengan produk dari JAGA RAGA diharapkan bisa membuat calon konsumen bisa melihat kemasan yang cantik dan menarik sebagai daya tarik konsumen.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada pihak sekolah dan kepala sekolah yang telah memungkinkan kami untuk menyelesaikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di sana. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Tarumanagara, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumanagara, Dekan dan segenap pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, serta semua pihak yang turut menyukseskan kegiatan PKM ini..

Daftar Rujukan

- [1] Intan, G. (2022, March 28). Jokowi Targetkan 30 Juta UMKM Go Digital pada 2024. VOA Indonesia. <https://www.voaindonesia.com/a/jokowi-targetkan-30-juta-umkm-go-digital-pada-2024/6504633.html>
- [2] Febriyantoro, M. T. dan Arisandi, D. (2018), "Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean", JMD :Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, Vol. 1, No. 2, pp. 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- [3] Ilham, B. U. (2023), "Pendampingan Kurasi Produk padaUMKM Gaddeta di Kota Makassar", Jurnal Pustaka Mitra, Vol. 3, No. 1, pp. 30-34.
- [4] Lindung, A; A. Yusdira; dan Mashadi, (2020), "Pendampingan dan Pelatihan Inovasi Kemasan Produk Bagi UMKM Kota Bogor", Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan, Vol 1, No 1, pp. 21-28.
- [5] Ainun, N. A; Wahida; dan Maming, R. (2023) "Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun BrandingPada Umkm" Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah), Vol. 6, no. 1, pp. 674–681. doi: 10.36778/jesya.v6i1.967
- [6] DiskopUKM, "Bimbingan Teknis Kurasi Produk UMKM 2022," <https://ppid.jemberkab.go.id/berita-ppid/detail/bimbingan-tekniskurasi-produk-umkm-2022>, Jul. 21, 2021.

- [7] Kaihatu, T. S. (2014). *Manajemen Pengemasan*. Penerbit Andi.
- [8] Sa'diyah, H. (2020). Inovasi Pengemasan Dan Pelabelan Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Al-Iqtishady: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 2, pp. 56–67.
- [9] Irma Christiana, L. P. (2021). PKM Meningkatkan Nilai Jual Gula Aren Melalui Kemasan Yang Menarik. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, pp. 103-108.
- [10] Sant'Anna, A. C., Alves, M. J. D. S., Monteiro, C., Gagliardi, T. R., & Valencia, G. A. (2022). The influence of packaging colour on consumer expectations of coffee using free word association. *Packaging Technology and Science*, 35(8), 629–639. <https://doi.org/10.1002/pts.2675>
- [11] Rizal, M. A; Bani, F. C. D; Yuniarti, T; and Faujiyah, F. (2024), "Pengembangan Media Pemasaran Dan Digitalisasi Pemasaran Di PTNirwana Unggul Restu, Depok, Jawa Barat, *Jurnal Pustaka Mitra*, Vol. 4, No. 3, pp. 105-111.
- [12] Lindung, A; A. Yusdira; dan Mashadi, (2020), "Pendampingan dan Pelatihan Inovasi Kemasan Produk Bagi UMKM Kota Bogor", *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, Vol 1, No 1, pp. 21-28
- [13] Aryani, M; B. H. Septika; T. Krisnahadi; R. R. Ilhamalimy; dan Supratman. (2022), "Pelatihan Pengemasan dan Labeling Produk untuk Meningkatkan Kemampuan Manajemen Pemasaran bagi UKM Kale Cookies", *Jurnal Pengabdian UNDIKMA: Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat*, Vol. 3, No. 3, pp. 577-583.
- [14] Tisya, V. A.and Prakosa, A. (2021), "Pelatihan Pengembangan Manajemen Pemasaran di Masa Pandemi Covid-19 Bagi Usaha Catering Bu Parini di Kecamatan Danurejan DIY", *Abdimas Nusantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 3, No, 1, pp. 42-50.
- [15] Saktiana, G. M. (2023), "PENDAMPINGAN UMKM LINA BATIK UNTUK PACKAGING, LOGO DAN LABEL", *Jurnal Serina Abdimas*, Vol. 1, No. 4, pp. 1588-1595.