

PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA MELALUI PENGEMASAN PRODUK EKONOMI KREATIF LOKAL DESA SEBENTE KABUPATEN BENGKAYANG

**Yeremia Niaga Atlantika¹, Winda Lidia Lumbantobing²,
Benedhikta Kikky Vuspitasari³, Sabinus Beni⁴**

^{1,3,4}Program Studi Kewirausahaan, Institut Shanti Bhuna

Jalan Bukit Karmel No. 1, Kabupaten Bengkayang, Kalimantan Barat

²Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Institut Shanti Bhuna

Jalan Bukit Karmel No. 1, Kabupaten Bengkayang, Kalimantan Barat

¹e-mail: yeremia@shantibhuana.ac.id

Abstrak

Desa Sebente adalah desa yang memiliki komoditi pertanian dan potensi daerah wisata di Kabupaten Bengkayang. Desa Sebente berada pada daerah yang berbukit yang memiliki potensi wisata pemandangan wilayah perbukitan. Potensi wisata Desa Sebente mendorong pemerintah desa untuk dapat mendukung dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dengan menciptakan produk-produk yang khas dari Desa Sebente. Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberikan pendampingan dalam upaya pengembangan sumber daya manusia (SDM) melalui perencanaan produk lokal Desa Sebente, Kecamatan Teriak, Kabupaten Bengkayang, Kalimantan Barat. Proses kegiatan pengabdian pada masyarakat dilakukan dalam empat tahapan kegiatan. Pertama observasi, kedua penjadwalan kegiatan, ketiga pelaksanaan, dan keempat evaluasi kegiatan. Kegiatan pelaksanaan ini diikuti oleh 15 orang peserta dengan jumlah 3 kali pertemuan. Kesimpulannya bahwa masyarakat dapat melakukan pengemasan produk lokal. Produk yang dihasilkan berasal dari lingkungan masyarakat. Dengan pengemasan, masyarakat dapat menjamin kebersihan dari produk makan, kemasan dapat juga memastikan produk lainnya yang dipasarkan juga telah melalui proses yang benar.

Kata Kunci: desain kemasan, logo produk, ekonomi kreatif

Abstract

Sebente Village is a village that has agricultural commodities and tourism potential in Bengkayang Regency. Sebente Village is located in a hilly area that has the potential for scenic tourism in hilly areas. The tourism potential of Sebente Village encourages the village government to be able to support it in increasing tourist visits by creating products that are unique to Sebente Village. The purpose of this service is to assist in efforts to develop human resources (HR) through local product planning in Sebente Village, Teriak District, Bengkayang Regency, West Kalimantan. The process of community service activities is carried out in four stages of activity. The first is observation, the second is scheduling activities, the third is implementation, and the fourth is evaluating activities. This implementation activity was attended by 15 participants with a total of 3 meetings. The conclusion is that people can pack local products. The products produced come from the community environment. With packaging, the public can guarantee the cleanliness of food products, packaging can also ensure that other products being marketed have also gone through the correct process.

Keywords: packaging design, product logo, creative economy

PENDAHULUAN

Desa Sebente terletak di poros jalan lintas antar kota dari Kabupaten Bengkayang-Kota Pontianak. Desa ini memiliki luas daerah $\pm 27,28 \text{ km}^2$ dengan jumlah penduduk sebanyak 953 jiwa, di mana 522 laki-laki dan 431 perempuan. Desa Sebente memiliki batas wilayah, yang meliputi: (1) pada bagian utara berbatasan dengan Desa Dharma; (2) bagian selatan berbatasan dengan Desa Bangun; (3) bagian timur berbatasan dengan Desa Malo; (4) dan bagian barat berbatasan dengan Desa Benteng (Pemerintah Desa Sebente, 2016).

Daerah geografis Desa Sebente berada pada daerah yang berbukit. Daerah berbukit memiliki sumber air bersih yang baik, selain itu pula memiliki potensi wisata pemandangan wilayah perbukitan. Potensi wisata Desa Sebente mendorong pemerintah desa untuk dapat mendukung produk lokal dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Dalam mendukung upaya meningkatkan kunjungan wisata, strategi yang dilakukan adalah dengan menciptakan produk-produk yang dapat dijadikan buah tangan khas dari daerah wisata Desa Sebente. Strategi pemasaran produk di daerah wisata alam Desa Sebente dilakukan dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan lokal maupun internasional, mengingat Kabupaten Bengkayang adalah daerah perbatasan adalah upaya yang secara langsung akan berdampak pada pertumbuhan usaha dan ekonomi kreatif lokal (Joehastanti, 2012).

Pada kegiatan observasi sebelum pelaksanaan pengabdian, digambarkan oleh Kepala Desa Sebente bahwa diharapkan terdapat kegiatan yang berkaitan pengolahan hingga pengemasan produk lokal. Kegiatan ini dirasakan perlu sebab terdapat keterbatasan dalam hal sumber daya penergi dan infrastruktur seperti jaringan internet yang masih belum memadai sehingga kurangnya informasi yang bisa didapat mengenai pengolahan dan pengemasan produk.

Permasalahan lainnya di Desa Sebente adalah masyarakat dan pelaku usaha kurang mengeksplorasi produk oleh-oleh dan makanan ringan yang tahan dalam jangka waktu yang lama yang kemudian akan dikemas dan siap diperjual-belikan di daerah wisata Desa Sebente sebagai produk ekonomi kreatif lokal. Solusi yang ditawarkan adalah untuk dapat melakukan pendampingan perencanaan desain kemasan, produksi, dan pengemasan produk. Demikian akan digalinya ekonomi

kreatif melalui potensi desa (Vuspitasari et al., 2021). Harapannya kemasan yang rancang dapat digunakan untuk produk-produk lokal, di mana kemasan tersebut juga sebagai strategi pemasaran dalam promosi wisata Desa Sebente. Pengemasan produk di era ekonomi kreatif mendukung proses pemasaran dan pariwisata bagi usaha kecil menengah (Widyamurti, 2018).

Berdasarkan hasil observasi tersebut, pengabdian ini akan dilaksanakan dengan menciptakan produk makanan ringan yang kemudian akan dilanjutkan perancangan desain kemasan produk dan cara pengemasan yang baik dan siap diperjual-belikan di daerah pariwisata Desa Sebente. Saat ini desain kemasan produk sebagai buah tangan wisatawan menjadi salah satu promosi dalam strategi pemasaran daerah lokal (Cecilia et al., 2014).

METODE

Metode pengabdian ini adalah metode sosialisasi dan pendampingan. Peserta dalam kegiatan ini sebanyak 15 orang masyarakat Desa Sebente. Kegiatan pelaksanaan dengan jumlah 3 kali pertemuan yang dilaksanakan pada bulan Juli, Agustus, dan September. Pengabdian pada masyarakat di Desa Sebente dilakukan dalam tahapan-tahapan kegiatan. Pertama, kegiatan melakukan observasi dan perizinan dengan Pemerintah Desa Sebente. Kedua, menentukan penjadwalan pelaksanaan program pengabdian pada masyarakat. Ketiga, melaksanakan kegiatan pendampingan perencanaan pengemasan produk ekonomi. Keempat, melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat Desa Sebente dilakukan secara luring dan daring mengingat kondisi jarak dan kegiatan lain dari masyarakat setempat. Adapun deskripsi kegiatan sebagai berikut.

Kegiatan Observasi

Proses observasi bertujuan untuk melihat fakta-fakta natural yang terdapat di lapangan dengan sudut pandang ilmiah di dalamnya (Hasanah, 2017). Proses observasi diawali dengan diskusi di Kantor Desa Sebente menjadi awal pertemuan

antara tim pelaksana pengabdian pada masyarakat dan Kepala Desa Sebente (Gambar 1). Kegiatan ini, kepala desa menggambarkan persoalan dan kebutuhan yang saat ini ada di lingkungan masyarakat. Kesempatan tersebut tim bersama kepala desa berusaha untuk mengidentifikasi kendala hingga solusi yang akan dilaksanakan saat pelaksanaan pengabdian pada masyarakat nantinya. Kepala desa tentunya memiliki peran dalam mewujudkan pendapatan asli daerah melalui produk maupun jasa (Siahaan & Vuspitasari, 2021). Berdasarkan diskusi yang dilakukan, maka diputuskan untuk dilakukan pendampingan proses pengemasan produk-produk yang dihasilkan oleh masyarakat dalam menunjang kegiatan usaha Desa Sebente di bidang pariwisata daerah (Gambar 2). Pengembangan produk yang dilakukan secara maksimal yang diproduksi oleh masyarakat sekitar akan menjadi penunjang kegiatan usaha di desa (Fidela et al., 2020).



Gambar 1 Pertemuan dengan Kepala Desa Sebente



Gambar 2 Kesepakatan Program Pengabdian Pada Masyarakat di Desa Sebente

Penjadwalan Kegiatan

Proses penjadwalan ini dilakukan untuk mencocokkan jadwal kegiatan-kegiatan desa yang sudah terjadwal sebelumnya dan ditetapkan dengan melihat situasi dan kondisi kegiatan masyarakat di lingkungannya. Penjadwalan pengabdian pada masyarakat Desa Sebente dilakukan dengan tujuan agar masyarakat dalam mengikuti kegiatan tanpa harus mengorbankan jam kerjanya. Mengingat sebagian besar masyarakat Desa Sebente memiliki pekerjaan bertani dan berladang. Tujuan dilakukan penjadwalan kegiatan adalah untuk mengatur komponen kegiatan yang kemudian disesuaikan dengan waktu yang sudah ditetapkan dan disyaratkan oleh pihak-pihak terkait (Puspita et al., 2016).

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan adalah bentuk tindak lanjut dari proses observasi, identifikasi persoalan, hingga penentuan bentuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sebente. Kegiatan yang dilakukan adalah pengembangan sumber daya manusia melalui pengemasan produk lokal Desa Sebente, Kabupaten Bengkayang. Kegiatan pelaksanaan ini diikuti oleh 15 orang dengan jumlah 3 kali pertemuan yaitu masing-masing pada bulan Juli, Agustus, dan September. Proses pemberian materi diberikan oleh 3 orang pemateri, dengan lama durasi pertemuan ± 7 jam/pertemuan. Durasi setiap pertemuan berjalan cukup lama dikarenakan masyarakat Desa Sebente yang menjadi peserta memiliki kesibukan lainnya, seperti bertani, berladang, berkebun, dan lainnya. Kesibukan yang dimiliki oleh masing-masing peserta membuat penjadwalan kegiatan berlangsung cukup lama.

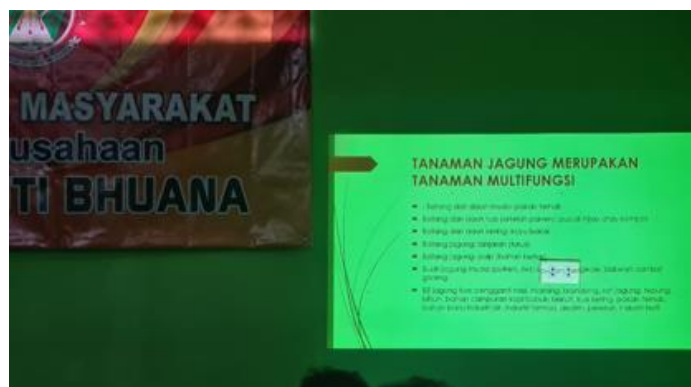
Kegiatan dimulai dengan dilakukannya pemaparan materi oleh tim, di mana materi yang diberikan pada awalnya adalah pengolahan produk lokal (Gambar 3). Materi disusun menjadi beberapa bagian diantaranya materi mengenai pengolahan jagung, pemanfaatan bambu, dan kemudian proses pengemasan. Proses pengemasan merupakan tahapan akhir pembuatan produk yang penting dilakukan sebelum dipasarkan, di mana dengan pengemasan akan memperkecil potensi kerusakan pada produk (Damayanti, 2020).

Produk lokal yang menjadi bahan pembuatan makanan siap jual, tepung siap pakai, hingga pengemasan. Salah satu produk yang berasal dari komoditi utama desa adalah berbahan dasar jagung. Jagung yang berasal dari Desa Sebente tidak hanya menjadi bahan dasar makanan dan ketahanan pangan (Deffrinica et al., 2020), namun juga dijadikan bahan pembuatan aksesoris. Jagung merupakan salah satu tanaman yang multifungsi kegunaannya, selain dimanfaatkan bijinya ternyata juga dapat dimanfaatkan menjadi produk yang menarik (Usman & Hapsari, 2022).



Gambar 3 Pemaparan Materi mengenai Potensi Produk Lokal

Kegiatan yang kedua yang dilakukan oleh tim adalah memberikan materi mengenai pemanfaatan bambu yang terdapat di lingkungan masyarakat Desa Sebente menjadi produk yang memiliki manfaat lain hingga produk bernilai jual (Gambar 4). Bambu menjadi salah satu produk yang dapat diolah menjadi produk baru bernilai jual (Syahrul et al., 2018). Pelaksanaannya, peserta didominasi oleh remaja perempuan dan ibu rumah tangga (Vuspitasari et al., 2021).



Gambar 4 Pemaparan Materi mengenai Potensi Produk Berbahan Jagung

Setelah dilakukan pemberian materi dalam upaya menambah pengetahuan masyarakat, kegiatan utama dalam program pengabdian pada masyarakat di Desa Sebente adalah pemberian materi mengenai proses perancangan desain pengemasan produk (Gambar 5). Proses perancangan desain kemasan sebuah produk bertujuan untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen hingga upaya membangun citra terhadap merek yang akan dipasarkan (Haholongan & Jayadi, 2019).

Materi awal, diberikan tentang pengetahuan mengenai merek (*branding*). Pengenalan mengenai merek dilakukan dengan tujuan masyarakat lebih mengenal dan peduli dengan pemberian merek di produk yang dihasilkan. Materi mengenai merek yang diberikan pada masyarakat Desa Sebente adalah fokus pada pengenalan merek dan strategi merek melalui desain kemasan produk. *Branding* adalah janji nilai merek yang ditawarkan oleh produsen melalui produk yang dihasilkan, di mana produk yang dihasilkan dapat memberikan manfaat fungsional dan emosional di dalamnya (Nastain, 2017). *Branding* saat ini dijadikan strategi dalam mengenalkan produk yang dipasarkan serta upaya peningkatan pemasaran produk (Rahmadianto et al., 2019).



Gambar 5 Pemberian Materi mengenai Merek

Kegiatan sesi kedua membahas mengenai jenis kemasan yang akan digunakan. Saat pelaksanaan kemasan yang ditampilkan adalah *standing pouch* dan kemasan plastik bening berukuran 15cm x 5cm (Gambar 6 dan Gambar 7).



Gambar 6 Kemasan *Standing Pouch*

Kemasan *standing pouch* kedepannya akan digunakan menjadi kemasan produk makanan ringan kering. Kemasan *standing pouch* merupakan salah satu cara dalam meningkatkan nilai produk dan harga jual produk. Produk masyarakat Desa Sebente yang dihasilkan akan dikemas kemudian akan dipasarkan melalui toko-toko sekitar masyarakat hingga lingkup daerah wisata Desa Sebente. Harapannya dengan melakukan pengemasan produk yang akan dipasarkan, akan dapat berkontribusi pula bagi perekonomian warga setempat (Bastuti et al., 2021).



Gambar 7 Menampilkan Contoh Produk dengan Kemasan *Standing Pouch*

Selain *standing pouch*, kemasan yang akan digunakan masyarakat Desa Sebente adalah kemasan bening berukuran 15cm x 5cm (Gambar 8). Kemasan bening ini, produk yang akan dihasilkan adalah produk aksesoris yang bertemakan

bahan alam, seperti gantungan kunci dari bambu, sedotan ramah lingkungan yang berbahan bambu, dan sendok yang bahan kayu. Tujuan kemasan dibuat transparan adalah untuk memperlihatkan produk yang dijual dan menarik minat beli konsumen.



Gambar 8 Sedotan Bambu dengan Kemasan Plastik Bening

Kegiatan sesi ketiga membahas mengenai desain logo dan segel pada produk yang ingin dipasarkan. Proses perencanaan logo dilakukan dengan tujuan memberikan identitas bagi produk sehingga akan menjadi ciri khas bagi produk yang dihasilkan (Sumiari & Ambara, 2020), terutama bagi masyarakat Desa Sebente. Pelaksanaannya, pembuatan logo dilakukan dengan melihat kondisi dan kesiapan masyarakat. Hal ini dilakukan karena sebagian besar waktu masyarakat akan berada di tempat bertani masing-masing. Desain yang dihasilkan berupa desain logo pada kemasan *standing pouch* dan kemasan plastik bening serta segel pada setiap produk. Pembuatan logo dilakukan menggunakan bantuan *software* yang kemudian akan divisualisasikan (Listya & Rukiah, 2018). Gambar 9 dan Gambar 10 menyajikan logo segel kemasan.



Gambar 9 Pengaplikasian Logo Segel Kemasan



Gambar 10 Pengaplikasian Logo Kemasan

Evaluasi Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat Desa Sebente dilakukan dalam beberapa kegiatan yang kemudian dilakukan evaluasi. Evaluasi yang menjadi kendala kegiatan terdapat pada kegiatan penjadwalan. Terkendalanya penjadwalan karena lamanya kesepakatan waktu pelaksanaan antara Kepala Desa Sebente, masyarakat, dan tim pelaksana pengabdian. Berdasarkan evaluasi tersebut, maka untuk ke depannya pelaksanaan pengabdian pada masyarakat Desa Sebente akan dilaksanakan bersamaan dengan kegiatan yang diadakan oleh Desa Sebente.

Evaluasi kegiatan pelaksanaan, diketahui bahwa masyarakat sangat merespons dengan baik pelaksanaan pengabdian ini. Masyarakat merasa mendapatkan pengetahuan baru mengenai pengolahan produk lokal menjadi produk siap dipasarkan di lingkungan serta daerah wisata Desa Sebente. Indikator evaluasi mengenai memberikan pemahaman baru diperlihatkan dari hasil evaluasi yang diberikan oleh peserta disajikan pada Gambar 11.



Gambar 11 Persepsi Peserta atas Penyelenggaraan Pengabdian Pada Masyarakat di Desa Sebente

Materi mengenai pengemasan mendapatkan antusiasme yang baik dari masyarakat, terlebih dilakukan pemberian identitas produk berupa *branding*. Indikator atas evaluasi mengenai antusiasme peserta dalam materi pengemasan diperlihatkan dengan adanya produk yang telah diberikan kemasan yaitu pengemasan produk sedotan berbahan bambu, makanan berbahan jagung, dan tepung jagung yang dikemas menggunakan kemasan *standing pouch* (Gambar 12).



Gambar 12 Pengemasan Produk

Selain itu, mengenai lokasi yang terletak \pm 23km dari pusat kota kabupaten, maka sering kali masih terdapat kendala jaringan internet dalam menjalan *software*. Walaupun masih sangat sederhana dalam pelaksanaannya, namun masyarakat sangat mengapresiasi kegiatan yang diberikan. Tidak hanya masyarakat, perangkat Desa Sebente sebagai mitra juga mengapresiasi dan menyambut kegiatan pengabdian pada masyarakat ini.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan: (1) masyarakat dapat menghasilkan produk lokal, di mana bahan yang digunakan dapat berasal dari lingkungan sekitar masyarakat; (2) masyarakat dapat memahami pentingnya pengemasan produk yang dihasilkan. Selain menjamin kebersihan dari produk makan, dapat juga memastikan produk

lainnya yang dipasarkan juga telah melalui proses yang benar; (3) masyarakat sudah mulai memiliki pandangan bahwa pentingnya identitas serta nilai produk dihasilkan, di mana identitas dapat berupa kemasan dan desain logo yang dihasilkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Institut Shanti Bhuana yang telah mendukung pengabdian pada masyarakat ini, sesuai dengan Surat Keputusan Rektor Institut Shanti Bhuana Nomor: 166T/ISB/REK/IN04/2022 tentang Penetapan Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat oleh Dosen Institut Shanti Bhuana Tahun Anggaran 2022. Terima kasih kami ucapkan kepada seluruh perangkat dan masyarakat Desa Sebente karena telah memberikan dukungan dan kesempatan pada tim untuk bisa melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bastuti, S., Alfatiyah, R., & Mualif, M. (2021). Pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan perekonomian dengan menaikkan nilai produk dan harga jual dengan kemasan standing pouch di umkm desa koper, kecamatan kresek, kabupaten tangerang. *Adibrata Jurnal*, 3(1), 1–10.
- Cecilia, M., Suhargo, N., Adib, A., Suhartono, A. W., Petra, U. K., Visual, D. K., & Seni, F. (2014). Perancangan redesain kemasan dan promosi bagiak pelangi sari sebagai buah tangan khas banyuwangi. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(4), 1–12.
- Damayanti, E. (2020). The Macaroni packaging system based on weight in conveyors based microcontroller. *Telekontran: Jurnal Ilmiah Telekomunikasi, Kendali Dan Elektronika Terapan*, 7(2), 168–178. <https://doi.org/10.34010/telekontran.v7i2.1747>
- Deffrinica, Kikky Vuspitasari, B., & Rini Hapsari, V. (2020). Penguatan ketahanan pangan dalam meningkatkan. *JBEE: Journal Business Economics and Entrepreneurship*, 2(1), 48–54.
- Fidela, A., Pratama, A., & Nursyamsiah, T. (2020). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) dengan program pemasaran desa jambu raya di desa jambu, kabupaten sumedang. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(3), 493–498.
- Haholongan, W., & Jayadi, I. (2019). Perancangan desain kemasan sebagai media untuk menarik minat beli konsumen bir pletok (setu babakan). *Jurnal SISTEM INFORMASI*, 1(1), 27–44. www.journal.ibmasmi.ac.id

- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21–46. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Joehastanti, J. (2012). Strategi pemasaran wisata alam untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di kawasan wisata kabupaten kediri. *Jurnal Ilmu Manajemen, REVITALISASI*, 1(2), 61–73.
- Listya, A., & Rukiah, Y. (2018). Visual branding produk belimbing olahan umkm depok melalui desain logo. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 03(02), 55–74. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1548>
- Nastain, M. (2017). Branding dan eksistensi produk (kajian teoritik konsep branding dan tantangan eksistensi produk. *Channel*, 5(1), 14–26.
- Pemerintah Desa Sebente. (2016). *Wilayah Desa*. <https://sebente.com/first/artikel/98>
- Puspita, R. M., Arini, A., & Masrurah, S. U. (2016). Pengembangan aplikasi penjadwalan kegiatan pelatihan teknologi informasi dan komunikasi dengan algoritma genetika (studi kasus: bprtik). *Jurnal Online Informatika*, 1(2), 76–81. <https://doi.org/10.15575/join.v1i2.43>
- Rahmadianto, S. A., P.P., B. P., & Andito, T. (2019). Peningkatan pemasaran melalui strategi branding dan identitas untuk mocca animation studio malang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 17–23. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v4i1.2993>
- Siahaan, S. V. br, & Vuspitasari, B. K. (2021). Peran kepala desa dalam mewujudkan pendapatan asli desa sebente melalui kegiatan bum desa. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi Dan Pelayanan Publik*, VIII(2), 202–214.
- Sumiari, N. K., & Ambara, M. P. (2020). Pelatihan dan penyuluhan pemanfaatan teknologi informasi untuk peningkatan sdm pada usaha kopi jelijih punggung tabanan. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 97–104. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7553>
- Syahrul, S., Yahya, M., & Natsir, T. (2018). Pemanfaatan limbah bambu menjadi produk yang bernilai bagi kelompok usaha jasa penjual bambu di Kabupaten Gowa. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(8), 559–563.
- Usman, & Hapsari, V. R. (2022). Pemanfaatan dan pengembangan asesoris dari bahan limbah kulit jagung yang bernilai jual. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri*, 6(1), 152–158.
- Vuspitasari, B. K., Deffrinica, D., & Siahaan, S. V. B. (2021). Menggali peluang ekonomi kreatif melalui potensi desa suka maju kabupaten bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 181–187. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1132>
- Vuspitasari, B. K., Deffrinica, Siahaan, S. V. B., & Novita. (2021). Pemberdayaan perempuan dalam memanfaatkan sampah kresek menjadi produk bernilai ekonomis. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 4(1), 33–38.
- Widyamurti, N. (2018). Pemasaran pariwisata melalui kemasan produk ukm standing pouch berbahan paper metal di era ekonomi kreatif. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 1(1), 1–9.