

PENINGKATAN KREATIVITAS DAN PRODUKTIVITAS MELALUI PELATIHAN KERAJINAN DECOUPAGE DAN E-MARKETING

Siti Juhairiah¹, Haryadi², & Muhammad Azhari³

¹Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Palangkaraya

^{2,3}Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Palangkaraya

Email: siti.juhairiah1973@gmail.com¹, haryadi_ump@yahoo.co.id², arymuh84@gmail.com³

ABSTRACT: *Decoupage craft training at SLBN-2 Palangkaraya aims to increase the creative abilities and productivity of participants, especially teachers, and children with special needs. The hope is that they can develop business opportunities through high-value handicrafts and support the development of independent entrepreneurs. The training was carried out using Purun Grass media, one of the typical tamarind water plants which are widely found in Palangkaraya. In addition to craft training, the participants were also given e-marketing training to market craft products online. The results of the training show an increase in participants' knowledge and skills in decoupage and e-marketing. The increase in general knowledge regarding decoupage reached 100%, while the increase in specific knowledge reached an average of 91.2%. In terms of skills, most of the participants experienced a good improvement. E-marketing training has also yielded positive results, with increased knowledge of the definition of marketing, types of marketplaces, social media, platforms that suit products, and how to create accounts on marketplaces. The indicator of the success of the service is measured by the level of achievement of the output reaching 75%.*

Keywords: *Decoupage, Marketplace, Purun*

ABSTRAK : Pelatihan kerajinan decoupage di SLBN-2 Palangkaraya bertujuan meningkatkan kemampuan kreatifitas dan produktivitas peserta, terutama guru dan anak-anak berkebutuhan khusus. Harapannya, mereka dapat mengembangkan peluang bisnis melalui kerajinan bernilai jual tinggi dan mendukung pengembangan wirausaha mandiri. Pelatihan dilakukan dengan menggunakan media purun, salah satu tanaman khas air asam yang banyak terdapat di Palangkaraya. Selain pelatihan kerajinan, para peserta juga diberikan pelatihan *e-marketing* untuk memasarkan produk kerajinan secara online. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam decoupage dan *e-marketing*. Peningkatan pengetahuan umum mengenai decoupage mencapai 100%, sedangkan peningkatan pengetahuan khusus mencapai rata-rata 91,2%. Dalam hal keterampilan, sebagian besar peserta mengalami peningkatan yang baik. Pelatihan *e-marketing* juga memberikan hasil yang positif, dengan peningkatan pengetahuan mengenai definisi marketing, jenis *marketplace*, media sosial, platform yang sesuai dengan produk, dan cara membuat akun di marketplace. Indikator keberhasilan pengabdian diukur dari tingkat ketercapaian luaran mencapai 75%.

Kata Kunci : *Decoupage, Marketplace, Purun*

PENDAHULUAN

Setiap anak memiliki hak yang sama untuk berekspresi dan berkarya, termasuk

anak-anak yang berkebutuhan khusus. Anak-anak berkebutuhan khusus adalah anak-anak yang mengalami keterlambatan dalam perkembangan, memiliki kondisi medis,

kejiwaan, atau bawaan tertentu. Mereka memerlukan perhatian dan penanganan khusus untuk mencapai potensi mereka. Meskipun anak-anak berkebutuhan khusus menghadapi tantangan yang tidak dihadapi oleh anak-anak lain, itu tidak berarti bahwa mereka tidak pintar, berbakat, atau mampu.

Anak-anak berkebutuhan khusus juga memiliki kesempatan yang sama untuk berkembang dalam karier mereka, meskipun dengan spesialisasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Namun, anak-anak berkebutuhan khusus sering menghadapi kesulitan dalam diterima di dunia kerja setelah menyelesaikan sekolah karena kurangnya keterampilan yang dibutuhkan. Salah satu cara untuk meningkatkan penerimaan anak berkebutuhan khusus di dunia kerja adalah dengan memberikan keterampilan kewirausahaan sehingga mereka memiliki bekal untuk memasuki dunia kerja.

Permasalahan yang muncul dari latar belakang tersebut di atas, antara lain adalah:

1. Kurangnya pengetahuan/wawasan Guru dan Anak-anak berkebutuhan khusus dalam berwirausaha terutama menghasilkan sebuah produk yang mempunyai nilai jual.
2. Kurangnya kegiatan yang mengarah ke wirausaha yang berorientasi pada kemandirian dalam berekonomi.
3. Kurangnya pengetahuan dan kemampuan mengelola dan

mengoperasikan teknologi informasi dan pemanfaatannya dalam menunjang perekonomian

Untuk mengatasi permasalahan yang muncul dari latar belakang tersebut di atas, terdapat beberapa solusi yang dapat diusulkan, yaitu:

1. Mengadakan pelatihan bagi para Guru dan Anak-anak berkebutuhan khusus dalam bidang wirausaha, terutama dalam menghasilkan produk yang memiliki nilai jual dan mengarah pada kemandirian berekonomi.
2. Mengenalkan kerajinan decoupage sebagai solusi untuk meningkatkan nilai jual produk dan membantu membangun semangat wirausaha pada para Guru dan Anak-anak berkebutuhan khusus.
3. Memberikan pelatihan mengenai e-marketing untuk mempromosikan produk yang dihasilkan dengan memanfaatkan teknologi informasi yang tepat sehingga dapat membantu meningkatkan kemandirian perekonomian.
4. Dengan implementasi solusi-solusi tersebut, diharapkan dapat membantu mengatasi permasalahan kurangnya pengetahuan dan kegiatan yang mengarah pada wirausaha, serta kurangnya kemampuan mengelola

teknologi informasi untuk mendukung perekonomian.

Kerajinan seni *decoupage* adalah kerajinan memotong-motong motif atau gambar dari bahan kertas atau tisu yang kemudian ditempelkan ke obyek tertentu dan dilapisi dengan pernis atau pelitur sehingga hasilnya mengkilap dan tetap natural. (Wulansari et al., 2021) Teknik kerajinan *decoupage* dapat diterapkan pada berbagai jenis bahan atau barang, baik yang masih baru maupun yang sudah bekas. Beberapa jenis bahan yang dapat digunakan antara lain seperti pandan, kayu, kaca/gelas, kaleng, plastik, kulit, batu, dan masih banyak lagi. Melalui kerajinan seni *decoupage* secara tidak langsung dapat meningkatkan nilai ekonomi dari barang-barang yang digunakan sebagai medianya, sehingga secara tidak langsung barang-barang yang ada memiliki nilai jual lebih jika dibandingkan barang yang belum tersentuh Kerajinan seni *decoupage* (Sulistyowati et al., 2018; Wulansari et al., 2021).

Selanjutnya dalam memasarkan produk kerajinan yang telah dibuat, di era Transformasi Digital 4.0 tentunya dapat memanfaatkan *e-marketing* (Rosini; Indah, 2022). Pada hal ini, *E-marketing* memiliki efektifitas yang lebih besar dikarenakan hampir disemua kalangan sudah menggunakan Teknologi sebagai Kebutuhan hidup, sehingga perputaran informasi menjadi lebih cepat dan akurat. Pada penelitian Ajeng Septiana, Embitel

mendefinisikan *e-marketing* sebagai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk mencapai tujuan pemasaran. Tujuan dari *e-marketing* adalah untuk meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan membangun citra merek melalui berbagai jenis media elektronik seperti internet, email, media sosial, dan lain sebagainya (Ajeng Septiana, 2020), yaitu sebuah proses pemasaran sebuah produk atau merk dengan menggunakan teknologi komunikasi modern seperti internet *E-marketing* lebih disukai karena biayanya tidak mahal, orang dapat bertransaksi melalui internet, bisa email, chat, forum, dsb yang lebih transparan dan responnya cepat. Hal ini membuat *e-marketing* mengalami peningkatan secara drastis saat ini (Faif et al., 2022).

METODE PELAKSANAAN

Pada pengabdian masyarakat yang dilakukan telah tersusun rincian tahapan yang akan dilakukan demi memberikan solusi terhadap permasalahan yang dimiliki oleh mitra, sehingga kegiatan yang dilakukan dipisah ke dalam berbagai tahapan. Tahapan yang dilakukan dalam melaksanakan pengabdian ini, terbagi menjadi tiga tahapan yaitu persiapan pelatihan, pelaksanaan pelatihan dan evaluasi kegiatan pelatihan (Ajisuksmo et al., 2019). Adapun detail dari tahapan-tahapannya adalah sebagai berikut:

Tahapan Review

Pelatihan diberikan selama 2 hari, yaitu pada tanggal 15-16 Juli 2022 di SLBN-2 Palangkaraya yang beralamat di Jl. Jl. Pelajar, Matal, Sabaru, Kec.Sabangau, Kota PalangkaRaya, Provinsi Kaliimantan Tengah.

Pelaksanaan Kegiatan

1. Tahapan persiapan

Aktivitas persiapan pelatihan antara lain sosialisasi rangkaian kegiatan kepada Kepala Sekolah SLBN-2 Palangkaraya yaitu Bapak Jarmo, S.Pd., pengumpulan data peserta yang terdiri dari Para Peserta Didik dan Guru-guru, pembuatan materi yang berkaitan dengan pelatihan, dan pengadaan-pengadaan terkait bahan atau material yang dipergunakan dalam proses pelatihan kerajinan *decoupage*.

2. Tahapan pelaksanaan kegiatan pelatihan

Pada tahapan proses pelaksanaan, kegiatan yang ada dibagi menjadi 2 aktivitas utama yaitu pelatihan *decoupage* dan pelatihan penggunaan teknologi *e-marketing*. Selanjutnya pada akhir setiap kegiatan yang dilakukan akan diakhiri dengan evaluasi kegiatan pelatihan. Rincian dari pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan terbagi menjadi delapan kegiatan, adapun kegiatan yang dilakukan dapat dilihat lebih jelas pada Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

No.	Kegiatan	Tujuan
1	Sosialisasi Kegiatan	• Untuk perizinan dan

		kordinasi kegiatan pelatihan, dan untuk penyediaan lokasi pelatihan.
2	Pendataan Peserta Pelatihan	• Untuk persiapan media/bahan pelatihan.
3	Penyediaan bahan pelatihan	• Untuk kegiatan pelatihan <i>decoupage</i> .
4	Pelatihan Kerajinan <i>Decoupage</i>	• Untuk mengatasi permasalahan, solusinya adalah memberikan pelatihan keterampilan dalam kerajinan <i>decoupage</i>
5	Pelatihan penggunaan teknologi E-Marketing	• Untuk mendorong dan memberikan pemahaman tentang penggunaan e-marketing untuk memasarkan produk melalui e-commerce.
6	Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan: Peningkatan pengetahuan tentang materi pelatihan Tanggapan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan Indikator Ketercapaian Kegiatan	• Untuk mengetahui ada tidaknya peningkatan pengetahuan para peserta tentang materi pelatihan, baik <i>decoupage</i> maupun <i>e-marketing</i>. • Untuk mengetahui tanggapan para peserta terhadap pelaksanaan kegiatan pelatihan. • Untuk mengetahui keberhasilan kegiatan pengabdian.

3. Evaluasi kegiatan pelatihan

Penilaian efektivitas pelatihan akan difokuskan pada peningkatan pengetahuan peserta dalam membuat kerajinan *decoupage* dan memasarkan produk menggunakan teknologi *e-marketing*. Untuk melakukan evaluasi, tim pengabdian akan menggunakan metode kuesioner dan observasi lapangan.

Dua evaluasi akan dilakukan oleh tim pengabdian untuk mengukur pencapaian tujuan. Evaluasi pertama akan mengukur keberhasilan pelatihan dengan menggunakan skala Likert untuk menilai pengetahuan peserta. Tabel 2 berisi kisi-kisi indikator yang akan diukur.

Tabel 2. Instrumen Evaluasi Kegiatan Pelatihan

No.	Indikator	Item penilaian
1	Kontribusi pelatihan	- Kemampuan awal - Kemampuan akhir - Pengetahuan yang dimiliki
2	Kemampuan dan tanggapan instruktur	- Efektivitas instruktur - Kejelasan penyampaian materi - Efektivitas waktu belajar
3	Konten pelatihan	- Kejelasan tujuan pelatihan - Kebermanfaatan pelatihan - Tanggapan peserta pelatihan

Sedangkan untuk evaluasi yang ke 2 adalah dengan mengukur keberhasilan pelatihan itu dengan mengukur ketercapaian kegiatannya seperti yang tercantum pada Tabel 3 berikut ini :

Tabel 3. Tabel Indikator Ketercapaian Kegiatan Pelatihan

No	Indikator	Target Luaran
1	Peserta mengikuti seluruh kegiatan pelatihan: • Peserta mengikuti semua aktivitas pelatihan • Peserta mengikuti seluruh program pelatihan • Peserta hadir di setiap kegiatan pelatihan • Peserta mengikuti seluruh sesi pelatihan	75%
2	Peserta pelatihan dapat membuat produk kerajinan <i>decoupage</i> : • Peserta pelatihan mampu membuat produk kerajinan <i>decoupage</i> • Peserta pelatihan bisa menghasilkan karya kerajinan <i>decoupage</i> • Peserta pelatihan terampil dalam membuat kerajinan <i>decoupage</i> • Peserta pelatihan mahir dalam membuat produk <i>decoupage</i>	80%
3	Kelompok peserta pelatihan mempunyai akun salah satu situs jual beli online atau media sosial : • Kelompok peserta pelatihan memiliki akun di platform jual beli online atau media sosial tertentu • Kelompok peserta pelatihan terdaftar di salah satu situs jual beli online atau media sosial • Kelompok peserta pelatihan memiliki akun di situs <i>e-commerce</i> atau media sosial • Kelompok peserta pelatihan memiliki akun pada platform perdagangan online	90%
4	Kelompok peserta pelatihan mengetahui cara memasarkan produk kerajinan di situs jual beli online atau media sosial : • Kelompok peserta pelatihan paham cara mempromosikan produk kerajinan di situs jual beli online atau media sosial	50%

- Kelompok peserta pelatihan mengetahui strategi pemasaran produk kerajinan di platform <i>e-commerce</i> atau media sosial - Kelompok peserta pelatihan tahu cara memasarkan produk kerajinan secara online - Kelompok peserta pelatihan memiliki pengetahuan dalam memasarkan produk kerajinan melalui situs jual beli online atau media sosial	
---	--

2. 3 Sarana dan Alat yang digunakan
Berbagai sarana dan alat yang digunakan untuk pelatihan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Sarana dan Alat Pelatihan

Tanggal	Materi Pelatihan	Sarana dan Alat yang dibutuhkan
28 Juli 2020	Pelatihan Decoupage	1. Materi Pelatihan (PPT) dan proyektor 2. Media <i>decoupage</i> : a. Tas Purun b. Dompok Purun c. Bakul Purun 3. Tisu <i>decoupage</i> (dengan motif) 4. Lem 5. Varnish 6. Cat 7. Gunting 8. Kuas 9. Wadah kecil untuk cat, lem, vernish
29 Juli 2020	Pelatihan E-marketing	1. Materi Pelatihan (PPT) dan proyektor 2. HP (masing-masing peserta)
	Perlengkapan lainnya	1. Masker 2. Handsanitizer



Gambar 1. Media Decoupage Purun Tas



Gambar 2. Media Decoupage Purun Tikar

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan dilakukan selama 2 hari dengan membagi materi pelatihan sebagai berikut:

Tabel 5. Kegiatan Pelatihan

Tanggal	Materi Pelatihan	Jumlah Peserta
28 Juli 2020	Pelatihan Decoupage Purun (Tas Purun, Dompot Purun, Bakul Purun)	24
29 Juli 2020	Pelatihan e-marketing	24



Gambar 3. Pelatihan E-Marketing



Gambar 4. Pelatihan Decoupage



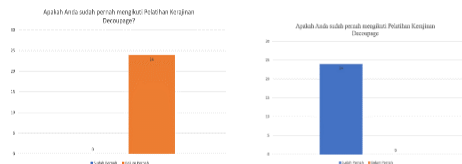
Gambr 5. Hasil Karya Peserta

Evaluasi

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan decoupage

Sebelum pelatihan dimulai, 24 peserta yang hadir mengikuti *pretest* dan semuanya menyatakan belum pernah mengikuti pelatihan kerajinan decoupage sebelumnya. Namun, setelah mengikuti pelatihan, terjadi peningkatan pengetahuan peserta tentang decoupage, yang dapat dilihat dari data yang tertera pada Gambar 6 dan 7. Setelah pelatihan, peserta diberikan serangkaian pertanyaan untuk menguji pengetahuan mereka tentang decoupage, dan hasilnya tercatat dalam Tabel 6. Selain itu, kemampuan peserta dalam membuat kerajinan decoupage

juga meningkat, seperti yang terlihat pada Tabel 7.



Gambar 6 dan 7 Pengetahuan tentang Decoupage Sebelum dan Sesudah

Tabel 6. Pengetahuan Kerajinan Decoupage

No	Pengetahuan Umum Decoupage	Jumlah Peserta yang Betul jawabannya
1	ABD (Asal Bahasa Decoupage)	100%
2	AKD (Asal Kata Decoupage)	83,3%
3	AKD (Arti Kata Decoupage)	75%
4	MD (Media Decoupage)	100%
5	NAD (Negara Asal Decoupage)	70,8%
6	DID (Decoupage di Indonesia)	91,7%
7	MD (Manfaat Decoupage)	100%
8	BMD (Bahan Membuat Decoupage)	100%
9	AMD (Alat Membuat Decoupage)	100%
	Rata-rata	91.2%

Tabel 7. Tingkat Keterampilan Kerajinan Decoupage Peserta

No	Keterampilan Kerajinan Decoupage	Pendapat		
		Sangat baik	Baik	Biasa saja
1	MTD (Memotong Tisu Decoupage)	37.5%	62.5%	
2	MLD (Melekatkan Tisu Decoupage)	37.5%	58.3%	4.4%
3	MRD (Merekat dengan Rapi Tisu pada Media Decoupage)	25%	70.8%	4.4%
4	MSP (Menyusun Posisi Tisu pada Media)	33.34%	66.66%	
5	MVT (Melapisi Tisu pada Media Decoupage dengan Vernis)	33.34%	62.5%	
	Rata-rata	33.33%	64.15%	1.7%

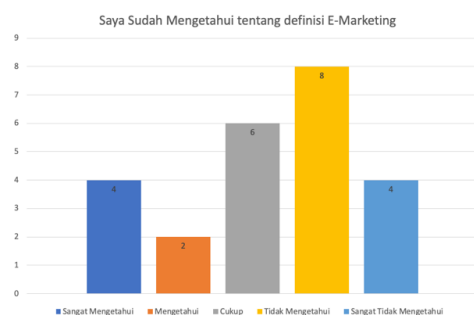
Dari hasil kedua gambar dan tabel tersebut, terlihat bahwa pengetahuan umum tentang decoupage mengalami peningkatan sebesar 100%. Sementara, pengetahuan secara

spesifik meningkat rata-rata sebesar 91,2%. Adapun untuk keterampilan, peserta melaporkan bahwa mereka mengalami peningkatan yang sangat baik sebesar 33,33%, baik sebesar 64,15%, dan hanya 1,7% yang melaporkan peningkatan biasa-biasa saja. Oleh karena itu, secara keseluruhan, peningkatan yang dicapai dikategorikan sebagai sangat baik dan baik.

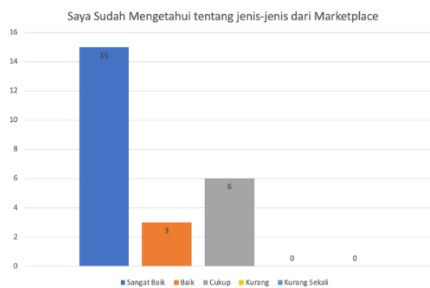
Peningkatan pengetahuan tentang decoupage dan e-marketing yang diperoleh dari pelatihan ini sesuai dengan target yang telah ditetapkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Hal ini juga menunjukkan bahwa peserta telah memahami secara keseluruhan materi pelatihan, dengan tingkat pemahaman rata-rata di atas 85%.

2. Peningkatan Pengetahuan E-marketing

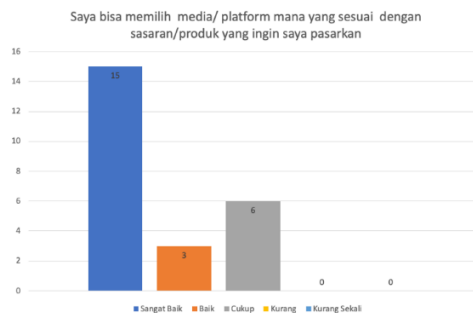
Pelatihan e-marketing berhasil meningkatkan pengetahuan peserta secara signifikan. Pada awal pelatihan, lebih dari separuh peserta mengaku tidak memiliki pengetahuan tentang e-marketing, kecuali pengetahuan tentang media atau platform yang sesuai untuk menjual produk.



Gambar 8. Pengetahuan definisi e-marketing



Gambar 9. Pengetahuan tentang jenis marketplace



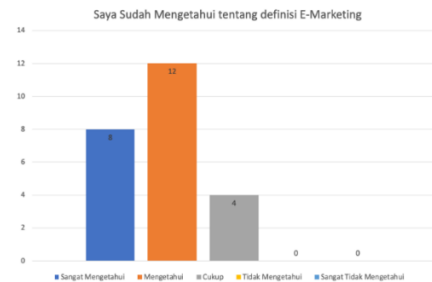
Gambar 10. Pengetahuan tentang Platform



Gambar 11. Sudah bisa membuat akun di marketplace

Setelah mengikuti pelatihan, terjadi peningkatan pengetahuan peserta tentang *e-marketing* di semua jenis pertanyaan, termasuk definisi marketing, jenis *marketplace*, dan media sosial yang cocok untuk berbisnis, dengan peningkatan mencapai 95,8%. Selain itu, pengetahuan tentang platform yang sesuai untuk produk juga meningkat sebesar 87,5%, sementara pengetahuan tentang cara membuat

akun di marketplace meningkat menjadi 66,7% dari 25% sebelumnya.



Gambar 12. Pengetahuan Definisi E-Marketing



Gambar 13. Dapat membuat akun di marketplace

Peningkatan pemahaman tentang *e-marketing* ini juga sejalan dengan hasil yang diharapkan pada pelatihan *e-commerce* yang dilakukan.

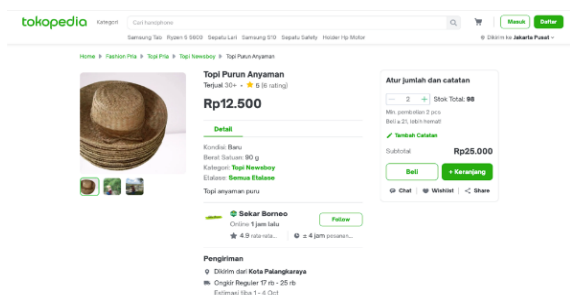
Hasil Ketercapaian Pelatihan

Kegiatan pengabdian dievaluasi tidak hanya melalui analisis peningkatan pengetahuan tentang decoupage dan *e-marketing*, tetapi juga dengan mengacu pada indikator pencapaian luaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Tabel 8 berikut menunjukkan pencapaian kegiatan pengabdian tersebut.

Tabel 8. Indikator Ketercapaian Luaran

No	Indikator	Target Luaran	Capaian Luaran	Ket.

1	Peserta menghadiri semua rangkaian acara pelatihan	75 %	100 %	Seluruh peserta hadir mengikuti seluruh rangkaian acara pelatihan dari awal hingga akhir, yang berlangsung selama 2 hari penuh.
2	Peserta pelatihan mampu menciptakan produk kerajinan decoupage	80 %	100 %	Setelah selesai mengikuti pelatihan, semua peserta menyatakan telah memiliki kemampuan dalam membuat produk kerajinan <i>decoupage</i> dengan tingkat kepercayaan diri yang berbeda-beda. Tidak ada satupun dari peserta yang mengakui bahwa mereka tidak mampu atau kurang mampu dalam membuat produk kerajinan <i>decoupage</i> .
3	Anggota kelompok pelatihan memiliki akun di salah satu platform <i>e-commerce</i> atau media sosial	90 %	100 %	Akun media sosial untuk tiap peserta sudah dibuat.
4	Anggota kelompok pelatihan mengetahui bagaimana mempromosikan produk kerajinan di platform <i>e-commerce</i> atau media sosial.	50 %	0%	Indikator belum tercapai karena pada akhir pelatihan, waktu sudah habis dan para peserta berkomitmen untuk mencoba praktek sendiri.



Gambar 14. Salah satu Media Sosial Peserta yang mengikuti Kegiatan Pelatihan

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah mengikuti pelatihan, Peserta Didik dan Guru-guru berhasil meningkatkan pengetahuan mereka tentang kerajinan decoupage dan e-marketing.

Pengetahuan umum tentang decoupage mengalami peningkatan sebesar 100%, sementara pengetahuan khususnya meningkat rata-rata sebesar 91,2%. Adapun keterampilan para peserta mengalami peningkatan yang sangat baik sebesar 33,33%, baik sebesar 64,15%, dan biasa saja sebesar 1,7%.

Sementara itu, pengetahuan peserta tentang e-marketing juga meningkat signifikan pada topik-topik seperti definisi marketing, jenis marketplace, dan media sosial yang cocok untuk berbisnis, yakni sebesar 95,8%. Peningkatan juga terjadi pada pengetahuan tentang platform yang sesuai dengan produk (87,5%) dan cara membuat akun di marketplace (meningkat menjadi 66,7% dari 25%).

Namun, indikator keberhasilan kegiatan pengabdian belum mencapai target yang diharapkan, hanya mencapai 75%. Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan pendampingan kepada para peserta dan guru setelah pelatihan, sehingga mereka dapat menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang didapat secara lebih optimal, dan membantu meningkatkan pemberdayaan perekonomian masyarakat secara umum, terutama bagi mereka yang memiliki kebutuhan khusus dalam interaksi di masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

- Ajeng Septiana, W. W. A. (2020). Pemanfaatan Barang Bekas Dengan Decoupage Untuk Menumbuhkan Industri Kreatif Di Kelurahan Cipinang Melayu Jakarta Timur. *Ikraith-Abdimas*, 3(3), 46–54.
- Ajisuksmo, C. R. P., Iustitiani, N. S. D., & Pramono, H. (2019). Pelatihan Kerajinan Decoupage Sebagai Cara Untuk Menumbuhkan Budaya Literasi Kaum Perempuan. *Abdimas Dewantara*,

2(2), 158–170.
[Http://Kampungbuku.Org/Index.Php/Tentang-Kampung-Buku](http://Kampungbuku.Org/Index.Php/Tentang-Kampung-Buku)

Faif, N., Pratiwi, P., Novia Goning, L., Siska, A., Linka Rahma, S., Moch Aminnudin, & Jumaiyah. (2022). Inovasi Packaging dan Marketing produk Umkm Rumah Sehat Barokahdi Desa Bantrung, Kecamatan Batealit, Kabupaten Jepara. *Jurnal Abdimas Phb*, 5(2), 214–221.

Rosini; Indah, K. E. K. E. (2022). Pemberdayaan Perekonomian Ibu Pkk Desa Ciseeng Dengan Pelatihan Kerajinan Decoupage Dan E-Marketing. *Jurnal Pkm: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 05(01).

Sulistiyowati, N., Iqbal, M. A., & Murni, Y. (2018). *Pkm Kerajinan Decoupage Di Kelurahan Katulampa, Bogor Timur*.

Wulansari, R., Andriani, J., Sabina, F., & Oktavianti, N. (2021). Pelatihan Decoupage Untuk Mengembangkan Kreativitas Dan Meningkatkan Pendapatan Warga Benda Barupamulang Dimasa Pandemi. *Jurnal Abdimas Tridharma Manajemen*, 2(2), 80. <https://Covid19.Go.Id>