

PERANCANGAN PRODUK MERCHANDISE TEGUK INDONESIA DENGAN KOMBINASI MATERIAL LIMBAH DENIM

Fayyadh Dzaki Mawardi¹, Ica Ramawisari² dan Ahmad Riyadi Swandhani³

^{1,2,3} Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University, Jl. Telekomunikasi. 1, Buahbatu-Bojongsoang, Telkom University, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257

E-mail: fayyzaki@student.telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Sektor *Food and Beverage* (F&B) merupakan bidang usaha yang sangat diminati di Indonesia, namun persaingan yang ketat menuntut strategi pemasaran yang inovatif. Salah satu upaya yang diusulkan untuk meningkatkan daya saing dan loyalitas konsumen adalah melalui produk *Merchandise*. Produk seperti *tote bag*, *tumbler*, *t-shirt*, jam tangan, dan topi dapat menjadi media promosi yang efektif. Pemilihan material yang ramah lingkungan dan tahan lama, seperti denim, memberikan nilai tambah karena karakteristiknya yang kokoh, unik, dan *timeless*. Selain itu, pemanfaatan limbah denim sebagai bahan kombinasi mendukung prinsip keberlanjutan dan *slow fashion*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan fokus pada perancangan produk *merchandise* berbasis denim untuk mendukung strategi pemasaran F&B. Tujuannya adalah mengangkat nilai estetika dan fungsionalitas produk serta mendorong industri F&B agar lebih kompetitif dan berkelanjutan.

Kata kunci: *Merchandise, Food and Beverage, Limbah Denim, Desain Produk.*

Abstract: The *Food and Beverage* (F&B) sector is one of the most popular business fields in Indonesia, however intense competition demands innovative marketing strategies. One proposed effort to enhance competitiveness and consumer loyalty is through the use of merchandise products. Items such as tote bags, tumblers, t-shirts, watches, and caps can serve as effective promotional media. The use of environmentally friendly and durable materials like denim adds value due to its sturdy, unique, and timeless characteristics. Furthermore, utilizing denim waste as a combined material supports sustainability principles and the concept of *slow fashion*. This study employs a qualitative method, focusing on the design of denim-based merchandise products to support F&B marketing strategies. The objective is to enhance the aesthetic and functional value of merchandise while boosting the competitiveness and sustainability of the F&B Industry.

Keywords: *Merchandise, Food and Beverage, Denim Waste, Product Design.*

PENDAHULUAN

Sektor *Food and Beverage* (F&B) merupakan salah satu bidang usaha yang banyak digeluti oleh para pelaku bisnis di Indonesia. Tingginya minat Masyarakat terhadap dunia kuliner menjadikan bisnis makanan dan minuman sebagai peluang usaha yang sangat menjanjikan. Berdasarkan data dari Kementrian Perdagangan tahun 2024, sektor F&B menempati posisi teratas sebagai sektor yang paling banyak diwaralabakan dengan presentase sebesar 47,92%. Di bawahnya, terdapat sektor retail sebesar 15,28%, jasa Pendidikan nonformal sebesar 10,42%, jasa kecantikan dan Kesehatan sebesar 10,42%, laundry sebesar 6,25%, serta sebagai usaha lain seperti biro perjalanan, properti, hotel, karaoke, otomotif, dan jasa perawatan (Karim, 2024). Aktivitas mencoba berbagai jenis makanan dan minuman telah menjadi bagian dari gaya hidup Masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Keunikan sajian dan variasi pelayanan dari setiap pelaku usaha di bidang ini turut membentuk perbedaan strategi bisnis serta segmentasi pasar yang dituju. Oleh karena itu, inovasi dan pengembangan usaha menjadi kunci utama dalam memenangkan persaingan yang semakin kompetitif. Kompleksitas persaingan ini membuat proses pemasaran produk menjadi lebih menantang.

TEGUK Indonesia, yang menjadi objek dalam penelitian ini sekaligus dasar perancangan produk penulis, merupakan Perusahaan yang bergerak di bidang F&B. berdiri sejak tahun 2018, TEGUK hadir sebagai pelopor bisnis minuman kekinian yang menggabungkan cita rasa lokal dan internasional. Namun, hasil wawancara dengan TEGUK mengungkapkan bahwa jumlah gerai yang aktif saat ini hanya tersisa 26, dan terjadi penurunan pendapatan dari April hingga September 2024. Kondisi ini mendorong Perusahaan untuk melakukan tindakan efisiensi berupa pengurangan outlet, pengurangan karyawan dan relokasi kantor pusat. Penyebab utama dari

kondisi tersebut adalah munculnya banyak pesaing baru di bidang yang sama, sehingga meningkatkan tingkat persaingan dalam industri ini.

Strategi pemasaran melalui *merchandise* menjadi alternatif baru yang dinilai dapat membantu *brand Awareness* karena memberikan nilai tambah dalam pemasaran produk. Namun, efektivitas *merchandise* juga tergantung pada fungsinya bagi konsumen. Jika suatu *merchandise* tidak memiliki fungsi yang jelas, maka hanya akan menambah limbah dan berakhir menjadi barang yang tidak terpakai. Dalam penelitian ini, penulis mengusulkan penggunaan penggunaan sisa kain denim sebagai material produk dalam pembuatan *merchandise*. Pemilihan denim didasari oleh karakteristiknya yang kuat dan estetik, serta potensinya untuk mengurangi peningkatan limbah tekstil. Limbah kain denim merupakan salah satu jenis limbah terbesar yang berdampak terhadap pencemaran lingkungan (Meyla, 2021). Menurut GTNEXUS, peningkatan volume produksi juga berkontribusi terhadap jumlah limbah yang dihasilkan. Setelah melakukan observasi dan wawancara, *Teddy Collection* merupakan salah satu konveksi denim di Kota Bandung yang tidak mengelola Kembali sisa kain denim dari hasil produksi, dan dalam setiap bulan *Teddy Collection* menghasilkan 20-25 karung setiap bulannya. Sisa kain denim yang tidak terpakai seharusnya dimanfaatkan Kembali agar memiliki fungsi baru (Amatullah, 2020). Material denim sangat cocok dijadikan bahan utama atau tambahan untuk produk aksesoris karena tampilannya yang menarik, memiliki Kesan *cool*, *trendy*, dan maskulin, serta efek *fading* alami yang unik pada tekstur kainnya. Selain itu, limbah denim memiliki nilai visual yang tinggi namun tidak membutuhkan biaya produksi besar, sehingga menjadikannya material yang tepat untuk produk *merchandise* bernilai tinggi dan ramah lingkungan.

Produk seperti *tote bag*, *tumbler*, *t-shirt*, topi dan jam tangan memiliki potensi sebagai *merchandise* jangka panjang yang mendukung prinsip ramah lingkungan dan *slow fashion*. Produk-produk ini tidak hanya fungsional untuk aktivitas sehari-hari, tetapi juga berkontribusi pada upaya pelestarian lingkungan.

Pengembangan produk *merchandise* ini memanfaatkan limbah denim dengan harapan dapat memberikan nilai lebih bagi konsumen, karena produk ini tidak hanya memiliki fungsi dan tampilan yang modis, tetapi juga mendukung kelestarian lingkungan. Produk seperti *tote bag*, *tumbler* dan jam tangan berbahan limbah denim dirancang untuk penggunaan jangka panjang yang sejalan dengan prinsip *slow fashion* dan 3R (*reduce, reuse, recycle*) sebagai upaya untuk mengurangi dampak buruk dari tren *fast fashion*. Dalam proses perancangan produk *merchandise* ini aspek yang menjadi perhatian utama meliputi keberlanjutan, kegunaan produk, dan nilai estetika. Perancangan produk ini juga untuk menganalisa dan mengembangkan produk *merchandise* dengan mempertimbangkan tren *fashion* terkini, fungsi serta kegunaannya dalam kehidupan sehari-hari, kepraktisan, dan yang terpenting adalah memiliki pesan keberlanjutan yang membedakannya dari produk lain.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan Data

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus berarti peneliti mengkaji suatu fenomena tertentu dalam jangka waktu serta aktivitas tertentu, yang dapat berupa prosedur, kejadian, proses, lembaga atau kelompok sosial dan menggunakan Teknik yang beragam dalam pengumpulan data guna memperoleh informasi yang rinci dan mendalam dalam lingkup penelitian yang spesifik. Dalam penelitian ini, metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dimanfaatkan baik sebagai metode analisis maupun perancangan, melalui kegiatan observasi partisipatif, wawancara semi terstruktur, serta penyebaran kuisioner yang dilakukan oleh penulis. Sasaran utama dari penelitian ini adalah konsumen TEGUK Indonesia. Kuisioner yang disebarkan membahas mengenai produk *merchandise* yang ditujukan untuk

meningkatkan promosi TEGUK dalam persaingan bisnis di industri F&B serta mendorong loyalitas konsumen.

Observasi dilakukan selama kegiatan magang di TEGUK Indonesia dengan membuat rencana dalam riset dan *development* produk baru untuk membantu mempromosikan produk TEGUK. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengkaji peluang pengembangan bisnis TEGUK melalui strategi prancangan produk *merchandise* sebagai bentuk inovasi dalam meningkatkan daya saing merek.

Dari hasil wawancara dengan pihak TEGUK, diperoleh informasi mengenai tantangan dalam promosi produk, ide produk *merchandise* yang ingin dikembangkan, serta tujuan strategis dari produk tersebut sebagai alat diferensiasi merek. Sementara itu, dalam wawancara dengan *Teddy Collection*, terungkap bahwa terdapat limbah kain denim yang cukup signifikan, yaitu, 20-25 karung/bulan dengan 5-6 kg perhari yang dibuang ke pembuangan sampah karena tidak terpakai.

Metode Perancangan

Selain metode penelitian, dalam proses perancangan produk ini tentu ada metode perancangan yaitu, SCAMPER. SCAMPER sendiri merupakan akronim dari tujuh konsep dalam Bahasa Inggris yang masing-masing mencerminkan pendekatan tertentu dalam mengolah atau mengembangkan sebuah produk, yaitu: 1. *Substitute* (mengganti), 2. *Combine* (menggabungkan), 3. *Adapt* (menyesuaikan), 4. *Modify* (memodifikasi), 5. *Put in another use* (menempatkan untuk penggunaan lain), 6. *Eliminate* (menghapus), 7. *Rearrange* (mengatur ulang) (Zia, 2022). Metode ini tidak hanya efektif untuk menciptakan produk baru, tetapi juga sangat bermanfaat untuk memperbaiki atau menyempurnakan produk yang telah ada. sia dari berbagai aspek produk atau proses.

HASIL DAN DISKUSI

Merchandise berbahan denim dirancang sebagai strategi pemasaran inovatif yang tidak hanya berfungsi sebagai produk tambahan tetapi juga sebagai alat branding yang efektif. Dengan menggabungkan elemen fungsionalitas, estetika, dan identitas merek, *merchandise* denim dapat menarik perhatian pelanggan serta meningkatkan loyalitas terhadap produk utama. *Merchandise* akan dirancang dengan mempertimbangkan tren *fashion*, daya tahan material, serta nilai fungsional bagi konsumen. Desain yang fleksibel, modern, dan kasual akan membuat *merchandise* denim lebih menarik dan relevan bagi berbagai segmen pasar. Perancangan *merchandise* berbasis limbah denim mengacu pada prinsip **3R (Reduce, Reuse, Recycle)** sebagai pendekatan berkelanjutan untuk mengurangi dampak lingkungan. Dengan memanfaatkan sisa bahan denim dari industri fashion atau pakaian bekas, *merchandise* yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai produk kreatif tetapi juga mendukung konsep **keberlanjutan**.

Dalam penelitian dan perancangan ini, penulis memilih *Teddy Collection* sebagai objek penelitian terkait sisa kain denim dari produksinya. Melihat fenomena tersebut penulis memutuskan untuk memanfaatkan dan mengolah limbah denim dengan merancang produk *merchandise* dengan kombinasi material limbah denim untuk membantu mengatasi masalah dengan mengurangi limbah denim. **S=Substitute**, tahapan ini mengacu pada pemikiran untuk menggantikan komponen tertentu dari suatu produk. Dalam konteks ini, substitusi dilakukan dengan mengganti bahan utama produk, seperti mengganti material *tote bag* yang umumnya menggunakan kanvas atau polyester menjadi bahan denim. Demikian pula pada produk *tumbler*, elemen tambahan berbahan denim digunakan untuk memperkuat estetika dan fungsinya. **M=Modify**, Pada tahap ini, penyesuaian ini bertujuan untuk memperkaya nilai dan daya tarik produk. Dalam hal ini, modifikasi mencakup pembaruan fitur dan fungsi produk *merchandise* agar lebih inovatif dan relevan dengan kebutuhan serta preferensi konsumen di masa

kini **C=Combine**, Dalam perancangan *merchandise* denim, tahap ini diterapkan dengan mengkombinasikan material utama berupa denim dengan bahan pendukung lainnya yang dapat melengkapi struktur, fungsi, atau tampilan produk secara keseluruhan, sehingga hasil akhirnya menjadi lebih menarik dan bernilai guna lebih tinggi.

Term Of References

Tumbler stainless steel dengan *cover* berbahan denim yang fleksibel untuk penggunaan dan perawatan. Cocok untuk air mineral, kopi, teh, ataupun minuman yang lain dengan kasual nan ramah lingkungan. **Kapasitas:** 22 oz atau 600 ml, **Material:** *Stainless Steel*, *Denim Sleeve (washable)* **Fitur:** *Rotatable handle*, *pocket add on*, *pipette*. *Tote Bag* multifungsi berbahan denim dan beberapa kompartemen lainnya dengan tali serut dan strap *adjustable* sehingga memudahkan pengguna dalam memakai dan membawa barang. **Ukuran:** 42 cm x 39 cm, **Material:** Denim, Kanvas, *Leather*, Katun Poliester, **Fitur:** Saku 2 bagian luar, 1 saku bagian dalam, kaitan/gantungan.

Mind Mapping

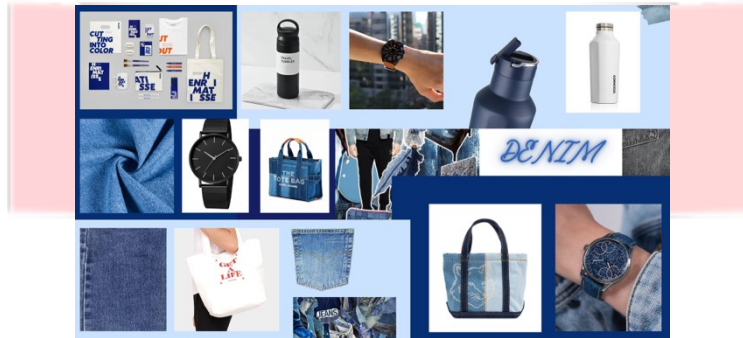
Proses ideasi perancangan *merchandise* ini dilakukan penulis dengan menggunakan *mind mapping*, yang merupakan sebuah cara dengan mengelompokkan beberapa ide dalam bentuk bagan/kerangka yang terstruktur untuk membantu menganalisis sebuah masalah dan solusinya.



Gambar 2. Peta Konsep/*Mind Mapping*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

Mood Board

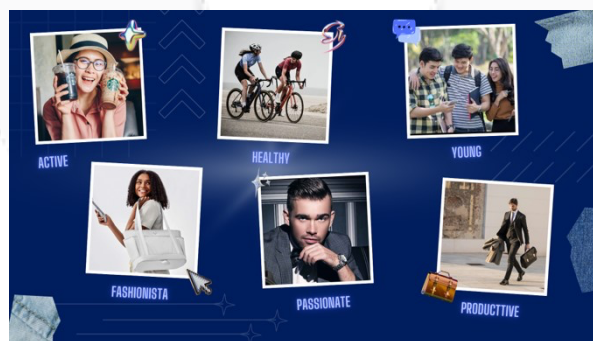
Mood Board ini merupakan visualisasi *mood user* yang yang dibawakan oleh produk yang akan dirancang. Inspirasi visual yang berisi kumpulan gambar, warna, tekstur, dan elemen visual lainnya yang digunakan untuk mengkomunikasikan suasana, konsep, atau arah desain dari suatu proyek secara keseluruhan.



Gambar 3. *Mood Board*.
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

User Image

User Persona merupakan tokoh atau target pengguna yang disiapkan untuk memahami pengguna, sehingga memudahkan solusi desain yang mampu menghasilkan *user experience* yang optimal. *User Image* pada perancangan *merchandise* ini merupakan *user* yang *Active*, *Healthy*, *Passionate*, *Young*, *Fashionista*, *Productive*.



Gambar 4. *User Image*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

Sketsa Produk

Sketsa Makro *Tumbler & Tote Bag*



Gambar 5. Sketsa Makro *Tumbler*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

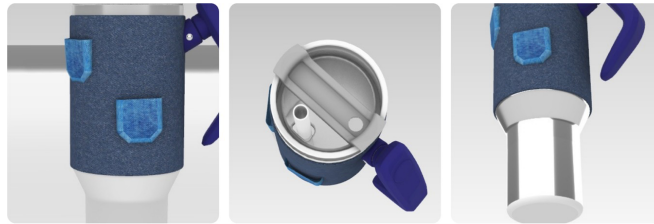


Gambar 6. Sketsa Makro *Tote Bag*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

Gambar 5. dan Gambar 6. Menampilkan beberapa sketsa hasil dari observasi lapangan serta survey yang disebar.

Sketsa Mikro *Tumbler & Tote Bag*

Gambar 7. dan gambar 8. Merupakan sketsa terpilih dari kuisioner dan sketsa lebih detail dari sketsa makro yang menampilkan bagian dari produk yang dirancang.

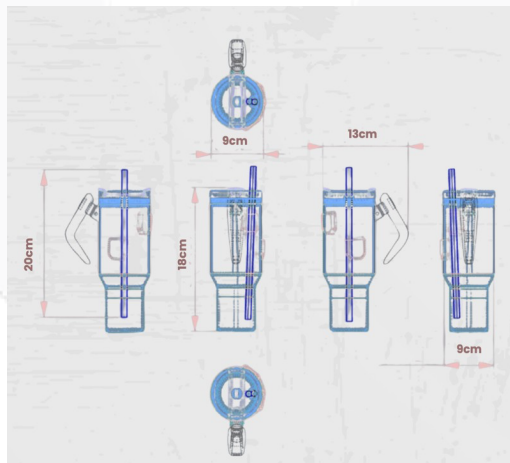


Gambar 7. Sketsa Mikro *Tumbler*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

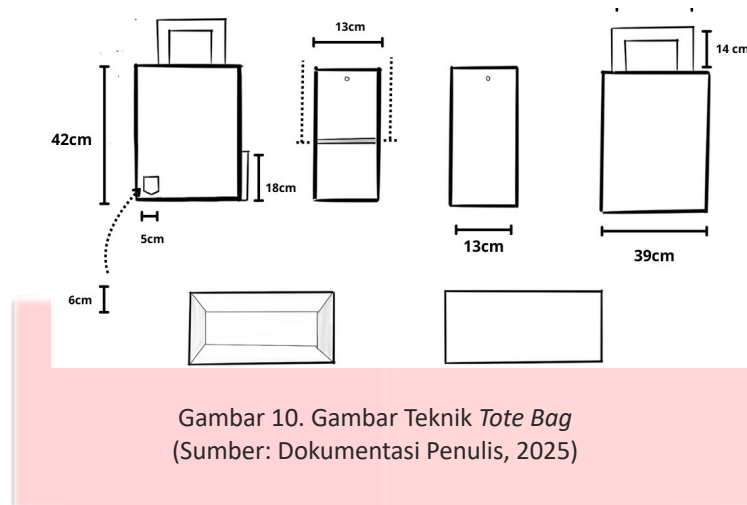


Gambar 8. Sketsa Mikro *Tote Bag*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

Gambar Teknik



Gambar 9. Gambar Teknik *Tumbler*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)



Final Sketch/3D Render

Tumbler

Produk ini dirancang dengan material *stainless steel* yang kuat, dapat menahan suhu panas maupun dingin dalam waktu yang lama. Dilapisi dengan *sleve/cover* berbahan denim sebagai elemen estetika dengan dua aksesoris saku kecil yang unik dan kasual ala saku celana denim yang berfungsi untuk menyimpan)



ROTATABLE HANDLE DESIGN



Gambar 11. *Final Sketch Tumbler*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

Tote Bag

Tote bag ini merupakan tas yang dirancang dengan material utama dari limbah denim, dengan menonjolkan Kesan kasual yang tetap *stylish* dan ramah lingkungan. Dengan ukuran yang proporsional, tas ini memiliki kompartemen utama yang luas dan dilengkapi fitur tali serut sebagai penutup, memberikan keamanan tambahan tetapi juga memudahkan pengguna serta memperkuat tampilan estetis. *tote bag* ini juga dilengkapi strap *adjustable* yang dapat diatur sesuai kenyamanan dan gaya pengguna.



Gambar 12. Sketsa Final *Tote Bag*.
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Final Product



Gambar 13. *Tote bag*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)



Gambar 14. *Tumbler*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

Hasil

Data limbah denim dan pemanfaatannya untuk produksi *merchandise*. Limbah denim konveksi perhari adalah **5-6 kg**, Jumlah hari dalam sebulan **30 hari** Total limbah denim perbulan adalah **150-180 kg**. Kebutuhan bahan denim per produk: *Tumbler*: 200 gram (0,2 kg), *Tote bag*: 700 gram (0,7 kg). Jumlah produk per bulan adalah 15 *Tote Bag* x 0,7 kg: 10.5kg. dan 15 *Tumbler* x 0,2 kg: 3kg. maka limbah denim yang dapat diolah dan dimanfaatkan dalam mengurangi limbah dengan cara merancang produk *merchandise* sekitar **13.5 kg** per-bulan nya. Jika konsisten selama 3 bulan dalam pengadaan produk *merchandise* maka sekitar **40.5 kg** limbah denim yang dapat menjadi barang yang dapat dipakai kembali dan mempunyai nilai lebih yang bermanfaat bagi keberlanjutan.

SIMPULAN

Perancangan produk *merchandise* yang menggunakan limbah denim sebagai material utama dan tambahan merupakan strategi inovatif dalam menghadapi tantangan persaingan di sektor F&B yang tidak hanya bertujuan mendukung promosi dan memperkuat loyalitas konsumen, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap upaya pengurangan limbah tekstil dengan penerapan prinsip

keberlanjutan. Melalui pendekatan desain kreatif dan pemanfaatan metode *SCAMPER*, produk dapat dirancang dengan memadukan nilai fungsional, estetika dan ramah lingkungan. Khususnya dalam praktik *reduce, reuse, recycle* (3R).

Dalam perancangan ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan dalam memanfaatkan produk untuk mengurangi limbah denim dalam jumlah yang masih cukup banyak, karena masih dalam skala kecil. Penelitian ini juga masih hanya berfokus pada tahap perancangan saja, belum sampai pada distribusi atau implementasi langsung *merchandise* ke target pasar. Kekurangan tersebut merupakan hal yang dapat dioptimalisasikan pada penelitian berikutnya untuk diteliti dan dikembangkan lebih lanjut. Maka dari itu, Kesimpulan singkatnya yaitu bahwa limbah denim masih bisa digunakan Kembali menjadi barang yang bernilai tinggi. Dengan demikian, diharapkan produk *merchandise* ini dapat membantu pemasaran produk dan promosi *brand* TEGUK dengan diferensiasi yang inovatif dan kreatif dalam industri *food and beverage* (F&B).

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2008). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, Cet. Ke-12, hlm. 195.

Amatullah, S. (2020). *Upcycle* Pakaian Lama Berbahan Denim Menggunakan Teknik *Macrame* dan *Tapestry* sebagai Aplikasi pada Aksesoris *Fashion*. *SINGULARITY. Jurnal Desain dan Industri Kreatif* 2(2), 102-108.

Badan Perlindungan Lingkungan Hidup AS. Diakses pada 20 Januari 2025 dari

[https://www.epagov.translate.google/? x tr sl=en
& x tr tl=id& x tr hl=id& x t r pto=tc](https://www.epagov.translate.google/? x tr sl=en & x tr tl=id& x tr hl=id& x t r pto=tc)

Cambridge Dictionary. (2022). *Cambridge Dictionary*. Diakses pada 19 Januari 2025 dari <https://dictionary.cambridge.org>

Dedewijaya. (2024). Perancangan Jam Tangan Menggunakan Material Limbah Denim dengan Konsep *Upcycle*. *Jurnal Seni & Desain* 11(1), 2717.

Fadri, D. R., & Rezkit, S. A. (2022). Perancangan Produk Menggunakan Implementasi Gambar Teknik dengan Sistem CAD. *Jurnal Optimasi Sistem Industri* 20(20)

Kementrian Perdagangan Sebut Waralaba Makanan dan Minuman Tebesar, Capai 47 Persen. diakses pada 25 Januari 2025 dari <https://www.kemendag.go.id/index.php/berita/pojokmedia/kementeria-n-perdagangansebut-waralaba-makanan-danminuman-terbesar-capai-47persen>

Krulinasari, W., & Yusnandi, Y. (2022). Tinjauan Limbah Kain Sisa Produksi Menurut Hukum Internasional dan Hukum Nasional. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 57–64.

Maulana, M. I., Syarif, E. B., Andrianto. (2022). Perancangan Jam Tangan Aanalogue Menggunakan Limbah Daur Ulang. *Jurnal Seni & desain* 9(1)

Nabila Ghaida Zia. *Strategi Pengembangan Produk Inovatif dengan Metode Scamper*. Diakses pada 26 Januari 2025 dari Strategi Pengembangan Produk Inovatif dengan Metode Scamper. <https://Www.Ekipa.Co.Id/Strategi-PengembanganProduk-Inovatif-Dengan- Metode- Scamper/>

Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Harva Creative.

- Patonah, I., Sambella, M., & Az-zahra, S. M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Penelitian Kualitatif, Penelitian Kuantitatif dan Kombinasi (*Mix Method*). *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* 8(3), 53785392.
- Prameswari, A., Putri, L. K. U., & Rosandini, M. (2024). Pemanfaatan Limbah Denim Dengan Teknik *Non-Woven Textile* Berbasis *Wet Felting* yang Diterapkan pada Produk *Fashion*. *Jurnal Seni & Desain* 11(6), 8512.
- Rahmi, C., Saefullah, A., Hidayatullah, S., Ar, R., Firdaus, A., Saksaba, J. C., Noor, M. A., Fariha, H., Aisyah, N., Akmas, N., & Misbah, I. (2021). Gerakan Penyuluhan Penggunaan Pestisida pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Garuda di Cipayung Ciputat. SAFARI. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 1(2).
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara, Dan Kuisisioner. *Jurnal Ilmu Sosial Ekonom dan Politik* 3(1), 39-47.
- Sutanto, S. M., Budiwaspada, A. E., & Rudiyanto, G. (2020). *Merchandise* Sebagai Pendukung Visual Branding untuk Kekayaan Intelektual Lokal. *Jurnal Seni & Reka Rancang* 2(2), 23-242.
- Tsani, A. M., & Ramadhan, M. S. (2021). Pengolahan Kain Denim dengan Menggunakan Teknik *Tie Dye* dan *Bleaching* untuk Perancangan Busana *Ready To Wear*. *Jurnal Seni & Desain* 8(2), 446.
- Wahyudi, Y. H., Kristanti, D., & Nurbambang, R. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pad Bakpia Endous Kediri. *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi* 1(1), 4767.
- Wedhana, I. K. A. P., Dewi. A. K., Putra, G. B. S. (2023). Perancangan *Merchandise* Bertemakan Tari Leko untuk Zaloukh *Apparel*. *Jurnal Desain Komunkasi Visual* 4(1).