

PENINGKATAN EKSTENSIF WAYANG MELALUI PRODUK TAS TRAVEL RAMAH LINGKUNGAN BERBAHAN KAIN GONI

Septian Handayani¹⁾, Mohammad Rizqi Hisbullah²⁾, Dyah Silvian Retnosari³⁾, Dyah Puspitaning Ayu⁴⁾, Isna Yuniarti Shalehah⁵⁾

¹²³⁴Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya

Email: septian.17080554080@mhs.unesa.ac.id

Email: mohammad.17080574133@mhs.unesa.ac.id

Email: dyah.17080304029@mhs.unesa.ac.id

Email: dyah.17081324021@mhs.unesa.ac.id

⁵Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya

Email: isna.19008@mhs.unesa.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan travelling bukan gaya baru bagi generasi millennial, terlebih di era kehidupan baru pada saat ini dimana minat masyarakat untuk bepergian cukup tinggi. Seiring kemajuan teknologi, banyak generasi muda yang buta akan kebudayaan dan kesenian tradisional, salah satunya wayang. Banyak masyarakat yang tidak mengenal akan budaya Indonesia tersebut. Pengenalan wayang kini dapat dihadirkan dalam berbagai aspek dan cara penyampaianya, salah satunya dengan memberikan pengetahuan dan pengenalan terhadap karakter tokoh wayang agar dapat dikenal dan diteladani oleh masyarakat masa kini. Terutama anak muda millennial dengan media tas travel ramah lingkungan dengan bahan kain goni yang menyelipkan pesan dan budaya Indonesia dalam maskot produk ini yang berupa wayang. Tas travel menjadikan masyarakat lebih mudah dalam membawa barang bawaannya selama perjalanan berlangsung. Menggunakan metode penelitian dan pengembangan menjadikan kajian dalam proses pembuatan dan pengembangan produk ini semakin jelas dan mudah dengan ditambah canggihnya teknologi masa kini sehingga produk tas travel ramah lingkungan dapat dihadirkan di masyarakat.

Kata kunci: Millennial, tas travel, wayang

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan teknologi, banyak generasi muda yang buta akan kesenian tradisional, salah satunya wayang. Mayoritas anak muda yang belum mengenal wayang, dilatar belakangi maraknya budaya asing yang masuk ke Indonesia sehingga budaya asli, seperti wayang mulai tergantikan eksistensinya di tanah air. (Bumi, 2008). Selain itu, kesenian tradisional khususnya pewayangan lebih digemari oleh lansia daripada generasi muda itu sendiri (BPS,2018). Pada tahun 2003, UNESCO telah mengakui wayang sebagai *World Master Piece of Oral and Intangible Heriage of Humanity* yang seharusnya membuat generasi muda lebih bangga dan mampu melestarikan wayang hingga lebih dikenal pada kancah internasional

(Anon, 2015). Namun, ironisnya pada era modern ini, pemuda-pemuda asal luar negeri lebih berminat mempelajari kebudayaan wayang daripada para pemuda Indonesia sendiri (Rahardjo, 2018). Oleh karena itu, kelestarian budaya wayang harus segera dibenahi dengan cara disesuaikan dengan kondisi saat ini (Wahyudi).

Selain krisis budaya yang melanda generasi muda, permasalahan lain yang tak kalah penting ialah keadaan bumi yang semakin memprihatinkan dari waktu ke waktu, pencemaran lingkungan semakin memburuk, salah satu penyebabnya berasal dari industry fesyen, tren mode fesyen berganti begitu cepat menjadi penyumbang limbah serta polusi terbesar di dunia. Berdasarkan data Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), industry mode melepaskan setengah juta ton serat mikro sintesis ke laut setiap tahunnya secara global, Berdasarkan data Statistik Lingkungan Hidup Indonesia, menjelaskan pada umumnya kualitas air sungai di Indonesia pada status tercemar berat (BPS,2018).

Namun keinginan untuk tetap tampil *stylish* di segala suasana menjadi tantangan tersendiri, dilansir dari riset priceline.com menurut penelitian, millennial erat kaitannya dengan *travelling*. Dan traveler lebih memilih perjalanan singkat berkali-kali daripada perjalanan panjang dalam satu waktu, kegiatan inipun tidak lepas dari penggunaan travel bag sebagai pendukung mode dan unsur kepraktisan dalam bepergian. Selain itu, pada masa pandemic saat ini minat masyarakat cukup tinggi untuk bepergian dan produk *travel bag* menjadi pilihan pada era *new normal*. Hal ini ditunjukkan oleh hasil riset Pegi-Pegi mengenai *travelling* era *new normal* yang menyatakan bahwa sebanyak 67% orang Indonesia tertarik untuk bepergian di era *new normal*, sedangkan 33% sisanya belum merencanakan bepergian. (Mustika, 2020). Masyarakat yang bepergian tentunya membutuhkan *travel bag* untuk tempat membawa barang.

Mengenai masalah tersebut, diciptakan inovasi produk "Eco-Bag" yang merupakan *travel bag* ramah lingkungan dengan motif wayang millennial sebagai wujud meningkatkan eksistensi wayang dan nilai estetika kebudayaan Jawa. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Paul Hawken bahwasannya suatu bisnis seharusnya dibuat untuk ikut menjaga lingkungan, diharapkan suatu perusahaan menjadi agen pelestarian lingkungan dengan mengemban fungsi sebagai pengelola bisnis berbasis lingkungan (Stoner, Freeman dan Gilbert 1995). Sehingga Produk "Eco-Bag" dibuat dari bahan goni atau kain jute sebagai bahan dasar tas karena ramah lingkungan, terbuat dari 100% serat alami, bahannya yang kuat, dan mudah untuk didapatkan.

Produk "Eco-Bag" dengan konsep dua layer untuk memisahkan tempat baju dan sepatu atau sandal dengan tujuan menjaga kebersihan barang bawaan didesain dengan memberikan dua tampilan side yang dapat dibalik dengan tujuan untuk memberikan dua tampilan yang berbeda dalam satu tas. Produk ini menggunakan motif wayang millennial yang memodifikasi bentuk wayang tradisional menjadi bentuk yang lebih kekinian agar dapat diterima para remaja. Selain hal tersebut, produk ini juga menyediakan kantong tambahan sebagai tempat handsanitizier dan masker untukantisipasi pencegahan Covid-19 dan tempat slot koper pada bagian belakang tas. Desain dan model produk "Eco-Bag" yang *ethnic* dan *stylish* membuat produk ini unik dan lebih menarik. Pelaksanaan program "Eco-Bag" tersebut diharapkan mampu memberikan dampak pada lingkungan maupun eksistensi wayang di Jawa Timur khususnya wayang Pandawa Lima. Inovasi merupakan proses atau pengembangan pemanfaatan keterampilan untuk menciptakan atau memperbaiki produk yang telah ada. Sehingga dari penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana wujud inovasi wayang millennial pada *travel bag* berbahan ramah lingkungan dengan kain goni. Atas dasar tersebut, penelitian ini mengangkat judul "Eco-Bag: Inovasi Kreatif Pemanfaatan Karung Goni Sebagai Travel Bag Remaja Bermotif Wayang Millennial Guna Meningkatkan Nilai Estetika Tradisi Kebudayaan Jawa

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kebudayaan Jawa merupakan suatu kebudayaan yang senantiasa berkembang dari waktu ke waktu (D.H Burger (1893), perkembangan ini sesuai dengan pendapat Pigeaud tahun 1938. Bahwasannya kebudayaan jawa yang terkenal yaitu wayang merupakan hasil pertumbuhan kebudayaan selama beberapa abad, jika masyarakat menganggap bentuk dan isi kebudayaan jawa merupakan warisan semata maka hal tersebut adalah sebuah kekeliruan (Isnawami Shubianisa, 2006: 17). Wayang yang terus mengalami perkembangan menunjukkan bahwasannya wayang terbuka terhadap budaya lain, Mulyono (dalam Nurgiyantoro, 1998: 19) menjelaskan mengenai pengaruh kebudayaan lain terhadap wayang bisa tergambarkan dari sejarah perkembangan wayang dari zaman prasejarah hingga saat ini. Kebudayaan berkembang tidak akan pernah lepas dari perubahan sosial-budaya masyarakat, hal ini akan mempengaruhi serta mengubah pola dan nilai budaya masyarakat (Sartono Kartodirdjo dalam Bagyo Suharyono, 2005: 13)

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pengembangan dengan yang mengandalkan data sekunder berupa jurnal dan buku terkait. Kajian ini dilakukan dengan merumuskan permasalahan, fokus dan kajian yang kemudian dirujuk menjadi judul hasil yang disetujui. Permasalahan yang dirujuk merupakan hal yang saat ini tengah menjadi sorotan. Penelitian ini ditujukan agar permasalahan yang diangkat dapat memberikan gambaran terhadap masyarakat masa kini mengenai betapa berharganya budaya bangsa kita. Pengangkatan permasalahan ini menginginkan hasil yang dapat berdampak pada peningkatan eksistensi wayang di era millennial dengan mengusung sebuah produk lokal agar dapat dikenal secara luas.

Metode atau kajian yang digunakan dalam penganalisisan ialah dengan analisis induktif. Menurut Sugiyono (2005) analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan. Sementara menurut Djajasudarma (1993) bahwa data secara induktif yaitu data yang dikaji melalui proses yang berlangsung dari data ke teori. Dalam analisis induktif akan ada dua kemungkinan yang terjadi dalam menentukan kategori. Kemungkinan pertama, peneliti akan menggunakan kategori yang telah lazim digunakan oleh subjek penelitian, dan kemungkinan kedua peneliti dapat menggunakan kategori yang dikembangkan sendiri. Atau peneliti dapat menggunakan dengan cara menggabungkan kedua cara tersebut, yaitu menggunakan semua kategori-kategori yang lazim, dan peneliti dapat mengembangkan sesuai dengan jenisnya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini memaparkan mengenai hasil penelitian dan pembahasan, yang menjelaskan tentang temuan-temuan penelitian melalui data sekunder dengan metode penelitian dan pengembangan.

1. Peningkatan eksistensi wayang

Hasil yang diperoleh berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan sebelumnya yaitu mengenai produk ECO BAG yang merupakan inovasi dari travel bag ramah lingkungan

berbahan kain goni dengan motif wayang yang memiliki nilai jual dipasaran. Produk ECO BAG menyelipkan salah satu budaya Nusantara didalamnya yaitu wayang. wayang sendiri merupakan budaya dan kesenian Jawa yang sudah ada sejak dahulu kala. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa faktor yang menjadikan wayang jarang dikenal oleh generasi muda, diantaranya adanya gengsi dalam generasi muda yang menganggap bahwa siapa yang bermain atau menyukai wayang mereka merupakan seseorang yang kuno atau sudah ketinggalan zaman, kemudian generasi muda juga lebih menyukai budaya dan kesenian dari negara lain, serta mereka juga merasa bahwa hal yang kini tengah ramai diperbincangkan atau disukai oleh masyarakat luas merupakan suatu kebanggaan. Padahal hal tersebut dapat melunturkan rasa nasionalisme pada diri seseorang.

Pada era industri kreatif 4.0 keberadaan wayang semakin dilupakan oleh masyarakat luas, hal ini dapat dibuktikan dengan kurangnya minat generasi muda dalam hal pewayangan. Apabila salah satu dari generasi muda ditanyai mengenai apa itu wayang, bentuk-bentuk wayang serta karakteristik penokohan yang ada di wayang, pasti mereka akan bertanya tanya lalu mencoba untuk mencari info melalui *gadget* atau gawai yang mereka punya. Hal ini sangat disayangkan karena wayang merupakan warisan budaya bangsa yang sudah diakui oleh UNESCO, namun minat masyarakat masih kurang terhadapnya. Dengan memberikan inovasi pengenalan dan pengedukasian masyarakat mengenai wayang melalui sebuah produk ramah lingkungan yaitu ECO BAG diharapkan masyarakat mau lebih mengenal dan ikut melestarikan serta mengangkat budaya bangsa tersebut.

Banyak sekali kisah pewayangan yang ada di Nusantara. Namun, ECO BAG memilih untuk lebih mengenalkan wayang Pandawa Lima kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat lebih bisa mengenal karakteristik tokoh wayang Pandawa Lima melalui sebuah produk yaitu ECO BAG. Berdasarkan beberapa sumber kepustakaan mengatakan bahwa rendahnya minat masyarakat masa kini terhadap wayang hampir menjadikan salah satu kebudayaan Nusantara ini hilang. Bahkan warga negara asing lebih tertarik dan ingin mempelajari wayang. Proses meningkatkan eksistensi wayang telah dilakukan oleh ECO BAG dengan menyertakan wayang kedalam produk sehari-hari masyarakat yaitu, tas travel. Dengan adanya tas travel ECO BAG, masyarakat akan kembali mengenal kebudayaan dan kesenian wayang Indonesia.

2. Wayang millenial

Wayang yang merupakan kebudayaan dan kesenian Indonesia kini sudah banyak inovasinya, salah satunya dengan bentuk wayang millenial. Wayang millenial merupakan gabungan antara kebudayaan dan kesenian dengan teknologi. Kebudayaan dan kesenian wayang yang berkembang dalam era industri kreatif 4.0 dengan generasi millenial atau generasi yang dekat dengan internet. Millenial, masa dimana teknologi semakin melesat dan erat dengan manusia. Menjadikan berbagai hal berbasis digital atau virtual, begitu halnya dengan wayang. Generasi millenial tidak kehabisan ide dengan memberikan inovasi berupa wayang yang semula jadul atau berbentuk pakem seperti wayang yang dimainkan dalam pagelaran. Wayang yang ada pada umumnya sulit untuk dibedakan antara tokoh yang satu dengan yang lainnya jika hanya sekedar menonton untuk satu sampai dua kali, namun hal ini akan berbeda dengan mereka yang memang sudah lama berkecimpung didunia pewayangan. ECO BAG menghadirkan motif wayang dengan basis teknologi atau digital yang didesain semenarik mungkin untuk menarik minat masyarakat sekaligus memperkenalkan kembali wayang dalam kemasan yang berbeda. Wayang millenial akan lebih mudah diterima dan diingat

oleh masyarakat, dikarenakan desain wayang millennial dibuat dengan metode penyesuaian minat masyarakat masa kini.

3. Desain unik produk ECO BAG

Di Indonesia, kebijakan yang mengatur tentang industri kreatif dituangkan instruksi Presiden RI nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Industri Kreatif. Kebijakan ini ditunjukkan untuk mengembangkan perekonomian rakyat yang bertumpu pada kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan karya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia. Adapun lingkup industri kreatif antara lain periklanan, arsitektur, desain, musik dan kerajinan (Rochani, 2017).

Layanan profesional dalam menciptakan dan mengembangkan konsep beserta spesifikasinya yang mengoptimalkan fungsi, nilai dan tampilan produk hingga menguntungkan bagi konsumen maupun produsen (Ulrich & Eppinger (2008:190)). Desain produk juga berhubungan dengan bentuk dan fungsi. Desain mengenai bentuk berhubungan dengan perencanaan dan penampilan dari produk tersebut. Sedangkan desain mengenai fungsi berhubungan dengan bagaimana produk tersebut dapat digunakan (Hadjadinata, 1995:18).

Suatu tas dapat memberi tambahan rasa percaya diri bagi sang pemakai. Demikian pula dengan tas travel dimana sebagai tempat menyimpan barang yang penting bagi para penggunanya saat melakukan suatu perjalanan. Tas travel telah melekat dengan citra berbentuk kaku serta kurang menarik, dimana berbentuk kotak, kurang cocok dan *stylish* dipakai selain untuk bepergian saja, apalagi tas dengan bentuk demikian kurang mampu menyentuh pangsa pasar anak muda, sehingga yang dibutuhkan ialah tas travel multifungsi untuk mempermudah dalam bepergian serta tidak menghilangkan kesan *stylish* saat dipakainya, jadi tas tersebut tidak hanya monoton digunakan saat bepergian saja, namun dapat mendukung penggunaannya di setiap aktivitas yang dilakukan (Sukanah, 2009).

Kelangsungan hidup suatu perusahaan bergantung pada pengintegrasian *green strategy* dengan strategi utama. Ada tiga landasan yang perlu diperhatikan yaitu *profits*, *people*, dan *planet*. Selain itu, Pencapaian kinerja perusahaan perlu dioptimalkan pada aspek sosial, lingkungan, dan finansial (Supratikno dan Widjaja, 2016). Oleh karena itu, penggunaan karung goni yang ramah lingkungan karena terbuat dari serat tanaman sebagai langkah untuk mengintegrasikan bisnis dan lingkungan adalah sebuah keharusan untuk dilakukan. Menurut Saputra, (2013), *Green Marketing* dirasa penting baik oleh produsen maupun oleh konsumen yang semakin peduli terhadap lingkungan. Persaingan bisnis dewasa ini telah mengarah pada mutlaknya suatu perusahaan dalam menerapkan strategi yang berwawasan lingkungan (Widjaja, 2016). Hal ini tidak lain adalah prinsip dasar bisnis yaitu memproduksi barang dan/ atau jasa yang diinginkan oleh konsumen.

ECO BAG akan memberikan inovasi desain tas ramah lingkungan dengan motif Wayang Pandawa Lima sebagai maskotnya, diharapkan dapat diterima oleh masyarakat luas sebagai produk yang memperkenalkan budaya dan kesenian Indonesia. Sebagai produk yang mengedukasi ECO BAG tampil dalam berbagai varian produk seperti Travel Bag, Ransel, Pouch dan Trolley. Desain unik yang terdapat dalam ECO BAG merupakan hasil dari akulturasi budaya yang mengangkat kebudayaan dan kesenian Jawa berupa Wayang dengan teknologi digital masa kini.

Berdasarkan hasil yang diperoleh sebelumnya, pengembangan produk travel bag dengan bahan kain goni memiliki respon yang baik di masyarakat, selain dapat mengedukasi melalui sebuah produk ECO BAG juga memberikan kemudahan penggunaanya dalam hal fungsi pada masing-masing produknya, berikut penjelasan lebih lengkapnya.

Eco Travel Bag merupakan sebuah tas travel multifungsi yang memadukan kepraktisan, mudah digunakan, dan edukasi kesenian wayang Indonesia. *Eco Travel Bag* memiliki dua level atau bagian terpisah dalam satu tas untuk memudahkan pengguna dalam membagi barang bawaan mereka kedalam tas. Selain itu, edukasi kesenian wayang Indonesia disematkan berupa tag *barcode* yang dapat dipindai untuk memunculkan informasi langsung dari *gadget* pengguna.

Bagian tas di sisi bawah dapat dimanfaatkan untuk meletakkan sepatu atau barang lainnya. Tidak hanya itu, bagian tersebut juga dapat dilepas pasang dapat menjadi sebuah *hand bag*. Pengguna bisa menggunakannya untuk fungsi yang disesuaikan dengan kebutuhan atau keinginan masing-masing.



Gambar 3.1 Desain *Eco Travel Bag*

Eco Ransel Bag merupakan sebuah tas ransel yang memadukan kepraktisan, mudah digunakan, dan edukasi kesenian wayang Indonesia. *Eco Ransel Bag* memiliki sebuah tali di bagian atas yang terbuat dari kulit yang kuat untuk memudahkan pengguna dalam membawa tas tanpa perlu repot.

Eco Ransel Bag memiliki dua level atau bagian terpisah dalam satu tas untuk memudahkan pengguna dalam membagi barang bawaan mereka kedalam tas. Bagian tas di sisi bawah dapat dimanfaatkan untuk meletakkan sepatu atau barang lainnya yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, edukasi kesenian wayang Indonesia disematkan berupa tag *barcode* yang dapat dipindai untuk memunculkan informasi langsung dari *gadget* pengguna.



Gambar 3.2 Desain Eco Ransel Bag

Eco Pouch Bag merupakan sebuah tas genggam yang memadukan kepraktisan, gaya, dan edukasi kesenian wayang Indonesia. Pengguna bisa menggunakan tas untuk kegiatan sehari-hari dan memberi edukasi secara bersamaan. Edukasi kesenian wayang Indonesia disematkan berupa *tag barcode* yang dapat dipindai untuk memunculkan informasi langsung dari *gadget* pengguna.



Gambar 3.3 Desain Eco Pouch Bag

Eco Trolley Bag merupakan sebuah tas trolis atau koper multifungsi yang memadukan kepraktisan, mudah digunakan, dan edukasi kesenian wayang Indonesia. *Eco Trolley Bag* memiliki sebuah *retractable handle* atau pegangan tas koper yang dapat ditarik dan dikembalikan serta roda di bagian bawah untuk memudahkan pengguna dalam membawa tas ketika bepergian tanpa perlu repot mengangkat.

Seperti *Eco Travel Bag* dan *Eco Ransel Bag*, Produk ini juga memiliki fitur dua *level* atau bagian terpisah di sisi bawah tas. Fitur ini berguna untuk memudahkan pengguna dalam meletakkan barang sesuai dengan kebutuhan seperti sepatu atau barang lainnya. Tidak hanya soal fungsi, Tas ini juga disematkan sebuah *tag barcode* untuk memberikan informasi edukatif tentang wayang Indonesia kepada pengguna.



Gambar 3.4 Desain Eco Trolley Bag

5. SIMPULAN DAN SARAN

Kurangnya minat masyarakat Indonesia terhadap wayang, menjadikan adanya produk ECO BAG sebagai sarana pengenalan dan pembelajaran kepada masyarakat melalui tokoh Pandawa Lima dengan karakteristik masing-masing tokohnya. Serta meningkatkan eksistensi kebudayaan dan kesenian Jawa agar lebih dikenal masyarakat dalam negeri maupun luar negeri.

Keinginan Konsumen yang makin mengarah kepada *Green Marketing* atau produk yang berwawasan lingkungan menjadi peluang untuk kelangsungan bisnis kedepan untuk menangkap minat konsumen dan planet kedepannya.

SARAN

- Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, peneliti ingin menyampaikan bahwa penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap wayang di era industri kreatif ini. Dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.
- Bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode yang berbeda dalam mengembangkan cara pengenalan dan pengedukasian wayang terhusus kepada generasi muda.
- Bagi generasi muda diharapkan lebih mengenal budaya dan kesenian bangsa sendiri dikarenakan hal itu merupakan hal yang membanggakan juga, tidak hanya sebatas menegtahui saja.

DAFTAR PUSTAKA

Sukania, W, (2009). *Perancangan Tas Ergonomis*. Prosiding Seminar Nasional Ergonomi IX ISBN : 978-979-802-0

Badan Pusat Statistik, (2018). *Statistik Sosial Budaya*. Diakses dari www.bps.go.id pada tanggal 22 September 2020.

Badan Pusat Statistik, (2018). *Statistik Lingkungan Hidup Indonesia*. Diakses dari www.bps.go.id pada tanggal 21 September 2020.

Stoner, Freeman dan Gilbert, (1995). *Pengantar Bisnis*. GRAHA ILMU. Yogyakarta

Made Laksmi Saraswati, Pradhanawati, Ari dan Wahyu Hidayat.2013. *PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAMPUNG BATIK WIRADESA, KABUPATEN PEKALONGAN 2013*. <https://media.neliti.com> (diakses pada 24 September 2020).

Chalis Fajri Hasibuan , Sutrisno.(2017). *PERANCANGAN PRODUK TAS TRAVEL MULTIFUNGSI DENGAN MENGGUNAKAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)*. Sistem Teknik Industri.19(1),40-44.

Ni'mah,Sholikhatus .(2016)."*RESPON GENERASI MUDA JAWA TERHADAP SENI PERTUNJUKAN WAYANG KULIT (Studi Kasus di Desa Lemah Ireng, Kecamatan Bawen, Kabupaten Semarang)*". Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial. Pendidikan Sosiologi Dan Antropologi.Universitas Negeri Semarang.Semarang.

Nofa Kharisma Husen. (2015). *MEDIA PEMBELAJARAN PENGENALAN KELUARGA PANDAWA UNTUK MELESTARIKAN KEBUDAYAAN LOKAL INDONESIA*. <https://scholar.google.co.id> (diakses pada 24 September 2020).

Hidayati,Zakiah, Cisyulia Octavia Helikopta Simanjuntak.(2019).*PELATIHAN KREASI TAS GONI DARI LIMBAH PASAR UNTUK MENINGKATKAN NILAI EKONOMI PRODUK*.Pengabdian.3(2),134-137.

Supratikno, Hendrawan dan Widjaja, Anton Wachidin. (2016). STRATEGI BERWAWASAN LINGKUNGAN: MENJAWAB PERTANYAAN PERLUKAH ATAU KAPAN AKAN DILAKUKAN?. *THE ARY SUTA CENTER SERIES ON STRATEGIC MANAGEMENT*,33(4),143-144. Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/228082746.pdf> pada tanggal 24 September 2020.

Shaputra, Rizky Kharismawan. (2013). PENERAPAN GREEN MARKETING PADA BISNIS KOSMETIK. *Jurnal JIBEKA*, 7(3), 47-53.