

PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DESA CITEUREUP MELALUI PENINGKATAN KUALITAS PRODUKSI, PENGEMASAN, DAN PEMASARAN DIGITAL PRODUK SABUN

Ismudiati Puri Handayani¹, Memoria Rosi², Hertiana Bethaningtyas³, Fariz Akbar Kautsar⁴, M. Yusup ABD Salam⁵, Desti Umdatul Islamiyah⁶, Astrid Rinaldi⁷, Bintang Ilhamdihardian⁸, Henny Maratusholihah⁹, Theresia Regina Marbun¹⁰

Teknik Fisika, Universitas Telkom, Indonesia

¹iphandayani@telkomuniversity.ac.id, ²memoriarosi@telkomuniversity.ac.id,

³hertiana@telkomuniversity.ac.id, ⁴farizak@student.telkomuniversity.ac.id,

⁵myusupabdsalam@telkomuniversity.ac.id,

⁶umdatuldesti@student.telkomuniversity.ac.id, ⁷dirtsarin@student.telkomuniversity.ac.id

⁸ilhamdihardian@student.telkomuniversity.ac.id,

⁹hennymaratus@student.telkomuniversity.ac.id,

¹⁰theresiareginam@student.telkomuniversity.ac.id,

Abstract

To help improving the family economic level, the Engineering Physics Team Telkom University held community service program in RW 6 Desa Citeureup Kecamatan Dayeuh Kolot Kabupaten Bandung Propinsi Jawa Barat. The program is supported by Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi and is continuance of previous Telkom Univeristy's Community Service Engagement. The participants were the PKK and Karang Taruna members. From 2021 until 2022 we trained them for healthy living and soap production. Even though the program had been suscessful, the product quality, the packaging, and the marketing process have to be improved. Therefore, in 2023, the program is focussing on improving the product quality, packaging, and digital marketing. For that purpose, two consecutive trainings on printed packaging and digital marketing as well as production of new formula soap have been held. Students are also involved in this program via Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Besides, this program is also supported by the village-owned enterprise (BUMDES) Citeureup. This program is expected to solve the small and medium enterprise challenges in packaging which usually requires large orders above 1000 pieces and enlarge the UMKM target markets.

Keywords: *improving economic level; product quality, packaging, digital marketing*

Abstrak

Dalam rangka membantu masyarakat meningkatkan ekonomi keluarga, Tim Pengabdian Masyarakat (ABDIMAS) Teknik Fisika Universitas Telkom melaksanakan program ABDIMAS di RW 6 Desa Citeureup Kecamatan Dayeuh Kolot Kabupaten Bandung Propinsi Jawa Barat. Kegiatan ini merupakan kelanjutan dari program Community Service Engagement Universitas Telkom yang sudah dilaksanakan sejak tahun 2021 dalam bentuk pelatihan hidup sehat dan pembuatan sabun. Kegiatan bekerjasama dengan BUMDES Desa Citeureup dan diikuti oleh Kader PKK serta karang taruna. Meskipun kegiatan sudah berhasil membuat dan menjual sabun hingga sekitar 100 L, kualitas sabun, kemasan, dan penjualannya perlu ditingkatkan. Pada tahun 2023 ini Tim ABDIMAS mendapatkan pendanaan dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi dan berfokus pada upaya peningkatan kualitas produk sabun, pembuatan kemasan secara mandiri, dan pemasaran melalui platform digital. Kegiatan juga melibatkan mahasiswa yang mengikuti Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Proses pelatihan pembuatan kemasan dan pemasaran digital telah dilaksanakan. Diharapkan kegiatan ini dapat membantu masyarakat yang selama ini mengalami kendala dalam pencetakan kemasan yang biasanya mensyaratkan minimal pemesanan 1000 eksemplar dan pemasaran produk yang masih terbatas di sekitar Dayeuhkolot.

Kata Kunci: *peningkatan ekonomi; kualitas produk sabun; kemasan, pemasaran digital*

1. PENDAHULUAN (Introduction)

Pasca pandemi COVID-19, perekonomian masyarakat mengalami penurunan dan belum pulih sepenuhnya. Hal ini dialami masyarakat terutama yang bekerja sebagai wirausaha, pedagang, dan pekerjaan lainnya yang tidak berpenghasilan tetap. Desa

Citeureup, RW 06 berjarak 4,2 km dari Universitas Telkom dan telah menjadi masyarakat sasar program Pengabdian Masyarakat Universitas Telkom. Sebagian besar masyarakat bekerja disektor informal dan dengan penghasilan tidak tetap berkisar antara 3-5 juta per bulan. Jumlah populasi wanita di Desa Citeureup sekitar 50 %. Diantara populasi tersebut sebagian menjadi ibu rumah tangga dan kader PKK. Sebagian pemuda usia produktif menjadi anggota karang taruna, sudah tidak sekolah, dan tidak memiliki pekerjaan tetap. Desa Citeureup juga memiliki Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) yang sedang mengembangkan usahanya bersama para pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM).

Sejak tahun 2021 Tim Pengabdian Masyarakat (ABDIMAS) Teknik Fisika telah melakukan program pemberdayaan masyarakat di RW 6 Desa Citeureup melalui program Community Service Engagement (CSE) yang dibiayai dana internal Universitas Telkom. Program berfokus pada upaya peningkatan ekonomi, kesejahteraan, kesehatan, dan ketahanan pangan pasca pandemi. Salah satu program peningkatan ekonomi dan kesehatan diimplementasikan dalam bentuk produksi dan pemasaran sabun yang terjangkau oleh masyarakat. Selain untuk memenuhi kebutuhan sendiri, pembuatan sabun juga ditujukan sebagai usaha menambah pendapatan bagi para kader PKK dan Karang Taruna. Pada tahun 2022 telah berhasil dipasarkan sekitar 100 L sabun. Namun demikian kualitas sabun, kemasan, dan pemasaran perlu ditingkatkan. Dari sisi kualitas perlu dibuat sabun cuci piring yang lebih awet daya cucinya. Dibidang kemasan, masyarakat juga mengalami kesulitan dalam pemesanan kemasan yang murah dan biasanya mensyaratkan minimal 1000 eksemplar. Pemasaran juga masih terbatas dilingkungan masyarakat Citeureup.

Pada tahun 2023, program ABDIMAS difokuskan pada upaya perbaikan kualitas produk sabun cuci piring, pembuatan kemasan secara mandiri, dan pengenalan pemasaran melalui platform digital. Program mendapatkan pendanaan dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Kegiatan yang sudah dilaksanakan meliputi proses pengujian resep sabun, pelatihan pembuatan kemasan dengan teknik sablon, pelatihan penggunaan platform digital untuk pemasaran, dan jajak pendapat konsumen pengguna sabun cair. Hasil ABDIMAS menunjukkan antusias masyarakat sasar dalam mengikuti pelatihan. Tahap selanjutnya adalah pendampingan masyarakat agar hasil pengujian resep dan pelatihan dapat diimplementasi dan memberikan dampak terhadap peningkatan ekonomi masyarakat.

2. TINJAUAN LITERATUR (*Literature Review*)

Pemberdayaan masyarakat perlu dilakukan untuk memajukan pola pikir dan membebaskan masyarakat dari kemiskinan, keterbelakangan, keterbatasan untuk memiliki peluang kerja yang lebih besar, meningkatkan ekonomi serta kehidupan agar menjadi lebih berkualitas (Sulasih, Agus Suroso, Weni Novandari & Suliyanto, 2022). Dengan demikian, pemberdayaan tidak hanya untuk individu tetapi untuk kegiatan sosial yang melibatkan masyarakat luas. Pemberdayaan masyarakat juga ditujukan untuk membebaskan manusia dari kendali yang kaku, dan memberi kebebasan untuk bertanggung jawab terhadap ide-idenya, keputusan-keputusannya, dan tindakan-tindakannya” (Maryani, 2019). Pemberdayaan masyarakat juga diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dalam pengelolaan keuangan sehingga UMKM dapat bertahan dan tumbuh dari kondisi ekonomi

yang sulit (Indiraswari, S. D., Zakaria, F. A., Gultom, A. F., Suparno, S., & Tursini, U, 2023). Upaya pemberdayaan masyarakat dan peningkatan taraf ekonomi masyarakat dapat dilakukan dengan mengaplikasikan ilmu serta teknologi yang digunakan sesuai tempatnya (Yakub Nasucha, Anam Sutopo, Ahmad, Fatmawati, Tina Indri Astuti, Asti Mrihatini, 2021).

Kunci dari proses pemberdayaan dan peningkatan ekonomi masyarakat adalah partisipasi dari masyarakat dengan antusias dan semangat untuk menerima segala pembelajaran dalam rangka peningkatan ekonomi (Dedi Sufriadi dan Zakaria, 2021). Wanita dan generasi muda memiliki potensi besar dalam proses pemberdayaan dan peningkatan ekonomi masyarakat. Hal ini juga terlihat dalam program ABDIMAS yang dilakukan Tim Teknik Fisika Universitas Telkom. Mayoritas warga yang mengikuti ABDIMAS adalah wanita. Hal ini disebabkan posisi wanita yang lebih sering menggunakan sabun dalam melaksanakan tugas rumah tangga (Narmaditya, 2020). Berbagai koperasi sering sekali kepengurusannya dipegang oleh kaum wanita (Semaun, 2018). Wanita juga memiliki keunggulan biologis ilmiah dan sosial yang berguna ketika memasarkan produk sabun (Mustam, 2017). Remaja juga dapat menjadi sasaran ABDIMAS karena masih dalam masa perkembangan pola pikir, fisik dan kreativitas (Azmi, 2015). Anak muda dari Karang Taruna bisa dengan cepat memahami pembelajaran pelatihan yang diberikan meskipun kebanyakan remaja memiliki minat rendah ke hal yang positif (Detta Rahmawan, Jimi N Mahameruaji, Preciosa Alnashava, J, 2018).

ABDIMAS Universitas Telkom di tahun 2021 berfokus pada pembuatan fasilitas tempat cuci tangan umum dan memberikan pelatihan membuat sabun cair dalam upaya menjaga kesehatan dan kebersihan sebagai pencegahan penyakit akibat dampak dari COVID-19 (Memoria Rosi, Ismudiati Puri Handayani, Hertiana Bethaningtyas, 2021). Kegiatan ini kemudian ditindaklanjuti dengan harapan sabun yang dihasilkan masyarakat tidak hanya untuk keperluan pribadi tetapi bisa dipasarkan. Di tahun 2022 telah melakukan uji laboratorium dan berkonsultasi dengan Dinas Kesehatan dan POM untuk proses pembuatan sabun cuci piring serta kemasan yang digunakan (Memoria Rosi, Ismudiati Puri Handayani, Hertiana Bethaningtyas, 2022).

Hasil jajak pendapat dari konsumen juga menunjukkan sabun yang menarik perhatian memiliki beberapa karakteristik seperti wanginya yang tahan lama, kemampuan berbusa yang besar, kemampuan mengangkat lemak, dan tentu saja, memiliki harga yang terjangkau. Selain itu kemasan juga memainkan peran yang signifikan dalam memikat pembeli terhadap suatu produk (Candraningrat, Yosef Richo Adrianto dan Januar Wibowo, 2018). Studi oleh Masayu Endang Apriyanti (2018) menegaskan bahwa kemasan memiliki pengaruh besar terhadap penjualan produk, baik dalam meningkatkannya maupun menurunkannya (Apriyanti, 2018). Penelitian sebelumnya juga mengidentifikasi pentingnya desain kemasan, unsur-unsur penting dalam kemasan, dan cara membuat kemasan yang menarik di era saat ini (Almira Devita Putri, Berlentina Permatasari dan Emi Suwarni, 2023). Namun, dalam konteks produk dengan pertimbangan harga dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), ada batasan dalam pemilihan bahan kemasan untuk menjaga produk dengan aman.

Selain produk dan kemasan, tantangan yang cukup penting adalah memasarkan produk. Faktor-faktor penting dalam pemasaran, seperti citra merek, konsep promosi melalui iklan, dan strategi promosi penjualan memiliki pengaruh besar terhadap daya tarik pembeli dalam menilai kualitas produk (Sajidah, 2015). Selama tahun 2022, Masyarakat Citeureup telah menghasilkan sekitar 100 L namun masih terkendala pada kemasan dan pemasaran.

Berdasarkan kajian di atas, Tim Teknik Fisika Universitas Telkom melanjutkan program ABDIMAS dengan fokus pada pelatihan menyablon kemasan, peningkatan kualitas produk, dan pemasaran digital agar masyarakat dapat mengembangkan potensi bisnisnya sekaligus meningkatkan kebersihan dan kesehatan dengan sabun yang diproduksi. Teknik pemasaran digital produk UMKM dilakukan melalui sosial media dan *market place* digital, sedangkan kemasan dibuat agar lebih ekonomis dan higienis.

3. METODE PELAKSANAAN (*Materials and Method*)

Metode yang digunakan dalam mengimplementasikan program ABDIMAS meliputi

a. Koordinasi dengan warga dan tokoh masyarakat

Koordinasi dilakukan agar kegiatan yang diadakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat termasuk waktu pelaksanaan disesuaikan dengan ketersediaan waktu yang dimiliki oleh para kader PKK, Karang Taruna dan Pengurus BUMDES.

b. Pelatihan pembuatan kemasan dan pemasaran digital

Pelatihan diikuti oleh Kader PKK, Anggota Karang Taruna, dan Pengurus BUMDES. Narasumber pelatihan adalah Bapak FX Wawan, seorang praktisi pelaku usaha sablon dan Bapak Gerie Pratama, pelaku pemasaran digital di sekitar Desa Citeureup. Pelatihan pembuatan kemasan dengan teknik sablon dilakukan pada tanggal 14 Agustus 2023 dan pelatihan pemasaran digital dilaksanakan pada tanggal 23 Agustus 2023. Jumlah peserta untuk dua kegiatan tersebut 18 orang. Setelah pelatihan, peserta diminta untuk mengisi kuisisioner untuk mengetahui motivasi mereka dalam mengikuti pelatihan

c. Pengujian resep sabun dan pembuatan sabun dengan resep baru.

Pengujian resep dilakukan untuk mengetahui resep terbaik yang dapat diproduksi oleh masyarakat dan harga yang terjangkau oleh masyarakat. Hasil pengujian kemudian diproduksi oleh masyarakat sejak tanggal 23 September 2023.

d. Inisiasi Waroeng Melati dan jajak pendapat produk yang diminati masyarakat

Waroeng Melati dibuat untuk mulai memasarkan produk sabun di platform digital.

Kuisisioner dilakukan secara daring untuk mengetahui produk sabun yang paling diminati

4. HASIL DAN PEMBAHASAN (*Results and Discussion*)

Koordinasi dilakukan dengan melibatkan pengurus BUMDES, Ketua PKK RW 6 dan perwakilan warga RW 6 Desa Citeureup. Koordinasi dilakukan untuk mengevaluasi proses penjualan sabun sebelumnya dan menentukan agenda kegiatan selanjutnya. Dari evaluasi diperoleh informasi bahwa busa dan wangi sabun produk tahun 2022 tidak bertahan lama dan ada kebocoran pada kemasan. Selain itu pemesanan kemasan yang mensyaratkan minimal 1000 bungkus terlalu banyak mengingat produksi masyarakat belum sampai nilai tersebut. Untuk menjawab tantangan tersebut maka diformulasikan kembali resep baru dan

diadakan pelatihan pembuatan kemasan sendiri. Selain itu dari sisi waktu pelaksanaan kegiatan juga perlu disesuaikan dengan kegiatan warga.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan kemasan ditampilkan pada Gambar 1 – 4. Kegiatan meliputi proses desain kemasan hingga mencetak kemasan dengan menggunakan teknik sablon.



Gambar 1. Pembukaan pelatihan pembuatan kemasan



Gambar 2. Pelatihan cara mendesain kemasan\

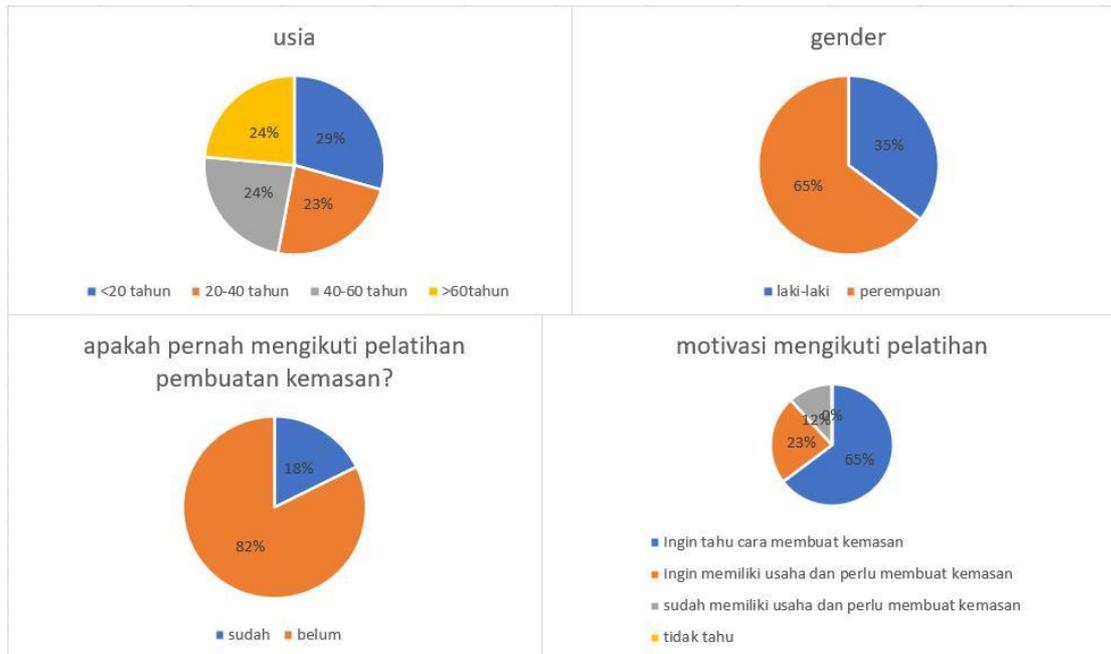


Gambar 3. Praktik menyablon kemasan



Gambar 4. Foto Bersama warga peserta pelatihan pembuatan kemasan

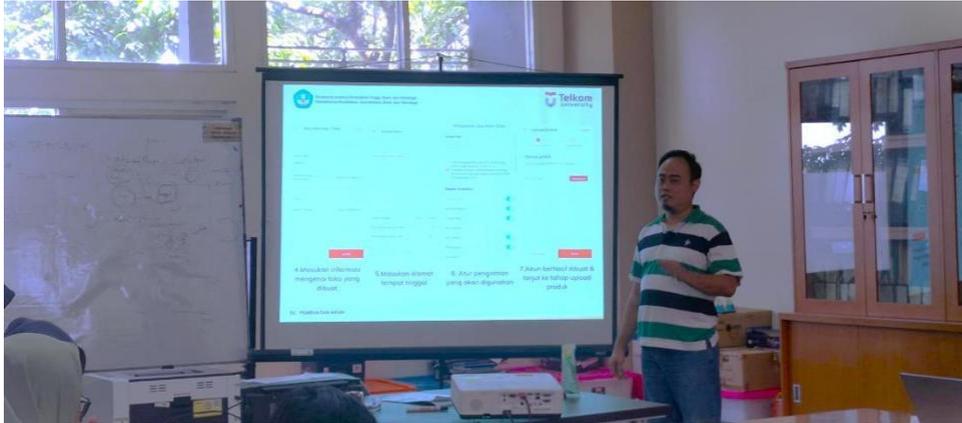
Untuk mengetahui antusiasme warga dalam mengikuti pelatihan, disebarluaskan kuisioner dan hasilnya ditampilkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Hasil kuisioner pelatihan pembuatan kemasan

Hasil kuisioner pelatihan memperlihatkan bahwa usia peserta pelatihan bervariasi. Peserta dengan rentang usia kurang dari 20 tahun memiliki prosentase terbanyak sebesar 29 %, antara 20 – 40 tahun sebanyak 23 %, antara 40 – 60 tahun sebesar 24 %, dan usia lebih dari 60 tahun sebesar 24 %. Kuisioner ini menunjukkan bahwa warga dengan usia produktif di bawah 60 tahun masih memerlukan alternatif pekerjaan untuk meningkatkan perekonomian mereka. Peserta perempuan sebanyak 65 % yang sebagian besar adalah ibu rumah tangga. Namun terdapat juga 35 % peserta laki – laki yang mengikuti pelatihan. Sebesar 82 % peserta belum pernah mengikuti pelatihan pembuatan kemasan ini. Sebanyak 65 % peserta memiliki motivasi ingin tahu cara membuat kemasan. Diantara para peserta terdapat 12 % warga yang sudah memiliki usaha dan perlu membuat kemasan. Sebanyak 23 % ingin memiliki usaha dan merasa perlu membuat kemasan.

Pelatihan pemasaran digital juga dilakukan untuk memperkenalkan aspek-aspek yang perlu diperhatikan termasuk membuat akun, strategi pemasaran, menjawab pertanyaan, dan mengemas produk agar aman hingga ke tangan konsumen. Dokumentasi kegiatan ditampilkan pada Gambar 6 – 9.



Gambar 6. Narasumber sedang memaparkan strategi pemasaran digital



Gambar 7. Peserta sedang mempraktikkan proses pengemasan



Gambar 9. Hasil kuisisioner pelatihan pemasaran digital

Komposisi peserta pelatihan pemasaran digital tidak terlalu berbeda dengan pelatihan pembuatan kemasan. Perbedaan terbesar terlihat dari jumlah peserta yang memiliki usaha dan perlu pemasaran digital sekitar 6 % dan jumlah peserta yang ingin memiliki usaha dan melakukan pemasaran secara digital sekitar 71 %.

Resep pembuatan sabun cuci piring dengan volume 100 mL dan perhitungan harganya ditampilkan pada Tabel 1. Bahan utama adalah texapon yang relative aman. Bahan-bahan penunjang lainnya juga dipilih yang aman bagi kulit dan lingkungan. Biaya produksi 100 mL sabun cuci sebesar Rp 1.515. Harga ini relatif lebih murah dibandingkan dengan harga sabun cuci piring yang dijual secara komersial. Foto produk sabun dalam kemasan 400 mL ditampilkan pada Gambar 10.

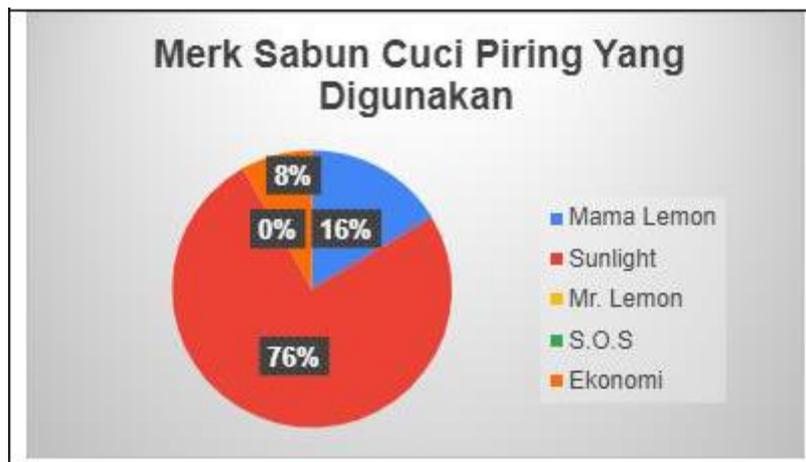
Tabel 1. Komposisi resep sabun cuci piring dan biaya produksi

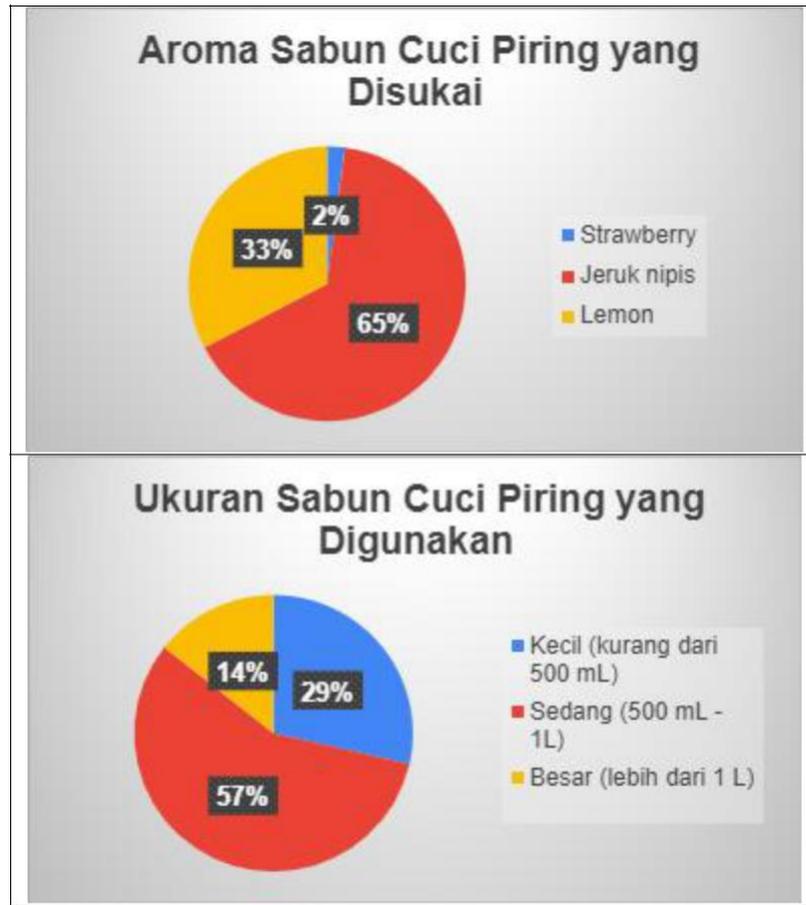
No	Bahan	Komposisi	Harga
1	Texapon	30 g	Rp 840
2	Sodium sulfat	3 g	Rp 24
3	Soda abu	0,2 g	Rp 2
4	LAS	0,5 g	Rp 21
5	sitrun	0,3 g	Rp 12
6	Amphitol	4 ml	Rp 144
7	EDTA	0,2 g	Rp 28
8	Bibit pewangi (jeruk nipis)	1 ml	Rp 60
9	Methanol	1 ml	Rp 16
10	Fixative	0,5 ml	Rp 220
11	NP 10	0,5 ml	Rp 35
12	Dewisil liquid	0,1 ml	Rp 12
13	Pewarna hijau	Sejumput	Rp 100
14	Air	100 ml	Rp 1
Total harga			Rp 1.515



Gambar 10. Produk sabun cuci piring.

Penentuan harga, wangi sabun, dan ukuran kemasan ditentukan dengan mempertimbangkan hasil kuisioner yang ditampilkan pada Gambar 11. Berdasarkan perhitungan biaya produksi dan kemasan, sabun cuci piring dijual dengan harga Rp 9900,00 untuk kemasan 350 mL.

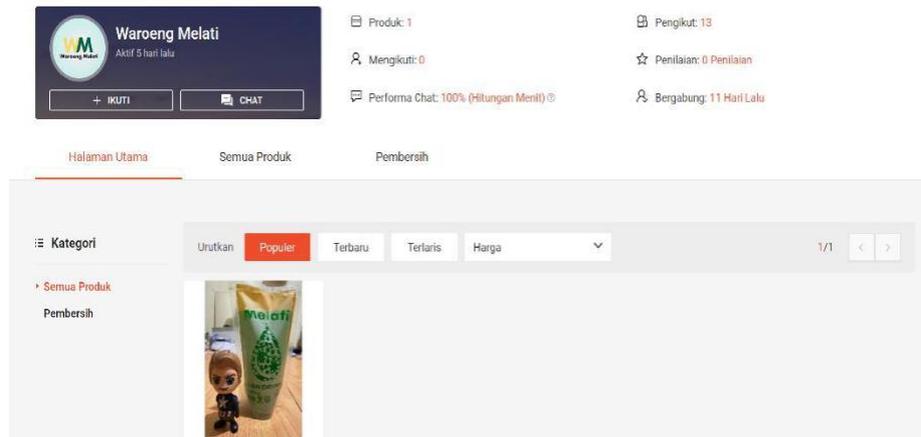




Gambar 11. Hasil kuisisioner pengguna sabun cuci piring.

Untuk memasarkan produk secara daring dimulai dengan membuat akun Waroeng Melati di *market place* dan media sosial. Tampilan Waroeng Melati ditunjukkan pada Gambar 12.





Gambar 12. Tampilan Waroeng Melati di *marketplace* dan media sosial

5. KESIMPULAN (*Conclusions*)

Kegiatan ABDIMAS telah dilaksanakan di RW 6 Desa Citeureup dalam bentuk pelatihan pembuatan kemasan, pelatihan pemasaran digital, pengujian resep sabun, dan produksi sabun dengan formula baru. Masyarakat sasaran antusias mengikuti pelatihan dan termotivasi untuk membuat kemasan sendiri maupun melakukan pemasaran digital. Sabun yang dibuat memiliki harga Rp 9900 untuk kemasan 350 mL, lebih rendah dibandingkan produk sejenis dipasaran. Tahap selanjutnya adalah pendampingan masyarakat agar program dapat berlanjut dan memberi dampak pada peningkatan ekonomi masyarakat.

6. UCAPAN TERIMA KASIH (*Acknowledgement*)

Program ABDIMAS ini dibiayai oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi dengan nomer kontrak induk 130/E5/PG.02.00.PM/2023 dan kontrak turunan 032/SP2H/PPM/B2/LL4/2023, 0005/ABD04/PPM-JPM/2023.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Almira Devita Putri, Berlintina Permatasari dan Emi Suwarni. (2023). Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Daya Jual Produk Umkm Kelurahan Labuhan Dalam Bandarlampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 119-123. Retrieved from <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/JSSTCS/article/view/2658/1145>
- Apriyanti, M. E. (2018). PENTINGNYA KEMASAN TERHADAP PENJUALAN. E-ISSN: 2502-5449, 20. Retrieved from <file:///C:/Users/fariz%20akbar%20kautsar/Downloads/2223-6759-1-PB.pdf>
- Azmi, N. (2015). POTENSI EMOSI REMAJA DAN PENGEMBANGANNYA. *Jurnal Pendidikan Sosial*, 36. Retrieved from <https://journal.ikipgripta.ac.id/sosial/article/view/50/49>
- Candraningrat, Yosef Richo Adrianto dan Januar Wibowo. (2018). Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Kelompok Tani Elok Mekar Sari Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat LPPM Untag Surabaya*, 1-6. Retrieved from <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jpm17/article/view/1162/1008>

- Dedi Sufriadi dan Zakaria. (2021). artsipasi Masyarakat dalam Program Penyediaan Air Minum dan Sanitasi Berbasis Masyarakat (PAMSIMAS) di Kabupaten Aceh Jaya. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 62-72. Retrieved from <http://www.journal.amikindonesia.ac.id/index.php/jpni/article/view/34/30>
- Detta Rahmawan, Jimi N Mahameruaji, Preciosa Alnashava, J. (2018). THE POTENTIAL OF YOUTUBE AS EDUCATIONAL. P-ISSN : 2089-6549 E- ISSN : 2582-2182 , 81. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/295457625.pdf>
- Indiraswari, S. D., Zakaria, F. A., Gultom, A. F., Suparno, S., & Tursini, U. (2023). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Mewujudkan Desa Maju di Era Society 5.0. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 25. Retrieved from <https://journal.actual-insight.com/index.php/jpkm/article/view/1506/1545>
- Narmaditya, B. S. (2020). PEMBERDAYAAN WANITA MELALUI PELUANG USAHA DALAM PENINGKATAN EKONOMI LOKAL. *Jurnal Graha Pengabdian*, 1-8. Retrieved from <http://journal2.um.ac.id/index.php/jgp/article/view/12155/5177>
- Maryani, D. (2019). Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=67nHDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=pemberdayaan+masyarakat&ots=myr65mwbTk&sig=kIm24VGrGDGh1wmebSTI9Rw1uQU&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Memoria Rosi, Ismudiati Puri Handayani, Hertiana Bethaningtyas. (2021). Pelatihan Keterampilan Pembuatan Sabun Cair untuk Penerapan Hidup Bersih dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol.04No.2a*, 30-32. Retrieved from <https://journals.telkomuniversity.ac.id/charity/article/view/4219/1698>
- Memoria Rosi, Ismudiati Puri Handayani, Hertiana Bethaningtyas. (2022). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PRODUKSI SABUN KADER PKK DESA CITEUREUP, KABUPATEN BANDUNG. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol.5 No.2*, 165-170. Retrieved from <https://journals.telkomuniversity.ac.id/charity/article/view/4687/2014>
- Mustam, A. (2017). BUDAYA GENDER DALAM MASYARAKAT PERSPEKTIF TEMPORAL EKOLOGI DAN SOSIAL EKONOMI. *Jurnal Al-Maiyyah*, 186. Retrieved from <http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/almaiyyah/article/view/512/389>
- Sajidah, A. P. (2015). Hubungan antara Terpaan Iklan, Promosi Penjualan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Mandi Antiseptik Lifebuoy. *Jurnal ilmu komunikasi*, 1. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/10301/10006>
- Semaun, S. (2018). EKSISTENSI KOPERASI WANITA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT. *Jurnal Al-Maiyyah*, 189. Retrieved from <http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/almaiyyah/article/view/654/460>
- Sulasih, Agus Suroso, Weni Novandari & Suliyanto. (2022). The role of digital technology in people-centered development: the basic needs approach in the Kampung Marketer Program. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 493-502. Retrieved from <https://www.onlinejournal.unja.ac.id/JES/article/view/15340/13091>
- Yakub Nasucha, Anam Sutopo, Ahmad, Fatmawati, Tina Indri Astuti, Asti Mrihatini. (2021). Penguatan Generasi Cerdas dan Berkarakter bagi Masyarakat Tangen, Sragen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 63. Retrieved from <https://journals.ums.ac.id/index.php/buletinkndik/article/view/14668/6723>