

## **Sosialisasi Konsep Produk dan Siklus Hidup Produk Dalam Upaya Pengembangan Produk Kopi di Dusun Pasirkaliki Desa Genteng, Kecamatan Sukasari, Kabupaten Sumendang, Jawa Barat**

Budi Aprina<sup>1</sup>, Anthon Rudy<sup>2</sup>, Iip Muhlisin<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Teknik Industri, Universitas Pamulang

Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Tangerang Selatan

e-mail: [1dosen00917@unpam.ac.id](mailto:1dosen00917@unpam.ac.id), [2dosen00919@unpam.ac.id](mailto:2dosen00919@unpam.ac.id), [3dosen01937@unpam.ac.id](mailto:3dosen01937@unpam.ac.id)

### ***Abstrak/Abstract***

*Kepuasan pelanggan sangat penting dan itu ditentukan oleh persepsi pelanggan atas kinerja produk atau jasa dalam memenuhi harapannya. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila pelanggan menggunakan produk atau jasa yang mereka butuhkan dan tercapai kepuasannya. Lima hal utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu: kualitas produk, pelayanan, harga, emosional, dan kemudahan mendapatkan produk atau jasa. Untuk menciptakan hal tersebut produsen harus mampu menerapkan konsep produk dalam proses perancangan dan penciptaan produknya. Dengan menerapkan 3 komponen dasar dalam konsep produk maka sudah pasti apa yang akan dibuat bisa memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Dan dalam proses membuat atau menciptakan produk, produsen juga harus mengerti dan memahami waktu yang cocok dan tepat untuk membuat produk baru atau mengembangkan produk yang sudah ada menjadi varian baru. Untuk hal ini produsen harus memahami apa itu siklus hidup produk. Siklus hidup produk ini menganalogikan siklus kehidupan manusia yang mana ada pengenalan, pertumbuhan, kematangan dan kemunduran. Untuk meningkatkan kualitas dan penjualan dari produk UMKM Desa Pasirkaliki, maka masyarakat harus bisa memahami konsep produk dan siklus hidup produk. Dengan demikian maka akan dapat meningkatkan kualitas dan penjualan, sehingga hal ini sudah barang tentu dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Pasirkaliki, Kecamatan Sukasari Kabupaten Sumedang.*

*Kata kunci: Siklus Hidup Produk, Konsep Produk, Kepuasan Pelanggan*

### **1. PENDAHULUAN**

Setiap perusahaan selalu berusaha memberikan kepuasan kepada pelanggannya, karena sama artinya dengan mempertahankan atau meningkatkan usaha dari perusahaan. Dengan memberi kepuasan pelanggan maka pelanggan menjadi loyal bahkan mengajak orang lain untuk menggunakan produk/jasa yang digunakannya. Pada kenyataannya pelanggan memang tidak selalu terpuaskan dengan apa yang telah dilakukan perusahaan, tetapi paling tidak perusahaan telah berusaha untuk melakukan yang terbaik guna memberi kepuasan kepada pelanggannya (Permana, 2013).

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas kinerja produk atau jasa dalam memenuhi harapannya. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila pelanggan menggunakan produk/jasa, hal yang dibutuhkan pelanggan terpenuhi bahkan melebihi harapan. Lima hal utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu: kualitas produk, pelayanan, harga, emosional, dan kemudahan mendapatkan produk atau jasa (Permana, 2013).

Untuk bertahan, berkembang dan bersaing, maka perusahaan harus mampu menjaga kepuasan konsumennya. Berbagai cara untuk menjaga kepuasan konsumen, salah satunya adalah dengan selalu meningkatkan kualitas produk yang dijual, dan selalu memperhatikan dan sebisa mungkin tidak menaikkan harga produk yang dijual (Ifur & Budhi, 2009).

Harga adalah nilai yang menjadi persyaratan bagi pertukaran dalam transaksi pembelian. Harga juga diartikan dengan sesuatu yang dikeluarkan pembeli untuk sebuah produk. Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan organisasi. Harga juga dapat diartikan sebagai jumlah (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan untuk mendapatkan produk (Sutrisno & Haryani, 2017).

Promosi penjualan adalah insentif jangka pendek yang mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa. Promosi bertujuan menarik konsumen agar mencoba produk baru, memancing konsumen meninggalkan produk pesaing, atau membuat konsumen meninggalkan produk yang sudah ada, atau menahan pada konsumen yang loyal (Sutrisno & Haryani, 2017).

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan dalam memuaskan kebutuhan konsumen (Sigit & Soliha, 2017). Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam fungsi, durabilitas, reliabilitas, ketepatan, pengoperasian dan reparasi produk (Sutrisno & Haryani, 2017).

Minat beli konsumen adalah perilaku konsumen yang mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih produk, berdasarkan pengalaman memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau menginginkan produk tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat (Sutrisno & Haryani, 2017).

Nilai tambah yang diperoleh pada kegiatan usaha pengolahan hasil produk terkait dengan faktor teknis dan faktor non teknis (Rahman, 2015). Secara teknis, tingkat teknologi, jumlah bahan baku dan jumlah tenaga kerja yang digunakan akan mempengaruhi besarnya nilai tambah (Hapsari et al., 2008). Unsur non teknis yang juga berpengaruh terhadap besarnya nilai tambah adalah biaya input dan harga output dalam hal ini harga produk olahan perikanan (Nurhayati, 2004).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah saat ini menjadi primadona dimasa pandemik covid 19 maupun saat tidak dimasa pandemic.. UMKM adalah salah satu cara yang sangat baik dalam mencegah kemiskinan. UMKM memiliki kontribusi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, yaitu menyerap lebih dari 99,45% tenaga kerja dan sumbangan terhadap PDB sekitar 30% (Suci, Y. R. 2017). Upaya untuk memajukan dan mengembangkan sektor UMKM akan dapat menyerap lebih banyak lagi tenaga kerja yang ada dan tentu saja akan dapat meningkatkan kesejahteraan para pekerja yang terlibat di dalamnya sehingga dapat mengurangi angka pengangguran. Dan pada akhirnya akan dapat digunakan untuk pengentasan kemiskinan. UMKM sebagai bagian dari perekonomian juga harus lebih meningkatkan daya saing dengan melakukan inovasi. Keunggulan bersaing berbasis inovasi dan kreativitas harus lebih diutamakan karena mempunyai daya tahan dan jangka waktu lebih panjang.

Agar hal ini bisa terjadi maka UMKM harus memiliki daya saing yang cukup agar bisa bertahan didalam persaingan yang ada dengan UMKM yang lainnya. Dalam proses daya saing ini didalamnya UMKM juga harus memiliki inovasi-inovasi terhadap produk yang dihasilkan, kenapa? Karena bisa saja ada UMKM yang memiliki produk yang sejenis. Hal ini memungkinkan terjadi persaingan untuk mendapatkan kepercayaan lebih dari konsumen. Selain harus memiliki inovasi-inovasi untuk meningkatkan daya saing produk. Dalam proses pembuatan produk juga harus memiliki perencanaan dan perancangan produk yang baik.

Baik dalam arti semua tahapan-tahapan proses harus dilalui dengan baik. Dengan proses perencanaan dan perancangan produk yang baik sudah barang tentu produk yang dihasilkan juga akan baik. Baik dalam hal kualitas. Kualitas disini bisa kualitas produk, kualitas proses dan juga kualitas periksa. Kualitas produk itu terjadi karena perencanaan desain produk yang baik.

Produk yang baik bisa terwujud itu karena proses dan pemeriksaan yang juga baik, jadi ketiga hal tersebut saling keterkaitan. Perancangan dan pengembangan produk adalah semua proses yang berhubungan dengan keradaan produk yang meliputi segala aktivitas mulai dari identifikasi keinginan konsumen sampai pabrikasi, penjualan dan pengiriman dari produk. Perancangan dan pengembangan produk menjadi suatu bagian dari proses inovasi yang ada didalam dunia bisnis. Proses perancangan dan pengembangan produk pada hakikatnya merupakan langkah2 strategis yang mempengaruhi segala langkah manajemen yang diambil dan merupakan proses yang sangat kompleks sehingga memerlukan cara berfikir yang komprehensif dengan melibatkan berbagai disiplin ilmu dan dilakukan secara bersama-sama.

Dan kesuksesan suatu usaha itu salah satunya bisa didapat dari kemampuan dalam mengidentifikasi kebutuhan konsumen. Mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen saat ini sangat penting. Dengan mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen akan sangat mudah bagi UMKM untuk dapat menciptakan produk yang benar-benar dibutuhkan. Selain dibutuhkan produk juga dibuat untuk dapat menjelaskan fungsinya untuk membantu dan meringankan kehidupan manusia.

Demikian juga pada UMKM di Desa Pasirkaliki Kecamatan Sukasari Kabupaten Sumedang, banyak potensi yang bisa dikembangkan dari UMKM di Desa Pasir Kaliki ini. Salah satunya adalah produksi kopi siap seduh dengan merek The Kop\_i. Ini adalah salah satu produk unggulan UMKM Desa Pasir Kaliki. Tetapi dalam perkembangannya progress penjualan dan juga market dari pasarnya masih terbatas. Sehingga jumlah penjualannya sangat terbatas dan belum dapat meningkatkan perekonomian dari masyarakat setempat. Untuk itu perlu adanya informasi mengenai Konsep Produk dan juga Siklus Hidup Produk, agar hal ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan dari pelaku UMKM Desa Pasirkaliki untuk dapat mengembangkan usahanya dan juga secara umum dapat memberikan peningkatan perekonomian masyarakat Desa Pasirkaliki secara luas.

Berdasarkan latar belakang di atas, tim pengusul pengabdian kepada masyarakat fokus pada memberikan pemaparan materi penerapan nilai tambah produk untuk meningkatkan nilai tambah pada masyarakat Desa Pasirkaliki, Kecamatan Sukasari Kabupaten Sumedang, agar dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan dalam proses pengembangan produk UMKM yang sudah ada agar menjadi lebih meningkat.

## 2. METODE PENGABDIAN

Metode pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan untuk mengatasi permasalahan adalah sebagai berikut (Supriyadi et al., 2020):

- a. Survey
 

Tahap pertama adalah survey dan studi analisis situasi UMKM di Desa Pasir Kaliki. Kegiatan ini meliputi pendataan ada usaha UMKM apa saja yang ada, dan sudah melakukan atau memproduksi apa saja. Pada tahap ini dilakukan oleh Tim Pengabdian PKM untuk membantu analisis kegiatan ini. Dan untuk memecahkan permasalahan atau memberikan solusi tentang peningkatan kualitas produk dan strategi pemasaran.
- b. Penyuluhan
 

Tahap kedua adalah penyuluhan dan sosialisai, materi penyuluhan adalah mengenai KONSEP PRODUK dan SIKLUS HIDUP PRODUK. Tujuan penyuluhan ini adalah memberikan ilmu dan wawasan baru kepada apa saja Konsep Produk dalam proses pembuatan produk baru dan pengembangan produk yang sudah ada, sehingga terbuka pikiran serta tumbuh minat dan motivasi dalam diri mereka untuk berwirausaha. Disamping itu juga diberikan materi tentang prinsip dasar pembuatan ,bertujuan agar mitra mengetahui cara pembuatan. Penyuluhan ini disampaikan dalam bentuk ceramah dan Tanya jawab kepada peserta.
- c. Pelatihan dan pendampingan
 

Tahap ketiga adalah pelatihan dalam proses pemahaman konsep produk dan bagaimana cara penerapannya dalam proses di UMKM Desa Pasir Kaliki.
- d. Prosedur kegiatan
 

Kegiatan pengabdian ini meliputi:

  - 1) Koordinasi dengan mitra, terkait dengan penyusunan jadwal kegiatan;
  - 2) Persiapan penyuluhan dan pelatihan;
  - 3) Penyuluhan tentang wirausaha dan peluang usaha industry kreatif;
  - 4) enyuluhan tentang kegunaan dan sifat-sifat kimia masing-masing bahan yang digunakan;
  - 5) Penyuluhan tentang bahaya masing-masing bahan yang digunakan
  - 6) Penyuluhan tentang prinsip dasar pembuatan produk;
  - 7) Pembinaan pasca kegiatan.
- e. Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah partisipasi aktif, dari mulai perencanaan kegiatan, penyusunan jadwal penyuluhan dan pelatihan. Partisipasi mitra akan dievaluasi. Evaluasi akan dilaksanakan selama dan setelah pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan. Selama pelaksanaan kegiatan dilakukan evaluasi dengan metode pengamatan langsung oleh Tim Pengabdian. Sedangkan setelah pelaksanaan kegiatan dilakukan evaluasi dengan metode pengamatan terhadap hasil kegiatan dan metode angket. Kriteria evaluasi meliputi kesadaran dan antusiasme peserta penyuluhan dan pelatihan dalam mengikuti kegiatan serta tingkat kemahiran peserta dalam mempraktekkan sendiri mengenai pembuatan detergent cair yang telah diajarkan. Kegiatan pengabdian ini dilakukan di Desa Pasirkaliki Kecamatan Sukasari Kabupaten Sumedang

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### a. Hasil

Kegiatan yang dilakukan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat Desa Pasirkaliki Kecamatan Sukasari Kabupaten Sumedang antara lain :

1) Koordinasi dengan pihak terkait di Desa Pasirkaliki. Tim PKM dan pihak terkait melakukan pertemuan dan membicarakan apa-apa yang dibutuhkan oleh warga untuk meningkatkan wawawasan dan perekonomian, juga lokasi dan waktu pelaksanaan PKM.

2) Persiapan Penyuluhan dan Pelatihan

Persiapan pengabdian yang akan dilakukan adalah dengan menyiapkan bahan presentasi yang akan dipresentasikan kepada warga tentang apa itu konsep produk dan siklus hidup produk.

3) Pelaksanaan Penyuluhan.

Pelaksanaan sosialisasi dan penyuluhan dilaksanakan di Balai Desa Pasirkaliki Kecamatan Sukasari Kabupaten Sumedang. Dilaksanakan pada tanggal 10 s.d 11 Juni 2022 mulai pukul 09.00 s.d 12.00 setiap harinya. Materi yang disampaikan adalah mengenai Perencanaan dan Perancangan Produk dengan detail materi Konsep Produk dan Siklus Hidup Produk.



**Gambar 1.** Pemaparan Materi

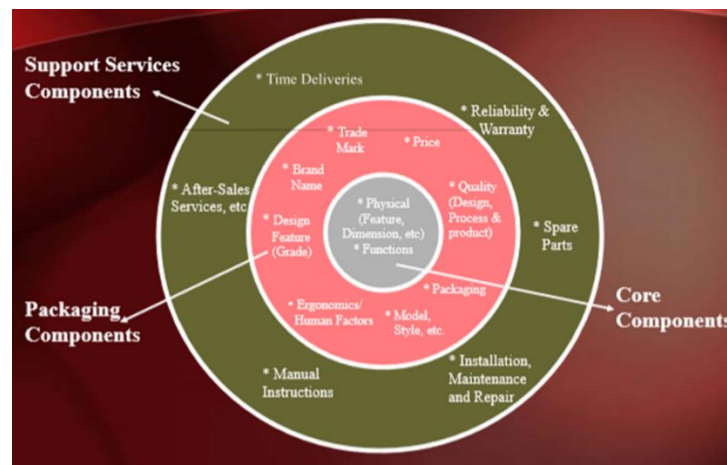


**Gambar 2.** Partisipasi Warga

b. Pembahasan

1) Pengertian Konsep Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:266), Produk merupakan sabagai segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisis, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Sedangkan untuk Konsep Produk adalah salah satu filosofi pemasaran yang menekankan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang menawarkan kualitas, kinerja dan fitur terbaik. Konsep produk ini terbagi menjadi 3 bagian



**Gambar 3.** Konsep Produk

- a) *Core Component*  
*Core Component* ini terdiri dari Fisik & Dimensi
  - b) *Packaging Component*  
*Packaging Component* terdiri dari, Harga, Kualitas desain, proses dan produk, kemasan, model, faktor ergonomi produk, fitur, *brand*/nama, dan terakhir adalah *trade mark*
  - c) *Support Services Component*  
*Support Services Component* adalah komponen yang terakhir dari 3 konsep produk yang berisi Ketahanan dan garansi, *spare part*, cara perbaikan, manual instalasi, pelayanan purna jual, dan waktu pengiriman (lamanya waktu barang sampai ketangan konsumen).
- 2) Tujuan dari pelaksanaan Konsep Produk dalam perencanaan dan perancangan produk ini adalah
- a) Tujuan finansila (keuntungan)
  - b) Petumbuhan penjualan
  - c) Respon terhadap persaingan

- d) Keunggulan Kapasitas
- e) Siklus Hidup Produk
- f) Respon terhadap perubahan lingkungan

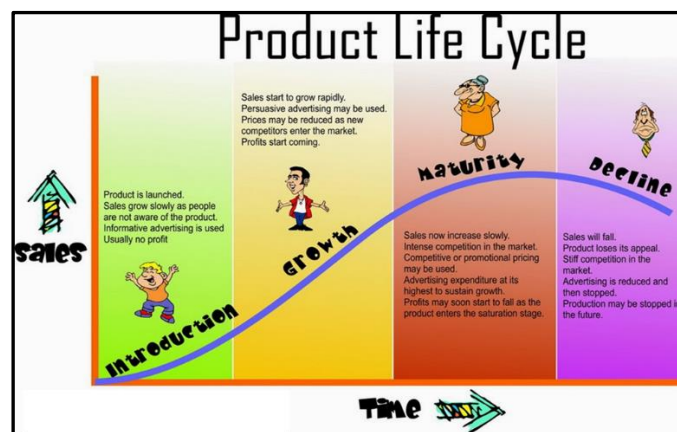


**Gambar 4.** Tujuan Konsep Produk

Selain itu setiap kita semua akan membuat suatu produk, maka kita harus memahami 3 konsep produk agar;

- a) Agar kita mempersiapkan produk yang akan kita produksi dengan baik, baik untuk konsumen, dan juga baik untuk perusahaan. Dalam arti bisa diproduksi sesuai dengan kapasitas kemampuan perusahaan.
  - b) Agar dalam prosesnya bisa ditemukan keunggulan dan juga kelemahan yang mana bisa diperbaiki.
  - c) Agar bisa menang dalam persaingan dengan produk sejenis yang diproduksi oleh kompetitor kita.
3. Siklus Hidup Produk

Siklus hidup produk adalah pembagian tahap perkembangan suatu produk. Konsep ini diambil dengan menganalogikan produk dengan manusia.



**Gambar 5.** Siklus Hidup Produk

Siklus hidup produk ini berguna bagi produsen untuk merencanakan pembuatan produk baru atau varian baru. Juga waktu yang ideal untuk merancang produk baru atau varian baru pada tahap pertumbuhan.

- 4. Karakteristik Pengembangan Produk yang Sukses antara lain
  - a. Kualitas Produk
  - b. Biaya Produk (harga produk)
  - c. Waktu Pengembangan Produk

- d. Biaya Pengembangan
- e. Kemampuan Pengembangan (Kapasitas)
- 5. Cara Mendapatkan Ide untuk Pengembangan Produk yang Didasarkan pada Keinginan Konsumen
  - a. Perhatikan konsumen untuk mendapatkan peluang
  - b. Peningkatan performance need/quality
  - c. Menghilangkan trade-off pada kunci produk
  - d. Meningkatkan kualifikasi produk dimana pesaing lemah
  - e. Melihat keunggulan pesaing

**Evaluasi Pengabdian Kepada Masyarakat**

Peserta PKM bisa menanggapi instrumen kuesioner tersebut dengan memilih menggunakan skala likert 1 s/d 5 (Sangat Tidak Paham s/d Sangat Paham). Berikut merupakan hasil evaluasi terkait pelaksanaan PKM yang sudah dilaksanakan

- 1. Materi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik

**Tabel 1** Hasil kuesioner Tanggapan Peserta PKM

Instrumen kuesioner	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Materi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik	0	0	1	4	16
Penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan kami	0	0	0	1	20
Perlu diadakan pelatihan yang berkesinambungan	0	0	1	1	19

(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

Dari data tanggapan peserta PKM pada table 1 di atas bisa disimpulkan bahwa dari keseluruhan peserta yang memberikan tanggapan, ada sekitar 76% menjawab sangat setuju, 19% menjawab setuju dan 5% menjawab cukup setuju bahwa materi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik oleh peserta pengabdian kepada Masyarakat.



(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

**Gambar 6.** Diagram survei pemahaman peserta pengabdian

- 2. Penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan kami

Kemudian untuk instrument kuesioner kedua yaitu kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta, ada sekitar 5% setuju dan 95% sangat setuju bahwa Penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta PKM



(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

**Gambar 7.** Diagram survei kesesuaian kebutuhan penyuluhan

### 3. Perlu diadakan pelatihan yang berkesinambungan

Pada instrument kuesioner ketiga, ada sekitar 5% yang cukup setuju, 5% setuju dan 90% sangat setuju bahwa perlu diadakan pelatihan yang berkelanjutan



(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

**Gambar 8.** Diagram survei Pelatihan Berkesinambungan

## 4. SIMPULAN

Dalam proses merancang produk, sangat penting sekali menerapkan 3 hal yang terdapat pada konsep produk. Juga para pelaku UMKM di Desa Pasirkaliki harus paham dan mengerti kapan waktu ideal dalam melaksanakan atau akan membuat produk baru atau pengembangan. Dan bagaimana mengambil peluang dari kebutuhan konsumen. Ini bisa dilihat dari cara mendapatkan ide dari konsumen. Dengan demikian maka karakteristik dari pengembangan produk yang baik akan terwujud sehingga pengembangan produk kopi yang dikembangkan oleh UMKM Desa Pasirkaliki akan berjalan sesuai dengan yang diharapkan dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

## 5. SARAN

Hasil dari pengabdian kepada masyarakat di Desa Pasir Kaliki Kecamatan Sukasari Kabupaten Sumedang mendapatkan tanggapan yang baik dari masyarakat sekitar, dan mereka berharap agar kegiatan seperti ini bisa dilakukan berkesinambungan dengan materi-materi yang berbeda.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada masyarakat dan pemangku jabatan dari Desa Pasirkaliki Kecamatan Sukasari Kabupaten Sumedang atas antusias dalam pelaksanaan pengabdian ini. Serta tidak lupa ucapan terima kasih juga kepada rekan-rekan dosen dan



mahasiswa Teknik Industri Universitas Pamulang sehingga pengabdian kepada masyarakat kali ini bisa terlaksana dengan baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aprina, B. (2019). ANALISA OVERALL RESOURCE EFFECTIVENESS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DAN OPERATIONAL EXCELLENCE. *JITMI (Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri)*, 2(1), 1-10.
- Aprina, B., Rudy, A., & Supriyadi, E. (2021). Penerapan Nilai Tambah Produk Berdasarkan Level Pohon Industri Untuk Peningkatan Pendapatan Di Masa Pandemi Di Desa Pasir Ampo Kecamatan Kresek. *ADIBRATA Jurnal*, 3(1).
- Aprina, B., & Ruspindi, R. (2021). DESIGN OF FINISHED GOODS INSPECTION ACCELERATION WITH QCC METHOD AND SEVEN TOOLS TO INCREASE PRODUCTIVITY. *SINTEK JURNAL: Jurnal Ilmiah Teknik Mesin*, 15(1), 43-50.
- Briyanto, B., Arnelli, A., & Suseno, A. (2010). Detergensi Natrium Dodesilbenzen Sulfonat dengan Penambahan Natrium Tripolifosfat dan Variasi pH. *Jurnal Kimia Sains Dan Aplikasi*, 13 (1), 8–11. <https://doi.org/10.14710/jksa.13.1.8-11>
- Hunaepi, H., Samsuri, T., Firdaus, L., Mirawati, B., Ahmadi, A., Muhali, M., Asy'ari, M., & Azmi, I. (2017). Pemberdayaan Ibu-Ibu Pkk Melalui Pelatihan Produksi. *Lambung Inovasi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat IKIP Mataram*, 2(1), 65–67.
- Kiswandono, A. A. (2020). Pelatihan Dan Pendampingan Home Industri Kelompok Pkk Desa Fajar Baru: Pembuatan Detergen Cair. *Sakai Sambayan Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4 (1), 72. <https://doi.org/10.23960/jss.v4i1.151>
- Kiswnadono, A. A., Akmal, J., Lampung, B., Mesin, J. T., Teknik, F., Lampung, U., & Lampung, B. (2020). WORKSHOP PENINGKATAN KEMAMPUAN PEMBUATAN DETERGEN CAIR Kata kunci — Fajar Baru , Home industry , PKK. 3, 12–17.
- Pkk, P. I., Rw, D. I., Desa, D. A. N., & Wetan, C. (2019). PELATIHAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA PEMBUATAN SABUN CAIR Keberdayaan perempuan di bidang ekonomi adalah salah satu indikator meningkatnya Saat perempuan menjadi kaum terdidik , mempunyai hak-hak kepemilikan , dan bebas untuk bekerja di luar rumah serta mempuny. 3(1), 276–280.
- Ruspindi, R., & Aprina, B. (2021). PENERAPAN VALUE ENGINEERING DAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS UMKM DI RW 06 KAMPUNG BARU, KELURAHAN JELUPANG, KECAMATAN SERPONG UTARA, TANGERANG SELATAN. *Pro Bono Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(01).
- Suleman, A. R., Ahdiyati, M., Nainggolan, L. E., Rahmadana, M. F., Syafii, A., Susanti, E., Supitriyani, & Siregar, R. T. (2020). *Ekonomi Makro*. [www.kitamenulis.id](http://www.kitamenulis.id)
- Supriyadi, E., Dewanti, R. N., Sofyan, S., & Kurniasih, N. (2020). Penyuluhan Dan Dan Pelatihan Pembuatan Sabun Cuci Piring Di Perumahan Griya Serpong Asri Cisauk Kota Tangerang Selatan . 1(September), 1–6.
- VH, E. S., & Susilowati, E. (2016). Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK Melalui Pelatihan dan Pendampingan Produksi sabun dan Deterjen. *Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat*, 4 (2), 87–96.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *Cano Ekonomos*, 6(1), 51-58.