

Strategi Pemasaran dan Rekayasa Rantai Pasok sebagai Pilar Technopreneurship Produk Kebersihan Rumah Tangga

Fredy Dwi Ibnu Saputra¹, Pujiman²

^{1,2}Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Industri, Universitas Pamulang

Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia 15417

¹dosen00923@unpam.ac.id, ²dosen01643@unpam.ac.id

Abstrak

Peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat perkotaan dan semi-perkotaan merupakan salah satu strategi fundamental dalam mendukung pembangunan nasional yang berkelanjutan. Kelurahan Buaran, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan, menghadapi tantangan berupa keterbatasan akses terhadap produk kebersihan rumah tangga yang berkualitas dengan harga terjangkau, serta rendahnya kapasitas pelaku usaha lokal dalam mengelola pemasaran dan rantai pasok. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan memberikan solusi nyata melalui pelatihan produksi, pengemasan higienis, strategi pemasaran digital, dan rekayasa rantai pasok berbasis potensi lokal. Pendekatan holistik yang diterapkan mengintegrasikan knowledge transfer dan skill upskilling sehingga masyarakat tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman manajerial yang relevan dengan kebutuhan pasar modern. Mitra utama program ini adalah pelaku UMKM dan keluarga produktif di Kelurahan Buaran yang memiliki modal sosial berupa semangat gotong royong. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan produk sabun cuci piring, detergent, dan pewangi pakaian dengan kualitas baik, serta mulai memahami pentingnya branding dan pemasaran digital. Inisiatif ini diharapkan mampu menciptakan unit usaha mandiri, memperkuat daya saing produk lokal, dan mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) melalui pemberdayaan masyarakat berbasis potensi daerah.

Kata Kunci: *Pengabdian Kepada Masyarakat, Technopreneurship, Produk Kebersihan Rumah Tangga, Pemasaran Digital, Rantai Pasok.*

1. PENDAHULUAN

Peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat perkotaan maupun semi-perkotaan merupakan salah satu strategi penting dalam mendukung pembangunan nasional yang berkelanjutan. Dalam konteks era disrupsi teknologi dan globalisasi, kemandirian ekonomi masyarakat tidak dapat hanya bertumpu pada modal finansial semata, melainkan harus dibangun melalui transfer pengetahuan, penguatan kapasitas manajerial, serta pemanfaatan teknologi digital yang relevan dengan kebutuhan lokal. Hal ini sejalan dengan pandangan Drucker (1985) dan Kuratko (2016) yang menekankan bahwa kewirausahaan modern menuntut integrasi antara kreativitas, inovasi, dan kemampuan adaptasi terhadap dinamika pasar.

Kelurahan Buaran, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha berbasis kebutuhan rumah tangga, khususnya produk kebersihan seperti sabun cuci piring, detergent, dan pewangi pakaian. Namun, realitas di lapangan menunjukkan adanya tantangan serius: keterbatasan akses terhadap produk berkualitas dengan harga terjangkau, rendahnya kapasitas pelaku usaha lokal dalam mengelola pemasaran, serta rantai pasok yang belum efisien. Kondisi ini menyebabkan usaha kecil kesulitan bersaing dengan merek besar yang telah mendominasi pasar.

Dalam kerangka inilah, program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) hadir sebagai solusi strategis melalui pengembangan technopreneurship berbasis masyarakat. Program ini tidak hanya berfokus pada pelatihan produksi dan pengemasan higienis, tetapi juga memperkenalkan strategi pemasaran digital, branding produk lokal, serta rekayasa rantai pasok yang lebih efisien. Pendekatan ini selaras dengan gagasan Schumpeter (1934) mengenai

kewirausahaan sebagai motor penggerak pembangunan ekonomi, di mana inovasi dan efisiensi distribusi menjadi faktor penentu daya saing.

Mitra utama dalam program ini adalah kelompok masyarakat Kelurahan Buaran yang sebagian besar terdiri dari pelaku UMKM dan keluarga dengan tingkat pendidikan menengah. Keterbatasan kapasitas formal mereka justru menjadi peluang untuk diarahkan pada kegiatan produktif berbasis kebutuhan sehari-hari. Dengan dukungan perguruan tinggi, mahasiswa, dan dosen, masyarakat diharapkan mampu membangun usaha mandiri yang berdaya saing, sekaligus memperkuat ekosistem kewirausahaan lokal.

Secara keseluruhan, transformasi ekonomi melalui pengembangan produk kebersihan rumah tangga berbasis technopreneurship di Kelurahan Buaran merupakan langkah konkret dalam menjawab tantangan keterbatasan akses pasar dan rendahnya kapasitas manajerial UMKM. Dengan integrasi antara pelatihan teknis, strategi pemasaran digital, dan rekayasa rantai pasok, program ini berpotensi menjadikan Buaran sebagai sentra technopreneurship yang berkelanjutan dan relevan dengan tuntutan pembangunan ekonomi modern.

2. METODE PENGABDIAN

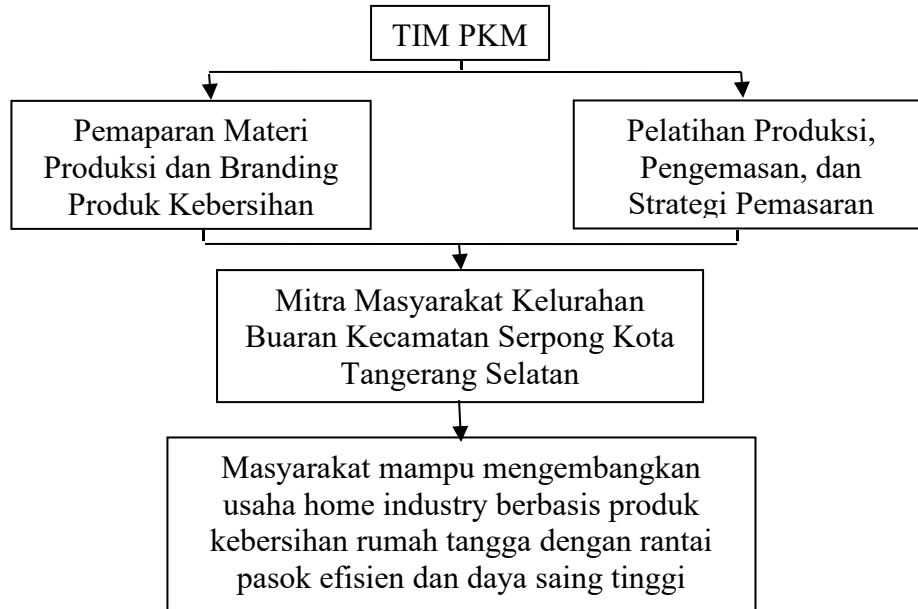
Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “*Strategi Pemasaran dan Rekayasa Rantai Pasok sebagai Pilar Technopreneurship Produk Kebersihan Rumah Tangga*” dirancang secara sistematis untuk memastikan hasil yang optimal. Program ini mengintegrasikan pendekatan teoretis dan praktis guna membekali masyarakat dengan keterampilan produksi, pemasaran digital, serta pengelolaan rantai pasok yang relevan dengan kebutuhan lokal. Pelaksanaan kegiatan dijadwalkan berlangsung selama 3 hari, mulai dari tanggal 25 hingga 27 April 2026, bertempat di Kelurahan Buaran, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan. Program ini melibatkan dosen dan mahasiswa Teknik Industri Universitas Pamulang bersama mitra masyarakat sebagai peserta utama.

Tahapan pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi beberapa fase strategis sebagai berikut:

- a. Tahap Persiapan dan Koordinasi, Fase awal ini mencakup survei lokasi, identifikasi kebutuhan masyarakat, serta koordinasi dengan mitra lokal terkait kesiapan tempat dan peserta. Tim pelaksana menyiapkan modul pelatihan, media presentasi, serta bahan praktik berupa sabun cuci piring, detergent, dan pewangi pakaian. Persiapan ini dilakukan dengan prinsip partisipatif agar program tepat sasaran dan sesuai dengan potensi lokal.
- b. Tahap Edukasi dan Penyuluhan Materi, Pada hari pertama, peserta diberikan pemahaman konseptual mengenai pentingnya technopreneurship berbasis produk kebersihan rumah tangga. Materi meliputi tren konsumen, potensi ekonomi produk rumah tangga, serta urgensi branding dan pemasaran digital. Diskusi interaktif digunakan untuk menggali pengalaman peserta dan mengaitkannya dengan peluang usaha yang relevan.
- c. Tahap Pelatihan dengan Metode Demonstrasi dan Praktik Langsung, Hari kedua difokuskan pada pelatihan teknis produksi. Peserta dibimbing dalam proses formulasi sederhana namun higienis, teknik pencampuran, serta pengemasan produk kebersihan rumah tangga. Metode demonstrasi dan praktik langsung diterapkan agar peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga memiliki keterampilan teknis nyata dalam menghasilkan produk yang sesuai standar.
- d. Tahap Pengemasan dan Strategi Pemasaran, Hari ketiga diarahkan pada penguatan kapasitas pemasaran digital dan rekayasa rantai pasok. Peserta dilatih menggunakan media sosial, marketplace, dan e-commerce untuk memperluas pasar. Selain itu, diperkenalkan strategi distribusi melalui kemitraan dengan toko-toko lokal agar produk dapat menjangkau konsumen secara lebih cepat dan murah. Materi ini menekankan pentingnya efisiensi rantai pasok sebagai faktor daya saing.

- e. Tahap Evaluasi dan Monitoring Berkelanjutan, Rangkaian kegiatan ditutup dengan evaluasi kualitas produk dan strategi pemasaran yang dirancang oleh peserta. Tim PKM melakukan penilaian terhadap keberhasilan transfer pengetahuan serta kesiapan peserta dalam mengimplementasikan usaha mandiri. Monitoring berkelanjutan direncanakan melalui pendampingan mahasiswa dan dosen agar keterampilan yang diperoleh dapat berkembang menjadi usaha berdaya saing tinggi.

Untuk memudahkan pemahaman maka skema pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Skema Pengabdian Kepada Masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Kelurahan Buaran, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan, telah terlaksana sesuai jadwal yang direncanakan, yakni pada tanggal 25 hingga 27 April 2026. Seluruh tahapan kegiatan, mulai dari persiapan koordinasi hingga praktik produksi dan pemasaran digital, berjalan dengan lancar tanpa kendala teknis yang berarti. Hal ini membuktikan bahwa pendekatan holistik melalui *knowledge transfer* dan *skill upskilling* yang dirancang sejak awal (Drucker, 1985; Kuratko, 2016) mampu diimplementasikan secara efektif di lapangan.



Gambar 2. Foto TIM Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan ini berhasil menghadirkan mitra masyarakat yang terdiri dari pelaku UMKM dan keluarga produktif di Kelurahan Buaran. Tingkat kehadiran peserta mencapai lebih dari 90% selama tiga hari berturut-turut, yang menunjukkan motivasi intrinsik yang kuat sebagaimana telah dipetakan dalam analisis kebutuhan masyarakat. Modal sosial berupa semangat gotong royong mempermudah proses pembentukan kelompok kerja saat praktik berlangsung. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengubah status dari konsumen pasif menjadi produsen aktif yang memiliki keterampilan produksi dan pemasaran produk kebersihan rumah tangga.

Penerapan metode demonstrasi yang diikuti dengan praktik langsung terbukti menjadi kunci keberhasilan transfer keterampilan. Peserta mampu mengikuti instruksi teknis terkait formulasi sederhana sabun cuci piring, detergent, dan pewangi pakaian, serta teknik pengemasan higienis dengan baik. Berdasarkan hasil observasi, produk yang dihasilkan oleh peserta telah memenuhi standar tekstur, aroma, dan tampilan kemasan yang diharapkan. Keterampilan ini sejalan dengan teori *technopreneurship* yang menekankan pentingnya inovasi berbasis kebutuhan lokal sebagai strategi kemandirian ekonomi (Anggadwita & Mustafid, 2014).

Hasil dari kegiatan ini tidak hanya berupa peningkatan kapasitas teknis, tetapi juga perubahan pola pikir mitra dalam melihat potensi ekonomi bahan baku lokal. Dengan mengintegrasikan prinsip manajemen pemasaran yang profesional (Kotler & Keller, 2016), peserta mulai memahami pentingnya kemasan estetik, strategi branding, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace untuk memperluas pasar. Diversifikasi pendapatan melalui sektor UMKM berbasis produk kebersihan rumah tangga diharapkan mampu mengurangi kerentanan finansial rumah tangga yang sebelumnya hanya bergantung pada sektor informal. Keberhasilan pelaksanaan ini menjadi fondasi kuat bagi terciptanya unit usaha mandiri yang mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) melalui pemberdayaan masyarakat perkotaan.

a. Proses Pelaksanaan dan Mekanisme Pelatihan

Pelaksanaan program PKM di Kelurahan Buaran dilakukan melalui pendekatan bertahap selama tiga hari intensif. Mekanisme pelaksanaan dibagi menjadi tiga fase utama:

- 1) Fase Persiapan: Koordinasi dengan mitra lokal, survei kebutuhan, dan penyediaan bahan baku serta alat produksi sederhana.
- 2) Fase Edukasi: Pemaparan materi mengenai strategi pemasaran digital, branding produk lokal, serta konsep rantai pasok efisien.
- 3) Fase Pendampingan: Tim pengabdian melakukan pendampingan langsung pada setiap kelompok saat sesi praktik produksi dan simulasi pemasaran.

b. Langkah-Langkah Pelatihan Produksi

Pelatihan teknis dilaksanakan secara sistematis dengan mengikuti alur sebagai berikut:

- 1) Formulasi Produk: Peserta diajarkan cara mencampur bahan baku lokal dengan teknik higienis.
- 2) Pengemasan: Produk dikemas dengan desain modern dan label informatif.
- 3) Branding dan Digital Marketing: Peserta membuat akun marketplace dan media sosial untuk memasarkan produk.
- 4) Simulasi Rantai Pasok: Peserta dilatih menjalin kemitraan dengan toko lokal untuk distribusi cepat dan murah.

c. Bahan-Bahan yang Digunakan

Berdasarkan hasil praktik, seluruh peserta berhasil memproduksi sabun cuci piring, detergent, dan pewangi pakaian dengan kualitas yang baik. Produk dikemas secara higienis dan diberi label sederhana yang menarik. Peserta juga mampu membuat strategi pemasaran digital melalui WhatsApp Group, Instagram, dan marketplace lokal. Evaluasi menunjukkan bahwa keterampilan ini dapat langsung diimplementasikan menjadi usaha mandiri yang berdaya saing.



Gambar 3. Foto Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

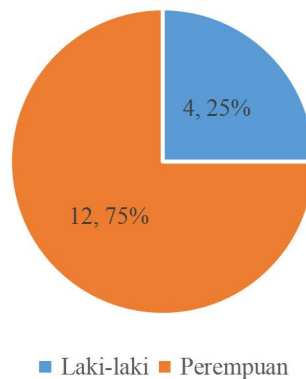
Peserta yang mengikuti penyuluhan berjumlah 16 orang. Kepada para responden tersebut, dilakukan pengisian angket kuesioner mengenai materi yang telah disampaikan. Adapun kategori responden adalah sebagai berikut:

1. Kategori jenis kelamin.

Tabel 1. Kategori Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	4
2	Perempuan	12
Total		16

Jenis Kelamin

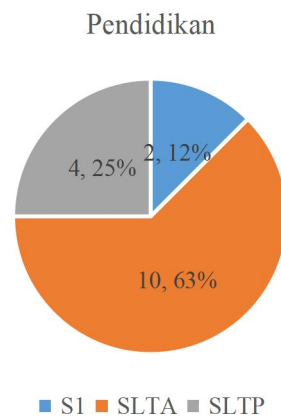


Gambar 4. Grafik Prosentase Kategori Jenis Kelamin

2. Kategori pendidikan

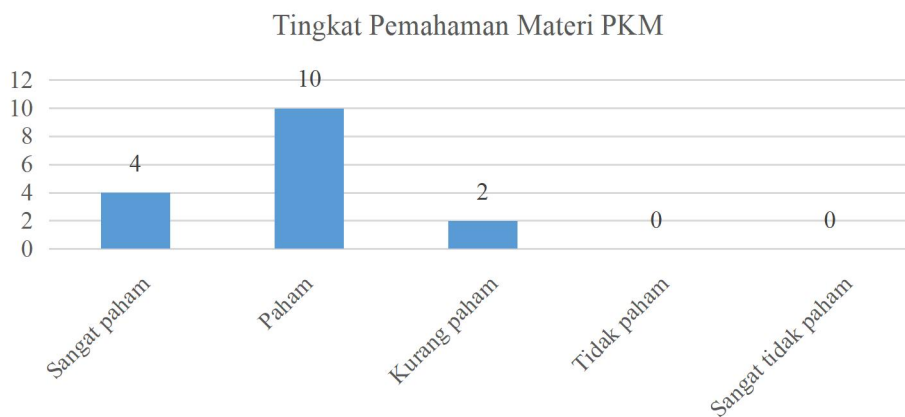
Tabel 2. Kategori Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah
1	S1	2
2	SLTA	10
3	SLTP	4
Total		16



Gambar 5. Grafik Prosentase Kategori Pendidikan

Grafik hasil pengabdian kepada masyarakat di Desa Buaran, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan, dapat dilihat pada Gambar 6 di bawah ini.



Gambar 6. Grafik Tingkat Pemahaman Materi PKM

Berdasarkan grafik tingkat pemahaman materi pengabdian masyarakat di Desa Buaran, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan, dari total 16 responden diperoleh hasil sebagai berikut: 4 responden (25%) menyatakan sangat paham, 10 responden (62,5%) paham, dan 2 responden (12,5%) kurang paham

4. SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Kelurahan Buaran, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan, dapat disimpulkan bahwa:

- Seluruh rangkaian kegiatan yang dilaksanakan selama tiga hari (25–27 April 2026) telah berjalan dengan baik dan sesuai rencana. Pendekatan melalui metode *knowledge transfer* dan praktik langsung (*hands-on*) terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan produksi dan pemasaran peserta.
- Peserta yang terdiri dari pelaku UMKM dan keluarga produktif kini telah mahir dalam memproduksi sabun cuci piring, detergent, dan pewangi pakaian dengan formulasi sederhana namun higienis. Hal ini membuktikan bahwa keterbatasan kapasitas manajerial dapat diatasi melalui pelatihan aplikatif yang terstruktur.
- Program ini berhasil membuka potensi wirausaha mandiri. Dengan penguasaan teknik produksi, pengemasan, serta strategi pemasaran digital, masyarakat Kelurahan Buaran

memiliki peluang nyata untuk melakukan diversifikasi pendapatan keluarga, sehingga mengurangi kerentanan finansial terhadap dominasi merek besar di pasar.

- d. Inisiatif ini tidak hanya memberikan manfaat teknis, tetapi juga memperkuat modal sosial dan mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) di tingkat lokal melalui pemberdayaan masyarakat berbasis potensi sumber daya daerah.

5. SARAN

Beberapa hal yang dapat kami sarankan agar program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Kelurahan Buaran, Kecamatan Serpong, dapat berkelanjutan adalah sebagai berikut:

- a. Diharapkan para peserta tidak berhenti pada tahap pelatihan saja, tetapi mulai memproduksi sabun cuci piring, detergent, dan pewangi pakaian secara konsisten dalam skala rumah tangga. Selain itu, tim pengabdian bersama pemerintah daerah perlu memberikan pendampingan lanjutan terkait pengurusan legalitas usaha, seperti Izin Produk Industri Rumah Tangga (P-IRT), sertifikasi Halal, dan notifikasi BPOM, agar produk memiliki jaminan keamanan serta dapat dipasarkan secara legal di toko ritel maupun platform e-commerce.
- b. Untuk mengoptimalkan modal sosial yang sudah ada, disarankan dibentuk Kelompok Usaha Bersama (KUB) atau koperasi di tingkat kelurahan. Dengan berbasis kelompok, proses pengadaan bahan baku dapat dilakukan secara kolektif dengan harga lebih terjangkau, serta memudahkan pembagian peran antara tim produksi, pengemasan, dan pemasaran.
- c. Mengingat potensi pasar yang luas di era digital, peserta disarankan untuk memanfaatkan platform media sosial (Instagram, TikTok, Facebook) dan marketplace (Shopee, Tokopedia) sebagai saluran penjualan utama. Pembuatan konten kreatif yang menonjolkan keaslian bahan lokal dan konsep ramah lingkungan akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen modern yang peduli pada kesehatan dan keberlanjutan.
- d. Peserta diharapkan terus melakukan inovasi pada formulasi produk, misalnya dengan mencoba bahan alami lain yang tersedia di sekitar Buaran atau mengembangkan varian aroma baru. Diversifikasi produk ke arah sabun cair ramah lingkungan, pewangi berbasis herbal, atau produk pembersih multifungsi dapat dipertimbangkan untuk memperluas portofolio bisnis di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam kelancaran dan keberhasilan program Pengabdian Kepada Masyarakat ini:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM), atas dukungan pendanaan, arahan, dan kesempatan yang diberikan untuk melaksanakan pengabdian ini di Desa Buaran.
2. Pemerintah Desa Buaran, Kecamatan Serpong, khususnya kepada Bapak/Ibu Kepala Desa beserta jajaran perangkat desa yang telah memberikan izin lokasi serta memfasilitasi koordinasi selama kegiatan berlangsung.
3. Para Peserta Pelatihan (Ibu-Ibu Rumah Tangga Desa Buaran), atas partisipasi aktif, antusiasme, dan semangat luar biasa yang ditunjukkan selama proses pelatihan technopreneurship berbasis masyarakat.
4. Rekan-rekan Dosen dan Mahasiswa, yang telah bekerja keras dalam mempersiapkan materi, alat, serta bahan praktik demi tercapainya target *skill upskilling* peserta.
5. Seluruh Pihak terkait yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan moral maupun materiil sehingga program ini dapat memberikan dampak positif bagi kemandirian ekonomi masyarakat desa.

Semoga hasil pengabdian ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi peningkatan kesejahteraan dan pemberdayaan perempuan di Desa Buaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggadwita, G., & Mustafid, Q. Y. (2014). Technopreneurship: A need for radical innovation in Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115, 305–313.
- Blank, S. (2020). *The startup owner's manual*. K&S Ranch.
- Brunswicker, S., & Vanhaverbeke, W. (2015). Open innovation in SMEs: External knowledge sourcing strategies and internal organizational facilitators. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1241–1263.
- Burns, B. L., Barney, J. B., Angus, R. W., & Herrick, H. N. (2016). Enrolling stakeholders under conditions of risk and uncertainty. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 10(1), 97–106.
- Cavallo, A., Ghezzi, A., & Balocco, R. (2019). Entrepreneurial ecosystem research: Present debates and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15, 1291–1321.
- Chachava, A. (2023). 12 books every tech entrepreneur should read. *Entrepreneur Media*.
- Chernev, A., Böckenholt, U., & Goodman, J. (2015). Choice overload: A conceptual review and meta-analysis. *Journal of Consumer Psychology*, 25(2), 333–358.
- Chod, J., Trichakis, N., & Tsoukalas, G. (2019). Supplier diversification under buyer risk. *Management Science*, 65(3), 123–145.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2019). *Supply chain management: Strategy, planning, and operation*. Pearson.
- Christopher, M. (2016). *Logistics & supply chain management*. Pearson Education.
- Darmawati, M., Silooy, R. W., & Radianto, A. J. V. (2025). Social media marketing as a driver of entrepreneurial orientation in early-stage tech startups. *Journal Technopreneurship*, 1(1), 1–7.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.
- Kumar, R., Sindhvani, R., Kumar, R., Singh, P. L., & Davim, J. P. (2025). *Technopreneurship and sustainability: Innovation, challenges, and opportunities*. CRC Press.
- Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice*. Cengage Learning.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2020). *Value proposition design: How to create products and services customers want*. Wiley.
- Ries, E. (2016). *The lean startup*. Crown Business.
- Schwieterman, M., & Welter, C. (2023). Supply chain from start to finish: The implications of supply chain management for entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19, 1947–1964.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Innovation and entrepreneurship*. Wiley.