Pembinaan *Social Media Marketing* Untuk Pembuatan Sabun Cuci Piring Pada Masyarakat Perumahan Graha Mas RW 13 Kelurahan Tanjung Riau Batam

Mesri Silalahi¹⁾, Sri Zetli²⁾, Irene Svinarky³⁾

^{1),2),3)} Universitas Putera Batam, Batam, Indonesia

Corresponding author: Mesri Silalahi, mesripb@gmail.com

Abstrak: Kota Batam merupakan suatu wilayah yang mempunyai potensi serta kemampuan aktual dalam memberikan kontribusi pada kemajuan ekonomi nasional. Beberapa tahun belakangan ini mengalami kemerosotan ekonomi cukup parah, dimana banyak industri elektronika yang mengalami penyusutan, beberapa diantaranya ada yang sudah tutup dan pindah ke negara tetangga, sehingga mengakibatkan ribuan pekerja di-PHK. Melihat kondisi perekonomian Batam saat ini, maka perlu adanya suatu upaya dalam menciptakan industri-industri rumah tangga dengan jumlah modal kecil sekaligus memanfaatkan bahan alami yang ada, maka masyarakat Batam dapat mencukupi berbagai kebutuhan dan bahkan nantinya dapat meningkatkan pendapatan mereka. Salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu menciptakan industri rumah tangga diantaranya membuat sabun cuci piring berbahan dasar alami. Sabun cuci piring dapat dibuat sendiri, dalam pembuatannya tidak memerlukan bahan dan peralatan yang rumit. Proses produksinya juga tidak serumit bila dibandingkan dengan pembuatan sabun pembersih lainnya, sehingga jika sabun cuci piring ini dibuat sendiri maka dapat menghemat biaya pengeluaran rumah tangga, selain itu jika dikembangkan menjadi usaha rumah tangga maka akan dapat meningkatkan pendapatan. Industri rumah tangga dalam pembuatan sabun cuci piring nantinya akan dipasarkan dengan memanfaatkan social media. Sedangkan pada saat ini terkadang masyarakat kurang memahami bagaimana metode yang tepat dalam memanfaatkan social media dalam memasarkan suatu produk. Oleh karena itu kegiatan pengabdian ini memberikan pelatihan bagaimana cara membuat sabun cuci piring berbahan alami serta bagaimana memasarkannya menggunakan sosial media. Kegiatan dilakukan dengan metode ceramah, praktek, studi kasus serta diskusi. Dengan diadakannya kegiatan ini maka peserta mampu membuat sabun cuci piring serta dapat memasarkannya menggunakan sosial media.

Kata Kunci: Social Media, Marketing, Sabun Cuci Piring

Abstract: Batam is an area that has the potential and actual ability to contribute to national economic progress. In recent years, there has been a severe economic downturn, where many electronics industries have experienced a decline, some of which have closed and moved to neighboring countries, resulting in the layoff of thousands of workers. Seeing the current economic condition of Batam, it is necessary to make an effort to create household industries with a small amount of capital while utilizing existing natural materials, so the people of Batam can fulfill various needs and even later increase their income. One effort that can be done is to create a home industry, including making dish soap with natural ingredients. Dish soap can be made by yourself, in its manufacture it does not require complicated materials and equipment. The production process is also less complicated when compared to the manufacture of other cleaning soaps, so if this dishwashing soap is made by yourself it can save

Submitted: 29.9.2020, **Revised:** 28.10.2020, **Accepted:** 29.10.2020

household expenses, besides that if it is developed into a household business it will increase income. The household industry in making dish soap will be marketed using social media. Whereas at this time, sometimes people do not understand how the right method is to use social media in marketing a product. Therefore this service activity provides training on how to make dish soap with natural ingredients and how to market it using social media. Activities carried out by the method of lectures, practice, case studies and discussions. By holding this activity, participants are able to make dish soap and can market it using social media.

Keywords: Social Media, Marketing, Dish Soap

I. Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi di Provinsi Kepulauan Riau mengalami penurunan drastis di tengah pandemi Covid-19. Badan Pusat Statistik Kepri mencatat ekonomi wilayahnya minus 6,66 persen pada triwulan II 2020, padahal pertumbuhan ekonomi nasional minus 5,32 persen (Nurdin, 2020). Salah satu wilayah di Batam yaitu RW 13 merupakan salah satu RW yang berada di Kelurahan Tanjung Riau yang terdiri satu satu kompleks perumahan yang bernama Perumahan Graha Mas dan terbagi menjadi 5 RT yang terdiri dari 1.380 jiwa dengan jumlah ibu-ibu rumah tangga 477 orang. Masyarakat di Perumahan Graha Mas rata-rata memiliki perekonomian menengah kebawah. Berdasarkan informasi yang didapat dari pihak RW bahwasanya Perumahan Graha Mas termasuk dalam kategori rss (Rumah Sangat Sederhana) dengan type rumah rata-rata hanya tipe 30 yang diperuntukan untuk kalangan masyarakat ekonomi menengah kebawah. Dengan melihat kondisi perekonomian masyarakat di Perumahan Graha Mas maka perlu adanya suatu upaya dalam menciptakan industri-industri rumah tangga dengan modal kecil yang sekaligus memanfaatkan bahan alami yang ada, sehingga masyarakat Perumahan Graha Mas dapat mencukupi berbagai kebutuhan dan bahkan nantinya dapat meningkatkan pendapatan mereka. Salah satu upaya tersebut yaitu menciptakan industri rumah tangga pembuatan sabun cuci piring berbahan dasar alami.

Sabun cuci piring digunakan membersihkan berbagai peralatan dari kotoran dan lemak-lemak sisa makanan (Pasir & Hakim, 2014). Saat ini sabun cuci piring merupakan kebutuhan pokok dan keperluan wajib yang harus selalu tersedia di dalam rumah tangga. Terdapat banyak jenis produk sabun cuci piring yang dapat ditemukan di pasaran dengan harga dan merk yang bervariasi, sehingga dapat dikatakan bahwa pengeluaran rutin bagi ibu-ibu rumah tangga Perumahan Graha Mas RW 13 tiap bulannya sebagian dialokasikan untuk pembelian sabun cuci piring. Pada prinsipnya sabun cuci piring dapat dibuat sendiri, dalam pembuatannya tidak memerlukan bahan dan peralatan yang rumit. Untuk proses produksinya juga tidak serumit bila dibandingkan dengan pembuatan sabun pembersih lainnya, sehingga jika sabun cuci piring dibuat sendiri maka akan dapat menghemat biaya pengeluaran rumah tangga, selain itu jika dikembangkan menjadi usaha rumah tangga maka dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di Perumahan Graha Mas RW 13. Sabun cuci piring yang akan dikembangkan menjadi produk industri rumah tangga nantinya akan dipasarkan dengan memanfaatkan sosial media, sedangkan pada saat ini terkadang masyarakat kurang memahami bagaimana metode yang tepat dalam memasarkan produk dengan sosial media. Salah satu sosial media yang sangat banyak digemari khususnya kalangan ibu-ibu adalah facebook ataupun instagram.

Berdasarkan analisis situasi yang telah diuraikan di atas, disimpulkan permasalahan yang dihadapi yaitu, kondisi perekonomian masyarakat di Perumahan Graha Mas yang tergolong rata-rata menengah ke bawah mengakibatkan sulitnya untuk mencukupi berbagai kebutuhan sehari-hari. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang bagaimana metode dalam memanfaatkan sosial media dalam memasarkan sebuah produk sehingga orang lain tertarik dan

berminat untuk melakukan pembelian. Solusi yang ditawarkan untuk membantu warga Perumahan Graha Mas Kelurahan Tanjung Riau Kecamatan Sekupang adalah dengan memberikan pelatihan kepada masyarakat setempat tentang cara pembuatan sabun cuci piring berbahan dasar alami dan cara memanfaatkan soaial media untuk memasarkan sabun cuci piring tersebut. Dengan adanya pembinaan ini diharapkan masyarakat akan membentuk kelompok-kelompok industri rumah tangga untuk ikut membantu dalam mengurangi biaya pengeluaran serta jika dikembangkan akan dapat meningkatkan penghasilan rumah tangga.

II. Metodologi

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di Perumahan Graha Mas Kelurahan Tanjung Riau Kecamatan Sekupang, dilakukan dengan beberapa metode seperti diuraikan di bawah:

1. Metode ceramah
Kegiatan ini dilakukan berupa penyajian tentang teknik pengolahan sabun cuci piring berbahan alami, dijelaskan juga berbagai bahan yang diperlukan beserta fungsinya masing-masing.
2. Metode praktek
Pengabdi melakukan praktek secara langsung dengan kelompok masyarakat dalam pembuatan dan pengolahan sabun cuci piring berbahan alami, tahapan-tahapan yang dilakukan dalam pembuatan sabun cuci piring, serta hal-hal lain yang berhubungan dengan pembuatan sabun cuci piring.
3. Metode tanya jawab
Peserta pengabdian diberi kesempatan untuk mengajukan pertanyaan terkait hal-hal yang kurang dipahami mengenai pembuatan sabun cuci piring.
4. Metode ceramah
Setelah kegiatan pembuatan sabun cuci piring, kegiatan selanjutnya yaitu penyampaian materi *social media marketing*. Peserta dipaparkan berbagai hal bagaimana memasarkan sabun cuci piring yang telah dibuat menggunakan sosial media sehingga orang lain tertarik dengan produk yang ditawarkan.
5. Metode tanya jawab
Untuk memperjelas pemahaman peserta, maka diberikan kesempatan untuk bertanya mengenai materi *social media marketing* yang belum dipahami sehingga peserta benar-benar memahami teknik memasarkan produk melalui sosial media.
6. Metode studi kasus
Pengabdi juga penyajian bukti-bukti kasus terkait *social media marketing* serta praktek pemasaran menggunakan sosial media.
7. Metode diskusi
Untuk lebih memperjelas pemahaman peserta pengabdian maka dilakukan sharing mengenai pengalaman mereka dalam menggunakan *social media marketing* kemudian didiskusikan dari sudut pandang ideal komunikasi.

Agar kegiatan yang dilakukan berjalan dengan sukses dan lancar maka dipersiapkan beberapa peralatan yang dibutuhkan yaitu poster, alat-alat pembuatan sabun cuci piring (blender, saringan, botol dan lain-lain), bahan pembuatan sabun cuci piring (texapon, garam, daun pandan, air dan jeruk nipis), kamera untuk dokumentasi serta satu unit poster pengabdian. Adapun rincian kegiatan yang dilaksanakan yakni:

1. Tahap Persiapan

Tahap ini dilakukan mulai dari pengurusan perizinan, pengajuan surat undangan kepada para peserta pengabdian serta penyiapan peralatan, bahan dan materi untuk praktek dan presentasi.

2. Tahap Pelaksanaan

Proses ini dilakukan dengan dua tahapan, kegiatan yang dilakukan pada pertemuan pertama yaitu pembukaan dan penyampaian materi tentang teknik pengolahan sabun cuci piring berbahan alami, selanjutnya praktek langsung pengolahan sabun cuci piring berbahan alami. Penutup yaitu kegiatan tanya jawab mengenai berbagai hal terkait pelatihan pembuatan sabun cuci piring yang telah dilakukan. Kegiatan yang dilakukan pada pertemuan ke-dua yaitu review cara pengolahan sabun cuci piring berbahan alami, penyampaian materi *social media marketing* dari pembicara menggunakan materi yang di print dan dibagikan ke peserta, kegiatan tanya jawab dari peserta mengenai materi *social media marketing* yang belum difahami, penyajian bukti-bukti kasus terkait *social media marketing* serta sharing peserta mengenai pengalaman mereka dalam menggunakan *social media marketing* kemudian didiskusikan dari sudut pandang ideal komunikasi.

III. Hasil dan Pembahasan

Pembuatan sabun cuci piring merupakan kegiatan yang sederhana, bahan yang dibutuhkan juga mudah diperoleh di lingkungan sekitar. Sabun adalah sebuah produk non-pangan yang sangat penting, dan sangat sering digunakan manusia untuk menjaga diri maupun berbagai benda tetap bersih (Widyasanti et al., 2019). Pada saat ini terdapat banyak jenis sabun yang dapat dipakai dalam kegiatan sehari-hari. Salah satu jenis sabun yang paling sering digunakan yaitu sabun cuci piring, sabun cuci piring selain dapat ditemukan di berbagai swalayan bisa juga dibuat sendiri. Bahan-bahan yang digunakan berasal dari bahan-bahan yang ramah lingkungan, namun kualitas yang dihasilkan juga baik sehingga dapat membersihkan dengan sempurna. Cara sabun cuci piring tergolong mudah tidak rumit sehingga dapat dibuat oleh siapapun.

A. Hasil

Dalam kegiatan ini, pembuatan sabun cuci piring menggunakan beberapa bahan alami selain itu zat kimia juga tetap digunakan sebagai peran pembantu terutama untuk menghasilkan busa sabun. Adapun bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan sabun cuci piring berbahan alami (Amalia et al., 2018) adalah:

- a. Texapon berfungsi sebagai pemberi busa, untuk meningkatkan pencucian yang bersih, sebab tanpa busa kemungkinan besar sabun telah mengendap sebagai sabun kalsium atau sabun tidak larut lainnya.
- b. Garam, berfungsi sebagai pengental. Semakin banyak jumlah garam yang digunakan dalam sabun maka sabun yang dihasilkan akan semakin kental.
- c. Daun Pandan berfungsi sebagai pewarna dan memberikan aroma secara alami.
- d. Jeruk Nipis berfungsi sebagai pembersih lemak, membunuh bakteri, dan menghilangkan bau tidak sedap pada piring.

Cara membuat sabun cuci piring cair (Amalia et al., 2018) adalah sebagai berikut:

- 1) Daun pandan dipotong-potong lalu diblender dengan sedikit air hingga hancur lalu disaring dan diambil airnya saja.

- 2) Masukkan ke dalam baskom lalu tambahkan larutan texapon (20ml) yang nanti dapat mengeluarkan busa yang akan mengikat kotoran.
- 3) Campurkan air (500 ml), garam secukupnya dan perasan jeruk nipis lalu aduk-aduk hingga mengeluarkan busa sebanyak mungkin.
- 4) Masukkan adukan dalam botol dan ditutup rapat.
- 5) Diamkan satu malam agar busa yang dihasilkan mulai turun.
- 6) Setelah satu malam, sabun cuci piring siap untuk dipakai.

B. Pembahasan

Keseluruhan peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian merupakan ibu rumah tangga dimana peserta tersebut terlibat secara interaktif dengan tim pengabdian saat melakukan pelatihan. Berbagai permasalahan dan kendala dikemukakan secara lugas oleh peserta mengenai langkah selanjutnya dalam pembuatan sabun cair dan social media marketing. Para peserta terlihat antusias dalam hal ini mungkin karena sabun yang dihasilkan dapat bermanfaat bagi mereka dan juga aman untuk digunakan. Tim pengabdian menjelaskan secara detail mengenai cara mengaduk bahan sabun, takarannya, dan waktunya sehingga menghasilkan sabun yang sesuai. Bahkan, tim pengabdian juga menyampaikan bahwa jika ada peserta yang memiliki kendala dalam pembelian keperluan dan bahan untuk pembuatan sabun ini, tim pengabdian akan membantu mengarahkan atau membantu membelikan melalui distributor terdekat.

Gambar.1 Cara pembuatan sabun cuci piring

Ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Graha Mas RW 13, Kelurahan Tanjung Riau, Kecamatan Sekupang mengetahui tentang tata cara pembuatan sabun cair. Peserta pengabdian juga merasa puas dengan dilaksanakannya kegiatan pengabdian ini. Setelah berakhirnya kegiatan ini, diharapkan para peserta yaitu ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Graha Mas RW 13, Kelurahan Tanjung Riau, Kecamatan Sekupang berkeinginan dan mau membuat sabun cuci piring sendiri untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain sebagai solusi untuk penghematan, apabila dikembangkan maka akan dapat dijadikan sebagai industri rumah tangga, yang dapat meningkatkan pendapatan dan perekonomian rumah tangga.

Gambar.2 Sabun cuci piring yang sudah jadi dibuat

Kegiatan pengabdian selanjutnya yaitu pemaparan mengenai *social media marketing* kepada para peserta. *Social media marketing* merupakan strategi, teknik dan proses marketing dengan menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan suatu produk atau jasa dan untuk berkomunikasi dengan memanfaatkan komunitas yang jauh lebih besar dibandingkan dengan periklanan tradisional (Mileva & DH Fauzi, 2018). Banyak manfaat yang dapat diperoleh melalui sosial media diantaranya: memungkinkan pengenalan produk dengan cepat, dapat menjangkau wilayah yang lebih luas dan lebih cepat, dapat langsung mengetahui pendapat konsumen dan lain sebagainya. Selain itu mengaplikasikan *social media marketing* juga dapat memudahkan dan menambah value produk, lebih murah dan efisien (Kurniasari & Budiatmo, 2018).

Agar pemanfaatan sosial media dalam pemasaran berhasil maka banyak hal yang harus diperhatikan dimulai dengan perencanaan yang meliputi: target sasaran hal ini bertujuan untuk menentukan sosial media mana yang lebih cocok digunakan, sama halnya dengan pemasaran konvensional, dalam *social media marketing* dituntut untuk mencari relasi sebanyak-banyaknya, langkah ini dapat dilakukan dengan cara aktif di sosial media dan ramah dengan pengguna sosial media yang lain melalui like status atau memberikan komentar untuk status orang lain. Langkah selanjutnya yang sangat perlu diperhatikan yaitu etika dalam bersosial media. Dalam hal ini perlu diperhatikan bahwa informasi yang diposting di sosial media tidak boleh mengandung unsur SARA serta tindakan-tindakan yang merugikan pihak-pihak lain.

Dalam *social media marketing* perlu diperhatikan metode yang tepat sehingga pemasaran dengan cara ini berhasil. Salah satu metode yang dapat digunakan yaitu AIDA (Naryono, 2018). Model AIDA adalah proses dari pengambilan keputusan yang terdiri dari:

a. *Attention* (perhatian)

Bagaimana membuat tulisan atau postingan yang menarik perhatian (*attract attention*) di media sosial.

b. *Interest* (tertarik atau suka)

Bagaimana membangkitkan rasa suka konsumen (*interest*) terhadap produk yang ditawarkan melalui sosial media.

c. *Desire* (berniat/berhasrat)

Bagaimana membujuk pelanggan (*desire*) untuk memiliki produk yang ditawarkan melalui sosial media.

d. *Action* (aksi/memutuskan membeli)

Bagaimana memberikan sebuah tindakan (*action*) yang dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian melalui sosial media

Penerapan metode AIDA saat ini ditambahkan satu unsur yaitu unsur S (*satisfaction*) dimana *satisfaction* atau kepuasan berarti konsumen puas dengan produk kita sehingga akan menjadi pelanggan dan merekomendasikan produk ke orang lain.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, hampir seluruh peserta kegiatan pengabdian sudah menggunakan sosial media bahkan beberapa diantaranya sudah mengimplementasikan *social media marketing* dan sosial media yang digunakan yaitu Facebook. Dibawah ini merupakan salah satu contoh bagaimana salah satu peserta pengabdian telah menggunakan sosial media Facebook untuk pemacaran.

Gambar.3 Contoh social media marketing dengan Facebook

Pada contoh gambar 3, apabila ditelusuri dapat dilihat bahwa konten yang dibuat sudah mengikuti metode AIDA namun pemasaran ini belum dapat dikatakan berhasil. Hal ini dapat dibuktikan dari jumlah pengguna facebook yang memberikan like dan komentar sangat sedikit artinya orang lain sangat tidak tertarik dengan informasi yang ditampilkan dan sangat kecil kemungkinannya ada orang yang membeli produk yang ditawarkan. Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan Pembinaan maka ditemukan permasalahannya adalah bahwa jumlah pertemanan dari pembuat konten ini sangat sedikit. Oleh karena itu solusi yang diberikan yaitu Nora Saragih sebagai pembuat konten harus aktif dalam bersosial media dan harus mulai mencoba ramah terhadap pengguna sosial media yang lain dengan aktif memberikan like dan komen pada postingan orang lain.

Gambar. 4 Penyampaian materi *social media marketing*

IV. Simpulan

Dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan, maka dapat ditarik kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Membuat sabun sebenarnya bukan sesulit yang dibayangkan. Dengan menggunakan bahan dasar alami dan sedikit modifikasi resep akan mendapatkan sabun cuci piring yang diinginkan ibu-ibu rumah tangga peserta pengabdian. Peserta merasa senang mendapatkan informasi tentang tata cara pembuatan sabun cuci piring dan sangat antusias dalam membantu jalannya kegiatan.
2. Dengan adanya pelatihan pembuatan sabun cuci piring, hampir semua peserta sudah memahami proses pembuatannya dan sejauh ini mereka tertarik untuk mencoba lebih lanjut di rumah mereka masing-masing, dimana salah satu manfaat dari pembuatan sabun cuci piring ini adalah melakukan penghematan pengeluaran rumah tangga khususnya konsumsi sabun cuci piring.
3. Dengan adanya kegiatan ini, para ibu rumah tangga menjadi terbuka wawasannya dan termotivasi untuk menjadikan keterampilan yang mereka peroleh sebagai usaha sampingan atau bisnis rumah tangga (*home industry*) dalam meningkatkan perekonomian rumah tangga mereka.
4. Pemanfaatan sosial media oleh para peserta pengabdian untuk memasarkan sabun cuci piring yang dibuat dapat meningkatkan penjualan karena jangkanya sangat luas dan hampir semua kalangan menggunakan sosial media.
5. Penggunaan metode AIDA dalam pemasaran menggunakan sosial media marketing akan meningkatkan minat orang lain untuk melakukan pembelian produk.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada Universitas Putera Batam yang telah mendukung sehingga terlaksananya kegiatan pengabdian ini. Tidak lupa juga diucapkan terimakasih kepada ketua RT dan RW Perumahan Graha Mas RW 13 Kelurahan Tanjung Riau Sekupang yang telah memberikan izin untuk melaksanakan kegiatan, serta ibu-ibu PKK yang sudah berperan aktif mengikuti kegiatan pengabdian.

Daftar Pustaka

- Amalia, R., Paramita, V., Kusumayanti, H., Wahyuningsih, Sembiring, M., & Rani, D. E. (2018). Produksi Sabun Cuci Piring Sebagai Upaya Peningkatkan Efektivitas Dan Peluang Wirausaha. *METANA*, 14(1), 15–18.
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 31. <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22571>
- Mileva, L., & DH Fauzi, A. (2018). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(1), 190–199.
- Naryono, E. (2018). Aida Analysis (Attention, Interest, Desire, Action) Toward Advertising Effectiveness As a Basic Online Shop Marketing Strategy in Sukabumi City. *Jurnal Ekonomedia*, 07(01), 24–34. <https://doi.org/10.31219/osf.io/6v72b>
- Nurdin, A. (2020). *Pertumbuhan Ekonomi Kepulauan Riau Lebih Parah dari Nasional*. www.Liputan6.Com.
- Pasir, S., & Hakim, M. S. (2014). Penyuluhan dan praktik pembuatan sabun cuci piring cair. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 3, 155–158. <http://journal.uin.ac.id/index.php/ajie/article/download/7824/6837>
- Widyasanti, A., Winaya, A. T., & Rosalinda, S. (2019). Pembuatan Sabun Cair Berbahan Baku Minyak Kelapa Putih. *Agrointek*, 13(2), 132–142.
- LPPM. 2016. Panduan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pitera Batam. LPPM UPB Batam.