

Pembuatan Pin Gantungan Kunci untuk Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa

Rahma¹, Ikbal², Sahbuddin Rahmat³, Agus Milani^{4*}, Sapar⁵

^{1,2,3,4*,5} Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Palopo, Kota Palopo, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia.

Corresponding Email: r233844@gmail.com^{4*}

Histori Artikel:

Dikirim 12 Mei 2024; *Diterima dalam bentuk revisi* 17 Mei 2024; *Diterima* 25 Mei 2024; *Diterbitkan* 30 Mei 2024. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Pemanfaatan barang bekas menjadi produk gantungan kunci yang kreatif dan bernilai jual adalah salah satu upaya meningkatkan kreativitas mahasiswa. Program Kreativitas Mahasiswa-Kewirausahaan (PKM-K) bertujuan membangkitkan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha dengan mengolah barang bekas menjadi produk gantungan kunci yang bernilai jual. Gantungan kunci berguna untuk menggantungkan kunci agar tidak mudah hilang. Produk ini juga dapat meningkatkan nilai kreativitas wirausaha, menarik minat konsumen, dan memperluas pasar. Metode pelaksanaan program ini meliputi tahap input, proses (produksi), output, dan evaluasi. Tahap input mencakup survei pasar dan studi kelayakan usaha, sedangkan tahap proses mencakup pembuatan gantungan kunci mulai dari persiapan bahan hingga pemasaran. Evaluasi dilakukan untuk menilai kekurangan produk dan mengidentifikasi area untuk perbaikan. Hasil dari program PKM-K ini adalah bahwa pemanfaatan barang bekas menjadi produk gantungan kunci yang bernilai jual dapat memberikan keterampilan inovatif dan kreatif kepada mahasiswa serta memberikan kesempatan untuk mempraktikkan wirausaha dengan pemahaman konsep yang komprehensif.

Kata Kunci: Produksi; Kreativitas Mahasiswa; Gantungan Kunci; Pemanfaatan Barang Bekas.

Abstract

Utilizing used goods into creative key chain products with selling value is an effort to enhance student creativity. The student-entrepreneurship creativity program (PKM-K) aims to motivate students to become entrepreneurs by processing used goods into marketable key chain products. Key chains are useful for holding keys to prevent them from getting lost. This product also enhances the creative value for entrepreneurs and attracts consumers. The program implementation methods include input, process (production), output, and evaluation. The input stage involves market surveys and feasibility studies, while the process stage involves the production of key chains from material preparation to marketing. The evaluation stage assesses product deficiencies and areas for improvement. The PKM-K program concludes that transforming used goods into marketable key chain products equips students with innovative and creative skills, provides entrepreneurship practice opportunities, and fosters a comprehensive understanding of entrepreneurial concepts.

Keyword: Production; Student Creativity; Keychain; Upcycling.

1. Pendahuluan

Gantungan kunci adalah salah satu jenis suvenir yang paling diminati (Subekti *et al.*, 2020) dengan ukuran dan bentuk yang bervariasi, sehingga mudah dikenal oleh pemiliknya. Gantungan kunci juga merupakan salah satu pernak- pernik yang sangat unik (Pamungkas *et al.*, 2022) dalam pembuatannya. Kreativitas sangat penting untuk dikembangkan karena kreativitas dapat meningkatkan keindahan produk tersebut, pin gantungan kunci juga bisa di jadikan sebagai cinderamata dengan bentuk dan desain yang unik, bernilai edukatif, memiliki nilai jual, menarik dan sederhana (Gunawan *et al.*, 2023).

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang memiliki potensi kreativitas yang tinggi. Namun, kreativitas mahasiswa seringkali tidak tersalurkan dengan baik, Wirausaha bisa di jadikan tujuan yg tepat wirausaha merupakan bidang pekerjaan yang dalam beberapa tahun belakang menunjukkan peningkatan jumlah peminat. Berwirausaha dapat dilakukan dimana saja dengan bantuan teknologi saat ini melalui pemasaran produk secara *online*. Agar usaha yang kita jalani berjalan dengan baik maka diperlukannya inovasi dan keahlian dalam mendesain produk serta memasarkan produk tersebut. (Wardani *et al.*, 2022) mahasiswa termasuk dalam kelompok yang memiliki pola pertumbuhan dan perkembangan yang unik, dimana daya pikir, daya cipta, bahasa dan komunikasi, yang tercakup dalam kecerdasan intelektual (IQ), kecerdasan emosional (EQ), kecerdasan spiritual (SQ), sehingga mereka lebih mudah untuk berkeasi dan menukan banyak inovasi baru. (Noorly Evalina, Rachmad Abduh, 2019). Hal ini sejalan dengan dengan fungsi dan tujuan pendidikan dimana Pendidikan berfungsi untuk mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan bangsa (Rahmatullah *et al.*, 2018), Motivasi dan kesadaran untuk mengembangkan potensi merupakan faktor penghambat utama dalam pengembangan tersebut. Tanpa adanya kesadaran mustahil cita-cita tersebut dapat tercapai (Kalimah & Athori, 2020).

Salah satu peluang untuk memperoleh pendapatan adalah berwirausaha, Melalui kewirausahaan, masalah ekonomi di Indonesia dapat sedikit teratasi, karena masyarakat akan terlibat langsung menjadi pelaku bisnis dan keuntungannya akan dikembalikan lagi ke masyarakat untuk dikembangkan (Cahyani *et al.*, 2022). Namun Kendala yang dihadapi selama ini adalah desain dan kemampuan pengrajin yang terbatas dan tidak bisa menyesuaikan keinginan pasar, sistem pemasaran yang belum baik dan stabil, serta bahan baku yang belum terkendali kualitasnya, dimana hal ini sangat mempengaruhi biaya produksi bagi UMKM (Kusmindari *et al.*, 2019). UMKM merupakan bagian dari industri kreatif, yang merupakan suatu kegiatan usaha yang fokus pada kreasi dan inovasi (Khairani & Pratiwi, 2018).

Pin gantungan kunci merupakan salah satu usah mikro (Wicaksono & Mikro, 2019), yang dapat di jadikan tujuan wirausaha dibuat dengan berbagai macam bahan yang mudah di dapatkan dan teknik pembuatan yang mudah. Pin gantungan kunci menggunakan teknologi canggih yang memungkinkan pembuatan pin dengan kualitas yang lebih baik, proses yang lebih cepat, dan hasil yang lebih konsisten. Teknologi ini menggabungkan prinsip desain grafis digital dengan proses produksi fisik, memungkinkan individu (perorangan) untuk menciptakan pin dengan desain yang kompleks, warna yang beragam, dan detail yang tajam (Gs *et al.*, 2023). Dengan menambahkan strategi marketing yang baik diharapkan mampu meningkatkan penjualan, dikenal di seluruh Indonesia dan meningkatkan jumlah omset yang diperoleh mitra (Afifah *et al.*, 2022). strategi promosi dilakukan dengan membantu responden untuk aktif menggunakan media sosial seperti instagram, facebook, memanfaatkan market place sebagai media penjualan *online* (Media *et al.*, 2020).

Pembuatan stiker gantungan kunci dapat menjadi kegiatan yang menyenangkan dan bermanfaat bagi mahasiswa. Kegiatan ini dapat membantu mahasiswa untuk mengembangkan kreativitas, keterampilan, kepercayaan diri, dan kreatifitas mereka kreatif sendiri memiliki pengertian, yaitu sebuah konsep untuk melakukan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas, pin gantungan kunci merupakan media yang sering digunakan untuk promosi atau pun sebagai buah tangan (souvenir) yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari. pin gantungan kunci selain untuk mengenang tempat, kegiatan atau event pernikahan dapat juga untuk

media promosi di sekolah, kantor dan sebagainya. Pin gantungan kunci merupakan produk yang bisa dijual kepada konsumen serta harus memiliki ciri khas tertentu sehingga menarik pembeli (Sinduningrum *et al.*, 2023).

1.1. Tujuan Kegiatan

Tujuan dari kegiatan ini adalah:

- 1) Mengembangkan kreativitas mahasiswa dalam berwirausaha dengan menciptakan produk gantungan kunci dari barang bekas.
- 2) Mendorong mahasiswa untuk menciptakan peluang usaha baru dan meningkatkan kemampuan berwirausaha.

1.2. Manfaat Kegiatan

Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini antara lain:

- 1) Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengaplikasikan kreativitas mereka dalam mengolah barang bekas menjadi produk bernilai.
- 2) Meningkatkan keterampilan berwirausaha mahasiswa melalui praktik langsung dalam membuat dan memasarkan produk.
- 3) Mendorong kesadaran tentang pentingnya praktik konsumsi berkelanjutan dengan memanfaatkan kembali barang bekas.
- 4) Memperluas wawasan mahasiswa tentang proses produksi dan pemasaran produk serta menghadapi tantangan di dunia bisnis.
- 5) Menambah pendapatan bagi mahasiswa melalui penjualan produk yang dihasilkan.
- 6) Menginspirasi mahasiswa untuk terus mengembangkan ide-ide kreatif mereka dan menciptakan dampak positif dalam masyarakat melalui kewirausahaan.

2. Metode

Kegiatan bertujuan untuk menyasar masyarakat Luwu, terutama di wilayah Kabupaten Luwu dan Kota Palopo, serta para mahasiswa dari Universitas Muhammadiyah Palopo. Dengan fokus pada pemanfaatan barang bekas dan kreativitas mahasiswa, kami berharap dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan potensi lokal dan kreativitas generasi muda. Lokasi Kegiatan dilaksanakan di Kota Palopo, sebuah kota yang menjadi pusat aktivitas ekonomi dan pendidikan di Sulawesi Selatan. Dipilihnya Kota Palopo sebagai lokasi kegiatan karena aksesibilitasnya yang baik serta potensi pasar yang cukup besar. Metode yang Digunakan Dalam pelaksanaan kegiatan usaha ini, kami menerapkan pendekatan berbasis *input*, proses, *output* (produk), dan evaluasi, sebagai berikut:

1) Tahap 1 (*Input*)

Sebelum memulai produksi pin gantungan kunci, kami melakukan beberapa langkah penting, termasuk survei pasar untuk memahami preferensi konsumen lokal, studi kelayakan untuk menilai potensi pasar dan keberlanjutan usaha, serta pemilihan bahan dan persiapan tempat serta sarana dan prasarana produksi. Tahap ini menjadi fondasi awal dalam membangun usaha pin gantungan kunci yang berkelanjutan dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

2) Tahap 2 (*Proses*)

Kegiatan pembuatan pin gantungan kunci dilaksanakan pada bulan Desember 2023. Semua bahan yang dibutuhkan dapat diperoleh di toko terdekat, sedangkan peralatan produksi dapat dengan mudah ditemukan di toko elektronik atau daring. Proses produksi dilakukan dengan cermat dan teliti, dengan memperhatikan kualitas produk dan efisiensi waktu.

3) Tahap 3 (*Output*)

Dalam proses produksi yang dilakukan dalam program kreativitas mahasiswa ini, kami menghasilkan pin gantungan kunci dengan desain yang menarik dan inovatif. Desain-desain yang dibuat mencerminkan keunikan dan kreativitas mahasiswa, sehingga dapat menarik minat

konsumen. Pin gantungan kunci yang dihasilkan merupakan produk yang berkualitas dan sesuai dengan standar keamanan dan kepuasan konsumen.

4) Tahap 4 (Evaluasi)

Pada tahap akhir produksi pin gantungan kunci, dilakukan evaluasi terhadap produk yang dihasilkan. Evaluasi ini dilakukan untuk mengidentifikasi kekurangan-kekurangan produk yang mungkin membuat konsumen tidak puas, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat menghambat pencapaian keuntungan dan perkembangan usaha. Hasil evaluasi digunakan sebagai masukan untuk perbaikan produk dan strategi pemasaran di masa mendatang.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Pelaksanaan Pengabdian

Dalam upaya Tim Pengabdian untuk melihat potensi kreativitas mahasiswa serta memanfaatkan barang bekas secara efektif, Tim telah melakukan serangkaian kegiatan riset dan persiapan untuk memastikan kelancaran dan kesuksesan proyek produksi pin gantungan kunci. Sebelum memulai proses produksi, langkah awal yang diambil adalah memahami pasar dan konsumen. Selanjutnya Tim melakukan survei pasar yang menyeluruh untuk memperoleh wawasan tentang kondisi pasar lokal, minat konsumen, dan tren produk sejenis. Selanjutnya, Tim melakukan studi kelayakan untuk mengevaluasi potensi jangka panjang dari usaha pin gantungan kunci. Analisis ekonomi dilakukan untuk memahami berbagai faktor, termasuk biaya produksi, harga jual yang layak, dan potensi keuntungan di pasar yang bersangkutan. Setelah itu, Tim mempersiapkan segala hal yang diperlukan untuk produksi, mulai dari pemilihan bahan hingga penyediaan peralatan produksi. Langkah persiapan produksi ini melibatkan pemilihan bahan berkualitas tinggi dan ramah lingkungan, serta penyediaan peralatan seperti mesin press pin, laptop dengan perangkat lunak desain, printer, dan lain sebagainya. Adapun langkah-langkah setiap kegiatan tergambar dibawah ini.

3.1.1 *Input*

Sebelum memulai proses produksi pin gantungan kunci, kami melakukan serangkaian kegiatan riset dan persiapan untuk memastikan kelancaran dan kesuksesan proyek ini.

1) Memahami Pasar dan Konsumen

Langkah pertama yang Tim Pengabdian ambil adalah melakukan survei pasar untuk memahami kondisi pasar lokal, minat konsumen, dan tren produk sejenis. Kami melakukan wawancara dan penelitian pasar untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang preferensi konsumen, harga yang bersaing, serta area-area di mana kita dapat membedakan produk kami.

2) Menilai Prospek Usaha

Kami juga melakukan studi kelayakan untuk mengevaluasi potensi jangka panjang dari usaha pin gantungan kunci. Analisis ekonomi dilakukan untuk memahami berbagai faktor, termasuk biaya produksi, harga jual yang layak, dan potensi keuntungan di pasar yang bersangkutan.

3) Persiapan Produksi

Tahap persiapan produksi melibatkan pemilihan bahan dan peralatan yang tepat. Kami memilih bahan-bahan berkualitas tinggi yang ramah lingkungan, seperti bahan daur ulang untuk gantungan kunci. Selain itu, kami juga menyediakan peralatan produksi yang diperlukan, seperti mesin press pin, laptop dengan perangkat lunak desain, printer, gunting, dan bahan-bahan lainnya. Hal ini penting untuk memastikan bahwa proses produksi dapat berjalan lancar dan efisien.

3.1.2 *Proses*

Setelah semua persiapan selesai, kami memulai proses produksi pin gantungan kunci. Berikut adalah langkah-langkah yang kami ambil dalam proses produksi:

- 1) **Penyiapan Mesin Press Pin**
Tim memasang dan mengkalibrasi mesin press pin untuk memastikan pencetakan yang akurat dan konsisten. Setiap komponen mesin diperiksa untuk memastikan bahwa semuanya berfungsi dengan baik sebelum memulai produksi.
- 2) **Pembuatan Desain**
Tim menggunakan perangkat lunak desain untuk membuat berbagai desain gantungan kunci yang menarik dan sesuai dengan preferensi konsumen. Desain-desain ini kemudian dicetak menggunakan printer sesuai dengan ukuran yang telah ditentukan.
- 3) **Pencetakan dan Perakitan**
Setelah desain dicetak, kami memotongnya sesuai pola dan menempatkannya di dalam mesin press pin bersama dengan bahan-bahan lainnya, seperti besi, mika, dan pin. Kemudian, kami melakukan proses press untuk mencetak dan merakit gantungan kunci.
- 4) **Inspeksi Akhir dan Pengemasan**
Setelah selesai, setiap gantungan kunci diperiksa untuk memastikan kualitasnya. Produk yang lolos inspeksi kemudian dikemas dengan rapi untuk dipasarkan. Kami memastikan bahwa setiap produk memiliki label yang jelas dan informasi tentang bahan-bahan yang digunakan dalam produksinya.

3.1.3 Output

Output dari program kreativitas mahasiswa ini adalah berbagai desain gantungan kunci yang menarik dan fungsional. Desain-desain ini mencerminkan keunikan dan kreativitas kami sebagai mahasiswa. Selain itu, kami juga menyediakan opsi untuk menyesuaikan desain sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga meningkatkan daya tarik produk kami di pasaran.



Gambar 1. Hasil Output

3.1.4 Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan setelah proses produksi selesai. Kami meninjau berbagai aspek dari produk kami, termasuk kualitas, biaya produksi, harga jual, dan strategi pemasaran. Evaluasi ini membantu kami untuk mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan agar produk kami dapat lebih berhasil di pasaran. Selain itu, kami juga melakukan survei dan wawancara dengan konsumen untuk mendapatkan umpan balik langsung tentang produk. Berikut adalah dokumentasi pemasaran produk gantungan kunci secara *online* dan *offline*:



Gambar 2. Dokumentasi Penjualan *Online* dan *Offline*

Dokumentasi pemasaran produk gantungan kunci secara *online* dan *offline* guna memastikan bahwa produk kami dapat mencapai target pasar yang lebih luas. Kami menggunakan media sosial, situs web, dan platform e-commerce untuk mempromosikan produk kami kepada konsumen potensial. Selain itu, kami juga bekerja sama dengan toko-toko lokal dan acara pasar untuk memperluas jangkauan pemasaran produk kami.

3.2 Masyarakat Sasaran

Masyarakat sasaran dari proyek produksi pin gantungan kunci kami adalah komunitas lokal di sekitar wilayah Kabupaten Luwu dan Kota Palopo. Kami mengarahkan produk kami kepada masyarakat luas, tanpa batasan usia atau latar belakang tertentu. Hal ini karena pin gantungan kunci adalah produk yang dapat digunakan oleh siapa pun, baik sebagai aksesoris pribadi, hiasan, maupun sebagai hadiah.

3.3 Pembahasan

Proyek produksi pin gantungan kunci bertujuan untuk menggali potensi kreativitas mahasiswa serta memanfaatkan barang bekas secara efektif. Melalui proses riset dan persiapan yang matang, kami berhasil mengidentifikasi kebutuhan pasar dan merumuskan strategi produksi yang tepat. Selain itu, kami juga memastikan bahwa produk kami ramah lingkungan dengan menggunakan bahan daur ulang untuk gantungan kunci. Proses produksi dilakukan dengan cermat dan teliti, dimulai dari pembuatan desain hingga pencetakan dan perakitan produk. Selama proses evaluasi, kami meninjau berbagai aspek dari produk, termasuk kualitas, biaya produksi, harga jual, dan strategi pemasaran. Dengan melakukan evaluasi, Tim Pengabdian dapat mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan agar produk dapat lebih berhasil di pasaran. Selain itu, Tim juga melakukan promosi produk secara *online* dan *offline* untuk memastikan bahwa produk kami dapat mencapai target pasar yang lebih luas.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa-Karsa (PKM-K), Tim Pengabdian berhasil menghasilkan inovasi berupa gantungan kunci yang memiliki manfaat praktis sekaligus dapat digunakan sebagai hiasan. Kegiatan bertujuan untuk mendorong mahasiswa menjadi lebih kreatif dalam mendirikan usaha. Melalui inovasi ini, kami berharap dapat memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar dan lingkungan. Untuk meningkatkan keberlangsungan kegiatan ini, kami memberikan beberapa saran. Pertama, diperlukan inovasi lebih lanjut pada produk gantungan kunci agar memiliki daya tarik yang lebih kuat di pasaran. Ini dapat dilakukan melalui penambahan fitur atau desain yang unik. Kedua, perlu adanya upaya meningkatkan kualitas produk agar lebih

tahan lama dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Hal ini dapat dilakukan dengan memilih bahan-bahan berkualitas dan meningkatkan proses produksi. Terakhir, kami berharap agar proyek ini dapat menjadi peluang kerja bagi orang-orang di sekitar kami. Dengan demikian, kami yakin bahwa proyek ini tidak hanya akan memberikan manfaat bagi kami sebagai mahasiswa, tetapi juga bagi masyarakat luas.

5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih yang sebesar-besarnya kami ucapkan kepada Bapak Dosen yang telah memberikan bimbingan dan dukungan selama proses pembuatan artikel ini di bawah naungan Universitas Muhammadiyah Palopo. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua rekan dan pihak yang telah turut serta dalam proses pembuatan produk ini sehingga tercapainya hasil sesuai dengan yang direncanakan.

6. Daftar Pustaka

- Afifah, Y. N., Putra, B. C., & Ernawati, E. (2022). PKM Kerajinan Tangan Dari Bungkus Kopi Di Desa Gilang Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo. *Among: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 7-12. <https://doi.org/10.51804/ajpm.v4i2.2017>.
- Cahyani, P. D., Karjono, S., Karamoy, P., & Wati, N. H. (2022, November). Pembuatan gantungan kunci dari bahan resin sebagai upaya meningkatkan pendapatan masyarakat di Dusun Kajor Wetan. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* (Vol. 1, No. 1, pp. 235-243).
- Evalina, N., Abduh, R., & Arfis, A. (2019, October). Pembuatan Gantungan Kunci Dari Bahan Resin di Desa Jaharun A. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 251-256).
- Gs, A. D., Sormin, R. K., Siregar, Z. A., Winanjaya, R., & Wanto, A. (2023). Pelatihan Pembuatan Pin Press Digital Bagi Siswa untuk Meningkatkan Keterampilan dan Menumbuhkan Semangat Wirausaha. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 142-152. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i2.1326>.
- Gunawan, S., Jayadi, C., & Setyowati, E. (2023, October). Pengembangan Kreativitas Anak Melalui Kegiatan Pembuatan Gantungan Kunci dari Kain Flanel di Desa Sidorejo. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat* (Vol. 2, No. 01, pp. 143-148). https://doi.org/10.33503/prosiding_pengabmas.v2i01.3429.
- Haryoko, H., & Wicaksono, F. (2019, December). PENGEMBANGAN WEBSITE UNTUK PEMASARAN PADA “FIA SOUVENIR” WEDOMARTANI KECAMATAN NGEMPLAK KABUPATEN SLEMAN. In *PROSIDING SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT* (pp. 433-437).
- Kalimah, S., & Athori, A. (2020). Pelatihan cetak digital sebagai peluang usaha di wisata edukasi kampung tahu kota kediri. *Adimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 62-66. <http://dx.doi.org/10.24269/adi.v4i1.2381>.

- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan omset penjualan melalui diversifikasi produk dan strategi promosi pada umkm kerajinan souvenir khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36-43. <https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.18>
- Kusmindari, C. D., Indriani, P., & Muzakir, A. (2019, September). Pemberdayaan Kerajinan Latex Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. In *Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan* (Vol. 1, No. 1, pp. 711-716).
- Pamungkas, J. A., Martuti, I. R., Luthfi, M., Ardiantoro, T., & Efendi, Z. M. (2022). Strategi Pemasaran Produk Souvenir Gantungan Kunci ke Pasar Nasional Hingga Internasional. In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 2, No. 1, pp. 1312-1312).
- Rahmatullah, T. (2018). Pelatihan Pembuatan Gantungan Kunci dan PIN Bagi Siswa dan Siswi Madrasah Tsanawiyah Ma'arif NU Cijeruk Kabupaten Bogor dalam Mendukung Program Kewirausahaan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 37-44. <https://doi.org/10.30999/jpkm.v8i1.213>.
- Sinduningrum, E., Hilda, A. M., & Rossianiz, A. B. (2023). Pelatihan Design Ganci untuk Meningkatkan Kreativitas dan Mengurangi Pengangguran Kawula Muda. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 1629-1635. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i3.16222>
- Subekti, P., Hafiar, H., & Komariah, K. (2020). Word of Mouth Sebagai Upaya Promosi Batik Sumedang oleh Pengrajin Batik. *Dinamika Kerajinan dan Batik*, 37(1), 371-376. <https://doi.org/10.22322/dkb.V36i1.4149>
- Wardani, S., Mardhiah, A., Rahmawati, C., Sani, R. F., Ningsih, L. J., Nurlaila, N., & Ismaturahmi, I. (2022). Peningkatan Perekonomian Keluarga Melalui Pelatihan Dan Pemasaran Produk Souvenir Berbahan Baku Kain Flanel Secara E-Commerce Bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Vokasi*, 6(3), 212-218. <https://doi.org/10.30811/vokasi.v6i3.3201>