

Regular article

Strategi Pemasaran Produk Inovasi Tinta dari Ekstrak Daun Jambu Biji Menggunakan Analisis SWOT di Kabupaten Sidoarjo

Product Marketing Strategy of Ink Innovation from Guava Leaf Extract Using SWOT Analysis in Sidoarjo Regency

Septine Brillyantina^{a,*}, Dini Nafisatul Mutmainah^a, Rahmat Dhandy^a, Asmunir^a, Sasi Kirana Dipo Maharani^a

^a Agribusiness Management, Sidoarjo Campus, Politeknik Negeri Jember, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Sejarah artikel:
Dikirim 02 Desember 2023
Diterima 08 Desember 2023
Tersedia online 15 Desember 2023

Kata kunci:
Strategi pemasaran
Produk inovasi
Tinta
Ekstrak daun jambu biji

ABSTRAK

Penggunaan spidol sebagai alat tulis ketika kegiatan belajar mengajar sudah sangat lazim. Banyaknya penggunaan tinta isi ulang spidol dikarenakan banyaknya kelas yang menggunakan. Penggunaan spidol isi ulang sudah tentu menimbulkan dampak yang kurang baik bagi kesehatan. Penelitian ini akan menemukan strategi pemasaran terhadap produk inovasi tinta dari ekstrak daun jambu biji yang ramah lingkungan menggunakan analisis SWOT di Kabupaten Sidoarjo, yang terdiri dari kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman dengan mempertimbangkan data primer dan sekunder. Akhirnya hasil penelitian ini akan digunakan untuk menemukan strategi pasar dalam memanfaatkan produk inovasi karena akan mampu bersaing dan mengembangkan produk tinta yang ramah lingkungan di masa depan.

ABSTRACT

The use of markers as stationery when teaching and learning activities are very common. The large number of uses of marker refill ink is due to the large number of classes that use. The use of refillable markers certainly has an adverse impact on health. This research will find marketing strategies for innovative ink products from guava leaf extract that are environmentally friendly using SWOT analysis in Sidoarjo Regency, consisting of strengths, opportunities, weaknesses and threats by considering primary and secondary data. Finally, the results of this research will be used to find market strategies in utilizing innovative products because they will be able to compete and develop environmentally friendly ink products in the future.

ARTICLE INFO

Article history:
Received 01 December 2023
Accepted 07 December 2023
Available online 14 December 2023

Keywords:
Marketing strategy
Innovation products
Ink
Guava leaf extract

© 2023 Journal of Business Management. Published by Indonesia Journal Publisher (ID Publishing). This is an open-access article under the CC BY-SA license (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

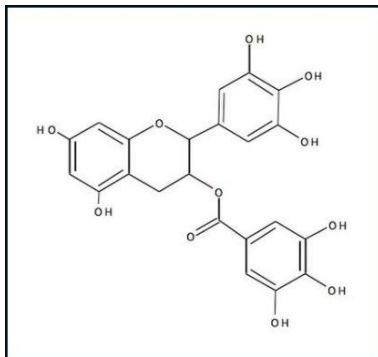
* Corresponding author.
Email address: septine.brillyantina@polije.ac.id (Septine Brillyantina)

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara tropis yang memiliki keanekaragaman tumbuhan yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan manusia, mulai dari tanaman pangan maupun tanaman hortikultura. Salah satu tanaman hortikultura yang memiliki produktivitas tertinggi di Kecamatan Sidoarjo adalah komoditas jambu biji, yaitu sebesar 15.953 kwintal pada tahun 2022 (BPS, 2023). Jambu biji sendiri sering dimanfaatkan sebagai tanaman obat, khususnya pada bagian daun (Sari, 2021). Daun jambu biji sendiri mengandung zat-zat seperti tanin, vitamin, asam psidiat, asam kratogolat, asam ursolat asam oleanolat, asam guajaverin, dan asam ursolat (Widyawati, 2009).

Bisnis produk inovasi di era globalisasi saat ini semakin banyak dikembangkan. Namun terdapat beberapa faktor penghambat khususnya pada pemasaran produk inovasi yang diantaranya yaitu, manajemen yang masih sederhana, kekurangan modal usaha, serta hilangnya konsumen dikarenakan memilih alternatif produsen lain (Lembong, 2023). Penggunaan spidol sebagai alat tulis ketika kegiatan belajar mengajar sudah sangat lazim. Banyaknya konsumsi tinta isi ulang spidol dikarenakan banyaknya kelas yang menggunakan. Penggunaan spidol isi ulang ini sudah tentu menimbulkan dampak yang kurang baik bagi kesehatan. Maka dari itu, penerapan pengelolaan sarana pendukung ramah lingkungan khususnya pada penggunaan tinta isi ulang menjadi alternatif yang perlu dipertimbangkan guna mengurangi dampak negatif bagi kesehatan.

Salah satu senyawa aktif yang terkandung pada jambu biji adalah tanin. Kandungan tanin yang terdapat pada bagian daun jambu biji diketahui sebesar 9 - 12% (Oktiarni, 2012). Herliani (2017) menjelaskan bahwa, tanin merupakan bahan pewarna pada tumbuhan yang juga senyawa organik tidak beracun, ramah lingkungan, larut dalam air, dan tergolong dalam polifenol dimana banyak ditemukan di alam dengan struktur seperti pada Gambar 1 berikut :



Gambar 1. Struktur Tannin (Wahyuni, 2014).

Aplikasi tanin pada industri diantaranya yaitu pada pembuatan tinta, antioksidan, aditif makanan, obat-obatan dan inhibitor korosi (Nnaji, 2013). Berdasarkan permasalahan yang ada, peneliti mencoba memanfaatkan senyawa tanin khususnya pada bagian daun jambu biji sebagai bahan baku dalam pembuatan tinta isi ulang spidol. Ekstraksi tanin dari daun jambu biji dilakukan dengan merebus daun jambu biji dengan menggunakan pelarut air. Waktu ekstraksi daun jambu biji berpengaruh terhadap kualitas tinta isi ulang spidol. Proses ekstraksi yang terlalu lama akan mengakibatkan rusaknya tanin dan jika terlalu singkat kandungan tanin yang didapatkan juga kurang optimal (Sukardi, 2007).

Namun pada aspek pemasaran kondisi yang paling sulit yaitu

dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, khususnya pada produk inovasi tinta isi ulang dari ekstrak daun jambu biji ini. Sofjan (2013) menjelaskan bahwa, strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran serta kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya. Terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah-ubah (Diniaty, 2021).

Salah satu produk inovasi tinta isi ulang yaitu produk tinta *G'Bladereen*. Produk tinta *G'Bladereen* merupakan produk inovasi dari ekstrak daun jambu biji dengan campuran reaksi kimia paku berkarat, cuka, serta senyawa CMC. Ekstraksi daun jambu biji yang berwarna coklat dikombinasikan dengan larutan cuka dan paku berkarat untuk memproses reaksi kimia yang akan merubah warna larutan menjadi hitam pekat. Larutan ekstraksi yang sudah berubah warna, kemudian masuk pada proses pengentalan dengan pencampuran senyawa CMC dengan tujuan agar tinta yang dihasilkan dapat mentransfer warna hitam pekat secara jelas dan tidak transparan.

Strategi pemasaran diperlukan dalam mengenalkan produk tinta *G'Bladereen* dalam bersaing dengan perusahaan lain yang memiliki produk serupa dengan manfaat yang berbeda. Terutama pada aroma yang dihasilkan, dimana produk tinta *G'Bladereen* tidak menghasilkan aroma yang menyengat dan aman bagi kesehatan karena terbuat dari bahan alami yaitu ekstrak daun jambu biji. Hal yang dilakukan untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat yaitu dengan melakukan analisis internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil analisis berupa strategi pemasaran produk inovasi tinta *G'Bladereen* dari ekstrak daun jambu biji, dimana dapat dijadikan sebagai rujukan dalam pengenalan produk tinta *G'Bladereen* pada masyarakat luas.

Metodologi

Penelitian ini dilakukan di UMKM Kabupaten Sidoarjo, selama 3 bulan yaitu pada bulan Juni sampai dengan bulan September tahun 2023. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan khusus bahwa UMKM Kabupaten Sidoarjo perlu melakukan inovasi baru dalam meminimalisir dampak negatif bagi kesehatan masyarakat, yaitu menciptakan alternatif produk tinta isi ulang dari ekstrak daun jambu biji. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data deskriptif yaitu dengan membuat gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai suatu objek (Noor, 2014).

Penentuan responden dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu orang-orang yang dianggap penting dalam UMKM sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer dan sekunder. Data primer melalui survei dan wawancara secara langsung kepada *expert*. Data lainnya yaitu data skunder, diambil dari referensi buku, jurnal, artikel dan lain sebagainya. Data hasil survei dan wawancara mengenai lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) akan dituliskan pada Matrik IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*), kemudian posisi UMKM dianalisis dengan menggunakan Matrik IE yang dilanjutkan dengan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity and Threat*) seperti pada penelitian Mutmainah, DN (2022) dengan output yang dihasilkan yaitu beberapa alternatif strategi dalam pemasaran produk inovasi tinta isi ulang *G'Bladereen* dari ekstrak daun jambu biji.

Hasil dan Pembahasan

Suprpto (2019) menjelaskan bahwa, strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan terhadap dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran khususnya pada permintaan produk atau lini produk di pasar-pasar tertentu. Perusahaan bisa menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, dikarenakan setiap jenis program seperti periklanan, promosi, penjualan, *personal selling*, layanan pelanggan dan pengembangan produk memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan. Maka dari itu, dibutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program pemasaran tersebut supaya sejalan dan terintegrasi dengan sinergis.

Sedangkan analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis (Mamahit, 2021). Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek serta mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dalam mencapai tujuan perusahaan. Berikut merupakan gambaran desain dari produk inovasi tinta G'Bladereen :



Gambar 2. Produk Inovasi Tinta G'Bladereen

Matriks IFE (Internal Factor Evaluation)

Evaluasi faktor internal dilakukan dengan menggunakan metode pembobotan *paired comparison* antar faktor internal dengan skala 1-3 (David, 2016). Identifikasi strategi pemasaran produk tinta isi ulang dari ekstra daun jambu biji yang telah diberikan nilai rata-rata bobot, kemudian lanjut pada pemberian nilai rata-rata rating pada masing-masing faktor internal dengan skala 1-4. Hasil analisis Matriks IFE dapat dilihat pada Tabel 1 berikut :

Tabel.1 Matriks IFE Produk Inovasi Tinta G'Bladereen

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strength)			
(S1) Bahan baku mudah ditemukan	0,20	4	0,80
(S2) Proses produksi ramah lingkungan dan mudah.	0,17	4	0,68
(S3) Kandungan pada daun jambu tidak berbahaya dan tidak berbau menyengat	0,10	3	0,30
Total			1,78
Kelemahan (Weakness)			
(W1) Base tinta masih terlalu berair (Waterbase)	0,20	2	0,40
(W2) Warna tinta tidak terlalu hitam pekat saat diaplikasikan	0,18	2	0,36
(W3) Waktu tinta untuk mengering cukup lama	0,15	2	0,30
Total			1,06
Total Tertimbang	1,00		0,72

Sumber: Diolah, 2023.

Berdasarkan hasil analisis Matriks IFE di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor internal kekuatan tertinggi terdapat pada bahan baku mudah ditemukan dengan nilai sebesar 0,80 dan faktor internal kelemahan tertinggi terdapat pada waktu tinta untuk mengering cukup lama dengan nilai sebesar 0,30. Total tertimbang untuk menentukan posisi UMKM Kabupaten Sidoarjo pada matriks selanjutnya yaitu sebesar 0,72.

Matriks EFE (External Factor Evaluation)

Evaluasi faktor eksternal dilakukan dengan menggunakan metode pembobotan *paired comparison* antar faktor eksternal dengan skala 1-3 (David, 2016). Identifikasi strategi pemasaran produk tinta isi ulang dari ekstra daun jambu biji yang telah diberikan nilai rata-rata bobot, kemudian lanjut pada pemberian nilai rata-rata rating pada masing-masing faktor eksternal dengan skala 1-4. Hasil analisis Matriks EFE dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel.2 Matriks EFE Produk Inovasi Tinta G'Bladereen

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunity)			
(O1) Produk pesaing memiliki aroma menyengat dan berbahaya bagi kesehatan	0,20	4	0,80
(O2) Tingkat penggunaan spidol pada proses belajar mengajar cukup tinggi	0,20	3	0,60
(O3) Belum banyak produk inovasi tinta isi ulang	0,10	3	0,30
Total			1,70
Ancaman (Threats)			
(T1) Presepsi konsumen terhadap loyalitas merk lain	0,20	4	0,80
(T2) Banyaknya produk kompetitor yang telah menguasai pasar	0,20	3	0,60
(T3) Munculnya kompetitor baru dengan harga yang lebih murah	0,10	2	0,20
Total			1,60
Total Tertimbang	1,00		0,10

Sumber: Diolah, 2023.

Berdasarkan hasil analisis Matriks EFE di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor eksternal peluang tertinggi terdapat pada produk pesaing memiliki aroma menyengat dan berbahaya bagi kesehatan dengan nilai sebesar 0,80 dan faktor eksternal ancaman tertinggi terdapat pada munculnya kompetitor baru dengan harga yang lebih murah dengan nilai sebesar 0,20. Total tertimbang untuk menentukan posisi UMKM Kabupaten Sidoarjo pada matriks selanjutnya yaitu sebesar 0,10.

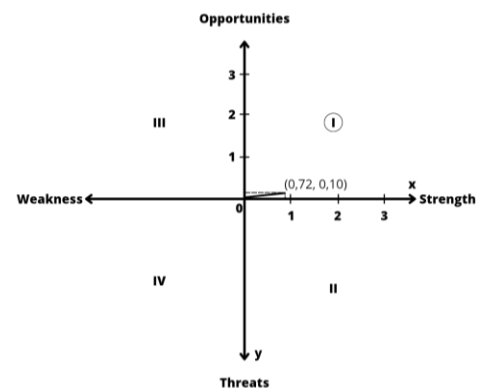
Matriks SPACE

Matriks SPACE digunakan untuk melihat posisi UMKM Kabupaten Sidoarjo melalui faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Faktor-faktor tersebut sangat menentukan keberadaan atau posisi UMKM Kabupaten Sidoarjo saat ini, sehingga dapat merumuskan beberapa alternatif strategi pemasaran produk inovasi tinta isi ulang dari ekstrak daun jambu biji.

Berdasarkan analisis pada matriks SPACE di atas, dapat dilihat bahwa posisi dari UMKM Kabupaten Sidoarjo berada pada kuadran I dimana strategi yang dapat digunakan pada pemasaran produk inovasi tinta G'Bladereen yaitu strategi agresif diantaranya ada strategi integrasi ke belakang, integrasi ke depan, integrasi horizontal, penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, dan diversifikasi (terikat atau tidak terikat) (David, 2016).

Matriks SWOT

Rangkuti (2013) menjelaskan bahwa, Matriks SWOT merupakan sebuah alat pencocokan yang penting untuk membantu para pelaku usaha dalam mengembangkan empat jenis strateginya yang diantaranya yaitu, Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman).



Gambar 3. Matriks SPACE Produk Inovasi Tinta G'Bladereen

Berdasarkan beberapa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran produk inovasi tinta G'Bladereen, maka dapat dihasilkan beberapa alternatif strategi pemasaran produk inovasi tinta G'Bladereen diantaranya adalah a) Strategi S-O meliputi: mengencarkan promosi melalui *digital marketing*, terus berinovasi dan mengembangkan kualitas produk tinta G'Bladereen, serta melakukan sosialisasi bahaya jangka panjang kandungan kimia dari tinta spidol, b) Strategi W-O meliputi: menentukan target pasar baru dengan tujuan untuk memperluas pangsa pasar produk tinta G'Bladereen, serta mengemas produk dengan praktis dan unik untuk menarik minat konsumen, c) Strategi S-T meliputi: memberikan promo ataupun penawaran menarik bagi konsumen produk tinta G'Bladereen, serta menjalin kerjasama dengan distributor tinta isi ulang melalui *potential market* dan juga lembaga pendidikan, terakhir adalah d) Strategi W-T meliputi: melakukan analisis peluang pasar untuk menentukan segmentasi konsumen secara tepat sasaran, serta menjalin kerjasama dengan supplier bahan baku yang terpercaya sesuai dengan penelitian Hernawati (2014).

Tabel 5. Matriks SWOT pada Produk Inovasi Tinta G'Bladereen

INTERNAL / EKSTERNAL	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	1. Bahan baku mudah ditemukan. 2. Proses produksi ramah lingkungan dan mudah 3. Kandungan pada daun jambu tidak berbahaya dan tidak berbau menyengat	1. Base tinta masih terlalu berair (Waterbase) 2. Warna tinta tidak terlalu hitam pekat saat diaplikasikan 3. Waktu tinta untuk mengering cukup lama
OPPORTUNITY (O)	STRATEGI (S-O)	STRATEGI (W-O)
1. Produk pesaing berbau menyengat dan berbahaya bagi kesehatan 2. Tingkat penggunaan spidol pada proses belajar mengajar cukup tinggi 3. Belum banyak produk inovasi serupa	1. Menggencarkan promosi melalui digital marketing 2. Terus berinovasi dan mengembangkan kualitas produk tinta G'Bladereen 3. Melakukan sosialisasi bahaya jangka panjang kandungan kimia dari tinta spidol	1. Menentukan target pasar baru dengan tujuan untuk memperluas pangsa pasar produk tinta G'Bladereen 2. Mengemas produk dengan praktis dan unik untuk menarik minat konsumen
THREAT (T)	STRATEGI (S-T)	STRATEGI (W-T)
1. Presepsi konsumen terhadap loyalitas merk lain 2. Banyaknya produk kompetitor yang telah menguasai pasar 3. Munculnya kompetitor baru dengan harga yang lebih murah	1. Memberikan promo ataupun penawaran menarik bagi konsumen produk tinta G'Bladereen 2. Menjalin kerjasama dengan distributor tinta isi ulang melalui potential market dan juga lembaga pendidikan	1. Melakukan analisis peluang pasar untuk menentukan segmentasi konsumen secara tepat sasaran 2. Menjalin kerjasama dengan supplier bahan baku yang terpercaya

Sumber: Diolah, 2023.

Simpulan

Saat ini produk inovasi tinta G'Bladereen merupakan produk inovasi dari ekstrak daun jambu biji dengan campuran reaksi kimia paku berkarat, cuka, serta senyawa CMC. Solusi produk alternatif yang saat ini dibutuhkan oleh masyarakat karena bahan baku mudah ditemukan. Berdasarkan analisis IFE bahwa faktor internal kekuatan tertinggi terdapat pada bahan baku mudah ditemukan dengan nilai sebesar 0,80 dan faktor internal kelemahan tertinggi terdapat pada waktu tinta untuk mengering cukup lama dengan nilai sebesar 0,30. Berdasarkan analisis EFE faktor eksternal peluang tertinggi terdapat pada produk pesaing memiliki aroma menyengat dan berbahaya bagi kesehatan dengan nilai sebesar 0,80 dan faktor eksternal ancaman tertinggi terdapat pada munculnya kompetitor baru dengan harga yang lebih murah dengan nilai sebesar 0,20.

Berdasarkan analisis matriks SWOT dihasilkan beberapa alternatif strategi pemasaran produk inovasi tinta G'Bladereen meliputi: menggencarkan promosi melalui *digital marketing*, terus berinovasi dan mengembangkan kualitas produk tinta G'Bladereen, serta melakukan sosialisasi bahaya jangka panjang kandungan kimia dari tinta spidol, menentukan target pasar baru dengan tujuan untuk memperluas pangsa pasar produk tinta G'Bladereen, serta mengemas produk dengan praktis dan unik untuk menarik minat konsumen, memberikan promo ataupun penawaran menarik bagi konsumen produk tinta G'Bladereen, serta menjalin kerjasama dengan distributor tinta isi ulang melalui *potential market* dan juga lembaga pendidikan dan melakukan analisis peluang pasar untuk menentukan segmentasi konsumen secara tepat sasaran, serta menjalin kerjasama dengan supplier bahan baku yang terpercaya.

Daftar Pustaka

- BPS. 2023. Produksi Buah-buahan Jambu Biji Menurut Kabupaten Sidoarjo di Provinsi Jawa Timur (kwintal) tahun 2022.
- David, F.R. 2016. *Manajemen Strategi: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Diniaty D., and Agusrinal. 2021. Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan (Studi Kasus: Home Industry Saiyo Sakato Di Kenagarian Padang Laweh Kecamatan Koto Vii Kabupaten Sawahlunto Sijunjung). *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*. 11(2).
- Herliani. 2017. Pemanfaatan Daun Karamunting sebagai Bahan Baku Tinta Spidol. *Jurnal Ilmiah Kanderang Tingang*. 8(1): 11-14.
- Hernawati T., Engkos M., and Eko G. 2014. Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas Di PT. Panarub Industry. *Journal Industrial Manufacturing*. 6(1).
- Lembong, AM. 2023. Analisis Pemanfaatan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pembelian Konsumen pada Rumah Makan MM Juice Manado. *Jurnal EMBA*. 11(1): 1261-1270.
- Mamahit, BVB., Mandey, SL., and Rotinsulu, JJ. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Jasa CV. Caritas Dei Nobiscum untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal EMBA*. 9(3): 892-901.

Mutmainah, DN, *et.al.* 2022. Strategi Pengembangan Jamu Jawa Tradisional CV. Santoso di Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. *Food Scientia Journal of Food Science and Technology*. 2(1) 2022, 48-72.

Nnaji, N.J.N., Okoye, C.O.B., Obi-Egbedi, N.O., Ezeokonkwo, M.A., and Ani, J.A. 2013. *Spectroscopic Characterization of Red Onion Skin Tannin and It's use as Alternative Aluminium Corrosion Inhibitor in Hydrochloric Acid Solutions*. 8: 1735.

Noor, S. 2014. Penerapan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang. *Jurnal Intekna*. 14(2): 102-209.

Oktiarni, D., Manaf, S., Suripno. 2012. Pengujian Ekstrak Daun Jambu Biji (*Psidium guajava* Linn.) Terhadap Penyembuhan Luka Bakar Pada Mencit (*Mus musculus*). *Jurnal UNIB*. hal.2.

Rangkuti, F. 2013. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sari, F., Kurniaty, I., Susanty. 2021. Aktivitas Antioksidan Ekstrak Daun Jambu Biji (*Psidium guajava* L) sebagai Zat Tambah Pembuatan Sabun Cair. *Jurnal KONFERSI*. 10(1): 1-7.

Sofjan, A. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sukardi, Mulyarto, A.R., Safera, W., 2007. Optimasi Waktu Ekstraksi terhadap Kandungan Tanin Pada Bubuk Ekstrak Daun Jambu Biji (*PSIDII Folium*) serta Biaya Produksinya. *Jurnal Teknologi Pertanian*. 8(2): 89.

Suprpto, H. 2019. Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Pendekatan Pengembangan Produk guna Meningkatkan Volume Penjualan pada CV. Silvi MN Paradila Parengan Lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*. 4(2): 953-962.

Wahyuni, T., and Ab, S. 2014. Pemanfaatan Tanin Ekstrak Daun Jambu Biji terhadap Laju Korosi Besi dalam Larutan NaCl 3%. *Jurnal KONVERSI*. 3(1): 45-52.

Widyawati, N., Tohari, P. Yudono, dan I. Soemardi. 2009. Permeabilitas dan perkecambahan benih aren (*Arenga pinnata* (Wurmb) Merr.). *Jurnal Agronomi Indonesia*. hal.37.