

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) untuk Usaha Sabun Herbal di Kota Bandung

<https://doi.org/10.32509/am.v2i1.692>

Dhini Ardianti¹, Charisma Asri Fitranandan²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi - Universitas Pasundan
Jl. Lengkong Besar No. 68, Bandung – Indonesia

Korespondensi: dhini.ardianti@unpas.ac.id

Abstract - Herbal Soap business as a partner in the community partnership program is in the area of Margacinta, Kelurahan Margasari, Kecamatan Buahbatu, City of Bandung, which started business around 2004. The herbal soap business developed by Mitra 1 (Bydara) and Mitra 2 (Marcin) is for women in beauty care with natural ingredients. The main problem is that the business has not developed according to the partners' expectations. The program was held in April 2018 - September 2018. Problems experienced by the two partners include: (1) delays in the legality process of business licenses, (2) limited qualifications of human resources in the field of product design and packaging, (3) limited online and offline promotion capabilities for problems broader market, (4) limited production equipment. This condition causes partner businesses to become undeveloped. Methods of using training /workshop, design, consultation. The results of the program: the process of business legality has been below in BPPOM, partners have additional knowledge in making packaging products, creating e-commerce and social media (Instagram) accounts as online promotional media, and partners are helped after the facilitation of additional raw materials. With this program, at the end of the productivity of herbal soap business has increased in the last 3 months.

Keywords: Herbal Soap, Business Legality, Product Design, Promotion

Abstrak - Usaha Sabun Herbal sebagai mitra dalam program kemitraan masyarakat (PKM) berada di wilayah Margacinta, Kelurahan Margasari, Kecamatan Buahbatu, Kota Bandung, dan memulai usaha sekitar tahun 2004. Usaha sabun herbal yang dikembangkan oleh Mitra 1 (Bydara) dan Mitra 2 (Marcin) adalah atas dasar kebutuhan para wanita dalam merawat kecantikan dengan bahan-bahan yang alami. Masalah utama mitra adalah belum berkembangnya usaha sesuai harapan pada kedua mitra. Kegiatan program kemitraan masyarakat ini dilaksanakan pada April sampai September 2018. Permasalahan yang dihadapi kedua Mitra meliputi: (1) terhambatnya proses legalitas izin usaha, (2) keterbatasan keahlian SDM di bidang desain produk dan kemasan, (3) terbatasnya kemampuan promosi *online* maupun *offline* untuk menjangkau pangsa pasar, (4) terbatasnya peralatan dan perlengkapan produksi. Kondisi ini menyebabkan usaha mitra tidak berkembang. Metode pelaksanaan yang dilakukan adalah pelatihan/workshop desain produk kemasan, dan pelatihan pemasaran/promosi secara *online/offline*, bimbingan teknis/fasilitasi proses legalitas izin usaha, fasilitasi tambahan bahan baku dan perlengkapan produksi lainnya. Hasil dari kegiatan ini adalah: Proses legalitas usaha sudah memasuki tahap akhir di BPPOM, kedua mitra memiliki tambahan keterampilan dalam membuat kemasan produk, mampu membuat akun *e-commerce* dan media sosial sebagai media promosi *online*. Kedua mitra terbantu setelah adanya fasilitasi tambahan bahan baku. Dengan adanya kegiatan PKM ini produktivitas usaha sabun herbal pun meningkat dalam tiga bulan terakhir.

Kata Kunci : Sabun Herbal, Legalitas Usaha, Desain Produk, Promosi

I. PENDAHULUAN

Salah satu sektor yang penting dan besar kontribusinya dalam mewujudkan sasaran pembangunan ekonomi nasional adalah Usaha Kecil Menengah (UKM). Adapun sarannya adalah pertumbuhan ekonomi, kesempatan kerja, peningkatan devisa dan pembangunan ekonomi daerah. Diharapkan UKM mempunyai kemampuan untuk ikut memacu pertumbuhan ekonomi nasional.

Perkembangan sektor usaha kecil menengah khususnya di Kota Bandung memiliki potensi yang besar dalam mendukung perekonomian daerah dengan berbagai jenis usaha kecil menengah yang ada, khususnya usaha produksi sabun herbal. Sabun merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi setiap orang. Sabun bermanfaat untuk kesehatan dan kecantikan.

Setiap segmen usia, mulai dari balita hingga golongan tua memerlukan sabun. Oleh sebab itu, tak heran bila banyak perusahaan global maupun lokal menggeluti usaha produksi sabun. Besarnya pangsa pasar sabun menjadikan banyak pelaku usaha kecil menengah ikut menggeluti usaha produksi sabun rumahan. Untuk bisa berkompetisi dengan perusahaan-perusahaan besar, mereka memilih memproduksi produk sabun kesehatan alami berbahan herbal atau juga sabun mandi beraroma khas nusantara.

Sementara itu, perawatan kecantikan untuk wanita relatif memerlukan biaya mahal, sehingga wanita berusaha mencari perawatan sederhana, praktis, dari klinik kecantikan. Saat ini tren kecantikan wanita ini semakin beragam, tidak hanya perawatan wajah saja, namun juga perawatan tubuh secara menyeluruh, mulai dari cara modern hingga *back to nature* (alami/tradisional).

Bandung adalah kota yang identik dengan kecantikan mojang Priangan yang selalu berusaha untuk memelihara kecantikan wajah maupun tubuh. Usaha sabun herbal di Kota Bandung dikembangkan oleh Mitra 1 dan Mitra 2 atas dasar kebutuhan para wanita dalam merawat kecantikan dengan bahan-bahan alami. Karena melihat peluang untuk membuka usaha industri kecil ini, serta bekal pengalaman yang dimiliki saat bekerja di pabrik sabun selama kurang lebih 5 tahun, maka Mitra 1 dan Mitra 2 mengembangkan industri sabun herbal di wilayah Margacinta, Bandung.

Usaha sabun herbal di wilayah Margacinta, Kota Bandung, pada mulanya merupakan usaha UKM yang sama dengan target pasar kalangan menengah ke atas. Tetapi karena berkembangnya permintaan dari konsumen yang beragam, maka dikembangkanlah satu mitra sabun herbal untuk produksi sesuai dengan target pasar kalangan menengah ke bawah.

Mitra 1 dalam menjalankan usaha kecilnya dengan perlengkapan yang sederhana, peracikan bahan sendiri, pengerjaan sendiri, desain sendiri dan penjualan sendiri. Pada awalnya, pesanan datang dari satu distributor besar, tetapi karena suatu hal distributor tersebut jatuh dan dampaknya Mitra 1 tidak lagi mempunyai pelanggan tetap. Usaha ini sudah berjalan mulai dari tahun 2004 dan menjadi mata pencaharian sehari-hari kedua mitra. Para Mitra juga membuka lowongan kerja bagi orang-orang di sekitar wilayah Margacinta.

Usaha sabun herbal ini sebagai wujud dari keinginan mitra untuk memperkenalkan produk sabun herbal dalam negeri kepada seluruh dunia sebagai salah satu industri Indonesia yang bisa bersaing dengan produk kecantikan modern. Produk yang dihasilkan berdasarkan hasil kreativitas dan inovasi dari klien. Ada pula klien yang meminta untuk dibuatkan sabun dengan desain, model, warna yang berbeda.

Jenis bahan baku yang digunakan oleh kedua mitra adalah minyak kelapa sawit, *stearic acid* (*flake/crystal*), *NaOH* (*caustic soda*), *glyceryn*, gula pasir, pelarut alkohol, air dan bahan tambahan (minyak sereh, madu, susu, *green tea*). Walaupun memakai bahan baku yang sama, tetapi kedua mitra mempunyai model sabun herbal yang berbeda.

Mitra 1 yaitu sabun Bydara mempunyai bentuk sabun kotak dengan tepi yang tumpul, beraroma *green tea*, madu susu, sereh, asam jawa dan kopi, serta memiliki kemasan plastik mika dengan stiker yang transparan. Sedangkan Mitra 2 yaitu sabun Marcin mempunyai bentuk oval, beraroma apel, *manjakani*, bengkuang dan memakai kemasan dus kertas. Penentuan harga pada kedua mitra lebih didasarkan pada banyaknya pesanan, selain itu harga pesaing jadi pertimbangan. Harga rata-rata sabun herbal Mitra 1 adalah Rp. 17.000 per buah, sedangkan pada Mitra 2 sebesar Rp 8.000.

Dari aspek target pasar, kedua mitra juga mempunyai perbedaan. Sabun herbal Bydara mempunyai target pasar sabun herbal adalah seluruh wanita Indonesia dari usia remaja sampai umur lansia, menawarkan konsep unik dan tradisional. Sabun herbal sudah terbukti diterima dengan baik oleh masyarakat, dan mempunyai target pasar kalangan menengah ke atas.

Sabun herbal Marcin mempunyai target wanita usia remaja sampai umur lansia, dan menawarkan konsep unik-tradisional. Sabun herbal sudah terbukti diterima dengan baik oleh masyarakat, dan mempunyai target pasar kalangan menengah ke bawah.

Dalam menjalankan usaha ini, kedua mitra mempunyai tenaga kerja yang kurang memadai. Mitra 1 dibantu oleh adik dan kakaknya dalam pemasaran, sedangkan karyawan ada 6 orang di bagian produksi. Sedangkan mitra 2 memiliki 4 orang karyawan di bagian produksi merangkap pemasaran. Tenaga kerja di

bagian produksi kedua mitra rata-rata berjumlah 5-9 orang dan memakai tenaga kerja di sekitar tempat produksi, yaitu masyarakat Margacinta. Pegawai biasa bekerja 7 jam per hari dengan upah per hari sebesar Rp 30.000.

Aspek strategi pemasaran kedua mitra tidak jauh berbeda yaitu dilakukan secara *offline* dengan pendistribusian ke toko kecantikan, apotik, salon dan mengikuti pameran. Sedangkan promosi melalui media *online* blog, instagram, facebook, twitter, belum berjalan efektif. Sesekali mereka pernah menjadi *sponsorship* acara komunitas wanita perkotaan.

Kegiatan usaha sabun herbal Mitra 1 dan Mitra 2 sudah berjalan sejak tahun 2004 dan telah mengalami perkembangan positif. Permasalahan yang dihadapi, salah satunya adalah izin usaha yang belum selesai, sehingga berujung pada pemeriksaan oleh pihak kepolisian.

Kedua mitra mempunyai masalah sebagai berikut: (1) mengalami penurunan produktivitas karena terbatasnya kapasitas produksi, terutama keterbatasan bahan baku, penggunaan alat produksi yang masih sederhana dan keterbatasan tenaga kerja. Saat ini kedua mitra baru mampu memproduksi sabun herbal sebanyak 400-800 buah/hari dan berkeinginan untuk mengembangkan kapasitas produksi menjadi sekitar 1.000 buah/hari karena tuntutan pasar yang ada pada kedua mitra tersebut;

(2) belum mampu memunculkan ciri khas produk dari sabun herbal yang diproduksi, terutama di bagian kemasan. Kemasan sabun herbal saat ini dapat dikatakan terlalu fabrikasi dan terlihat modern. Tidak sejalan dengan prinsipnya yang menonjolkan unsur tradisional;

(3) kemampuan serta pengelolaan manajemen usaha kedua mitra masih terbatas, terutama dalam mengembangkan daya kreativitas dan inovasi serta jiwa *entrepreneurship*, serta keinginan mengembangkan usaha dengan menciptakan lapangan kerja khususnya bagi masyarakat sekitar. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan produksi dan penjualan produk untuk tahun selanjutnya.

Kedua mitra berkeinginan untuk memperkenalkan produk sabun herbal ke khalayak sasaran pasar mereka yang lebih luas lagi melalui kegiatan promosi tepat sasaran baik secara offline maupun online.

Berdasarkan permasalahan tersebut di atas, maka tujuan dari pelaksanaan program ini adalah sebagai berikut: (1) Meningkatkan kapasitas pengetahuan dan keterampilan melalui manajemen usaha dan optimalisasi tenaga kerja melalui peningkatan daya kreativitas dan inovasi, serta peningkatan jiwa *entrepreneurship* bagi tenaga kerja kedua mitra;

2) Meningkatkan kapasitas produksi melalui pengelolaan dan legalitas izin usaha; (3) Meningkatkan ciri khas (*branding*) melalui kualifikasi keahlian tenaga kerja (SDM) di bidang desain produk (kemasan); (4) Memperkenalkan produk sabun herbal secara lebih luas lagi melalui kegiatan promosi, baik secara offline maupun online.

Pencapaian tujuan dari program tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat berupa perkembangan usaha sabun herbal, semakin dikenal dengan pangsa pasar yang lebih luas lagi.

II. METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan yang telah teridentifikasi, maka prioritas yang segera dicarikan solusinya untuk peningkatan produksi dan penjualan usaha sabun herbal, adalah: (1) Pendampingan proses legalitas izin usaha; (2) Peningkatan kapasitas produksi pada kedua mitra dengan optimalisasi kualifikasi SDM, meningkatkan kreativitas dan inovasi, dan peningkatan jiwa *entrepreneurship*; (3) Perubahan desain kemasan produk yang bisa memunculkan ciri khas dari sabun herbal tersebut; (4) Memfasilitasi kegiatan promosi seperti pameran, acara amal, *sponsorship*, dan penggunaan media online (website dan *social media*); (5) Peningkatan kapasitas produksi per hari melalui penambahan peralatan dan perlengkapan proses produksi.

Metode pendekatan yang digunakan untuk luaran adalah kemandirian usaha sabun herbal pada kedua mitra. Untuk itu perlu diterapkan metode Pelatihan, Fasilitasi, dan Pendampingan Usaha melalui pendekatan sebagai berikut:

Mefasilitasi. Pendampingan proses legalitas izin usaha dan izin produksi kepada pihak BPPT, BPOM dan MUI, guna memperlancar kegiatan promosi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan di masyarakat; mefasilitasi peralatan dan perlengkapan produksi sehingga kedua mitra dapat mencapai target produksi.

Pelatihan. Metode pelatihan ini meliputi: (1) Pelatihan teknik pemasaran dalam bentuk pelatihan media promosi *online* atau website (IT), maupun media-media sosial lainnya (*instagram, twitter, fanpage Facebook*). Pelatihan ini ditujukan kepada kedua mitra dan atau pegawainya untuk memahami peran, fungsi, tujuan media promosi *online* (Website/IT), memahami langkah-langkah dalam mengaktifkan sebuah *website*, seperti: *hosting*, menentukan isi, membuat *design* atau isi web, strategi memiliki *follower* sebanyak-banyaknya melalui *instagram, twitter, fanpage facebook*; dan lain-lain;

(2) Pelatihan manajemen usaha yang mencakup manajemen sumber daya manusia. Hal ini diperlukan oleh kedua mitra dalam rangka mempersiapkan, memotivasi dan mengelola karyawan. Kedua mitra memerlukan optimalisasi tenaga kerja dan peningkatan kualifikasi tenaga kerja di bidang kreativitas dan inovasi, terutama dalam membuat desain produk kemasan guna meningkatkan ciri khas produk (*branding*).

Pendampingan Usaha. Metode pendampingan dilakukan bersamaan dengan pelatihan dan fasilitasi kepada kedua mitra, sehingga dapat mengimplementasikan pengelolaan dan manajemen usaha lebih baik lagi, guna mencapai tujuan usaha yang diharapkan dan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi.

Prosedur Kerja dalam PKM usaha sabun herbal ini dibagi dalam beberapa tahap, sebagai berikut:

(1) Menyusun Rencana Operasional Kegiatan. Dalam tahap ini tim menyusun rencana diawali dengan rapat koordinasi tim, surat menyurat, jadwal kegiatan, pelaksanaan program pelatihan, pembimbing dan pendamping, penyusunan modul, pelaksanaan monitoring dan evaluasi, rencana penyusunan laporan kegiatan, serta penulisan artikel ilmiah pada Jurnal Nasional, Prosiding dan Media Massa;

(2) Melakukan Rapat Koordinasi Tim Pelaksana. Pada tahap ini tim melaksanakan rapat pembagian tugas, mengagendakan rapat koordinasi pelaksanaan kegiatan, mulai dari persiapan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi, sampai pada penyusunan laporan;

(3) Menyusun Jadwal Kegiatan Program PKM. Program PKM ini dilaksanakan selama delapan bulan dengan pertimbangan kegiatan mulai dari persiapan, pelaksanaan program (pelatih, narasumber dan pendamping, fasilitasi, monev, dan penyusunan laporan kegiatan serta penulisan artikel ilmiah Jurnal Ber ISSN, Prosiding ber-ISBN dan di Media Massa;

(4) Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan/Pendampingan dan Fasilitasi. Tahap kegiatan pelatihan dilaksanakan di kedai milik salah satu Mitra, yaitu kedai ramen Bibir Dower di Jl. Kiaracandong Bandung. Pemilihan tempat tersebut dengan alasan ketersediaan *wifi* yang cukup stabil sekaligus untuk mempromosikan kedai. Sedangkan kegiatan fasilitasi dan pendampingan dilaksanakan di lokasi usaha kedua mitra di Margacinta dan di kampus 1 FISIP Unpas Jl. Lengkong Besar No. 68 Bandung;

(5) Pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi, dilaksanakan oleh tim pelaksana dalam mengamati dan memonitor pelaksanaan baik pelatihan, pendampingan dan fasilitasi. Pelaksanaan evaluasi dimulai dari persiapan hingga kegiatan pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi. Kegiatan ini bertujuan untuk menilai hasil semua kegiatan program atau mengukur indikator keberhasilan, juga kelemahan dengan mencari faktor-faktor penyebabnya, dan juga sebagai bahan penyusunan laporan dan rekomendasi kegiatan kepada pihak-pihak terkait.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat dilaksanakan di lokasi UKM Sabun Herbal Bydara dan Marcin di Jl. Margacinta No.188, Kelurahan Margasari, Kecamatan Buahbatu, Kota Bandung. Kegiatan berlangsung sesuai dengan jadwal yaitu delapan bulan mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan dan pelaporan.

Pada tahap persiapan, tim telah menentukan waktu kegiatan. Pada tahap awal tim berkoordinasi dengan mitra untuk segera melaksanakan kegiatan sesuai dengan jadwal. Dalam pelaksanaan program di lapangan kedua Mitra ikut berpartisipasi dalam menentukan waktu, dan tempat pelaksanaan. Untuk lebih jelasnya, berikut adalah tahap pelaksanaan kegiatan PKM usaha sabun herbal di Margacinta:

Pendampingan pembuatan izin legalitas. Sebelum melakukan proses legalitas izin usaha, tim memfasilitasi mitra melalui pengenalan pemahaman tentang tahap-tahap dan persyaratan pembuatan izin usaha ke instansi-instansi terkait, dengan menghadirkan narasumber yang kompeten di bidang hukum bisnis.

Pendampingan proses legalitas izin usaha dan izin produksi dilakukan kepada pihak BPPT dan BPOM. Hal ini guna memperlancar kegiatan promosi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan di masyarakat.

Selama proses pendampingan, Mitra berhasil menerbitkan Tanda Daftar Perusahaan, pembuatan CV. Gemilang Sukses Lestari di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Pemerintah Kota Bandung. Untuk proses legalitas BPOM, mitra sudah dalam tahap akhir pengajuan persyaratan sesuai standar yang berlaku, seperti halnya bentuk bangunan, ruangan, kelengkapan administratif, *sign*/tanda prosedur operasional, dan sebagainya.

Peningkatan kualifikasi SDM (Sumber Daya Manusia) dalam bidang promosi dan pemasaran, serta inovasi desain produk. Untuk meningkatkan produktifitas dan manajemen usaha salah satunya adalah melalui peningkatan kualifikasi sumber daya manusia. Dilihat dari permasalahan pada kedua mitra dalam bidang promosi dan kemasan produk, maka untuk memberi nilai tambah (ciri khas) atau keunikan produk agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas (*branding*, diperlukan kegiatan pelatihan/workshop).

Pelatihan Pemasaran Online, dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada kedua mitra bahwa perlunya teknik pemasaran melalui media *online* karena masalah pemasaran merupakan masalah krusial yang dihadapi oleh mitra, karena keterbatasan alat elektronik dan pemahaman dunia digital. Sejauh ini kedua mitra belum mempunyai akun media sosial dan *e-commerce* dalam pemasarannya. Mereka hanya melakukan pemasaran konvensional seperti pameran/*event*, *personal selling* dan *display* di salon kecantikan.

Sedangkan pasar sudah berubah, target pasar tidak hanya konvensional saja, tetapi banyak target pasar di era digital. Pelatihan pemasaran *online* diberikan secara teori dan praktek dalam dua pertemuan yang berbeda. Untuk pelatihan secara teori, kedua mitra diberikan materi pemahaman tentang strategi komunikasi pemasaran di era digital, kemudian mengenai akun media sosial, *e-commerce*, website, SEO dan target pasar digital.

Sedangkan untuk praktek, kedua mitra dibuatkan akun media sosial dan *e-commerce* serta bagaimana cara mengaplikasikannya secara langsung oleh instruktur. Sebagai narasumber dalam pelatihan ini selain Tim Pelaksana adalah seorang akademisi Prodi Ilmu Komunikasi Unpas dan pakar *Digital Marketing*.

Pelatihan Desain Produk. Pelatihan ini dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada kedua mitra mengenai desain produksi, mulai dari apa itu kemasan, kategori kemasan, tahapan proses kemasan, fungsi kemasan, fungsi dalam pemasaran, aspek desain kemasan, faktor vital dalam kemasan. Narasumber pelatihan ini seorang pakar *Product Design* sekaligus akademisi dari Fakultas Seni dan Sastra Unpas.

Peningkatan Kapasitas Produksi. Untuk menunjang kegiatan produksi, tim melakukan fasilitasi bahan baku ke toko-toko bahan kimia dan bahan penunjang lainnya. Tim bersama kedua mitra melakukan penambahan bahan baku disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Dalam hal ini, kedua mitra tidak membeli bahan/peralatan yang sama, karena kebutuhannya berbeda. Bahan baku yang diperlukan untuk menunjang kegiatan diantaranya adalah:

Mitra 1: memerlukan *Sodium Hidroksida Asahi* yang berfungsi untuk mengendalikan tingkat keasaman atau pH pada saat produksi sabun, *stearic acid* untuk mengikat dan mengentalkan bahan dasar sehingga menjadi lebih lembut dan memiliki waktu simpan yang lebih lama, serta *white rose* sebagai bibit minyak wangi tambahan untuk ekstrak baru.

Mitra 2: memerlukan *isopropyl alcohol/IPA* yang berfungsi untuk membunuh mikroorganisme (sterilisasi) dalam keadaan *fluida* atau cair, dan *bubblegum* dan *sneppy* sebagai bibit minyak wangi tambahan untuk ekstrak baru.

Setelah program kemitraan masyarakat ini dilaksanakan secara efektif, produktifitas yang dijalankan oleh kedua mitra mengalami kenaikan dalam penjualan selama tiga bulan terakhir (Mei-Juli 2018), yakni mitra 1 sekitar 15 % dan mitra 2 sekitar 20 %.

Sebagai luaran yang telah dilakukan terkait program ini adalah publikasi pada media massa cetak yang terbit di Harian Pikiran Rakyat (Senin, 11 Juni 2018) dan media massa online Tribun Jabar online (Selasa, 12 Juni 2018).

Luaran lainnya adalah adanya penambahan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam mengelola (manajemen) usaha guna meningkatkan produktifitas dan kinerja mereka, yakni dalam

bidang promosi dan pemasaran. Selain itu adanya aktivitas promosi *offline* maupun *online* yang mulai mereka jalankan.

Pembelajaran penting dari program ini adalah pentingnya pemahaman pada pelaku usaha mengenai proses dan tahapan dalam mengelola usaha dan jenis usaha. Pembelajaran lainnya adalah pentingnya perubahan pola pikir dan perilaku jiwa *entrepreneurship* (wirausaha). Adanya perubahan ini menunjukkan keberhasilan sebuah program.

Pembelajaran selanjutnya adalah tim pelaksana program harus senantiasa memiliki kreativitas dan melakukan pendekatan secara kultural, dalam arti memahami bagaimana keberadaan pelaku usaha di lingkungan mereka, sehingga rencana-rencana program selaras dengan kebutuhan/kekurangan manajemen usaha yang mereka geluti.

Hasil program dalam bentuk hasil langsung atau luaran (*output*), maupun hasil tidak langsung (*outcome*) dan dampak, sudah terasa bagi para penerima manfaat (usaha sabun herbal). Keberlangsungan program dapat terus dilakukan hingga program selesai.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan pada Program Kemitraan Masyarakat Usaha Sabun Herbal di Margacinta, Bandung dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

(1) Pelaksanaan PKM yang dilaksanakan pada tahap awal telah memberikan bantuan berupa fasilitasi bahan baku dan promosi *offline* yaitu mengikuti kegiatan *special event*, pameran yang diadakan atas kerjasama Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung dengan komunitas “*Little Bandung*”;

(2) Pelaksanaan pendampingan pembuatan izin legalitas telah sampai pada tahap akhir dan menunggu konfirmasi akhir dari pihak BPPOM; (3) Pelaksanaan peningkatan kualifikasi SDM berupa pelatihan pemasaran *online* dan desain produk telah selesai dilaksanakan; (4) Pendampingan pembuatan akun media sosial dan *e-commerce* telah dilaksanakan, namun kedua mitra akan mengaplikasikannya setelah merampungkan legalitas usaha dari BPPOM.

Dari pelaksanaan kegiatan PKM ini ada beberapa saran yang dapat dijadikan masukan untuk kedua mitra, yaitu: (1) Pemasaran yang dilakukan oleh kedua mitra harus mengikuti perkembangan zaman yaitu mempunyai kemampuan di bidang pemasaran media *online* dan digital, agar tidak kalah bersaing dengan perusahaan lainnya; (2) Pemerintah diharapkan dapat lebih memperhatikan usaha-usaha kecil yang memiliki potensi kedaerahan dan menjunjung kearifan lokal, sebagaimana usaha sabun herbal ini, sehingga turut mengangkat potensi pariwisata daerah.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini tim pelaksana PKM Usaha Sabun Herbal di Kota Bandung menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang terkait sehingga dapat terlaksana PKM ini: (1) Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Kemristekdikti) Republik Indonesia atas pemberian hibah program PKM kepada tim pelaksana; (2) Rektor Universitas Pasundan, Prof. Dr. Ir. H. Eddy Jusuf Sp, M.Si, M.Kom., dan Ketua Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) Universitas Pasundan, Dr. H. Asep Dedi Sutrisno, Ir., M.P; (3) Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Pasundan, M. Budiana, S.IP, M.Si; (4) Ketua Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) FISIP Universitas Pasundan, Yanti Purwanti, S.Sos., M.Si.; (5) Mitra Usaha PKM Sabun Herbal (CV. Gemilang Sukses Lestari) Bandung, Shanty Sri Yunita; (6) Redaksi Harian Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar, atas terbitnya publikasi kegiatan PKM ini; (6) Tim Jurnal Pengabdian Abdi Moestopo Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, atas dimuatnya artikel publikasi kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pelayanan Perijinan Terpadu (BPPT) Kota Bandung,
<http://dpmptsp.jabarprov.go.id/web/pages/detail/211-kantor-pelayanan-perizinan-penanaman-modal-kabupaten-kota/>
- Data UMKM di Kota Bandung, <https://ppid.bandung.go.id/informasi/data-umkm-kecamatan-buahbatu-tahun-2015/>
- Direktorat Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi. Edisi XI. Tahun 2017.
- Huda, Nailul. 2011. *Buku Pintar Perawatan Kecantikan*. Jakarta: Gramedia-Elexmedia Komputindo.
- Ibnu 'Ibad, Agus HM. *Ketrampilan Khusus di Bidang Pengobatan dan Perawatan Kecantikan Secara Tradisional*. Salatiga: Dunia Pusaka.