

Pemberdayaan UKM Suti Sehati melalui Produksi Sabun Herbal Aromaterapi Varian Kamboja, Sedap Malam, dan Kenanga serta Strategi Pemasarannya melalui Instagram

Sri Retno Dwi Ariani^{*1}, Maria Ulfa², Elfi Susanti Vh³, Nadia Indri Safitri⁴, Eko Nur Salim⁵, Adik Annisa Fitri Suryani⁶, Rizmoon Nurul Zulkarnaen⁷

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Pendidikan Kimia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia

⁷ Environmental and Life Sciences Programme, Faculty of Science, Universiti Brunei Darussalam, Brunei Darussalam

*e-mail: sriretno71@staff.uns.ac.id¹

Abstrak

UKM Suti Sehati merupakan usaha kecil menengah berbasis industri herbal yang berlokasi di Nguter, Sukoharjo, Jawa Tengah. UKM ini menghadapi berbagai permasalahan, antara lain: UKM sudah memproduksi sabun aromaterapi varian minyak atsiri kunyit dan temugiring dan ingin menambah jenis varian, yaitu varian bunga kamboja, kenanga dan sedap malam; tingginya biaya produksi akibat penggunaan alat distilasi listrik; keterbatasan desain kemasan; labelisasi; dan pemasaran digital; serta belum memahami tata cara perijinan BPOM produk sabun. Guna mengatasi hal tersebut, Tim PKMI-UNS melaksanakan program pemberdayaan melalui penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan partisipatif. Kegiatan meliputi: introduksi alat distilasi minyak atsiri, bahan dan alat pembuatan sabun; pelatihan penggunaan alat distilasi minyak atsiri; produksi sabun aromaterapi beradisi minyak atsiri bunga kamboja, sedap malam, dan kenanga; desain kemasan berlabel; penyuluhan tata cara perizinan BPOM; serta pemasaran digital melalui Instagram. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan UKM dalam produksi, efisiensi biaya, kualitas kemasan, dan kemampuan promosi digital. Setelah dua bulan, kegiatan ini berdampak pada peningkatan volume produksi dan distribusi, serta peningkatan pendapatan UKM sebesar 2,0% per bulan secara konsisten. Kegiatan ini berkontribusi pada SDG 1, 3, 5, 8, 9, 12, dan 17 dengan meningkatkan kesejahteraan, kesehatan, kesetaraan gender, pertumbuhan ekonomi, inovasi berbasis lokal, produksi berkelanjutan, dan kemitraan multipihak.

Kata Kunci: Instagram, Minyak Atsiri Bunga, Pemberdayaan, Pemasaran Digital, Sabun Aromaterapi

Abstract

Suti Sehati is a micro, small, and medium enterprise (MSME) based on the herbal industry, located in Nguter District, Sukoharjo Regency, Central Java. The MSME currently faces several challenges, including the need to diversify its aromatherapy soap products beyond turmeric and temugiring essential oil variants. It aims to develop new variants using frangipani, ylang-ylang, and tuberose essential oils. Other obstacles include high production costs due to electric distillation equipment, limited packaging and labeling designs, a lack of digital marketing skills, and inadequate understanding of BPOM (Indonesian FDA) licensing procedures. To address these issues, the PKMI-UNS team implemented an empowerment program through participatory outreach, training, and mentoring. The activities included the introduction of essential oil distillation tools and soap-making equipment and materials; training in the use of essential oil distillation apparatus; production of aromatherapy soap with added essential oils from frangipani, tuberose, and ylang-ylang; development of labeled packaging designs; education on BPOM licensing procedures; and digital marketing training using Instagram. The outcomes of these activities demonstrated significant improvements in the MSME's production skills, cost efficiency, packaging quality, and digital promotion capabilities. Within a second-month implementation period, the program resulted in increased production volume and distribution, along with a consistent rise in the MSME's monthly income by 2,0%. This activity contributed to SDG 1, 3, 5, 8, 9, 12, and 17 by promoting welfare, health, gender equality, economic growth, local innovation, sustainable production, and multi-stakeholder partnerships.

Keywords: Aromatherapy Soap, Digital Marketing, Empowerment, Flowers Essential Oils, Instagram

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan keanekaragaman hayati tertinggi di dunia, menempati posisi kedua setelah Brasil dalam hal jumlah spesies flora dan fauna (Kartikasari et al., 2022). Keanekaragaman ini membuka peluang besar dalam pengembangan sektor industri berbasis herbal, terutama dalam pemanfaatan tanaman obat dan aromatik. Ketersediaan bahan baku yang berlimpah menjadikan industri ini sebagai salah satu sektor unggulan yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan, khususnya oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu contoh UMKM yang telah memanfaatkan potensi lokal tersebut adalah UKM Suti Sehati yang berada di Desa Pengkol, Kecamatan Nguter, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. UKM ini memproduksi berbagai olahan herbal seperti jamu tradisional, empon-empon segar, serta simplisia kering dengan melibatkan 20 tenaga kerja dari masyarakat lokal. Struktur manajemen yang masih bersifat kekeluargaan tidak menghambat produktivitas usaha ini, bahkan telah menjangkau pasar di berbagai kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bogor, dan Solo (Hastuti & Prihatin, 2023).

Dalam upaya diversifikasi produk, UKM ini telah mencoba memproduksi sabun aromaterapi berbahan dasar temulawak dan temugiring. Produk tersebut kurang diminati pasar karena aroma jamu yang bagi Sebagian konsumen, dianggap kurang cocok sebagai pewangi tubuh. Melalui wawancara dan evaluasi internal, UKM Suti Sehati menunjukkan keinginan untuk berinovasi dengan memproduksi sabun mandi padat aromaterapi beradisi bunga lokal, yaitu kamboja (*Plumeria alba*), sedap malam (*Polianthes tuberosa*), dan kenanga (*Cananga odorata*). Ketiga bunga ini memiliki aroma khas yang harum, unik dan lembut, serta telah terbukti memiliki aktivitas antibakteri yang kuat dan sangat cocok digunakan sebagai bahan adisi pada produk sabun transparan alami (Ariani et al., 2024).

Namun demikian, kualitas produk yang baik saja belum cukup untuk memenangkan persaingan pasar. Kemasan dan pelabelan menjadi aspek krusial dalam menarik perhatian konsumen serta membangun citra dan kepercayaan terhadap produk. Kemasan berperan sebagai media komunikasi visual yang mampu mencerminkan kualitas dan keunikan produk, sementara pelabelan harus memenuhi unsur informatif dan legal, seperti mencantumkan komposisi bahan, petunjuk penggunaan, nomor produksi, dan legalitas BPOM (Utami & Ramadhan, 2023).

Selain itu, tantangan lain yang dihadapi UKM Suti Sehati adalah keterbatasan dalam pemahaman mengenai prosedur perizinan produk ke BPOM, dan strategi pemasaran berbasis digital. Di tengah disrupsi industri akibat Revolusi Industri 4.0, pemasaran konvensional mulai tergeser oleh pendekatan digital marketing, khususnya melalui platform seperti Instagram yang memiliki jangkauan luas dan kemampuan promosi visual yang kuat (Nugroho & Andayani, 2023). Sayangnya, UKM ini masih minim literasi digital dan belum memanfaatkan media sosial secara optimal untuk memperluas jangkauan pasarnya.

Merespons kondisi tersebut, program Pengabdian Kepada Masyarakat ini dirancang untuk memperkuat kapasitas dan daya saing UKM Suti Sehati secara menyeluruh. Fokus kegiatan meliputi pelatihan teknik distilasi minyak atsiri dari bunga lokal sebagai bahan aktif utama, pelatihan formulasi dan produksi sabun mandi padat aromaterapi yang berkualitas tinggi, serta pendampingan dalam desain kemasan dan pelabelan produk yang menarik dan sesuai regulasi. Di samping itu, kegiatan ini juga mencakup pelatihan analisis kelayakan usaha untuk membantu UKM memahami potensi finansial produknya, pelatihan prosedur perizinan produk ke BPOM agar produk legal dan terpercaya, serta pelatihan strategi pemasaran digital melalui *platform Instagram* untuk meningkatkan jangkauan pasar dan keterhubungan dengan konsumen secara lebih efektif.

Dengan pendekatan holistik ini, diharapkan UKM Suti Sehati dapat meningkatkan kompetensi produksi, memperluas pasar, serta menciptakan produk yang tidak hanya berkualitas secara fungsional, tetapi juga menarik secara visual dan legalitas. Penguatan ini diharapkan mampu menciptakan pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.

Adapun permasalahan UKM Suti Sehati saat ini adalah: (1) UKM telah memproduksi sabun aromaterapi varian temulawak dan temugiring, produk ini memiliki aroma jamu, sehingga kurang menarik di pasaran, (2) Alat distilasi minyak atsiri yang dimiliki, menggunakan sumber energi

listrik, sehingga biaya produksi tinggi, (3) Perlu peningkatan kualitas *packaging* dan *labelling*, (4) UKM belum mengetahui tata cara perijinan BPOM sabun, dan (5) UKM belum mengetahui teknik pemasaran secara digital melalui *Instagram*.

Tujuan kegiatan PKM ini adalah tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah untuk: (1) Membantu UKM memformulasi sabun aromaterapi dengan varian aroma bunga lokal (kamboja, sedap malam, dan kenanga) sebagai diversifikasi produk varian temulawak dan temugiring yang kurang laku di pasaran, (2) Menurunkan biaya produksi minyak atsiri melalui pelatihan penggunaan alat distilasi yang lebih hemat energi, dengan memanfaatkan sumber energi alternatif non-listrik, (3) Meningkatkan kualitas kemasan dan label produk melalui pelatihan desain kemasan yang menarik secara visual serta pelabelan yang informatif dan sesuai regulasi, (4), Meningkatkan pemahaman UKM mengenai tata cara pengajuan izin edar produk ke Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), dan (5) Meningkatkan keterampilan pemasaran digital UKM melalui pelatihan pemanfaatan *platform Instagram* sebagai media promosi produk yang efektif.

2. METODE

Tim pelaksana kegiatan Program Pengabdian Kepada Masyarakat tahun anggaran 2025 berasal dari Grup Riset Produk Alam, Rekayasa Molekul, dan Pembelajaran Kimia Program Studi S1 dan S2 Pendidikan Kimia FKIP Universitas Sebelas Maret. Lokasi pelaksanaan program ini terletak di Desa Pengkol, Kecamatan Nguter, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah, dengan UKM Suti Sehati sebagai mitra. Kegiatan pengabdian ini berlangsung sejak Maret 2025. Dalam pelaksanaannya, metode yang diterapkan dalam kegiatan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan adalah pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA), yaitu pendekatan yang menekankan bahwa permasalahan berasal dari mitra itu sendiri. Oleh karena itu, mitra dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program.

2.1. Tahap Pelaksanaan

Adapun tahap-tahap pelaksanaan adalah sebagai berikut:

- a. Sosialisasi dan koordinasi antara Tim Pengabdian beserta dengan UKM
- b. Introduksi Teknologi Tepat Guna berupa alat destilasi minyak atsiri
- c. Introduksi bahan dan peralatan produksi sabun
- d. Pelatihan dan pendampingan produksi minyak atsiri kamboja, sedap malam, dan kenanga
- e. Pelatihan dan pendampingan produksi sabun aromaterapi varian kamboja, sedap malam, dan kenanga
- f. Pelatihan dan pendampingan *packaging* dan *labelling* produk sabun aromaterapi varian kamboja, sedap malam, dan kenanga
- g. Penyuluhan tata cara perizinan ke BPOM untuk sabun aromaterapi varian kamboja, sedap malam, dan kenanga
- h. Pelatihan dan pendampingan pemasaran melalui *Instagram*
- i. Evaluasi dan tindak lanjut

2.2. Evaluasi Keberhasilan Program

Evaluasi program dilakukan setelah kegiatan selesai dilaksanakan. Metode yang digunakan adalah observasi dan wawancara langsung kepada mitra UKM Suti Sehati. Evaluasi difokuskan pada tiga aspek: 1) kepuasan terhadap hibah alat Teknologi Tepat Guna berupa alat destilasi uap-air serta bahan dan perlengkapan produksi sabun aromaterapi, 2) kualitas pelatihan dan pendampingan yang diberikan oleh tim P2M UNS, serta 3) dampak kegiatan terhadap peningkatan keterampilan produksi, pengemasan, pelabelan, dan pemasaran produk melalui media digital, khususnya *Instagram*.

2.3. Indikator Keberhasilan Program

Keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat ini akan diukur berdasarkan pencapaian indikator-indikator berikut:

- a. Terlaksananya pelatihan formulasi sabun aromaterapi dengan bahan aktif minyak atsiri bunga lokal (kamboja, sedap malam, dan kenanga)
- b. Terciptanya produk sabun padat aromaterapi varian minyak atsiri kamboja, kenanga dan sedap malam.
- c. Terealisasinya penggunaan alat distilasi minyak atsiri secara mandiri oleh mitra dalam proses produksi harian, sehingga menurunkan biaya operasional.
- d. Tersusunnya desain kemasan dan label produk yang baru, dengan tampilan visual yang menarik, mencantumkan informasi yang lengkap dan sesuai dengan standar pelabelan, serta telah diaplikasikan pada produk sabun aromaterapi hasil pelatihan.
- e. Meningkatnya pemahaman UKM terkait aspek legalitas dan kelayakan usaha, ditunjukkan melalui tersusunnya dokumen analisis kelayakan usaha sederhana dan mengetahui tata cara pengajuan perizinan produk ke BPOM.
- f. Aktifnya akun Instagram bisnis milik UKM Suti Sehati, yang digunakan secara rutin sebagai sarana promosi digital, dengan peningkatan jumlah unggahan, jangkauan audiens, serta interaksi konsumen terhadap konten produk.

2.4. Monitoring Keberlanjutan Program

Monitoring keberlanjutan program dilakukan melalui diskusi langsung antara tim pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat UNS dan UKM Suti Sehati. Tujuan utama monitoring adalah memastikan bahwa keterampilan yang telah diberikan selama kegiatan terus diterapkan secara mandiri dan konsisten oleh UKM, serta untuk mengidentifikasi hambatan yang mungkin muncul dalam pelaksanaan lanjutan produksi dan pemasaran.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim Pelaksana kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) UNS Tahun Anggaran 2025, dengan ketua dan anggota yang berasal dari Prodi Pendidikan Kimia FKIP UNS, telah melaksanakan kegiatan dengan lancar. Mitra pada kegiatan ini adalah UKM Suti Sehati. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan dalam beberapa tahapan, yaitu:

3.1. Tahap Pelaksanaan

3.1.1. Sosialisasi dan Koordinasi antara Tim PKM dengan UKM Suti Sehati

Pada tahap ini dilaksanakan kegiatan sosialisasi bersama mitra, yaitu UKM Suti Sehati. Seluruh anggota tim pengabdian, termasuk mahasiswa yang terlibat dalam pelaksanaan PKM, turut hadir dalam kegiatan tersebut untuk membangun pemahaman bersama mengenai program yang akan dilaksanakan.

3.1.2. Introduksi Teknologi Tepat Guna Berupa Alat Destilasi Minyak Atsiri

Kegiatan ini mencakup penyerahan alat distilasi minyak atsiri kepada UKM Suti Sehati, disertai penjelasan mengenai prosedur penggunaannya sebagai bagian dari pengenalan teknologi. Tim memberikan penjelasan teknis mengenai komponen alat, prinsip kerja, serta langkah-langkah pengoperasiannya. Sesi tanya jawab difasilitasi untuk memastikan UKM Suti Sehati memahami teknologi tersebut, dan dilanjutkan dengan demonstrasi langsung proses distilasi mulai dari persiapan bahan baku hingga menghasilkan minyak atsiri.



Gambar 1. Kegiatan serah terima alat TTG berupa alat distilasi

3.1.3. Introduksi Teknologi Tepat Guna Berupa Alat Produksi Sabun

Kegiatan dilanjutkan dengan penyerahan peralatan produksi sabun kepada mitra, bersamaan dengan pengenalan prosedur penggunaannya. Penjelasan mencakup bagian-bagian alat, prinsip kerja, serta cara pengoperasian. Sesi tanya jawab diadakan untuk memperkuat pemahaman mitra, dan dilanjutkan dengan demonstrasi langsung pembuatan sabun aromaterapi varian kamboja, sedap malam, dan kenanga. Mitra juga diajak terlibat langsung dalam proses ini agar mereka dapat memahami dengan lebih baik melalui praktik nyata.



Gambar 2. Kegiatan serah terima bahan dan alat produksi sabun aromaterapi

3.1.4. Pelatihan dan Pendampingan Produksi Minyak Atsiri Kamboja, Sedap Malam dan Kenanga

Dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan produksi minyak atsiri varian kamboja, sedap malam, dan kenanga, UKM Suti Sehati diberikan pemahaman mengenai prosedur isolasi minyak atsiri agar diperoleh hasil yang sesuai standar mutu, karena sebelumnya telah dikenalkan alat distilasi dan prinsip kerjanya (Ariani et al., 2023), maka pelatihan ini difokuskan pada dasar-dasar serta strategi pemurnian minyak atsiri. Mitra juga diberi modul panduan distilasi dan melakukan praktik langsung. Hasil dari pelatihan ini berupa tiga jenis minyak atsiri: kamboja, sedap malam, dan kenanga, yang nantinya akan diproduksi lebih lanjut dan dimanfaatkan sebagai bahan tambahan dalam pembuatan sabun.



Gambar 3. (a) Kegiatan pelatihan dan pendampingan produksi minyak atsiri, dan (b) Produk minyak atsiri yang dihasilkan

3.1.5. Pelatihan dan Pendampingan Produksi Sabun Aromaterapi Varian Kamboja, Sedap Malam dan Kenanga

Selanjutnya, diadakan pelatihan dan pendampingan pembuatan sabun aromaterapi berbahan minyak atsiri kamboja, sedap malam, dan kenanga. Aktivitas antibakteri *Staphylococcus aureus* ATTC 25293 pada minyak asiri menunjukkan nilai daya hambat pada minyak atsiri bunga kamboja $15,16 \pm 0,02$, bunga sedap malam $14,61 \pm 0,02$, dan bunga kenanga $14,32 \pm 0,02$. Berdasarkan nilai daya hambat, aktivitas antibakteri *Staphylococcus aureus* ATTC 25293 pada minyak atsiri ketiga bunga termasuk pada kategori kuat (Ariani et al., 2024), maka sangat cocok digunakan sebagai bahan aditif sabun aromaterapi sehingga menambah khasiatnya sebagai antibakteri. UKM Suti Sehati diberikan pelatihan secara langsung dengan modul pembuatan sabun, disertai praktik langsung di lapangan. Dalam pelatihan ini, dihasilkan tiga produk sabun aromaterapi sesuai dengan ketiga varian minyak atsiri yang digunakan. Mitra juga diberi bahan stimulasi agar mampu berlatih secara mandiri setelah pelatihan selesai.



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Produksi Sabun Aromaterapi Varian Minyak Atsiri Kenanga, Kamboja dan Sedap Malam

3.1.6. Pelatihan dan Pendampingan *Packaging* dan *Labelling* Produk Sabun Aromaterapi

Setelah pelatihan pembuatan sabun aromaterapi, dilakukan pendampingan dalam aspek pengemasan produk. Tim PKM menyediakan contoh kemasan dan label yang menarik di pasaran

sebagai stimulasi untuk UKM Suti Sehati. Pengemasan dan labelisasi memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas produk, sekaligus sebagai media komunikasi visual yang menyampaikan nilai, manfaat, dan citra merek dari produk tersebut. Desain kemasan yang menarik tidak hanya meningkatkan daya tarik produk di rak penjualan, tetapi juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara langsung. Selain itu, label yang informatif dan sesuai regulasi memberikan kepercayaan serta keamanan bagi konsumen karena mencantumkan informasi penting seperti komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan legalitas produk (Yadav, 2024; Rimbawan et al., 2024).

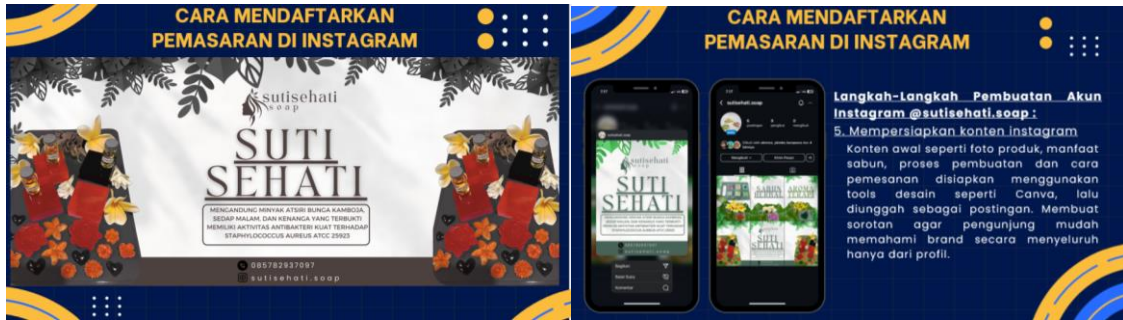


Gambar 5. Desain label sabun varian minyak atsiri: (a) kamboja, (b) kenanga, (c) sedap malam, serta (d) Produk sabun aromaterapi varian minyak atsiri kamboja, kenanga, dan sedap malam

3.1.7. Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran melalui *Instagram*

Pelatihan pemasaran digital menggunakan platform *Instagram* untuk memasarkan produk minyak atsiri dan sabun aromaterapi. Tim PKM membantu UKM Suti Sehati dalam proses pendaftaran akun *Instagram* bisnis. Untuk efisiensi waktu dan hasil optimal, proses ini dibantu oleh layanan eksternal. Mitra kemudian mengikuti pelatihan intensif dari penyedia layanan tersebut agar mampu mengelola akun *Instagram* dan toko digitalnya secara mandiri.

Instagram merupakan salah satu platform digital yang sangat efektif untuk pemasaran produk berbasis visual, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang ingin menjangkau konsumen lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Fitur-fitur seperti *Instagram Stories*, *Reels*, dan *Instagram Shopping* memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk menampilkan produk secara interaktif, membangun narasi merek, serta melakukan promosi secara langsung kepada calon konsumen. Pemasaran melalui *Instagram* terbukti dapat meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*), keterlibatan pelanggan, dan konversi penjualan karena visualisasi yang menarik dan kredibel mampu membangun kepercayaan konsumen (Nugroho & Andayani, 2023; Fachrina & Nawawi, 2022; Amalia & Febrianti, 2022).



Gambar 6. Pelatihan teknik pemasaran produk sabun aromaterapi suti sehati secara digital melalui Instagram

3.1.8. Penyuluhan Tata Cara Perizinan ke BPOM Untuk Sabun Aromaterapi Varian Kamboja, Sedap Malam, dan Kenanga

Setiap produk kosmetik yang akan dipasarkan secara legal di wilayah Indonesia diwajibkan memiliki izin edar yang sah berupa nomor notifikasi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Proses pengajuan notifikasi dilakukan secara daring melalui sistem *New Online Submission* (NoS), dengan cara mengisi formulir elektronik menggunakan *template* notifikasi yang telah ditentukan oleh BPOM. Izin edar kosmetik ini memiliki masa berlaku selama tiga tahun sejak tanggal persetujuan diterbitkan. Pengajuan notifikasi hanya dapat dilakukan oleh pihak-pihak tertentu yang memenuhi persyaratan hukum, yakni: (1) industri kosmetik dalam negeri yang telah memiliki izin usaha sesuai peraturan perundang-undangan, (2) perseorangan atau badan usaha yang menjalin kerja sama kontrak produksi dengan industri kosmetik lokal, dan (3) pelaku usaha impor yang bergerak di bidang distribusi kosmetik. Seluruh prosedur pendaftaran dan verifikasi dilakukan secara digital, menyesuaikan dengan perkembangan teknologi informasi yang telah diadopsi dalam sistem pelayanan publik di Indonesia (BPOM, 2022 dan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2021).

3.1.9. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Setelah proses produksi dan pemasaran dimulai, evaluasi dilakukan oleh tim PKM untuk menilai efektivitas dari kegiatan yang telah berlangsung. Evaluasi difokuskan pada aspek produksi dan pemasaran, dilakukan melalui metode wawancara serta peninjauan bukti kemajuan usaha sabun aromaterapi dan minyak atsiri. Permasalahan yang muncul akan dianalisis secara mendalam untuk menemukan akar penyebab serta strategi pencegahannya. Dalam pelaksanaannya, perlu dilakukan pembagian peran dan tanggung jawab di antara anggota tim berdasarkan keahlian masing-masing.



Gambar 7. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan Mitra UKM Suti Sehati

3.2. Evaluasi Keberhasilan Program

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, dapat disimpulkan bahwa program Pengabdian Kepada Masyarakat oleh PKMI UNS telah memberikan dampak positif dan

mendapat respon antusias dari UKM Suti Sehati. Mitra menyampaikan apresiasi atas pelaksanaan program karena merasa terbantu dalam berbagai aspek usaha. Adapun hasil evaluasi keberhasilan program secara spesifik adalah sebagai berikut:

- a. Produk sabun aromaterapi varian bunga berhasil diformulasi dan diproduksi, dengan aroma kamboja, sedap malam, dan kenanga yang lebih disukai oleh konsumen. UKM menyatakan bahwa produk baru ini memiliki tampilan dan aroma yang menarik perhatian konsumen.
- b. Biaya produksi minyak atsiri berhasil ditekan melalui penggunaan alat distilasi non-listrik berbasis energi alternatif. UKM mengakui bahwa efisiensi energi ini berdampak langsung terhadap pengurangan biaya operasional harian produksi.
- c. Desain kemasan dan pelabelan produk telah diperbarui, dengan tampilan yang lebih profesional dan mencantumkan informasi penting seperti komposisi, cara pakai, nomor produksi, serta keterangan legalitas. UKM menyatakan bahwa kemasan baru meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen dan distributor.
- d. UKM telah memulai konsultasi awal untuk tata cara proses pengurusan izin edar produk sabun aromaterapi ke BPOM.
- e. Akun Instagram bisnis UKM telah diciptakan, dengan unggahan produk yang menarik perhatian konsumen. UKM melaporkan adanya peningkatan permintaan dan merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produk secara digital.
- f. Program ini secara keseluruhan dinilai berhasil meningkatkan kapasitas teknis, efisiensi produksi, kualitas visual produk, serta literasi digital dan legalitas usaha UKM. Keberhasilan ini diharapkan dapat menjadi fondasi bagi kemandirian dan keberlanjutan usaha di masa depan.

3.3. Indikator Keberhasilan Program

Keadaan sebelum dan setelah kegiatan PKMI-UNS tahun 2025 dapat dilihat pada Tabel di bawah ini.

Tabel 1. Keadaan sebelum dan setelah kegiatan PKMI-UNS 2025

No.	Indikator Keberhasilan	Keadaan Sebelum Kegiatan	Keadaan Setelah Kegiatan
1.	Formulasi dan produk sabun aromaterapi	Sabun varian temulawak dan temugiring beraroma jamu, perlu diversifikasi produk	UKM Suti Sehati berhasil mengembangkan diversifikasi produk sabun aromaterapi, dengan menambahkan varian baru berbasis minyak atsiri bunga lokal seperti kamboja, sedap malam, dan kenanga, sebagai pelengkap dari varian sebelumnya yaitu temulawak dan temugiring
2.	Teknologi distilasi minyak atsiri	Menggunakan alat distilasi listrik dengan biaya operasional tinggi	Menggunakan alat distilasi dengan bahan bakar berasal dari kompor gas, yang lebih hemat energi dan efisien
3.	Kualitas kemasan dan label produk	Kemasan sederhana, label belum memenuhi standar informasi dan legalitas	Desain kemasan menarik, label mencantumkan informasi komposisi, cara pakai, nomor produksi, dan legalitas produk
4.	Pemahaman tata cara perizinan BPOM	Belum memahami tata cara prosedur izin edar BPOM	Telah memahami tata cara pengajuan izin BPOM
5.	Pemasaran digital melalui Instagram	Belum memiliki akun Instagram bisnis dan belum melakukan promosi digital	Akun Instagram aktif digunakan untuk promosi produk, dengan peningkatan interaksi dan jangkauan konsumen

3.5. Monitoring Keberlanjutan Program

Sebagai bentuk komitmen terhadap keberlanjutan hasil program, Tim P2M UNS merencanakan pelaksanaan kegiatan monitoring secara rutin setiap tiga bulan. Tujuan dari monitoring ini adalah untuk memastikan bahwa UKM Suti Sehati dapat mempertahankan dan mengelola kegiatan produksi, pengemasan, pelabelan, serta pemasaran produk minyak atsiri dan sabun aromaterapi berbasis bunga kamboja, sedap malam, dan kenanga secara mandiri dan konsisten. Apabila di kemudian hari UKM menghadapi kendala teknis atau membutuhkan arahan

lebih lanjut, Tim P2M UNS siap memberikan pendampingan lanjutan baik melalui kunjungan langsung ke lokasi (luring), maupun melalui media komunikasi daring seperti telepon dan *WhatsApp*. Pendampingan ini diharapkan mampu memperkuat kapasitas UKM dalam pengelolaan proses produksi serta meningkatkan efektivitas pemasaran digital, khususnya melalui pemanfaatan *platform Instagram* secara berkelanjutan.

3.6. Keterkaitan Program dengan SDG

Kegiatan pemberdayaan UKM Suti Sehati melalui produksi sabun herbal aromaterapi dan pemasaran digital berkontribusi pada SDG 1 (Tanpa Kemiskinan), SDG 3 (Kehidupan Sehat dan Sejahtera), SDG 5 (Kesetaraan Gender), dan SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi). Selain itu, kegiatan ini juga mendukung SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur), SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab), serta SDG 17 (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan) melalui inovasi berbasis lokal, produksi berkelanjutan, dan kolaborasi multipihak.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (P2M) oleh Tim UNS tahun 2025 di UKM Suti Sehati memberikan dampak positif yang nyata terhadap pengembangan usaha. UKM berhasil melakukan diversifikasi produk sabun aromaterapi dengan menghadirkan varian baru berbasis minyak atsiri bunga lokal seperti kamboja, sedap malam, dan kenanga, yang melengkapi varian sebelumnya yaitu temulawak dan temugiring. Penerapan alat distilasi berbasis energi alternatif juga meningkatkan efisiensi produksi minyak atsiri, dengan menekan ketergantungan pada energi listrik dan mengurangi biaya operasional. Selain itu, terjadi peningkatan kualitas kemasan dan pelabelan produk, baik dari segi estetika maupun kepatuhan terhadap standar informasi yang mencakup komposisi bahan, cara penggunaan, nomor produksi, dan aspek legalitas.

Lebih lanjut, kemampuan manajerial UKM turut berkembang melalui pemahaman yang lebih baik mengenai alur pengajuan izin edar produk ke BPOM. Kapasitas pemasaran digital juga meningkat dengan pemanfaatan akun Instagram sebagai sarana promosi yang lebih efektif, sehingga produk mampu menjangkau konsumen lebih luas dan membangun interaksi langsung dengan pasar. Secara keseluruhan, pemberdayaan UKM Suti Sehati melalui inovasi produk sabun herbal aromaterapi dan strategi pemasaran digital berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya SDG 1, 3, 5, 8, 9, 12, dan 17, yang mencakup peningkatan kesejahteraan, kesehatan, kesetaraan gender, pertumbuhan ekonomi, inovasi berbasis lokal, produksi berkelanjutan, serta penguatan kemitraan multipihak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana Program Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Sebelas Maret Tahun Anggaran 2025 dari Program Studi S1 dan S2 Pendidikan Kimia FKIP UNS bersama mitra UKM Suti Sehati, menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada penyandang dana atas dukungan yang telah diberikan. Seluruh rangkaian kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana berkat adanya Surat Perjanjian Penugasan Pelaksanaan Pengabdian Dana Non-APBN UNS Tahun Anggaran 2025, dengan Nomor: 370/UN27.22/PT/01/03/2025, yang dikeluarkan sebagai dasar pelaksanaan kegiatan.

Penugasan tersebut merupakan bagian dari Skema Hibah Program Kemitraan Masyarakat Internasional (PKMI-UNS), yang menjadi wujud nyata komitmen Universitas Sebelas Maret dalam menjalankan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada aspek pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini dilaksanakan berbasis pada hasil-hasil penelitian dosen, sehingga memiliki fondasi ilmiah yang kuat dan aplikatif. Melalui pendekatan ilmiah terapan ini, kegiatan pengabdian diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan masyarakat serta meningkatkan relevansi dan kebermanfaatan hasil riset dosen bagi pemecahan masalah di lingkungan mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, L., & Febrianti, A. (2022). Pengaruh Instagram marketing terhadap keputusan pembelian produk UMKM di masa pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 11–20. <https://doi.org/10.33884/jurnal-ekbis.v3i1.3189>
- Ariani, S. R. D., Mitsalina, A. V., & Wathon, M. H. (2024). Chemical composition and antibacterial activity of *Plumeria alba* L., *Polianthes tuberosa* L., and *Cananga odorata* L. flowers essential oils as bioadditives in transparent solid bath soap. *Molekul*, 19(3), 463–479. <https://doi.org/10.20884/1.jm.2024.19.3.10280>
- Ariani, S. R. D., Mulyani, S., Susanti, E., Utomo, S. B., Wathon, M. H., Pramesti, A. D., Wulandari, A., & Mitsalina, A. V. (2023). Pelatihan dan pendampingan produksi minyak atsiri lempuyang emprit (MALE) dan *hand sanitizer* beradisi MALE serta pemasaran produk secara digital pada UKM Herbal Suti Sehati di Kabupaten Sukoharjo Jawa Tengah. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 3(4), 1043–1054. <https://doi.org/10.54082/jamsi.802>
- Ariani, S. R. D., Rahmawati, L., & Prasetyawati, A. N. (2023). *Inovasi produk sabun mandi transparan beradisi minyak atsiri aneka bunga lokal*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Ariani, S. R. D., Susilowati, E., Ulfa, M., Safitri, N. I., Prasetyawati, A. N., & Sholihah, K. R. (2025). Pemberdayaan UKM Herbal Suti Sehati di Sukoharjo, Jawa Tengah melalui produksi dan *digital marketing* produk minyak atsiri serta sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 5(3), 953–964. <https://doi.org/10.54082/jamsi.1641>
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2022). *Petunjuk teknis notifikasi kosmetik*. Jakarta: BPOM RI. <https://e-bpom.pom.go.id>
- Fachrina, R., & Nawawi, Z. M. (2022). Pemanfaatan digital marketing dalam meningkatkan penjualan pada UMKM di Marelán. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, 2(2), 247–254.
- Hastuti, T. D., & Prihatin, R. (2023). Pengembangan kapasitas UMKM herbal berbasis komunitas lokal. *Jurnal Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 45–53.
- Kartikasari, S. N., Setyawan, A., & Kurniawan, I. (2022). Biodiversitas dan prospek bahan alam Indonesia dalam industri fitofarmaka. *Jurnal Hayati*, 29(1), 11–19.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Notifikasi Kosmetik*. Jakarta: Kemenkes RI.
- Nugroho, A., & Andayani, N. (2023). Transformasi digital UMKM: Studi kasus strategi Instagram marketing. *Jurnal Inovasi Ekonomi Digital*, 4(3), 77–85.
- Rimbawan, A., Wijaya, K. A. P., Sumadewa, N. Y., & Suryani, N. N. D. (2024). Re-branding identitas visual dalam desain kemasan amenities hospitality untuk memperkuat citra merek. *Jurnal Sasak: Desain Visual dan Komunikasi*, 6(1), 244–257. <https://doi.org/10.30812/sasak.v6i1.4005>
- Utami, D. A., & Ramadhan, M. A. (2023). Strategi desain kemasan dan label produk herbal untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nusantara*, 7(2), 101–110.
- Yadav, S. K. (2024). The influence of packaging on consumer perception. *Indian Scientific Journal of Research in Engineering and Management*, 8(4), 1–5. <https://doi.org/10.55041/ijsrem32315>

Halaman Ini Dikosongkan