

MANAJERIAL PEMBUATAN SABUN BERBAHAN DASAR SUSU SAPI (BUNSU) DI MASA PANDEMI COVID-19 DESA PESANGGRAHAN KECAMATAN BATU KOTA BATU

Eko Setiawan

Universitas Islam Malang, Indonesia

ABSTRAK

Sabun susu mayangsari atau lebih dikenal dengan sebutan sabun susu (BUNSU) merupakan produksi usaha bersama masyarakat desa Pesanggrahan Kota Batu. Permasalahan produk BUNSU di kelompok usaha mayangsari yakni terkait perizinan produk Bunsu dari dinas terkait dan BPOM, dan vakum dalam proses pembuatan BUNSU di masa pandemic covid-19. Upaya manajerial yang dilakukan berfokus kepada perbaikan kemasan, promosi dan legalitas produk sabun susu untuk meningkatkan minat beli konsumen dan meningkatkan ketertarikan pembeli terhadap produk BUNSU. Tujuan program ini adalah untuk meningkatkan kualitas produk dan penjualan produk BUNSU dari segi kemasan, promosi, serta kepengurusan proses perizinan dari dinas terkait. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi tahap prapelaksanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan tahap pasca pelaksanaan. Hasil pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini berupa hasil kemasan sabun kekinia, media promosi berbasis online, dan kepengurusan perijinan kepada dinas terkait dan BPOM.

Kata kunci: Manajerial, Sabun Susu, Produksi, Promosi

PENDAHULUAN

Desa Pesanggrahan Kota Batu menjadi salah satu *iconic* wisata Kota Batu dengan wisata pendakian gunung Panderman. Selain menjadi desa wisata, Pesanggrahan juga terkenal sebagai desa penghasil susu, hasil susu sapi perah oleh penduduk biasanya disetorkan ke KUD desa Pesanggrahan dan belum banyak di olah menjadi bahan olahan produktif dan memiliki nilai ekonomis tinggi. Selain bertani sayuran, petani susu perah menjadi mata pencaharian umum di desa Pesanggrahan. Potensi desa yang diunggulkan saat ini adalah susu sapi perah yang berada di pedukuhan Serebet Barat dan potensi sektor pertanian di wilayah Serebet Timur.

Beberapa terobosan yang dilakukan BUMDES Desa Pesanggrahan adalah dengan memproduksi beberapa olahan susu berbahan dasar dari susu, seperti permen susu, *yogurt*, stik susu, dan sabun susu. Pada umumnya sabun berbentuk padat dan cair dengan berbagai

Penulis korespondensi:

ekosetiawan@unisma.ac.id

fungsi dan manfaat yang berbeda sesuai kandungan yang di miliki dari formula sabun tersebut. Sabun mandi sendiri berformula senyawa asam lemak (turunan asam lemak atau minyak) yang direaksikan oleh senyawa alkali melalui suatu proses yang dikenal sebagai saporifikasi. (Langini ete al.,2012;Cavitch,1997). Sabun herbal biasanya menggunakan bahan herbal seperti minyak zaitun, minyak kelapa, dan ekstrak buah-buahan atau sayur-sayuran yang dapat bereaksi sesuai manfaat yang dikandungnya, dan kebanyakan variasi sabun natural banyak dijumpai saat ini sebagai sabun kecantikan. Sementara sabun berbahan dasar susu dapat memberikan manfaat terhadap kelembapan kulit.

Sabun Mayangsari atau lebih dikenal dengan BUNSU (Sabun Susu) diproduksi oleh kelompok usaha bersama masyarakat desa Pesanggrahan Kota Batu. Kelompok ini di bentuk dari sebuah pelatihan BUMDES Badan Usaha Milik Desa Pesanggrahan yang mendapat progam CSR PT ASTRA sekitar pertengahan bulan Agustus 2018, lebih tepatnya 19 agustus 2018, dengan jumlah anggota kelompok 11 orang, kelompok ini berfokus pada pembuatan sabun dengan bahan baku susu sapi dan minyak nabati. Kelompok ini juga memiliki tempat produksi yang terletak di BLK BUMDES Mayangsari jalan Suropati, Pesanggrahan Kota Batu.

Beberapa permasalahan produk sabun susu (BUNSU) di Desa Pesanggrahan adalah kemasan produk yang tidak menarik, promosi produk tidak maksimal karena masih dilakukan secara manual atau tradisional, kualitas sabun susu, dan belum adanya izin kewirausahaan pada dinas terkait dan BPOM. Selain itu, proses pembuatannya pun masih banyak kekurangan dari mulai bahan, alat pembuatan Bunsu sehingga pembuatannya pun dilakukan secara manual dengan alat seadanya. Untuk itu perlu adanya manajerial, dari segi pengemasan, media promosi, dan izin untuk proses keberlangsungan sabun susu agar bisa dipasarkan secara luas dan bebas menembus pasar nasional maupun internasional.

Adapun masalah-masalah yang ditemui selama pelaksanaan pengabdian, diantaranya yaitu; pengolahan sabun susu oleh BUMDES desa pesanggrahan terhenti akibat pandemi Covid-19, selain itu kelemahan manajerial menjadi pemicu mandeknya produksi, dan pendistribusian BUNSU kepada konsumen. Sebuah usaha harus memperhatikan atribut-atribut yang dibutuhkan sebuah produk. Dalam hal ini produk BUNSU (Sabun Susu) yang diproduksi oleh BUMDES Desa Pesanggrahan Kota Batu memiliki kelemahan yang umum dilakukan oleh UKM pada umumnya yakni tidak memperhatikan atribut produksi dan pengenalan produk kepada konsumen.

Menurut pendapat Kotler (1997), para pembeli akan membeli produk dari sebuah perusahaan yang mereka anggap menawarkan *customer delivered value* yang tinggi. Selain dari *value* yang diperhatikan *customer* bertindak mengikuti emosional artistik yang secara tidak sengaja dilakukan oleh manusia, dari kebutuhan psikologi ini, kebutuhan tersebut harus dapat memenuhi kebutuhan emosional atau pemuas pribadi terhadap sebuah produk dan kebutuhan konsumen.

Dalam sebuah evaluasi banyak produk di era digital mempertimbangkan kemasan dan media promosi mereka menjadi suatu nilai penting untuk menarik ketertarikan konsumen terhadap produknya. Untuk itu diperlukan analisis mengenai ketertarikan konsumen pada sebuah produk agar menjadi sebuah pertimbangan kepada peneliti untuk memenuhi pendampingan usaha produktif masyarakat di BUMDes Pesanggrahan memilih pembaharuan

media promosi sabun serta pembuatan kemasan yang menarik sesuai karakteristik produk BUNSU (Sabun Susu).

METODE PELAKSANAAN

Untuk memperoleh data awal dalam proses produksi, legalisasi, dan promosi menggunakan metode RRA. Metode RRA (*Rapid Rural Appraisal*) yaitu metode untuk mendapatkan data secara akurat dalam waktu yang cepat guna memahami kondisi pedesaan pada tingkat masyarakat Pesanggrahan Kota Batu dengan tahapan survey lokasi, sebagai langkah menentukan lokasi pengabdian dengan memahami perdukuan di Desa Pesanggrahan yang terbagi menjadi enam perdukuan yakni; dukuh Tuyomerto, dukuh Srebet barat, dukuh Srebet timur, dukuh Wunucari, dukuh Krajan, dan dukuh Macari. Langkah selanjutnya melakukan pemetaan masalah, hal ini dilakukan untuk menentukan lokasi dukuh mana yang menjadi pusat sebagai perdukuan penghasil susu, dukuh krajan sebagai upaya legalisasi, dan seluruh dukuh sebagai mitra promosi. Tahapan berikutnya menentukan kemitraan dengan pihak Desa dalam hal ini menggandeng Bumdes sebagai penanggung jawab terhadap proses produksi, legalisasi, dan promosi Bunsu.

Pelaksanaan produksi, legalisasi, dan promosi Bunsu menggunakan metode PRA (*Participatory Rural Appraisal*) yaitu sebuah metode yang menyempurnakan metode RRA (*Rapid Rural Appraisal*), dalam teknisnya metode PRA ini merupakan metode untuk mempelajari kondisi pedesaan dari, dengan dan oleh masyarakat desa itu sendiri, dengan kata lain metode ini lebih banyak melibatkan stakeholder yang difasilitasi oleh orang luar sebagai fasilitator bukan sebagai instruktur, dan metode ini juga melibatkan seluruh masyarakat dalam berbagai kegiatan. Berkenaan dengan proses PRA ini langkah-langkah yang dilakukan dengan 1) produksi merupakan kegiatan praktek bersama dalam memproduksi sabun susu dengan memanfaatkan teknologi yang ada tepat guna satu set alat produksi sabun manual dan cetakan sabun berbahan silicon; 2) pendampingan merupakan proses pemberian fasilitas kepada Bumdes untuk mendorong kemandirian secara berkelanjutan, yang merupakan kegiatan kelanjutan dari tahapan praktek kegiatan produksi; 3) publikasi merupakan tahap mempublikasikan adanya usaha produksi BUMDES berupa sabun susu sapi dengan cara publikasian melalui jaringan internet dan media sosial seperti pembuatan website dan Instagram sebagai media publikasi umum serta platform pemasaran sabun susu sapi *homemade* didesain menarik untuk menarik minat konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kemasan sebuah produk menjadi daya tarik dari sisi visual. Desain kemasan produk dapat menjadi media komunikasi antara produsen kepada calon konsumen, sehingga dalam desain kemasan harus tercantum informasi-informasi yang harus diketahui oleh calon, sehingga calon konsumen merasa familiar dengan produk yang berada dalam kemasan tersebut.

Menurut bhakti (2001) dalam Natadjaja (2002) menyatakan kemasan seharusnya merupakan kesan singkat dari citra produk yang ingin disampaikan oleh pabrik dan kemasan tersebut harus terpadu dengan fungsi produk. Fungsi kemasan lebih dari fungsi teknis. Kemasan justru harus berfungsi sebagai “Ambasador “ atau “Duta Besar “ yang mewakili total konsep suatu produk atau jasa. Sabun susu mayangsari (Bunsu) produksi BUMDES Pesanggrahan Sebelumnya sudah memiliki kemasan yang baik akan tetapi kurang memberikan daya tarik untuk menarik perhatian konsumen dan berdampak terhadap penjualan. Peran manajerial pengabdian masyarakat yang diberikan melalui tahap perbaikan desain kemasan sabun susu produksi BUMDES Mayangsari agar lebih menarik.

Proses perbaikan kemasan sabun susu guna untuk memenuhi standart sabun agar tetap terjaga kualitas sabunya. Proses perbaikan ini juga meliputi perubahan desain *packaging* untuk menarik perhatian maupun minat beli konsumen. Media promosi yang diperkenalkan selain dari perbaikan sabun cair dan batang baik itu dari segi komposisi dan packing dari bentuk fisik barang juga menghadirkan perbaikan media promosi dengan memperkuat kualitas manajerial marketing dan produksi.

1. Manajerial Marketing

Perbaikan manajerial marketing dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini berbentuk fisik berupa media promosi website dengan desain dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan untuk usaha BUNSU dan sebagai website resmi BUMDES Pesanggrahan. Disisi lain mempergunakan platform Instagram sebagai media promosi unggulan untuk memperkenalkan dan menjual produk sabun susu .

2. Manajerial Legalias

Manajerial legalitas merupakan salah satu terobosan pengabdian untuk memberikan dorongan dan penguatan kepada mitra agar mematenkan produk sabun susu mayangsari kepada dinas terkait dan BPOM. Hal ini perlu dilakukan untuk memudahkan pemasaran produk secara regional, nasional, atau internasional.

3. Manajerial Produksi

Perbaikan manajerial produksi dirasakan oleh banyaknya perubahan jumlah produksi dan waktu produksi sesuai dengan target pencapaian penjualan BUNSU per periode. Pembuatan Bunsu di tentukan berdasarkan kebutuhan yang ada, seperempat tahun atau lebih tiga bulan produk akan di buat untuk awal periode ini sejumlah seribu batang yang akan menjadi target marketing oleh manajemen marketing BUNSU. Sehingga waktu produksi dan promosi lebih efektif, atau menunggu sabun hingga melewati tanggal kadaluwarsa yang menyebabkan kerugian pada unit usaha .



Gambar 1. Desain kemasan BUNSU



Gambar 2. Produk BUNSU



Gambar 3. Bunsu siap dipasarkan/ dipromosikan

KESIMPULAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat yang dilakukan berupa pendampingan manajerial dalam mengemebangkan produk sabun susu (BUNSU) Mayangsari di Desa Pesanggrahan bersama mitra dalam hal ini BUMDES dapat terlaksana dengan baik. Beberapa capaian yang sudah dilaksanakan yakni pembuatan kemasan sabun susu lebih kekinian, dalam pemasarannya sudah menggunakan media internet melalui website, IG, WA dan media sosial lainnya, serta pengajuan izin produk dari dinas terkait dan BPOM.

Pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk mengenalkan Desa Pesanggrahan kekanch nasional, sedangkan secara ekonomis dapat meningkat perekonomian masyarakat di pedukuhan Srebet Barat khususnya dan kepada masyarakat Pesanggrahan secara umum.

Kegiatan program pengabdian masyakarat diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada mitra dan setiap kegiatan yang dilaksanakan hendaknya dipilih berdasarkan kebutuhan yang akan memberikan dampak terhadap ketangguhan dan kemandirian Desa.

DAFTAR RUJUKAN

- Christy, Christine Suharto, Peranan Desain Kemasan dalam Dunia Pemasaran. *Jurnal Nirmala* 2.1 (Januari 2000) : 92-103
- Cavith, S.M. 1997. *The Soapmaker's Companion: A Comprehensive Guide with Recipes, Techniques Know-How*. Massachusetts, US: Storey Publishing, LLC.
- Chowdhury, M.R., Khan, M.M.H., Mahfuz, S.U., Baset, M.A. 2018. Effects of Dietary Supplementation of Spices on Forage Degradability, Ruminal Fermentation, in Vivo Digestibility, Growth Performance and Nitrogen Balance in Black Bengal Goat. *Journal of Animal Physiology and Animal Nutrition*. 102(2):591-598. <https://doi.org/10.1111/jpn.12800>