ETDC INDONESIA
JURNAL ABDIMAS PATIKALA
Vol. 4, No. 1, Tahun 2024 (hal. 1036-1043)
e-ISSN: 2808-2893
p-ISSN: 2808-7658

PELATIHAN *GREEN MANUFACTURING* PARFUM SEBAGAI UPAYA MENUMBUHKAN MINAT WIRAUSAHA SISWA SMK BINA INSAN MANDIRI SRENGSENG

Resa Taruna Suhada[1*], Selamet Riadi[2], Dimas Novrisal[3]

[1*,2,3]Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia
resa.taruna@mercubuana.ac.id
selamet_riadi@mercubuana.ac.id
dimas.novrisal@mercubuana.ac.id

Abstrak

Penggunaan parfum saat ini menjadi telah menjadi salah satu gaya hidup masyarakat. Menggunakan parfum selain memberikan keharuman dan kesegaran bagi penggunanya. juga dapat menambah kepercayaan diri penggunanya karena menghilangkan bau badan. Parfum digunakan oleh semua usia dari bayi, anak-anak. remaja dan orang dewasa. Pasar produk parfum di Indonesia setiap tahunnya mengalami pertumbuhan. Parfum atau minyak wangi adalah campuran minyak esensial dan senyawa aroma, fiksatif, dan pelarut yang digunakan untuk memberikan bau wangi untuk tubuh manusia, objek, atau ruangan. Jumlah dan tipe pelarut yang bercampur dengan minyak wangi menentukan apakah suatu parfum dianggap sebagai ekstrak parfum, *Eau de parfum, Eau de toilette, atau Eau de Cologne*. Parfum lokal di Indonesia baru populer pada tahun 2017 hingga 2018 Badan Pusat Statistik mencatat, ada 129.137 unit usaha perdagangan menengah dan besar di Indonesia pada 2020. Dari jumlah itu, mayoritasnya atau sekitar 39% pemilik usaha merupakan lulusan Sekolah Menengah Atas. Metode yang digunakan adalah penjelasan teoritis, demonstrasi pembuatan parfum, diakhiri dengan praktik pembuatan parfum dan setiap peserta membuat parfum dalam kemasan botol 10 ml. Kegiatan dihadiri oleh Pengurus Yayasan, Kepala Sekolah, dan siswa. Jumlah siswa yang mengikuti pelatihan adalah 76 siswa. Peserta dibagi menjadi beberapa kelompok. Seluruh siswa berhasil membuat parfum. Peserta pelatihan memperoleh ilmu dan skill pembuatan parfum sebagai salah satu alternatif wirausaha parfum

Kata Kunci: Parfum; pembuatan parfum; wirausaha parfum

Pendahuluan

Penggunaan parfum telah menjadi bagian dari gaya hidup modern di berbagai kalangan masyarakat, mulai dari bayi hingga orang dewasa. Parfum tidak hanya memberikan aroma wangi dan kesegaran, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri penggunanya dengan menghilangkan bau badan. Data yang diungkapkan oleh Statista Research Department (2022) menunjukkan adanya peningkatan pendapatan di industri parfum di Indonesia, yang mengindikasikan pasar produk ini tumbuh signifikan setiap tahun. Menurut Arfyana Rahayu (2022), parfum lokal di Indonesia mulai populer pada tahun 2017 hingga 2018, yang menunjukkan bahwa parfum lokal memiliki tempat tersendiri di pasar nasional.

Pelatihan pembuatan parfum yang diberikan oleh tim PkM Program Studi Teknik Industri untuk siswa SMK Bina Insan Mandiri Srengseng sangat relevan dalam mendukung tren ini. Kegiatan ini tidak hanya memberikan keterampilan tambahan kepada siswa untuk membuat parfum, tetapi juga mempersiapkan mereka untuk terjun ke dunia wirausaha. Mengacu pada Hisrich, Peters, dan Shepherd (2017), pendidikan kewirausahaan yang diberikan sejak dini, terutama

*Correspondent Author: resa.taruna@mercubuana.ac.id

pada tingkat SMK, sangat penting untuk menumbuhkan jiwa wirausaha yang mampu menciptakan peluang usaha baru, seperti dalam bidang produksi dan penjualan parfum.

Isu penting yang dibahas dalam pelatihan ini adalah penerapan prinsip green manufacturing dalam produksi parfum. Prinsip ini sangat relevan dengan tuntutan industri saat ini yang mengedepankan keberlanjutan dan ramah lingkungan, sejalan dengan konsep green economy yang menjadi fokus utama PkM di era Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Menurut Kotler dan Keller (2016), keberlanjutan dalam bisnis menjadi salah satu kunci dalam menghadapi persaingan global, dan produksi parfum dengan menggunakan bahan-bahan yang memperhatikan keberlanjutan serta dampak lingkungan merupakan langkah yang sangat strategis. PkM ini menggabungkan aspek teknologi ramah lingkungan dengan kewirausahaan, yang tidak hanya memberikan manfaat praktis bagi siswa, tetapi juga mendukung visi global untuk menciptakan industri yang lebih hijau.

Sebagai bagian dari PkM era MBKM, pelatihan ini juga mengadopsi teknologi digital dalam membangun jaringan dengan produsen parfum lain serta dalam memasarkan produk parfum yang dihasilkan oleh siswa melalui platform daring. Ini relevan dengan penelitian Wahyudi (2022), yang menunjukkan pentingnya memanfaatkan teknologi digital dalam memperluas jangkauan bisnis, terutama bagi usaha kecil dan menengah seperti kelompok wirausaha parfum di kalangan siswa SMK.

Dari sisi Indikator Kinerja Utama (IKU) Perguruan Tinggi, kegiatan pelatihan ini juga mendukung dosen dan mahasiswa dalam berkegiatan di luar kampus, yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman praktis di lapangan. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) (2020), terdapat 129.137 unit usaha perdagangan menengah dan besar di Indonesia, dengan 39% pemilik usaha merupakan lulusan SMA. Data ini menguatkan relevansi pelatihan kewirausahaan di tingkat SMK, terutama dalam mempersiapkan siswa untuk menjadi wirausahawan yang mandiri.

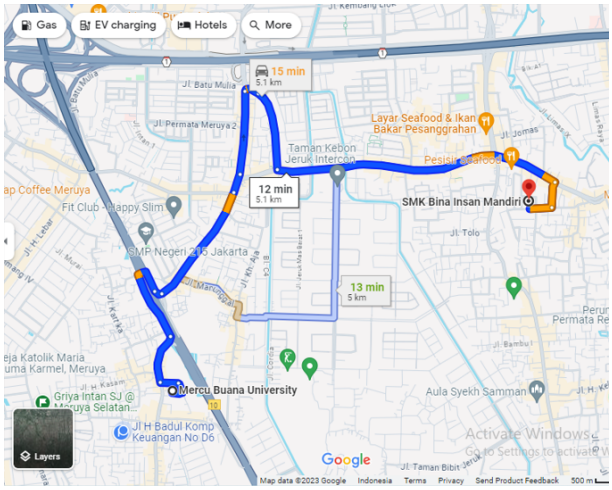
Dengan jumlah siswa yang mencapai 322 orang, SMK Bina Insan Mandiri Srengseng memiliki potensi besar untuk mengembangkan kelompok wirausaha parfum. Sejalan dengan tujuan sekolah untuk mencetak tenaga profesional dalam bidang usaha dan wirausaha, pelatihan ini selaras dengan visi sekolah dalam menyiapkan siswa yang siap bersaing di dunia usaha. Hal ini juga diperkuat oleh literatur yang menyatakan bahwa keterampilan kewirausahaan harus ditanamkan sejak dini sebagai bagian dari upaya menyiapkan generasi muda yang mandiri secara ekonomi (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2017).

Secara keseluruhan, tujuan dari pelatihan ini adalah memberikan tambahan keterampilan hidup (life skill) kepada siswa SLTA, yang tidak hanya bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan pasar parfum yang terus berkembang, tetapi juga membuka peluang bagi siswa untuk memulai usaha mandiri. Selain itu, manfaat lain bagi peserta pelatihan dan mitra adalah terciptanya alternatif usaha yang berkelanjutan dan berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut, baik melalui penjualan langsung di lingkungan sekolah maupun melalui platform daring.

Metode Pelaksanaan

Tempat pelaksanaan Jl. Meruya Ilir Raya Jl. Musdalifah Blok A. RT.1/RW.1. Srengseng. Kec. Kembangan. Kota Jakarta Barat. Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11630. Waktu pelaksanaan: Hari Senin, 29 April 2024 mulai pukul 08:00 – selesai. Mitra kegiatan adalah SMK Bina Insan Mandiri Srengseng Jakarta. Penentuan mitra kegiatan berdasarkan kesamaan visi dan misi antara Tim PkM Program Studi Teknik Industri Universitas Mercu Buana. Kegiatan ini dimulai dengan tahap persiapan yaitu pembentukan tim PkM Dosen dan mahasiswa bagi mahasiswa. keterlibatan

mahasiswa diharapkan dapat memberikan pengalaman praktis untuk menggali potensi peluang usaha dan mencari mitra yang memiliki visi dan misi yang sama. Tahap berikutnya adalah pelatihan untuk Tim PkM Dosen dan mahasiswa setelah itu diadakan pelatihan yang diadakan di tempat mitra kegiatan. Tim PkM TI UMB menyediakan seluruh alat dan bahan pembuatan parfum sehingga masing-masing peserta turut serta mencoba membuat parfum. Indikator Keberhasilan kegiatan ini adalah kemampuan peserta pelatihan untuk membuat parfum. Metode Evaluasi dilakukan dengan cara melihat hasil akhir parfum yang berhasil dibuat dan dengan menyebarkan kuesioner untuk mengukur kepuasan peserta.



Gambar 1. Lokasi Kegiatan

Kegiatan dibagi dalam 3 tahapan utama, yaitu: tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan evaluasi.

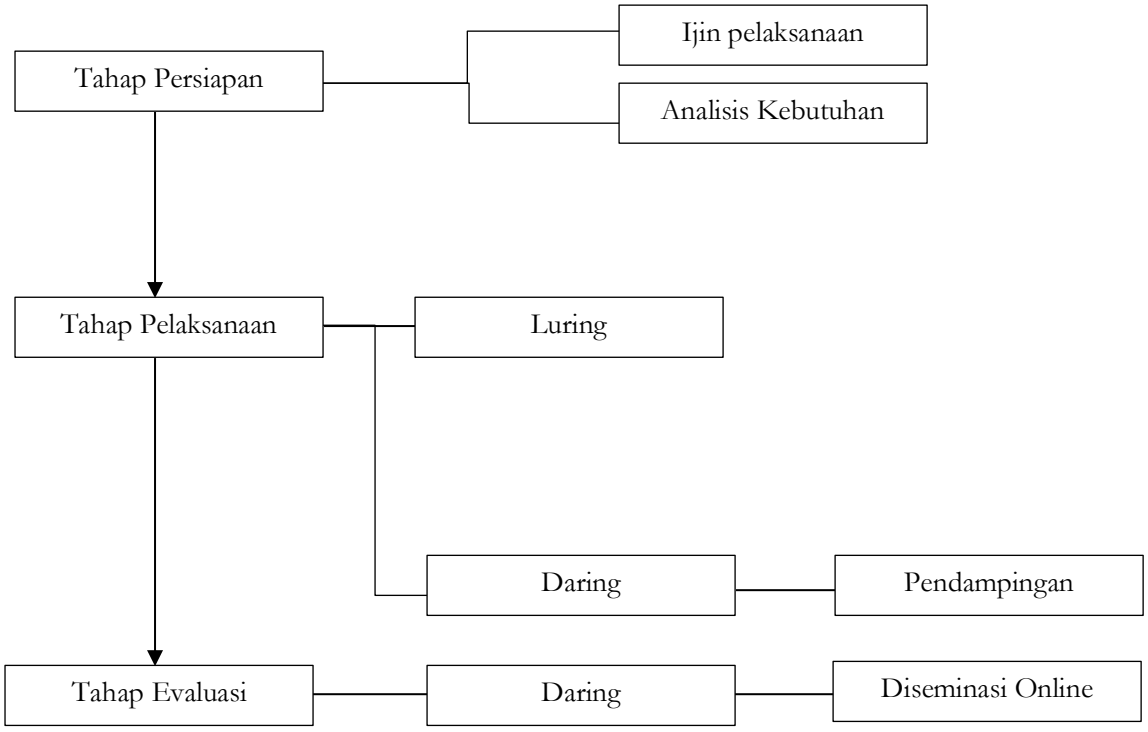


Diagram 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pembukaan, pemaparan dan praktek pembuatan parfum.

Gambar 2. Pembukaan

Gambar 3. Pemaparan

Gambar 4. Praktek Pembuatan Parfum

Tabel 2. Alat dan Bahan

Alat	Bahan
Botol Parum 10 ml	Bibit parfum
Suntikan (opsional)	Etanol
Gelas Ukur 25 ml	Pewarna (opsional)
Pipet	
Pengaduk	

Kegiatan pelatihan pembuatan parfum yang diikuti oleh 76 siswa SMK Bina Insan Mandiri Srengseng, Jakarta Barat, memberikan manfaat besar bagi pengembangan keterampilan siswa dalam meracik parfum, sekaligus membuka peluang bagi mereka untuk terjun ke dunia wirausaha. Pelatihan yang dilakukan oleh tim PkM dosen dan mahasiswa dari Program Studi Teknik Industri ini bukan hanya sekadar pelatihan teknis, melainkan juga mengintegrasikan aspek kewirausahaan, pemasaran, dan manajemen produksi—sejalan dengan keilmuan teknik industri. Hal ini penting karena siswa SMK diharapkan tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman dalam mengelola usaha secara mandiri.

Penerapan pelatihan ini sesuai dengan literatur yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan, terutama bagi siswa SMK, merupakan komponen penting dalam menciptakan generasi yang siap berwirausaha (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2017). Dengan memadukan keterampilan teknis dan kewirausahaan, siswa dilatih untuk tidak hanya memproduksi barang (parfum), tetapi juga memahami proses pemasaran dan manajemen usaha, yang dapat membantu mereka memulai bisnis setelah lulus. Sejalan dengan pandangan Kotler dan Keller (2016), keberhasilan usaha sangat ditentukan oleh pemahaman tentang perilaku pasar dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan ini, tim PkM menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI), yang merupakan alat evaluasi penting dalam menilai tingkat kepuasan peserta pelatihan. CSI memberikan gambaran yang jelas tentang kepuasan peserta terhadap pelatihan yang mereka terima, dengan mempertimbangkan berbagai atribut seperti kualitas materi, kompetensi instruktur, dan relevansi pelatihan dengan dunia kerja. Seperti yang dijelaskan Bhote (1996), CSI menghitung tingkat kepuasan berdasarkan tingkat kepentingan dari setiap atribut, yang kemudian diolah menjadi indeks yang merepresentasikan keseluruhan kepuasan peserta.

Penggunaan metode CSI dalam pelatihan ini relevan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa kepuasan peserta atau pelanggan sangat penting dalam evaluasi keberhasilan sebuah program. Wahyudi (2022) menyebutkan bahwa metode seperti CSI membantu institusi untuk terus meningkatkan kualitas layanan mereka, dengan memberikan data yang akurat tentang aspek-aspek yang perlu diperbaiki. Dengan hasil yang diperoleh dari CSI, tim pelatihan dapat melakukan perbaikan yang diperlukan secara berkala, sehingga kualitas pelatihan tetap terjaga dan relevan dengan kebutuhan siswa.

Dengan demikian, pelatihan pembuatan parfum ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis kepada siswa SMK, tetapi juga meningkatkan kemampuan mereka dalam aspek kewirausahaan dan manajemen usaha. Selain itu, penerapan metode CSI sebagai alat evaluasi memungkinkan pelatihan ini untuk terus berkembang dan menyesuaikan dengan kebutuhan peserta di masa mendatang. Hal ini sejalan dengan pandangan Santoso dan Tjiptono (2001)

bahwa evaluasi yang berkelanjutan adalah kunci untuk mencapai kepuasan pelanggan dan memastikan keberhasilan program pelatihan dalam jangka panjang.

$$CSI = \frac{T}{5Y}\ x\ 100\%$$

Keterangan :
T= Nilai Total Dari CSI
5= Nilai Maksimum Pada Skala Pengukuran
Y= Nilai Total Dari Kolom Harapan
Dengan menggunakan metode CSI tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Pengolahan data questioner

No	Pertanyaan	Harapan/ Kepentingan (H)					Tot	Avr. I	Kinerja/ Kepuasan (K)					Total	Avr P	
		1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			S (I x P)
1	Materi kegiatan pengabdian sesuai dengan permasalahan yang ada di masyarakat.	0	4	5	29	0	139	3,66	0	0	8	30	0	144	3,79	14
2	Metode pengabdian masyarakat yang digunakan sudah tepat dengan tema dan tujuan program pengabdian masyarakat.	1	2	5	30	0	140	3,68	0	1	7	30	0	143	3,76	14
3	Sarana dan prasarana pendukung kegiatan pengabdian, seperti tempat atau gedung kegiatan pengabdian, alat dan bahan, fasilitas penunjang lainnya, sudah memadai.	0	1	5	32	0	145	3,82	0	1	6	31	0	144	3,79	14
4	Tim pelaksana program pengabdian terlihat kompak dalam melaksanakan kegiatan.	0	2	6	30	0	142	3,74	0	1	6	31	0	144	3,79	14
5	Tim pelaksana program pengabdian	0	3	6	29	0	140	3,68	0	0	7	31	0	145	3,82	14

	memiliki kompetensi dengan materi yang diberikan.															
6	Tim pelaksana sangat menarik dalam mengemas program pengabdian.	0	2	5	31	0	143	3,76	0	1	6	31	0	144	3,79	14
7	Masyarakat antusias berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian.	0	2	6	30	0	142	3,74	0	0	8	30	0	144	3,79	14
8	Masyarakat sangat merasakan manfaat dari adanya program pengabdian yang diberikan.	0	4	4	30	0	140	3,68	0	0	8	30	0	144	3,79	14
9	Masyarakat sangat berminat dan antusias terhadap kegiatan pengabdian.	0	2	4	32	0	144	3,79	0	0	7	31	0	145	3,82	14
10	Masyarakat secara keseluruhan merasa puas terhadap program pengabdian masyarakat yang dilakukan.	0	1	6	31	0	144	3,79	0	2	6	30	0	142	3,74	14
11	Program pengabdian sesuai dengan yang diharapkan oleh masyarakat.	0	3	3	32	0	143	3,76	0	0	8	30	0	144	3,79	14
12	Jangka waktu program pengabdian sesuai dengan yang diharapkan oleh masyarakat.	0	3	4	31	0	142	3,74	0	0	7	31	0	145	3,82	14
							Y	44,84							T	169,93

4Y	179
CSI :	94,74%

Berdasarkan table Tingkat kepuasan sebagai berikut:

Tabel 3 Kriteria Tingkat Kepuasan

No	Nilai CSI (%)	Keterangan
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80.99%	Puas
3	51% - 65.99%	Cukup Puas
4	35% - 50.99%	Kurang Puas
5	0% - 34.99%	Tidak Puas

Nilai maksimum CSI adalah 100%. Nilai CSI 50% atau lebih rendah menandakan kinerja pelayanan yang kurang baik. Nilai CSI 80% atau lebih tinggi mengindikasikan pengguna merasa puas terhadap kinerja pelayanan.

Kesimpulan dan Saran

Kegiatan PkM berupa Pelatihan Pembuatan parfum bagi peserta siswa SMK Bina Insan Mandiri telah berhasil dilaksanakan dengan bai. Peserta memperoleh skill tambahan yaitu pembuatan parfum untuk bekal berwirausaha. Tujuan pihak mitra juga tercapai yaitu menyiapkan tenaga pelaksana yang propesional dalam bidang usaha serta wira usaha. Selain itu Tim PkM juga telah berhasil mengimplementasi keilmuan teknik industri yang terkait materi usaha dan produksi, marketting dan manajeman usaha serta kewirausahaan

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Pusat Pengabdian Masyarakat Universitas Mercu Buana dan SMK Bina Insan Mandiri Jakarta Srengseng Jakarta atas terlaksananya kegiatan ini dengan dukungan dana dan sarana prasana yang diberikan.

Referensi

Arfyana, C. R. (2022). "Parfum Lokal Semakin Diminati, Ini Daftar Produknya." Kontan. Diakses dari https://kontan.co.id

Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). Laporan Statistik Perdagangan Menengah dan Besar. Jakarta: BPS.

Bhote, K. R. (1996). Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty: The Key to Greater Profitability. New York: American Management Association.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). Entrepreneurship. Edisi ke-10. New York: McGraw-Hill Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Edisi ke-15. New Jersey: Pearson Education.

Santoso, S., & Tjiptono, F. (2001). Analisis Kepuasan Pelanggan. Yogyakarta: Andi.

Statista Research Department. (2022). "Revenue of Perfumes Segment in Indonesia." Diakses dari https://www.statista.com

Wahyudi, S. (2022). "Pelatihan Wirausaha Berbasis Produk Kreatif di Era Digital." Jurnal Pengabdian Masyarakat, 7(3), 102-115.