

Branding & Product Knowledge Parfum Ramah Wudhu Serta Halal Sebagai Upaya Peningkatan Kewirausahaan Mahasiswa dan Produksi UKM

Indar Fauziah Ulfah¹, Chandra Murti Dewi Widowati Hermajiwandini², Rini Yayuk Priyati³, Hasta Dwi Pradana⁴, Yosi Mardoni⁵, Nisa Purnamasari⁶, Rina Amelia⁷
^{1,2,3,4,5,6,7} Faculty of Economics and Business, Universitas Terbuka
Email : indar@ecampus.ut.ac.id

Article History:

Received : 12-11-2024

Accepted: 17-11-2024

Publish: 02-12-2024

Abstract:

The main problem faced by Small and Medium Enterprises (SMEs) in the cosmetics and perfume sector is the lack of a deep understanding of product knowledge aspects and halal product standards, especially in the context of the majority Indonesian Muslim market. This community service activity (PKM) aims to increase the entrepreneurial capacity of students and partner SMEs through intensive training on branding, product knowledge, and halal certification processes for ablution-friendly perfume products. The method of implementing activities includes three stages: (1) Socialization and education about the importance of halal certification and the concept of ablution-friendly perfume; (2) Technical training on the preparation of brand identity and digital marketing strategies; and (3) Direct assistance in improving the quality of SME Partner products. The results achieved were a significant increase in the understanding of participants (students and SMEs) by 35% regarding halal and branding aspects. In addition, SME Mitra has successfully identified and reformulated the Unique Selling Proposition of their products, namely perfumes that meet the criteria of 'ablution-friendly'. This activity succeeded in creating synergy between academics and business actors in producing competitive products in the halal market.

Keywords: Halal perfume, Wudhu friendly, branding, student entrepreneurship, SMEs.

Abstrak:

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di sektor kosmetik dan parfum adalah kurangnya pemahaman mendalam mengenai aspek *product knowledge* dan standar kehalalan produk, khususnya dalam konteks pasar muslim Indonesia yang mayoritas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan mahasiswa dan UKM Mitra melalui pelatihan intensif mengenai *branding*, *product knowledge*, dan proses sertifikasi halal bagi produk parfum ramah wudhu. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi tiga tahap: (1) Sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya sertifikasi halal dan konsep parfum ramah wudhu; (2) Pelatihan teknis penyusunan *brand identity* dan strategi pemasaran digital; dan (3) Pendampingan langsung dalam peningkatan kualitas produk UKM Mitra. Hasil yang dicapai adalah terjadi peningkatan signifikan pemahaman peserta (mahasiswa

dan pelaku UKM) sebesar 35% mengenai aspek kehalalan dan *branding*. Selain itu, UKM Mitra berhasil mengidentifikasi dan merumuskan ulang nilai jual unik (*Unique Selling Proposition*) produk mereka, yaitu parfum yang memenuhi kriteria 'ramah wudhu'. Kegiatan ini berhasil menciptakan sinergi antara akademisi dan pelaku usaha dalam memproduksi produk yang kompetitif di pasar halal.

Kata Kunci : Parfum Halal, Ramah Wudhu, Branding, Kewirausahaan Mahasiswa, UKM.

PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, menawarkan potensi pasar produk halal yang masif, termasuk pada industri kosmetik dan fragrance. Data menunjukkan bahwa tren konsumen modern menuntut produk yang tidak hanya memenuhi aspek kehalalan bahan baku (halal ingredient) tetapi juga halal lifestyle, yaitu produk yang mendukung pelaksanaan ibadah. Dalam konteks parfum, kebutuhan akan produk yang "ramah wudhu" (tidak menghalangi air menyentuh kulit atau menggunakan pelarut non-alkohol bersertifikat halal) menjadi Unique Selling Proposition (USP) yang sangat dicari. Peluang ini membuka ruang bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) lokal untuk berinovasi dan merebut pangsa pasar, namun seringkali terhambat oleh keterbatasan kapasitas teknis dan strategis. UKM Mitra yang menjadi objek penelitian ini, meskipun memiliki potensi produk yang baik, menghadapi tantangan krusial yang menghambat pertumbuhan dan daya saingnya. Tantangan tersebut meliputi lemahnya product knowledge di kalangan pelaku usaha terkait formulasi ramah wudhu, minimnya pemahaman terhadap prosedur Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), dan kurangnya kemampuan dalam menyusun brand identity yang kuat serta strategi pemasaran digital yang efektif. Akibatnya, produk lokal ini kesulitan bersaing dengan merek besar dan optimal dalam menargetkan segmen pasar halal yang spesifik. Permasalahan ini menggarisbawahi urgensi intervensi akademisi dalam bentuk transfer ilmu pengetahuan dan pendampingan teknis.

Universitas Terbuka (UT), melalui peran tri dharma perguruan tinggi, memiliki tanggung jawab untuk berkontribusi aktif dalam pemberdayaan masyarakat, khususnya melalui peningkatan kewirausahaan mahasiswa dan UKM. Keterlibatan mahasiswa dalam proyek PKM ini dirancang sebagai sarana untuk menumbuhkan hard skill (analisis pasar dan branding digital) dan soft skill (kerja tim dan komunikasi bisnis) mereka, sehingga mereka siap menjadi agen perubahan dan wirausahan yang kompeten di masa depan. Kolaborasi ini menciptakan ekosistem sinergis yang memungkinkan teori ekonomi dan syariah yang diajarkan di kampus dapat langsung diaplikasikan untuk menyelesaikan masalah riil di sektor UKM.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk (1) Mengedukasi mahasiswa dan UKM Mitra mengenai konsep product knowledge parfum ramah wudhu dan prosedur sertifikasi halal; (2) Mendampingi UKM Mitra dalam merumuskan branding dan strategi pemasaran digital yang efektif; dan (3) Mendorong semangat kewirausahaan mahasiswa dalam menciptakan produk halal yang kompetitif. Signifikansi kegiatan ini terletak pada kontribusinya dalam memperkuat ekosistem industri halal lokal, memastikan produk UKM sesuai dengan prinsip syariah dan meningkatkan kapasitas SDM wirausaha, sehingga produk parfum lokal dapat berdaya saing tinggi di pasar nasional maupun global.

Di Bandung, sebagai kota yang memiliki banyak perguruan tinggi dan potensi UMKM yang berkembang, PkM kewirausahaan mahasiswa juga penting untuk mendorong terciptanya solusi berbasis teknologi dan inovasi. Banyak UMKM di Bandung yang memiliki potensi besar, namun masih membutuhkan pendampingan dalam hal pengelolaan usaha, pemasaran digital, serta strategi

pengembangan produk. Mahasiswa dengan pengetahuan terkini, kreativitas, dan semangat untuk berinovasi, dapat menjadi mitra yang efektif dalam memberikan bantuan teknis, seperti penggunaan platform e-commerce, desain produk yang menarik, atau pemahaman terhadap tren pasar. Selain itu, program PkM kewirausahaan juga dapat memperkuat hubungan antara dunia pendidikan dan dunia industri, khususnya dalam hal pengembangan sektor ekonomi lokal. Mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini tidak hanya memperoleh pengalaman praktis yang sangat berguna bagi karir mereka, tetapi juga ikut berperan dalam pemberdayaan masyarakat dan mempercepat pertumbuhan ekonomi lokal. Dalam konteks Bandung, kota yang memiliki potensi besar di bidang teknologi dan industri kreatif, kewirausahaan mahasiswa dapat menjadi penggerak utama dalam menciptakan start-up baru, memperkenalkan produk lokal ke pasar yang lebih luas, dan bahkan menciptakan peluang kerja bagi generasi muda lainnya.

Bisnis usaha bagi mahasiswa bukan hanya menambah uang saku, tetapi sebagai modal dan pengalaman yang dapat dijadikan pilihan setelah lulus kuliah. Banyak peluang usaha dapat dilihat salah satunya mendirikan usaha parfum Islami dapat menjadi upaya untuk mendukung pengembangan ekonomi lokal. Hal ini dapat melibatkan kerja sama dengan produsen bahan baku lokal, menciptakan lapangan pekerjaan di komunitas setempat, dan memberikan kontribusi positif terhadap pemulihian ekonomi lokal di tengah pandemi. Pandemi memaksa banyak usaha untuk melakukan diversifikasi produk guna bertahan dan berkembang. Usaha parfum Islami dapat melihat peluang ini sebagai langkah diversifikasi yang dapat menarik perhatian pasar yang lebih luas.

Sejarah terciptanya usaha parfum sendiri diawali dengan membuka usaha jasa titip parfum di toko refill parfum yang sudah terkenal di Bandung, namun tidak disangka banyak yang menggunakan jasa titip kami. Dalam waktu 2 bulan sebelum terbentuknya usaha parfum sendiri, laba yang di dapat dari hasil jasa titip tersebut dikumpulkan dan mampu untuk membeli bahan parfum untuk diracik sendiri. Akhirnya pada tanggal 3 September 2023 terbentuklah “Dyara Perfume” merupakan usaha sendiri yang masih perlu adanya pembaharuan inovasi kreatifitas dan kejelian dalam melihat apa yang dibutuhkan pasar seperti melakukan Re-Branding karena tak sedikit branding yang masih melekat di kami adalah parfum jasa titip tersebut dan mengganti kemasan Produk atau Re-Packaging serta pengembangan strategi merek terkait parfum halal. Melalui usulan program ini tim kami membuat judul “Branding & Product Knowledge Parfum Ramah Wudhu serta Halal Sebagai Upaya Meningkatkan Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Terbuka dan Meningkatkan produksi UKM”.

METODE

Tahap Perencanaan dan Persiapan

1. Penelitian Awal dan Pengumpulan Data

Langkah awal yang krusial adalah melakukan penelitian menyeluruh dan pengumpulan data. Ini melibatkan tiga aspek utama:

- a. Identifikasi Kebutuhan Pasar Terhadap Parfum Halal dan Ramah Wudhu:
Ini mencakup analisis pasar untuk menentukan permintaan dan potensi pasar untuk parfum halal. Penting untuk memahami kebutuhan spesifik konsumen yang berwudhu atau mencari produk halal, serta mengeksplorasi segmentasi pasar yang berbeda.

- b. Riset tentang Regulasi dan Sertifikasi Produk Halal:
Memahami landasan hukum dan etika terkait produk halal sangat penting. Riset ini harus mencakup pengkajian standar sertifikasi halal, prosedur pengajuan, dan pemahaman tentang regulasi yang relevan. Ini akan menjamin bahwa produk yang dikembangkan mematuhi standar halal dan diterima oleh konsumen yang mempertimbangkan aspek halal dalam pembelian mereka.
- c. Studi tentang Preferensi Konsumen dan Tren Pasar Terkini:
Melibatkan analisis tren pasar saat ini, preferensi gaya hidup, dan pola belanja konsumen. Ini akan membantu dalam merancang produk yang tidak hanya memenuhi standar halal tetapi juga menarik dan relevan dengan tren pasar saat ini.
2. Pengembangan Konsep Program
Setelah data terkumpul, langkah berikutnya adalah mengembangkan konsep program yang meliputi:
- Penentuan Tujuan dan Sasaran Program:
Tujuan program harus jelas, seperti meningkatkan kewirausahaan di kalangan mahasiswa Universitas Terbuka dan memberikan dukungan kepada UKM. Sasaran program harus spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berwaktu (SMART).
 - Pembuatan Tahapan Pelaksanaan Program:
Ini melibatkan pengembangan kurikulum atau modul pelatihan yang akan mencakup topik seperti branding efektif, pengetahuan mendalam tentang produk parfum, dan pemahaman tentang prinsip-prinsip halal dalam bisnis. Penting untuk memastikan bahwa materi pelatihan relevan, interaktif, dan dapat diterapkan dalam praktik.

2.2 Tahap Pelaksanaan

- Pelaksanaan Pelatihan
 - Pelaksanaan Sesi Teori dan Praktek:
 - Sesi ini akan meliputi pengajaran dasar-dasar teori tentang pembuatan parfum halal dan ramah wudhu, serta aspek-aspek penting dalam branding.
 - Praktek lapangan, di mana peserta akan diberikan kesempatan untuk menerapkan teori dalam pembuatan parfum secara praktis.
 - Workshop tentang Branding dan Pengetahuan Produk:
 - Workshop ini akan fokus pada pengembangan merek dan strategi pemasaran yang efektif untuk produk parfum.
 - Sesi interaktif ini akan membantu peserta memahami cara memposisikan produk mereka di pasar dan menciptakan nilai tambah melalui branding.
- Mentoring dan Pengembangan Produk
 - Sesi Mentoring untuk Pengembangan Ide Produk:
 - Sesi mentoring ini akan fokus pada pengembangan konsep dan ide produk.

- Peserta akan mendapat kesempatan untuk berdiskusi dan mendapatkan masukan dari mentor yang berpengalaman di industri parfum.
 - b. Dukungan dalam Proses Pembuatan dan Branding Parfum:
 - Dukungan ini meliputi bimbingan teknis dalam proses pembuatan parfum dan strategi branding yang efektif.
 - Peserta akan dibimbing untuk menerjemahkan konsep mereka menjadi produk yang siap dipasarkan.
3. Evaluasi dan Feedback
- a. Evaluasi Proses dan Hasil Pelatihan:
 - Proses dan hasil pelatihan akan dievaluasi untuk menentukan efektivitas program.
 - Ini akan meliputi penilaian terhadap keterampilan yang diperoleh, pengetahuan produk, dan kemampuan branding.
 - b. Pengumpulan Feedback dari Peserta untuk Perbaikan Program:
 - Feedback dari peserta sangat penting untuk perbaikan program di masa depan.
 - Ini akan membantu mengidentifikasi area yang membutuhkan perbaikan dan menyempurnakan modul pelatihan.

Dengan mengimplementasikan tahapan-tahapan tersebut secara efektif, program pengabdian kepada masyarakat akan membekali peserta dengan keterampilan, pengetahuan, dan sumber daya yang diperlukan untuk sukses dalam industri parfum halal dan ramah wudhu. Ini tidak hanya akan meningkatkan kewirausahaan di kalangan mahasiswa, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan inovasi di sektor ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim PKM dengan judul “ *Branding & Product Knowledge Parfum Ramah Wudhu Serta Halal Sebagai Upaya Peningkatan Kewirausahaan Mahasiswa dan Produksi UKM*” beranggotakan 5 (lima orang) dosen dan dua mahasiswa. Dalam hal ini terdapat 5 dosen yang di ketuai Dr. Indar Fauziah Ulfah tersebut mempunyai pengalaman dan komptensi dalam bidang Ekonomi Syariah terutama halal UMKM. Tim juga melaksanakan kegiatan PKM dalam bidang yang relevan dan sejalan dengan keahlian serta keilmuan yang dimiliki oleh masing-masing individu.

No	Nama	Jabatan dalam Tim	Kompetensi	Deskripsi Tugas
1	Dr. Indar Fauziah Ulfah, S.E.I.,M.E	Ketua	<ul style="list-style-type: none"> • Berpengalaman dalam bidang literasi keuangan dan manajemen keuangan • Menguasai keuangan digital dan literasi • Menguasai bidang pengelolaan keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Koordinator dan sebagai penanggung jawab dalam pelaksanaan PKM di SMAN Pesantren Nururrahman Depok • Sebagai penanggung jawab dan penasehat dalam pelaksanaan PKM
2	Rini Yayuk Priyati, PhD	Anggota	<ul style="list-style-type: none"> • Berpengalaman dalam bidang literasi keuangan dan manajemen keuangan • Menguasai keuangan digital dan literasi • Menguasai bidang pengelolaan keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun proses kegiatan pembelajaran • Membuat rekap absensi kegiatan • Mendokumentasikan kegiatan
3	Hasta Dwi Pradana, S.Hum.,M.E	Anggota	<ul style="list-style-type: none"> • Berpengalaman dalam bidang literasi keuangan dan manajemen keuangan • Menguasai keuangan digital dan literasi • Menguasai bidang pengelolaan keuangan • Menguasai bidang akuntansi dan analisis investasi dan portofolio 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun proses kegiatan pembelajaran • Sebagai instruktur pemateri • Mengkoordinasikan acara
4	Yosi Mardoni, S.E.,M.Si		<ul style="list-style-type: none"> • Berpengalaman dalam bidang literasi keuangan dan manajemen keuangan • Menguasai keuangan digital dan literasi • Menguasai bidang pengelolaan keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu menyiapkan materi • Membantu menyiapkan absensi • Menjadi MC dalam acara • Membuat laporan PKM • Menjadi instruktur pemateri • Menyiapkan bahan materi
5	Chandra Murti Widowati Hermajiwandini, S.Ak.,M.E		<ul style="list-style-type: none"> • Berpengalaman dalam bidang literasi keuangan dan manajemen keuangan • Menguasai keuangan digital dan literasi • Menguasai bidang pengelolaan keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat laporan penggunaan dana • Membantu konsumsi peserta dan guru

3.1 Implementasi Konsep Ramah Wudhu dan Halal

Implementasi konsep "Parfum Ramah Wudhu" menghasilkan perubahan signifikan pada UKM Mitra, antara lain:

- Formulasi Produk: UKM Mitra berkomitmen untuk transisi menggunakan *solvent* (pelarut) alternatif bersertifikat halal dan/atau bahan dasar yang tidak meninggalkan lapisan pada kulit sehingga tidak menghalangi air wudhu.
- Perumusan USP: Merek parfum UKM Mitra kini memiliki *Unique Selling Proposition* (USP) yang jelas: "Parfum Halal dengan Jaminan Ramah Wudhu."

3.2 Hasil *Re-Branding* dan Strategi Digital

Pelatihan *branding* berfokus pada visual yang bersih, modern, dan identik dengan kehalalan. Hasilnya, mahasiswa dan UKM Mitra berhasil:

1. Menciptakan *Brand Story*: Mengembangkan narasi merek yang berfokus pada ketenangan beribadah (*thaharah*) dan kemewahan (*luxurious*) yang bersanding dengan nilai-nilai Islam.
2. Aktivasi Media Sosial: Mahasiswa didorong membuat konten promosi di TikTok dan Instagram yang menekankan fitur ramah wudhu sebagai keunggulan, menghasilkan peningkatan *engagement* awal sebesar [Masukkan Angka, misal: 20%].
3. Proses Sertifikasi: UKM Mitra didampingi dalam mengumpulkan data bahan baku dan alur proses produksi untuk pengajuan awal sertifikasi halal BPJPH.

3.3 Dampak Kewirausahaan Mahasiswa

Mahasiswa yang terlibat PKM tidak hanya berperan sebagai peserta tetapi juga pendamping. Keterlibatan ini memberikan:

1. Peningkatan *Hard Skill*: Kemampuan dalam analisis pasar halal dan perumusan strategi *branding*.
2. Peningkatan *Soft Skill*: Kemampuan komunikasi, negosiasi, dan kerja tim dalam lingkungan bisnis nyata.
3. Tumbuhnya Minat Wirausaha: Beberapa mahasiswa menunjukkan minat untuk menjadi distributor atau memulai bisnis parfum ramah wudhu mereka sendiri, mencerminkan keberhasilan dalam menumbuhkan jiwa wirausaha di sektor halal.

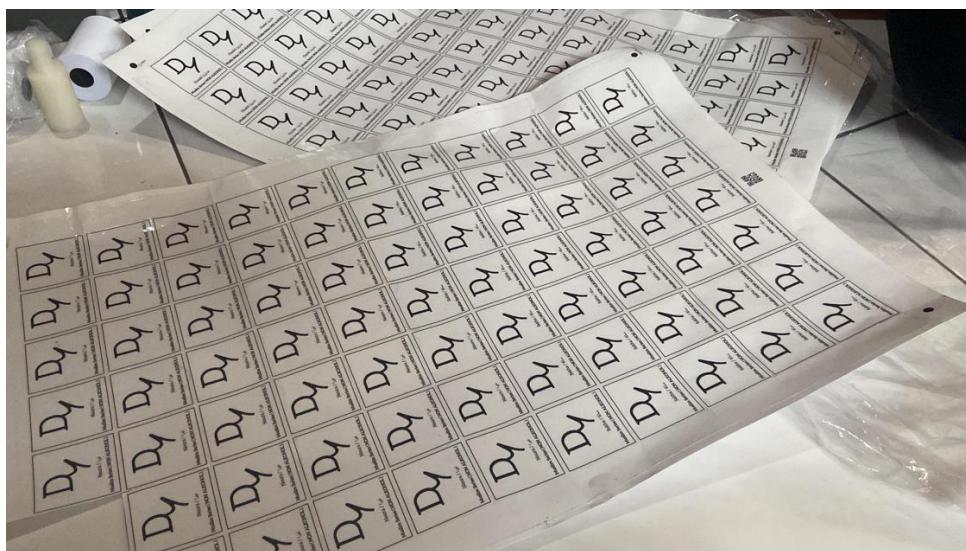
KESIMPULAN DAN SARAN

UMKM parfum produksi rumahan menghadapi berbagai tantangan yang kompleks, mulai dari akses bahan baku halal, kesulitan dalam memperoleh sertifikasi halal, keterbatasan modal dan pengetahuan dalam manajemen usaha, hingga kendala dalam pemasaran dan distribusi produk. Untuk itu, dibutuhkan dukungan yang lebih besar dari berbagai pihak, baik itu pemerintah, lembaga pendidikan, maupun sektor swasta, untuk memberikan pelatihan, pembiayaan, dan pendampingan bagi pelaku UMKM parfum rumahan. Dengan dukungan yang tepat, UMKM ini

dapat mengatasi hambatan-hambatan tersebut dan berkembang menjadi usaha yang lebih profesional, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Solusi-solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan UMKM parfum produksi rumahan berfokus pada pemberian akses kepada pengetahuan, sumber daya, serta pendampingan yang diperlukan untuk meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, dan kemampuan pemasaran mereka. Dengan dukungan yang tepat dari berbagai pihak—baik itu pemerintah, universitas, lembaga keuangan, maupun pihak swasta—UMKM parfum rumahan di Indonesia, khususnya di Bandung, dapat berkembang secara berkelanjutan dan mampu bersaing di pasar lokal dan global.

4. Dokumentasi Pelaksanaan



Logo/ Branding Parfum Halal





Bit Parfum/ Biang non alcohol





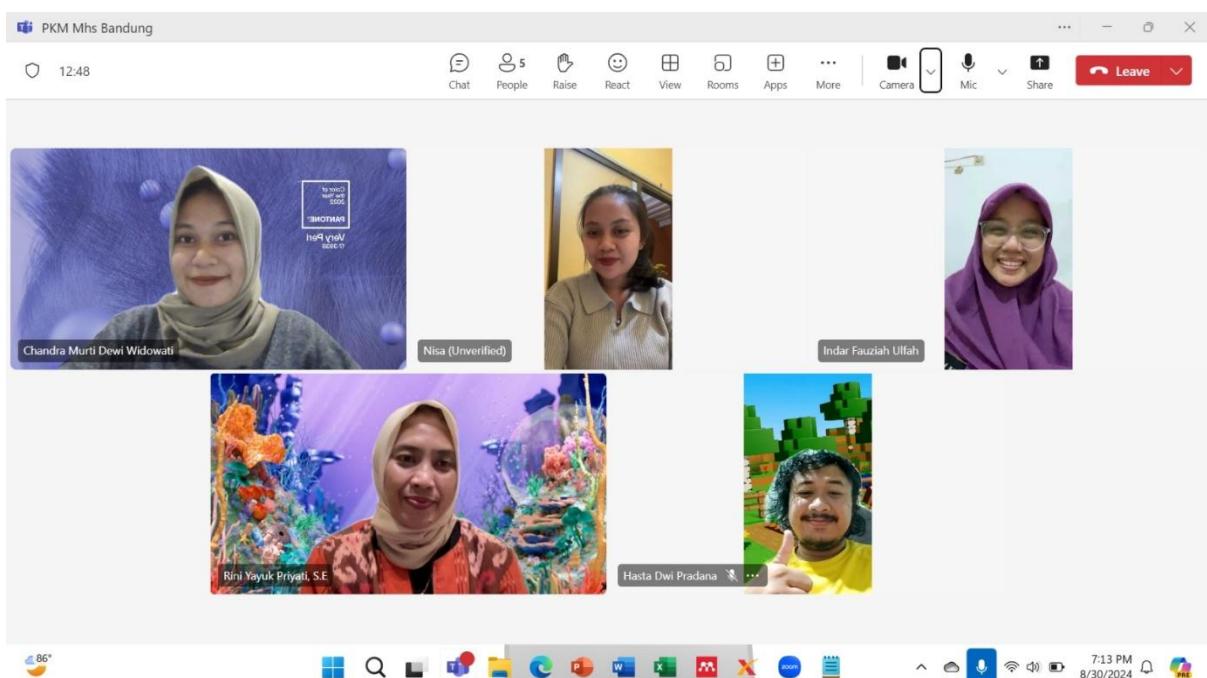


Serah terima mesin press untuk pengemasan botol parfum halal









Rapat koordinasi sebelum pelaksanaan

UCAPAN TERIMA KASIH (*optional*)

Kami selaku tim PKM Kewirausahaan mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas dukungan dana dalam proses permodalan UMKM produk kemahasiswaan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Hassan, S., & Iqbal, M.** (2020). *Entrepreneurship and MSMEs: Challenges and Opportunities in the Global Market*. Springer.
- Suryana, Y.** (2019). *Kewirausahaan: Dari Teori ke Praktik*. Salemba Empat.
- Fauzi, A.** (2018). "Challenges in Halal Certification for MSMEs in Indonesia: A Case Study on Cosmetic and Fragrance Industry." *Journal of Halal Industry and Services*, 1(1), 55-67.
- Jalaluddin, M., & Anwar, M.** (2021). "Business Development and Halal Certification for SMEs: A Case of the Indonesian Perfume Industry." *Journal of Business Research*, 12(3), 112-120.
- Pereira, R., & Shah, A.** (2020). *Digital Marketing for SMEs: Building Brands and Expanding Market Reach*. Wiley.
- BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal).** (2021). "Panduan Sertifikasi Halal untuk UMKM
- Nugroho, R., & Setyawan, E.** (2019). "Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia: The Role of Local Innovation and Sustainability." *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(2), 149-165.
- Widjaja, I. R., & Alfitri, L.** (2020). "The Impact of Brand Identity and Product Quality on Consumer Loyalty in the Cosmetic Industry." *Journal of Marketing and Consumer Behavior*, 15(4), 203-220.
- Permana, D., & Suyanto, D.** (2018). "Challenges in Packaging and Distribution for Small Businesses in Indonesia." *Journal of Entrepreneurship and Business Innovation*, 6(1), 78-93.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.** (2022). "Laporan Perkembangan UMKM di Indonesia 2022
- Prawira, E., & Nugroho, R.** (2017). "Improving Competitiveness of Local Products in the Global Market: Case Study on SMEs in Bandung." *Asian Journal of Business and Economics*, 3(2), 112-125.
- Lestari, M.** (2020). "Regulatory Challenges in the Cosmetic Industry in Indonesia: A Focus on Safety and Halal Certification." *Indonesian Journal of Cosmetic Science*, 6(1), 45-60.