Terbit online pada laman web jurnal: https://pengabdian.otusedujournal.ac.id

AL HAYAT
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Vol. 4 No. 3 (2026) 256 – 266 | ISSN: 3031-3457 (Media Online)

Pengembangan Sabun VCO Ramah Lingkungan dengan Bahan Lokal untuk Meningkatkan Nilai Tambah Produk Industri Kecil dan Menengah di Kabupaten Lombok Utara

(*Development of Environmentally Friendly VCO Soap Using Local Ingredients to Increase the Added Value of Small and Medium Industries In North Lombok Regency*)

Novitarini[1]*, Ika Yuliana[2], Salsabila Yunita Kurniawan[3], Baiq Yulia Hasni Pratiwi[4]

[1,3,4]Prodi Farmasi, Fakultas Kesehatan, Universitas Bumigora, Kota Mataram, NTB
[2]Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomis & Bisnis, Universitas Bumigora, Kota Mataram, NTB

*email: novitarini@universitasbumigora.ac.id

Diterima: 14 Agustus 2026, Diperbaiki: 14 September 2026, Disetujui: 22 September 2026

Abstract. *Ninara Soap, a small and medium industry (SMI), produces Virgin Coconut Oil (VCO)-based soap but faces challenges in formulation standardization, product diversification, production capacity, packaging, and marketing. This community service program aimed to improve product quality and added value through the development of environmentally friendly VCO soap utilizing locally sourced ingredients. The program employed a participatory approach consisting of socialization on soap formulation using the SoapCalc application and the utilization of local ingredients, digital marketing training, hands-on production of VCO soap based on an optimized formulation, the application of appropriate technology through the use of a hand mixer, automatic soap mixer, silicone molds, and soap cutter, product packaging using a heat gun and labeling, as well as evaluation through pre-test and post-test assessments. The results demonstrated an improvement in participants' knowledge and skills in implementing the new formulation, developing VCO soap variants enriched with local ingredients, and applying proper packaging and digital marketing strategies. Overall, the program is expected to enhance product quality, increase added value, and strengthen the competitiveness of Ninara Soap as a sustainable small and medium industry.*

Keywords*: Digital marketing, Lokal ingredients, SoapCalc, Small and medium industry Ninara soap, VCO soap*

Abstrak. IKM Ninara Soap merupakan industri kecil dan menengah yang memproduksi sabun berbahan dasar *Virgin Coconut Oil* (VCO), namun masih menghadapi kendala dalam standarisasi formulasi, pengembangan varian produk, kapasitas produksi, pengemasan, dan pemasaran. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kualitas dan nilai tambah produk melalui pengembangan sabun VCO berbasis bahan lokal. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dilaksanakan di IKM Ninara Soap, Desa Malaka, Kabupaten Lombok Utara, dengan melibatkan 20 peserta yang meliputi sosialisasi formulasi sabun menggunakan aplikasi *SoapCalc* dan pemanfaatan bahan lokal, sosialisasi strategi pemasaran digital, pelatihan pembuatan sabun menggunakan formula hasil optimasi, penerapan teknologi tepat guna melalui penggunaan *hand mixer*, mixer sabun otomatis, cetakan silikon, dan *soap cutter*, pelatihan pengemasan menggunakan heat gun dan pelabelan produk, serta evaluasi melalui pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta, kemampuan mengimplementasikan formula baru, menghasilkan varian sabun berbahan lokal, serta menerapkan teknik pengemasan dan pemasaran digital. Program ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk, nilai tambah, dan daya saing IKM Ninara Soap secara berkelanjutan.

Kata kunci: Bahan lokal, IKM Ninara Soap, Pemasaran digital, Sabun VCO, *SoapCalc*

Lisensi
Lisensi Internasional Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0.

ISSN: 3031-3457 (Online)
DOI: 10.62588/ahjpm.2026.v4i3.299

PENDAHULUAN

Desa Malaka, Kabupaten Lombok Utara, memiliki potensi kelapa yang melimpah dengan luas perkebunan sekitar 500 hektare dan produksi mencapai sekitar 5.000 ton per tahun. Namun, sebagian besar hasil kelapa masih dipasarkan dalam bentuk bahan mentah sehingga belum memberikan nilai tambah yang optimal bagi masyarakat (Basuki et al., 2024). Salah satu upaya hilirisasi yang dapat dilakukan adalah mengolah minyak kelapa menjadi *Virgin Coconut Oil* (VCO) sebagai bahan baku sabun ramah lingkungan yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi.

Industri Kecil dan Menengah (IKM) Ninara Soap merupakan kelompok usaha yang memproduksi sabun berbasis VCO di Desa Malaka. Berdasarkan hasil observasi, mitra menghadapi beberapa permasalahan, yaitu kualitas sabun yang belum konsisten, variasi produk yang masih terbatas, kapasitas produksi yang rendah karena penggunaan peralatan konvensional, serta pengemasan dan pemasaran digital yang belum optimal. Produk sabun memiliki pangsa pasar yang besar di Pulau Lombok yang merupakan salah satu destinasi wisata. Jumlah hotel di Lombok sekitar 75 hotel dengan estimasi jumlah kamar sebanyak 7.552, hal ini akan membuat kebutuhan akan sabun meningkat (Dinas Pariwisata NTB, 2022). Oleh karena itu perlu peningkatan kualitas dan variasi produk sabun agar IKM Ninara Soap tetap produktif sesuai kebutuhan pasar pariwisata khususnya.

Pengembangan sabun berbasis VCO dengan memanfaatkan bahan lokal, seperti buah lerak, lidah buaya, ampas kopi, dan tanaman aromatik, dapat meningkatkan kualitas sekaligus menjadi ciri khas produk (Amin et al., 2024; Bhandari et al., 2024; Karimatulhajj & Rohmasyah, 2025; Kurniawan & Novitarini, 2025; Novitarini et al., 2024). Selain itu, penerapan teknologi tepat guna (TTG) dan digital marketing berperan penting dalam meningkatkan efisiensi produksi, kualitas produk, serta memperluas jangkauan pemasaran sehingga mampu meningkatkan daya saing IKM (Yuliana et al., 2024, 2025; Yuliana & Sukresna, 2022). Oleh karena itu perlu adanya penerapan TTG untuk memaksimalkan proses produksi dan meningkatkan kuantitas produk Ninara Soap.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui pelatihan formulasi sabun menggunakan aplikasi SoapCalc, pengembangan variasi sabun berbahan lokal, penerapan teknologi tepat guna berupa mixer otomatis dan soap cutter, pendampingan pengemasan dan pelabelan produk, serta penguatan pemasaran digital. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra, menghasilkan sabun VCO yang lebih berkualitas dan bernilai tambah, meningkatkan kapasitas produksi, serta memperluas jangkauan pemasaran sehingga mendukung keberlanjutan usaha IKM Ninara Soap.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada 4 Juni-4 Juli 2026 di IKM Ninara Soap, Desa Malaka, Kabupaten Lombok Utara, dengan melibatkan 20 anggota IKM sebagai mitra sasaran. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan mitra secara aktif pada setiap tahapan kegiatan hingga evaluasi program (Tabel 1).

Tahap pertama adalah sosialisasi yang dilakukan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) antara tim pengabdi dan mitra. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi awal mitra, menginventarisasi permasalahan yang dihadapi dalam proses produksi dan pemasaran, menyusun jadwal pelaksanaan, serta menyepakati bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan. Pada tahap ini juga dilakukan pendataan jumlah peserta,

ISSN: 3031-3457 (Online)
DOI: 10.62588/ahjpm.2026.v4i3.299

kebutuhan alat dan bahan, serta pembagian tugas selama program berlangsung.

Tabel 1. Ringkasan Metode Pelaksanaan

Tahap	Kegiatan	Sasaran	Luaran yang Diharapkan
1	Sosialisasi melalui *Focus Group Discussion* (FGD), identifikasi permasalahan, dan penyusunan rencana kegiatan	Anggota IKM Ninara Soap	Teridentifikasinya permasalahan mitra dan tersusunnya rencana pelaksanaan program
2	Pelatihan formulasi sabun menggunakan aplikasi SoapCalc, pembuatan sabun VCO berbahan lokal, serta pelatihan pengemasan, pelabelan, dan pemasaran digital	Anggota IKM Ninara Soap	Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan mitra dalam formulasi sabun, pengemasan, dan pemasaran digital
3	Penerapan teknologi tepat guna berupa mixer sabun otomatis dan soap cutter beserta pelatihan penggunaannya	Anggota IKM Ninara Soap	Meningkatnya efisiensi proses produksi, kapasitas produksi, dan keseragaman produk sabun
4	Pendampingan implementasi formulasi, penggunaan alat, pengemasan, pelabelan, dan pemasaran digital	Anggota IKM Ninara Soap	Mitra mampu menerapkan seluruh teknologi dan inovasi secara mandiri
5	Evaluasi melalui pre-test, post-test, observasi, dan diskusi bersama mitra	Tim pengabdi dan anggota IKM Ninara Soap	Terukurnya peningkatan pengetahuan, keterampilan, kualitas produk, dan keberhasilan program

Tahap kedua yaitu pelatihan yang difokuskan pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra. Pelatihan diawali dengan penyampaian materi mengenai formulasi sabun menggunakan aplikasi *SoapCalc* untuk memperoleh komposisi bahan yang sesuai. Selanjutnya, peserta diberikan pelatihan pembuatan sabun VCO dengan penambahan bahan lokal sebagai inovasi produk, seperti bahan yang berfungsi sebagai biosurfaktan alami, pelembap, maupun bahan aromatik. Selain itu, mitra memperoleh pelatihan mengenai teknik pengemasan, pelabelan produk, dan strategi pemasaran digital melalui media sosial serta *e-commerce* guna meningkatkan daya saing produk.

Tahap ketiga adalah penerapan teknologi tepat guna. Pada tahap ini dilakukan introduksi penggunaan mixer sabun otomatis berkapasitas 50 liter dan *soap cutter* sebagai peralatan produksi. Mitra diberikan demonstrasi mengenai cara pengoperasian, pemeliharaan, serta prosedur penggunaan alat yang benar. Penerapan teknologi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi proses produksi, memperbesar kapasitas produksi, serta menghasilkan ukuran dan bentuk sabun yang lebih seragam dibandingkan proses produksi secara konvensional.

Tahap keempat berupa pendampingan, yaitu kegiatan pembinaan secara langsung kepada mitra selama proses implementasi hasil pelatihan. Pendampingan dilakukan pada proses formulasi sabun, penggunaan peralatan produksi, pengemasan dan pelabelan produk, serta pengelolaan media sosial dan *e-commerce*. Tahap ini bertujuan memastikan seluruh materi pelatihan dapat diterapkan secara mandiri oleh mitra sehingga mampu meningkatkan kualitas produk dan keberlanjutan usaha.

Tahap terakhir adalah evaluasi untuk mengukur ketercapaian program. Evaluasi dilakukan melalui pemberian pre-test dan post-test guna mengetahui peningkatan pengetahuan peserta setelah mengikuti pelatihan. Selain itu, dilakukan observasi terhadap perubahan kondisi mitra

ISSN: 3031-3457 (Online)
DOI: 10.62588/ahjpm.2026.v4i3.299

berdasarkan indikator keberhasilan program, meliputi peningkatan kualitas dan variasi produk sabun, peningkatan kapasitas produksi, perbaikan pengemasan dan pelabelan, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Data hasil evaluasi dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan perubahan yang terjadi setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi Formulasi Sabun Menggunakan Aplikasi SoapCalc

Sosialisasi diawali dengan pemaparan mengenai prinsip dasar formulasi sabun menggunakan aplikasi SoapCalc sebagai alat bantu untuk menghitung komposisi bahan secara akurat. Pada kegiatan ini, tim pengabdi bersama peserta menganalisis formula sabun yang selama ini digunakan oleh IKM Ninara Soap untuk mengetahui karakteristik sabun berdasarkan parameter yang dihasilkan oleh aplikasi, seperti keseimbangan minyak, kebutuhan NaOH, superfat, dan kualitas sabun yang diprediksi.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, tim pengabdi menyusun formula baru dengan melakukan penyesuaian komposisi bahan agar diperoleh sabun VCO yang lebih berkualitas dan sesuai dengan karakteristik yang diharapkan. Formula hasil optimasi kemudian diperkenalkan kepada peserta sebagai acuan dalam proses produksi serta akan diterapkan pada sesi pelatihan pembuatan sabun sebagai bentuk implementasi hasil analisis SoapCalc.

Peserta mengikuti kegiatan dengan antusias dan aktif berdiskusi mengenai perbedaan antara formula lama dan formula baru yang dihasilkan (Gambar 1). Kegiatan ini memberikan pemahaman kepada mitra bahwa penggunaan aplikasi SoapCalc tidak hanya mempermudah proses perhitungan formulasi, tetapi juga membantu menghasilkan formula yang lebih terstandar sehingga kualitas produk dapat dipertahankan secara konsisten.

Gambar 1. Sosialisasi Penggunaan SoapCalc dalam merancang formula sabun VCO

Pelatihan Pembuatan Sabun VCO dengan Bahan Lokal dan Pengemasan Produk

Pelatihan pembuatan sabun dilaksanakan sebagai tindak lanjut dari hasil analisis formulasi menggunakan aplikasi SoapCalc. Formula yang sebelumnya digunakan oleh IKM Ninara Soap telah dievaluasi dan dioptimalkan sehingga diperoleh formula baru dengan komposisi bahan yang lebih terstandar. Formula tersebut kemudian diterapkan secara langsung oleh peserta dalam proses pembuatan sabun VCO sebagai upaya meningkatkan konsistensi mutu produk. Selain itu, peserta juga diperkenalkan dengan pengembangan varian sabun melalui penambahan bahan lokal, yaitu daun kelor

ISSN: 3031-3457 (Online)
DOI: 10.62588/ahjpm.2026.v4i3.299

(*Moringa oleifera*), katuk (*Sauropus androgynus*), dan binahong (*Anredera cordifolia*) (Afrozi et al., 2021; Arumsari et al., 2025; Meizalin & Paramita, 2021; Salim et al., 2023). Pemanfaatan bahan-bahan lokal tersebut diharapkan dapat memberikan variasi produk sekaligus meningkatkan nilai tambah sabun VCO yang dihasilkan (Gambar 2).

Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Sabun VCO

Selama pelatihan, peserta mempraktikkan seluruh tahapan pembuatan sabun, mulai dari penimbangan bahan, pencampuran minyak dan larutan NaOH menggunakan hand mixer, penambahan ekstrak bahan lokal sesuai formula, hingga proses pencetakan sabun. Sebagai dukungan terhadap peningkatan kapasitas produksi, tim pengabdi juga menyerahkan mixer sabun otomatis dan soap cutter kepada IKM Ninara Soap disertai pelatihan mengenai cara pengoperasian dan perawatannya sehingga dapat dimanfaatkan untuk proses produksi yang lebih efisien.

Tahap akhir pelatihan difokuskan pada pengemasan produk menggunakan plastik kemasan yang disegel dengan heat gun, kemudian dilengkapi dengan stiker label sebagai identitas produk. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta mampu mengimplementasikan formula baru, menghasilkan beberapa varian sabun berbahan lokal, serta melakukan pengemasan produk dengan tampilan yang lebih menarik dan profesional (Gambar 3). Rangkaian kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk, memperluas pilihan varian sabun VCO, dan memperkuat daya saing IKM Ninara Soap melalui produk yang memiliki nilai tambah lebih tinggi.

Gambar 3. Pengemasan Sabun VCO

ISSN: 3031-3457 (Online)
DOI: 10.62588/ahjpm.2026.v4i3.315

Sosialisasi Starategi Pemasaran Digital

Selain peningkatan kualitas produk, IKM Ninara Soap juga menghadapi kendala dalam aspek pemasaran. Produk sabun yang dihasilkan masih dipasarkan secara konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas serta belum memanfaatkan media digital secara optimal. Oleh karena itu, tim pengabdi memberikan sosialisasi mengenai strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pemasaran produk (Gambar 4).

Gambar 4. Sosialisasi startegi pemasaran digital Sabun VCO

Materi yang disampaikan meliputi konsep dasar digital marketing, pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok sebagai media promosi, serta penggunaan e-commerce sebagai sarana penjualan produk (Maret et al., 2025). Peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya membangun identitas merek (branding), pembuatan konten promosi yang menarik, dan penyusunan informasi produk yang informatif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Kegiatan berlangsung secara interaktif melalui diskusi dan tanya jawab terkait strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik produk sabun VCO.

Sosialisasi ini meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya pemasaran digital sebagai salah satu strategi pengembangan usaha. Melalui pemanfaatan media sosial dan e-commerce, mitra diharapkan mampu memperluas pangsa pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta menciptakan nilai tambah yang mendukung keberlanjutan usaha IKM Ninara Soap. Pengabdian ini diakhiri dengan foto bersama tim pengabdi dengan mitra IKM Ninara Soap (Gambar 5).

Gambar 5. Foto bersama tim pengabdi dengan mitra IKM Ninara Soap

ISSN: 3031-3457 (Online)
DOI: 10.62588/ahjpm.2026.v4i3.315

Evaluasi Program

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui efektivitas program pengabdian dalam meningkatkan pengetahuan peserta setelah mengikuti seluruh rangkaian sosialisasi dan pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test yang diberikan sebelum dan setelah kegiatan, mencakup dua materi utama, yaitu formulasi sabun VCO menggunakan SoapCalc serta pemanfaatan bahan lokal dan strategi pemasaran digital. Pre-test bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal peserta, sedangkan post-test digunakan untuk mengukur perubahan dan peningkatan pemahaman setelah mengikuti kegiatan. Hasil pengukuran diinterpretasikan berdasarkan interval kelas yang disajikan pada Tabel 2. Hasil pre-test dan post-test untuk kedua materi tersebut disajikan pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 2. Interval Kelas

Rentang Rata-rata	Kategori
4,21–5,00	Sangat Tinggi
3,41–4,20	Tinggi
2,61–3,40	Sedang
1,81–2,60	Rendah
1,00–1,80	Sangat Rendah

Interval kelas pada Tabel 2 digunakan sebagai pedoman untuk menginterpretasikan nilai rata-rata jawaban peserta pada skala Likert 1–5. Penentuan interval dilakukan dengan membagi rentang skor dari nilai terendah 1,00 sampai nilai tertinggi 5,00 ke dalam lima kategori. Berdasarkan hasil tersebut, diperoleh lima kategori interpretasi. Nilai rata-rata 1,00–1,80 dikategorikan sangat rendah, 1,81–2,60 rendah, 2,61–3,40 sedang, 3,41–4,20 tinggi, dan 4,21–5,00 sangat tinggi. Semakin tinggi nilai rata-rata yang diperoleh, semakin tinggi pula tingkat pemahaman atau penilaian peserta terhadap aspek yang diukur.

Tabel 3. Hasil pre-test dan post-test Pelatihan menggunakan SoapCalc

No.	Pernyataan	Rata-Rata Pre-Test	Rata-Rata Post-Test
1	Saya mengetahui bahwa SoapCalc dapat digunakan untuk menghitung formulasi sabun dan kebutuhan NaOH secara otomatis.	2,70	4,00
2	Saya mengetahui bahwa jumlah NaOH harus disesuaikan dengan jenis dan jumlah minyak yang digunakan dalam formulasi sabun.	3,00	4,30
3	Saya mengetahui bahwa VCO dapat meningkatkan daya bersih (cleansing) dan jumlah busa (bubbly) pada sabun.	2,40	4,20
4	Saya mengetahui bahwa penggunaan VCO dalam jumlah terlalu tinggi dapat membuat sabun terasa lebih kering pada kulit.	2,70	4,30
5	Saya mengetahui bahwa minyak sawit dapat membantu meningkatkan kekerasan dan kestabilan sabun.	2,50	4,40
6	Saya mengetahui bahwa superfat digunakan untuk menyisakan sebagian	2,60	4,20

ISSN: 3031-3457 (Online)
DOI: 10.62588/ahjpm.2026.v4i3.299

	minyak agar sabun terasa lebih lembut di kulit.		
7	Saya mengetahui bahwa madu dapat ditambahkan sebagai bahan pelembap alami dalam pembuatan sabun.	2,80	4,30
8	Saya mengetahui bahwa bunga kenanga dapat dimanfaatkan sebagai bahan alami untuk memberikan aroma pada sabun.	3,20	4,60
9	Saya mengetahui bahwa buah pisang atau pepaya dapat digunakan sebagai bahan tambahan alami dalam formulasi sabun.	2,50	4,30
10	Saya merasa mampu menyusun formulasi sabun sederhana menggunakan VCO, minyak sawit, dan bahan tambahan alami dengan bantuan SoapCalc.	2,70	4,40

Tabel 4. Hasil Pre-Test dan Post-Test Pelatihan Strategi Pemasaran Digital

No.	Pernyataan	Rata-Rata Pre-Test	Rata-Rata Post-Test
1	Saya memahami bahwa media sosial dapat digunakan untuk memasarkan produk sabun KWT.	2,58	4,00
2	Saya mengetahui cara menggunakan WhatsApp untuk memperkenalkan dan menawarkan produk sabun kepada konsumen.	2,92	4,33
3	Saya memahami cara menggunakan Instagram atau Facebook sebagai media promosi produk sabun.	2,50	4,17
4	Saya memahami pentingnya menggunakan foto produk yang jelas dan menarik dalam pemasaran digital.	2,50	4,25
5	Saya mengetahui informasi yang perlu dicantumkan saat mempromosikan produk sabun secara digital, seperti manfaat, ukuran, bahan, dan harga.	2,75	4,33
6	Saya memahami cara membuat tulisan atau caption yang menarik untuk mempromosikan produk sabun.	2,33	4,17
7	Saya memahami pentingnya menentukan target konsumen dalam memasarkan produk sabun secara digital.	2,75	4,33
8	Saya mengetahui bahwa video atau konten singkat dapat digunakan untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk sabun.	3,25	4,58
9	Saya memahami pentingnya merek, logo, dan kemasan dalam mendukung pemasaran produk sabun secara digital.	2,5	4,25
10	Saya mengetahui cara memanfaatkan testimoni konsumen sebagai bahan promosi produk sabun.	2,5	4,33

ISSN: 3031-3457 (Online)
DOI: 10.62588/ahjpm.2026.v4i3.299

11	Saya memahami cara berkomunikasi dengan konsumen dan menerima pesanan melalui media digital.	2,67	4,42
12	Saya memahami cara mengevaluasi keberhasilan pemasaran digital berdasarkan respons dan penjualan produk sabun.	2,67	4,33

Berdasarkan Tabel 3, hasil pre-test menunjukkan bahwa rata-rata pemahaman peserta mengenai formulasi sabun menggunakan SoapCalc sebesar 2,71, yang berada pada kategori sedang. Setelah pelatihan, rata-rata skor meningkat menjadi 4,28, yang termasuk kategori sangat tinggi. Dengan demikian, terjadi peningkatan rata-rata sebesar 1,57 poin atau sekitar 57,93% dari skor awal. Peningkatan terjadi pada seluruh indikator yang diukur. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai penggunaan SoapCalc, penentuan kebutuhan NaOH, fungsi bahan dalam formulasi sabun, serta kemampuan menyusun formulasi sabun VCO dengan memanfaatkan bahan lokal.

Berdasarkan Tabel 4, hasil pre-test menunjukkan bahwa rata-rata pemahaman peserta terhadap strategi pemasaran digital sebesar 2,62, yang berada pada kategori sedang. Setelah pelatihan, rata-rata skor meningkat menjadi 4,32, yang termasuk kategori sangat tinggi. Dengan demikian, terjadi peningkatan rata-rata sebesar 1,70 poin atau sekitar 64,89% dari skor awal. Peningkatan terjadi pada seluruh indikator yang diukur. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai pemanfaatan media sosial, pembuatan konten, penentuan target konsumen, komunikasi dengan konsumen, serta evaluasi pemasaran digital untuk mendukung pemasaran produk sabun IKM Ninara Soap.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di IKM Ninara Soap berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam formulasi sabun VCO berbasis SoapCalc, pemanfaatan bahan lokal sebagai pengembangan varian produk, serta strategi pemasaran digital. Selain itu, penerapan teknologi tepat guna, perbaikan pengemasan, dan pelabelan produk diharapkan dapat meningkatkan kualitas, nilai tambah, dan daya saing produk IKM Ninara Soap secara berkelanjutan.

Saran

Pendampingan lanjutan dan evaluasi secara berkala perlu dilakukan untuk memastikan keberlanjutan penerapan formula yang telah dikembangkan, pemanfaatan teknologi tepat guna, serta optimalisasi pemasaran digital sehingga IKM Ninara Soap dapat terus meningkatkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pasar.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih di tujukan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemdiktisaintek) Republik Indonesia, yang telah mensupport kegiatan pemberdayaan ini melalui skema hibah Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat tahun anggaran 2026 sehingga kegiatan pemberdayaan ini dapat terlaksana secara baik dan optimal.

KONFLIK KEPENTINGAN

Tidak terdapat konflik antar penulis pada naskah artikel ini.

SUMBER PENDANAAN

Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Kementerian

ISSN: 3031-3457 (Online)
DOI: 10.62588/ahjpm.2026.v4i3.299

Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemdiktisaintek) Republik Indonesia.

PERNYATAAN PENGGUNAAN AI

Naskah telah melalui kaidah penulisan sesuai dengan ambang batas penggunaan AI.

DAFTAR PUSTAKA

Afrozi, A. S., Safitri, N., & Nurhasanah, S. (2021). Pembuatan dan uji kualitas sabun transparan dengan variasi minyak kelapa murni atau virgin coconut oil (VCO) dan minyak kelapa sawit. In *Jurnal Ilmiah Teknik Kimia 31 Januari* (Vol. 5, Number 1).

Amin, A., Thamrin, S., & Kadir, M. (2024). Formulasi bar soap dari ampas kopi. *Proper: Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, *2*(1), 73–79.

Arumsari, A. G., Ardiansyah, T., Ginting, P. J., & Kunci, K. (2025). Formulation and Development of Bar Soap from Moringa Leaf Extract (Moringa Oleifera) a Natural Solution for Skin Health. *Formosa Journal of Sustainable Research (FJSR)*, *4*(1), 17–28. https://doi.org/10.55927/fjsr.v4i1.13315

Basuki, P., Dayani, R., & Ismiwati, B. (2024). Pendampingan Penyusunan Rencana Usaha Sentra Industri Pengolahan Kelapa di Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Abdimas Independen*, *5*(1), 72–78.

Bhandari, A., Sapkota, B., & Chaudhary, G. P. (2024). The Formulation of Aloe Vera Gel Herbal Soap and Characterized its Physicochemical and Antibacterial Activities with Market Available Herbal Soap, Butwal, Nepal. *American Journal of Chemistry and Pharmacy*, *3*(1), 12–19. https://doi.org/https://doi.org/10.54536/ajcp.v3i1.3410

Dinas Pariwisata NTB. (2022). *Jumlah Hotel Bintang, Kamar dan Tenaga Kerja Hotel Bintang di Provinsi NTB*. https://data.ntbprov.go.id/dataset/jumlah-hotel-bintang-kamar-dan-tenaga-kerja-hotel-bintang-di-provinsi-ntb

Karimatulhajj, H., & Rohmasyah, R. (2025). Physicochemical analysis for quality determinant of natural Bar Soap with Binahong Leaf Extract and Lemongrass Essential Oil. *Jurnal Farmasi Sains Dan Praktis*, *11*(1), 53–62.

Kurniawan, S. Y., & Novitarini, N. (2025). Inhibition zone of soapnuts extract (Sapindus rarak) agains candida albicans. *Jurnal Pijar Mipa*, *20*(8), 1402–1408. https://doi.org/10.29303/jpm.v20i8.10720

Maret, B., Dewi, B., Andiana, L., & Sayuti, M. (2025). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM. In *JEBRA Bulan Maret, Tahun* (Vol. 1, Number 3). https://jebra.pinuspublishing.id

Meizalin, A. A., & Paramita, V. (2021). Quality Analysis of Liquid Soap Formulation Made from Virgin Coconut Oil with Addition of White Tea Extract. *Journal of Vocational Studies on Applied Research*, *3*(2), 47–51. https://doi.org/10.14710/jvsar.v3i2.12651

Novitarini, Kresnapati, I. N. B. A., & Akmi, A. M. (2024). Ekstrak Buah Lerak (Sapindus rarak) sebagai Sabun Antibakteri yang Ramah Lingkungan. *Jurnal Biotek*, *12*(2), 186–197. https://doi.org/10.24252/jb.v12i2.51245

Salim, M., Gestiwana, O., & Kamilla, L. (2023). *Efektivitas Sediaan Sabun Wajah Cair Ekstrak Daun Katuk (Sauropus androgynus (L.) Merr.) terhadap Pertumbuhan Bakteri Staphylococcus aureus Metode Difusi*. *7*(1), 85–96.

ISSN: 3031-3457 (Online)
DOI: 10.62588/ahjpm.2026.v4i3.299

Yuliana, I., Alpiansah, R., & Pratama, A. A. (2024). Culinary Sme Performance: Marketing Capability, Entrepreneurial Orientation, Competitive Advantage and Product Innovation. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, *8*(1), 1–9.

Yuliana, I., Ramandha, M. E. P., & Pratiwi, B. Y. H. (2025). Pelatihan Digital Marketing dan Formulasi Sabun dari Minyak Kelapa di Sentra Industri Pengolahan Kelapa Lombok Utara. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *6*(1), 11–20.

Yuliana, I., & Sukresna, I. M. (2022). Effect of Financial Bonds, Social Bonds, Structural Bonds on Consumer Engagement via Affective Commitment on Live Streaming Shopee in Indonesia. *Jurnal Akutansi Dan Pajak*, *23*(3).