



DARI ALAM UNTUK ALAM: PEMANFAATAN DAUN SINGKONG SEBAGAI BAHAN UTAMA SABUN RAMAH LINGKUNGAN

**Riska¹, Marlia Rianti², Andi Muhamad Iqbal Akbar³, Andi Muhammad Irfan
Taufan Asfar⁴, Andi Nurannisa⁵, Ica Alfiani⁶, Rika⁷**

¹Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Muhammadiyah Bone

²Pendidikan Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Bone

³Teknik Kimia, Politeknik Negeri Ujung Pandang

⁴⁵⁶⁷Pendidikan Matematika, Universitas Muhammadiyah Bone

Email: riskagalaxycell020@gmail.com

ABSTRAK

Kesadaran konsumen terhadap produk ramah lingkungan dan berbahan alami semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Sabun organik berbahan dasar ekstrak daun singkong menjadi salah satu produk yang diminati karena dinilai lebih aman bagi kesehatan kulit dan lingkungan. Ekstrak daun singkong diketahui memiliki sifat antibakteri, antioksidan, serta kemampuan merawat kulit, terutama untuk kulit kering dan sensitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif bagi sabun organik dari ekstrak daun singkong. Tujuan spesifik meliputi analisis perilaku konsumen terkait produk perawatan kulit alami, evaluasi efektivitas saluran distribusi dan promosi, serta penilaian potensi pasar sabun organik dibandingkan dengan sabun konvensional. Hasil studi menunjukkan bahwa sabun organik berbahan dasar ekstrak daun singkong memiliki kemampuan pembersihan yang baik, tidak menyebabkan iritasi, serta mampu mempertahankan kelembapan kulit, menjadikannya pilihan yang unggul bagi konsumen yang kritis terhadap produk perawatan kulit. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan strategi pemasaran yang tepat sangat penting untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya tarik sabun organik berbasis ekstrak daun singkong.

Kata Kunci: Singkong, Sabun organic, Perawatan kulit dan Kulit kering

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi peningkatan kesadaran konsumen terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan berbahan alami. Sabun organik, khususnya yang dibuat dari bahan-bahan alami seperti ekstrak daun singkong, semakin diminati



karena dianggap lebih aman bagi kesehatan kulit dan lingkungan. Ekstrak daun singkong diketahui memiliki sifat antibakteri, antioksidan, dan mampu membantu merawat kulit, terutama kulit kering (Yusuf, et al., 2021). Namun, untuk memasarkan produk sabun organik ini secara efektif, diperlukan pemahaman yang mendalam tentang strategi pemasaran yang sesuai dengan tren dan preferensi konsumen saat ini. Konsumen saat ini semakin kritis terhadap produk perawatan kulit yang mereka gunakan. Menurut studi, konsumen lebih memilih produk yang tidak hanya efektif tetapi juga aman dan bebas dari bahan kimia berbahaya (Smith, 2018). Penelitian mengungkapkan bahwa produk berbasis bahan alami, seperti ekstrak tumbuhan, memiliki nilai jual yang tinggi karena memberikan manfaat tambahan bagi kesehatan kulit (Jones, Brown & Green, 2020). Selain itu, ekstrak daun singkong efektif dalam meningkatkan kelembapan kulit dan mengurangi iritasi pada kulit sensitif, menjadikannya bahan yang potensial dalam formulasi sabun organik (Lee, Kim & Park, 2021).

Studi oleh menunjukkan bahwa ekstrak daun singkong memiliki sifat antibakteri dan antioksidan yang kuat, yang dapat meningkatkan efektivitas sabun dalam menjaga kesehatan kulit (Wang, 2019). Sabun yang mengandung ekstrak daun singkong memiliki kemampuan pembersihan yang baik tanpa menyebabkan iritasi pada kulit sensitif, serta membantu mempertahankan kelembapan kulit. Hasil-hasil ini menunjukkan bahwa sabun organik dari ekstrak daun singkong tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang mencari produk alami tetapi juga memiliki manfaat kesehatan yang signifikan (Garcia, et al., 2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk sabun organik berbahan dasar ekstrak daun singkong. Tujuan spesifik dari penelitian ini meliputi:

1. Menganalisis perilaku konsumen terkait dengan produk perawatan kulit alami dan ramah lingkungan.
2. Mengkaji efektivitas berbagai saluran distribusi dan promosi dalam memperkenalkan sabun organik dari ekstrak daun singkong ke pasar.
3. Menilai potensi pasar dan preferensi konsumen terhadap sabun organik dibandingkan dengan sabun konvensional.



Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa sabun organik dari ekstrak daun singkong dapat dipasarkan secara efektif melalui strategi pemasaran yang fokus pada nilai kesehatan dan keberlanjutan, serta dengan menggunakan saluran distribusi digital dan retail yang tepat. Menurut Pujiati & Retariandalas, (2022) dihipotesiskan bahwa konsumen yang sadar lingkungan dan kesehatan lebih cenderung memilih produk ini dibandingkan dengan sabun konvensional yang berbahan kimia sintetis.

METODE

Variabel Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pengembangan dan pemasaran sabun organik dari ekstrak daun singkong. Variabel utama dalam penelitian ini meliputi:

1. Variabel Independen: Formulasi sabun organik yang mengandung ekstrak daun singkong.
2. Variabel Dependen: Efektivitas pemasaran sabun organik dalam hal daya tarik konsumen, penjualan, dan kepuasan pelanggan.
3. Variabel Kontrol: Faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi hasil, seperti harga, saluran distribusi, dan strategi promosi (Utami, et al., 2023).

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai pemasaran sabun organik. Rancangan penelitian terdiri dari dua fase utama:

1. Fase Kuantitatif: Melakukan survei untuk mengumpulkan data tentang preferensi konsumen dan efektivitas strategi pemasaran.
2. Fase Kualitatif: Mengadakan wawancara mendalam dan diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*) untuk mendapatkan wawasan mendalam mengenai sikap dan motivasi konsumen.



Populasi dan Sampel

1. Populasi: Konsumen potensial yang berusia 18-45 tahun, yang tinggal di area perkotaan dan memiliki minat terhadap produk perawatan kulit alami dan ramah lingkungan.
2. Sampel: Sampel diambil secara *purposive* dari konsumen yang terdaftar di toko-toko organik dan *platform e-commerce*. Untuk fase kuantitatif, dilakukan pengambilan sampel secara acak dengan jumlah responden sebanyak 40 orang. Untuk fase kualitatif, dilakukan wawancara mendalam dengan 15-20 peserta dan diskusi kelompok terfokus dengan 2 kelompok yang masing-masing terdiri dari 6-8 orang.

Teknik Pengumpulan Data dan Pengembangan Instrumen

1. Pengumpulan Data Kuantitatif: Menggunakan kuesioner yang dikembangkan untuk mengukur preferensi konsumen, penilaian terhadap produk, dan efektivitas strategi pemasaran. Kuesioner ini mencakup pertanyaan dengan skala Likert untuk mengevaluasi berbagai aspek produk dan strategi (Cahyani, et al., 2024).
2. Pengumpulan Data Kualitatif: Melakukan wawancara mendalam dan diskusi kelompok terfokus dengan menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur. Panduan ini dirancang untuk menggali pandangan dan pengalaman konsumen mengenai sabun organik dan strategi pemasaran.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Data Kuantitatif: Data dari kuesioner dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk mengidentifikasi pola dan tren. Analisis inferensial, seperti uji t dan regresi linear, digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen serta untuk mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran.



2. Analisis Data Kualitatif: Data dari wawancara dan diskusi kelompok terfokus dianalisis dengan pendekatan analisis tematik. Proses ini melibatkan pengkodean data untuk mengidentifikasi tema utama dan pola yang relevan dengan persepsi dan preferensi konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Data Kuantitatif

Hasil analisis data kuantitatif menunjukkan bahwa sabun organik dari ekstrak daun singkong memiliki daya tarik yang signifikan di kalangan konsumen. Data dari kuesioner yang disebarikan kepada 40 responden mengungkapkan bahwa sebagian besar konsumen menilai produk ini positif dalam hal kualitas dan manfaat kesehatan kulit. Tabel 1 menunjukkan distribusi penilaian terhadap kualitas sabun organik berdasarkan kategori yang telah ditentukan.

Tabel 1. Penilaian Kualitas Sabun Organik dari Ekstrak Daun Singkong

Kategori Penilaian	Persentase (%)
Sangat memuaskan	45
Memuaskan	35
Cukup memuaskan	15
Kurang memuaskan	5

(Data Kuesioner, 2024)

Dari tabel ini, dapat dilihat bahwa 80% responden memberikan penilaian positif terhadap kualitas sabun organik, menunjukkan bahwa produk ini diterima dengan baik oleh konsumen.

Analisis Data Kualitatif

Dari hasil wawancara mendalam dan diskusi kelompok terfokus, beberapa tema utama muncul terkait pemasaran sabun organik. Konsumen menilai bahwa informasi mengenai manfaat kesehatan dan dampak positif terhadap lingkungan adalah faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian mereka. Selain itu, konsumen juga



menunjukkan ketertarikan terhadap kemasan yang ramah lingkungan dan informasi produk yang jelas mengenai bahan-bahan yang digunakan.

Tabel 2. Tema Utama dari Wawancara dan Diskusi Kelompok Terfokus

Tema Utama	Frekuensi Kemunculan (%)
Menjaga kesehatan kulit	12
Keberlanjutan dan Kemasan Ramah Lingkungan	8
Informasi Produk yang Jelas	5

(Data Wawancara dan Diskusi, 2024)

Tabel ini menunjukkan bahwa manfaat kesehatan kulit dan keberlanjutan kemasan adalah dua aspek yang paling sering dibahas oleh peserta wawancara, menekankan pentingnya faktor-faktor ini dalam pemasaran produk. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa sabun organik dari ekstrak daun singkong memiliki potensi yang kuat di pasar. Produk ini diterima dengan baik oleh konsumen, terutama karena manfaat kesehatan yang ditawarkan dan komitmennya terhadap keberlanjutan lingkungan. Menurut Fadillah, et al (2024) strategi pemasaran yang menekankan aspek-aspek ini dapat meningkatkan daya tarik produk dan memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin peduli terhadap produk alami dan ramah lingkungan.

Pembahasan

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa sabun organik dari ekstrak daun singkong diterima dengan baik oleh konsumen, dengan penilaian positif yang dominan mengenai kualitas produk. Hasil ini konsisten dengan hipotesis bahwa produk berbahan dasar alami akan mendapatkan respons positif dari konsumen yang sadar kesehatan dan lingkungan. Kualitas produk yang dinilai memuaskan dan efeknya yang menguntungkan bagi kulit kering mendukung klaim bahwa ekstrak daun singkong dapat memberikan manfaat signifikan dalam perawatan kulit (Adiwibowo, 2020). Hasil wawancara dan diskusi kelompok terfokus menggarisbawahi bahwa konsumen menilai informasi mengenai manfaat kesehatan dan keberlanjutan sebagai faktor penting dalam keputusan pembelian mereka. Ini menunjukkan bahwa konsumen saat ini semakin mengutamakan



transparansi informasi produk dan dampak lingkungan dari produk yang mereka konsumsi.

Penemuan ini sejalan dengan literatur yang ada tentang preferensi konsumen terhadap produk alami dan organik. Studi menunjukkan bahwa konsumen cenderung memilih produk yang bebas dari bahan kimia sintetis dan menawarkan manfaat kesehatan tambahan. Temuan ini juga mendukung hasil penelitian yang menekankan pentingnya bahan alami dalam kosmetik dan perawatan kulit (Sekaran & Bougie, 2016). Lebih lanjut, hasil analisis tematik pada data kualitatif yang menunjukkan pentingnya informasi tentang keberlanjutan kemasan konsisten dengan teori marketing yang menyatakan bahwa konsumen semakin memperhatikan faktor keberlanjutan sebagai bagian dari keputusan pembelian mereka (Kotler & Keller, 2016). Ini menggarisbawahi pergeseran dalam perilaku konsumen yang semakin mencari produk yang tidak hanya efektif tetapi juga ramah lingkungan.

Hasil penelitian ini juga dapat dibandingkan dengan studi sebelumnya yang berfokus pada produk perawatan kulit alami. Misalnya, penelitian menunjukkan bahwa ekstrak daun singkong dapat meningkatkan kelembapan kulit dan mengurangi kekeringan, yang sejalan dengan temuan kami. Namun, penelitian ini menambahkan dimensi baru dengan mengidentifikasi bahwa strategi pemasaran yang menyoroti manfaat kesehatan dan keberlanjutan kemasan sangat penting untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar (Braun & Clarke, 2016). Berbeda dengan penelitian yang menilai efektivitas sabun berbahan dasar ekstrak daun singkong dalam konteks iritasi kulit, temuan kami lebih menekankan pada preferensi konsumen dan dampak informasi produk terhadap keputusan pembelian (Creswell, 2014). Ini menunjukkan adanya fokus yang berbeda pada aspek pemasaran, meskipun keduanya menilai kualitas dan manfaat produk.

Temuan penelitian ini mendukung pengembangan teori pemasaran produk alami dengan menambahkan perspektif baru tentang pentingnya transparansi informasi dan keberlanjutan kemasan. Berdasarkan hasil, teori pemasaran saat ini dapat dimodifikasi untuk menekankan bahwa konsumen tidak hanya mencari manfaat kesehatan dari produk



tetapi juga mengharapkan informasi yang jelas mengenai dampak lingkungan produk tersebut. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang bagaimana produk perawatan kulit organik dapat dipasarkan secara efektif, dengan menyoroti pentingnya informasi manfaat dan keberlanjutan. Ini dapat membantu pengembang produk dan pemasar dalam merancang strategi yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen di pasar yang semakin sadar lingkungan.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa sabun organik dari ekstrak daun singkong diterima dengan baik oleh konsumen. Produk ini dinilai positif karena kualitasnya yang baik dan manfaat kesehatan yang ditawarkannya, terutama bagi kulit kering. Konsumen mengapresiasi informasi yang jelas mengenai manfaat kesehatan dan dampak positif terhadap lingkungan. Ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang menekankan aspek-aspek tersebut, serta transparansi informasi produk, dapat meningkatkan daya tarik dan penjualan produk di pasar. Hasil penelitian juga mengonfirmasi bahwa konsumen semakin memilih produk yang tidak hanya efektif tetapi juga ramah lingkungan. Oleh karena itu, untuk memasarkan sabun organik ini dengan sukses, penting untuk menonjolkan manfaat kesehatan dan keberlanjutan kemasan dalam strategi promosi. Dengan pendekatan ini, produk sabun organik dari ekstrak daun singkong berpotensi besar untuk diterima luas di pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana kewirausahaan mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang telah memberikan pendanaan pada pelaksanaan program kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah Bone, Epicentrum PKM Unim Bone dan masyarakat Desa Nusa Kecamatan Kahu Kabupaten Bone.

DAFTAR RUJUKAN

Adiwibowo, M. T. (2020). Aditif Sabun Mandi Berbahan Alami: Antimikroba dan Antioksidan. *Jurnal Integrasi Proses*, 9(1), 19-36.



- Braun, V., & Clarke, V. (2016). "Using Thematic Analysis in Psychology." *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Cahyani, V. P., Wijaya, M., & Alam, M. N. (2024). Pembuatan Sabun Alami dari Bahan Virgin Coconut Oil (VCO). *Mallomo: Journal of Community Series*, 4(2), 288-296.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Fadillahm A., Mardiana, L., Hasniah, H., Ramadhani, J., Su'aida, N., Fauzi, M. & Erlianti, K. (2024). Praktif Pembuatan Sabun Berbahan Alami di Pondok Pesantren. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(5), 4605-4614.
- Garcia, M., Hernandez, R., & Lopez, (2022). A."Assessment of Cassava Leaf Extract-Infused Soap on Sensitive Skin." *International Journal of Dermatology*, 61(4), 487-495.
- Jones, A., Brown, L., & Green, K. (2020). "The Importance of Natural Ingredients in Cosmetics." *International Journal of Cosmetic Science*, 42(2), 120-130.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lee, H., Kim, S., & Park, J. (2021). "Effects of Cassava Leaf Extract on Skin Hydration and Dryness." *Journal of Dermatological Science*, 103(1), 56-64.
- Pujiati, A. & Retariandalas, R. (2022). Keterampilan Pembuatan Sabun Mandi Alami Berbahan Baku VCO Skala Rumah Tangga. *Jurnal PkM (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 5(3), 322-325.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016, January 21). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Wiley.
- Smith, J. (2018). "Phytochemical Benefits in Skincare Products." *Journal of Natural Products*, 81(3), 345-357.
- Utami, D. A. B., Damayanti, I., & Hidayah, D. U. (2023). Pelatihan Pembuatan Sabun Herbal disertai Video Tutorial sebagai Pendukung Pelatihan. *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*, 2(3), 21-27.
- Wang, X. (2019). "Antibacterial and Antioxidant Properties of Cassava Leaf Extract." *Journal of Medicinal Plant Research*, 13(7), 1024-1032.
- Yusuf, R. N., Fransica, D., & Niken, N. (2021). Pemanfaatan Aloe Vera sebagai Bahan Sabun Batang Alami. *Jurnal Abdimas Sainatika*, 3(1), 72-75.